LRF Advisory | Istraživanja i analize javnih politika

Stepen zadovoljstva korisnika elektronskih komunikacionih usluga u Crnoj Gori 2026.

Naručilac: Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost

Ugovor: JN 69/26 – istraživanje javnog mnjenja o stepenu zadovoljstva korisnika elektronskih komunikacionih usluga

Izvođač: LRF Advisory d.o.o.

Teren: 1.000 intervjua, 25 opština, od 19. septembra do 21. oktobra 2026.

Podgorica, oktobar 2026.

Sadržaj

1. Rezime 3

2. Upitnik istraživanja 6

3. Metodologija istraživanja 7

3.1. Ciljna populacija i struktura uzorka 7
3.2. Terenski rad 7
3.3. Odgovori ispitanika i kontekst istraživanja 8
3.4. Analitički uzorak i povezanost odgovora 8
3.5. Ponderisanje 9
3.6. Kontrola logike upitnika 9
3.7. Preciznost procjena 9
3.8. Uporedivost sa ranijim istraživanjima 9

4. Struktura uzorka 10

5. Fiksna telefonija 12

6. Mobilna telefonija 20

7. Roming 33

7.1. Roming u zemljama Zapadnog Balkana 33
7.2. Roming u ostalim zemljama 35

8. Univerzalni telefonski imenik i važni telefonski brojevi 41

9. Televizija i radio 48

10. Internet 58

11. Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost 77

12. Zaštita prava i interesa korisnika 83

13. Povećanje cijena paketa (nova pitanja 2026) 94

14. Činioci povezani sa zadovoljstvom korisnika 99

14.1. Indeks zadovoljstva korisnika (0–100) 99
14.2. Ukupni indeks zadovoljstva po grupama ispitanika 100
14.3. Smetnje u radu usluga i zadovoljstvo kvalitetom 100
14.4. Korisnička podrška i zadovoljstvo kvalitetom 101
14.5. Povećanje cijene i zadovoljstvo cijenom 101
14.6. Međusobna povezanost ocjena zadovoljstva 102
14.7. Sažetak povezanosti pokazatelja 103
14.8. Iskustva grupa korisnika po operatorima 104

15. Kontrola kvaliteta podataka 105

15.1. Tumačenje odgovora „ne znam“ 105
15.2. Preciznost procjena i tumačenje razlika 105

16. Nalazi o upitniku 106

16.1. Pitanja sa malim bazama 106
16.2. Pravila prikaza i logičke kontrole 106
16.3. Otvorena pitanja i šifriranje 106
16.4. Preporuke za naredne cikluse istraživanja 107

17. Zaključci i preporuke 108

17.1. Zaključci istraživanja 108
17.2. Preporuke 108
17.3. Korišćenje rezultata i prateće dokumentacije 109

Prilog A. Izvori podataka 110

Prilog B. Pregled pitanja i baza 111

Prilog C. Pojmovi i skraćenice 113

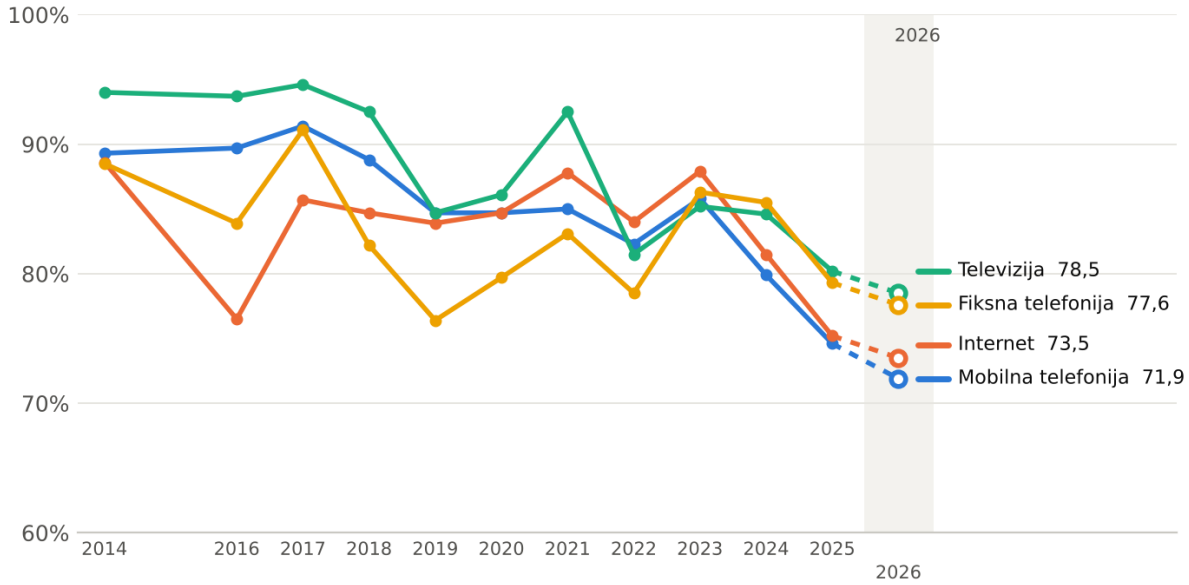
1. Rezime

Izvještaj prikazuje rezultate istraživanja stepena zadovoljstva korisnika elektronskih komunikacionih usluga u Crnoj Gori za 2026. godinu. Nalazi se zasnivaju na ličnim CAPI intervjuima u 1.000 različitih domaćinstava, sa po jednim punoljetnim ispitanikom. Izvještaj daje pregled iskustava i stavova korisnika, razlika između grupa ispitanika i promjena u odnosu na ranije istraživanje.

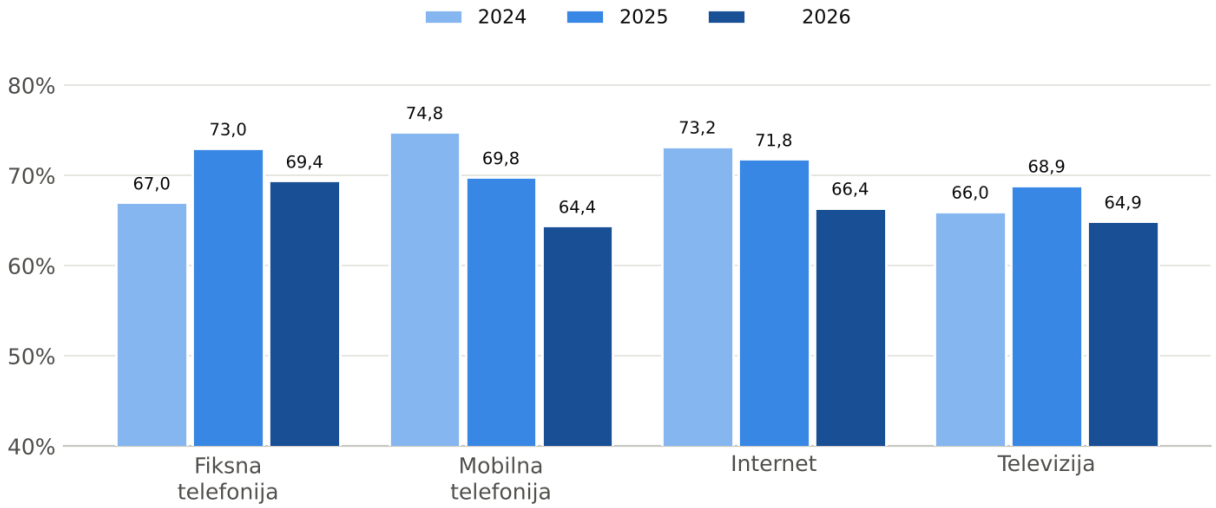
Svrha istraživanja jeste da pruži pouzdan uvid u stepen zadovoljstva korisnika elektronskih komunikacionih usluga u Crnoj Gori i ukaže na oblasti u kojima postoji prostor za unapređenje. Istraživanje obuhvata reprezentativni uzorak od 1.000 punoljetnih građana u svim opštinama Crne Gore, uz primjenu metode ličnog intervjua uz podršku računara (CAPI). Nalazi su predstavljeni jasno i pregledno, prema oblastima upitnika, uz analizu odgovora na pojedinačna pitanja, razlika između grupa ispitanika i poređenje sa rezultatima iz 2025. godine tamo gdje su pitanja i pokazatelji uporedivi, u skladu sa zahtjevima Naručioca. Dodatne analize povezanosti pokazatelja, kvaliteta podataka i samog upitnika doprinose razumijevanju i pouzdanom tumačenju rezultata, dok dosljedan način njihovog prikazivanja pruža osnovu za praćenje promjena i poređenje sa nalazima istraživanja u narednim godinama.

Ključni nalazi istraživanja

- U poređenju sa 2025. godinom, zadovoljstvo kvalitetom usluga je niže: mobilna telefonija 71,9% (2025: 74,6%), internet 73,5% (75,2%), TV 78,5% (80,2%) i fiksna telefonija 77,6% (79,3%).
- Najizraženija promjena zabilježena je u pogledu zadovoljstva cijenama, koje je opalo kod svih usluga za 3,6–5,4 p.p. (mobilna 64,4%, internet 66,4%, TV 64,9%, fiksna 69,4%), u kontekstu povećanja cijena paketa tokom 2026.
- 63,0% ispitanika navodi da im je operator u posljednjih 12 mjeseci povećao mjesečnu cijenu paketa; od tog broja 44,2% navodi da je povećanje iznosilo više od 2 €, dok je 33,5% promijenilo ili razmatralo promjenu operatora.
- Aktivnost korisnika u zaštiti svojih prava je na višem nivou nego 2025: prigovor/žalbu podnijelo je 18,9% (2025: 18,1%), a operatora je ikada mijenjalo 43,6% (2025: 42,9%).
- Fiksnu telefoniju koristi 39,4% punoljetnih građana; većina onih koji je ne koriste kao razlog navodi da im nije potrebna (52,0% svih ispitanika).
- Infrastrukturni pokazatelji ostaju visoki i stabilni: mogućnost interneta kod kuće ima 93,0% ispitanika, pokrivenošću signalom zadovoljno je 83,2% korisnika mobilne telefonije, a udio onih čiji telefon podržava 5G tehnologiju među korisnicima telefona sa pristupom internetu (pametnih telefona) raste na 61,1%.
- Za Agenciju je čulo 57,0% građana (stabilno u dužem periodu), a udio onih koji znaju čime se Agencija bavi raste na 24,6% (2025: 20,4%); upoznatost sa ugovorom operatora o internet romingu sa EU raste na 48,8%, uz otvaranje pregovora EU – Zapadni Balkan o romingu „kao kod kuće“.



Grafikon 1. Zadovoljstvo kvalitetom usluga (veoma + uglavnom zadovoljni, %), 2014–2025 i istraživanje 2026.



Grafikon 2. Zadovoljstvo cijenom usluga (veoma + uglavnom zadovoljni, %), 2024, 2025 i 2026.

Tabela 1. Ključni pokazatelji 2023–2025 i 2026 (%, ponderisano).

Pokazatelj (baza)	2023	2024	2025	2026	Razlika 2026 – 2025 (p.p.)
Fiksna telefonija					
Koristi fiksnu telefoniju (svi ispitanici)	44,6	43,6	41,5	39,4	−2,1
Zadovoljni kvalitetom usluga fiksne telefonije (korisnici fiksne)	86,3	85,5	79,3	77,6	−1,7
Zadovoljni cijenom usluga fiksne telefonije (korisnici fiksne)	69,7	67,0	73,0	69,4	−3,6
Smetnja/prekid u posljednjih godinu dana (fiksna)	41,7	39,9	36,5	39,0	+2,5
Mobilna telefonija					
Zadovoljni kvalitetom usluga mobilne telefonije (korisnici mobilne)	85,8	79,9	74,6	71,9	−2,7
Zadovoljni cijenom usluga mobilne telefonije (korisnici mobilne)	72,9	74,8	69,8	64,4	−5,4 *
Zadovoljni pokrivenošću signalom (korisnici mobilne)	–	82,7	83,4	83,2	−0,2
Smetnja/prekid u posljednjih godinu dana (mobilna)	–	35,1	38,7	41,2	+2,5
Telefon podržava 5G tehnologiju (među korisnicima telefona sa pristupom internetu)	–	48,2	54,3	61,1	+6,8 *
Kontaktirali call centar mobilnog operatora (korisnici mobilne)	–	35,4	39,6	40,8	+1,2

Pokazatelj (baza)	2023	2024	2025	2026	Razlika 2026 – 2025 (p.p.)
Roming					
Upoznati da se roming u zemljama ZB naplaćuje kao kod kuće (korisnici mobilne)	80,9	77,9	76,3	77,9	+1,6
Upoznati sa ugovorom operatora za internet roming sa EU (korisnici mobilne)	–	32,3	42,5	48,8	+6,3 *
Koriste roming (ostale zemlje)	23,8	24,8	26,2	25,1	−1,1
Cijene rominga „previsoke“ (korisnici rominga)	38,9	47,6	52,5	49,2	−3,3
Imenik i važni brojevi					
Čuli za broj 1180 (svi ispitanici)	44,7	49,8	49,3	52,1	+2,8
Čuli za broj 112 (svi ispitanici)	42,2	45,0	50,6	53,0	+2,4
Televizija					
Prate TV preko provajdera (svi ispitanici)	95,8	95,2	95,3	95,3	0,0
Zadovoljni kvalitetom usluge TV provajdera (korisnici TV provajdera)	85,2	84,6	80,2	78,5	−1,7
Zadovoljni cijenom usluge TV provajdera (korisnici TV provajdera)	67,7	66,0	68,9	64,9	−4,0
Internet					
Mogućnost korišćenja interneta kod kuće (svi ispitanici)	91,5	93,0	93,2	93,0	−0,2
Lično koriste internet (svi ispitanici)	88,4	88,0	89,0	87,6	−1,4
Zadovoljni kvalitetom usluge pristupa internetu (korisnici interneta)	87,9	81,5	75,2	73,5	−1,7
Zadovoljni cijenom usluge pristupa internetu (korisnici interneta)	77,1	73,2	71,8	66,4	−5,4 *
Smetnja/prekid u posljednjih godinu dana (internet)	45,7	39,5	40,7	43,3	+2,6
Iskustvo sajber napada (korisnici interneta)	–	10,8	17,4	18,0	+0,6
Agencija i zaštita prava					
Čuli za Agenciju (EKIP)	54,8	56,9	54,7	57,0	+2,3
Znaju čime se Agencija bavi (svi ispitanici)	24,4	21,1	20,4	24,6	+4,2 *
Upoznati sa pravima korisnika (svi ispitanici)	43,2	45,2	45,4	45,5	+0,1
Upoznati sa procedurom zaštite prava (svi ispitanici)	46,0	53,0	49,5	47,9	−1,6
Podnijeli prigovor/žalbu (svi ispitanici)	12,3	12,3	18,1	18,9	+0,8
Mijenjali operatora (ikad)	–	36,2	42,9	43,6	+0,7
Primili poziv/poruku direktnog marketinga (svi ispitanici)	65,5	65,6	64,9	66,8	+1,9
Znaju za registar „Ne zovi me“ (svi ispitanici)	28,4	27,5	33,2	32,9	−0,3
Povećanje cijena (nova pitanja 2026)					
Operator povećao mjesečnu cijenu paketa u posljednjih 12 mjeseci (svi ispitanici)	–	–	–	63,0	–
– od toga povećanje veće od 2 € (kojima je povećana cijena)	–	–	–	44,2	–
Dobili dodatne/poboljšane usluge uz povećanje (kojima je povećana cijena)	–	–	–	40,6	–
Promijenili ili razmatrali promjenu operatora nakon povećanja (kojima je povećana cijena)	–	–	–	33,5	–
Promijenili paket kod istog operatora (kojima je povećana cijena)	–	–	–	9,1	–

*Napomena: * označava razliku između 2026. i 2025. godine koja prelazi orijentacionu granicu slučajne greške prema postupku poređenja dvije proporcije iz poglavlja 3.7, uz pretpostavljeni efekat dizajna 1,3 i nivo povjerenja 95%.*

2. Upitnik istraživanja

Istraživanje je sprovedeno pomoću CAPI upitnika koji je dostavio Naručilac, sa 107 pitanja u deset oblasti. Pitanja obuhvataju korišćenje usluga, iskustva i zadovoljstvo korisnika, informisanost i prava korisnika. Uslovi prikaza obezbjeđuju da pitanja dobiju ispitanici na koje se odnose.

Tabela 2. Odabrana pitanja i pravila primjene CAPI upitnika.

Pitanje	Predmet pitanja	Pravilo primjene	Baza i tumačenje
P1	Korišćenje fiksne telefonije	Razlozi nekorišćenja obuhvataju i odgovor da usluga nije potrebna (→ P9)	Da im fiksna telefonija nije potrebna navodi 52,0% ispitanika (2025: 48,4%).
P6	Kontakt sa podrškom za fiksnu telefoniju	Pitanje se odnosi na provajdera fiksne telefonije	Baza su korisnici fiksne telefonije.
P10	Prepaid/postpaid status po mobilnom operatoru	Broj odabranih kategorija usklađen je sa brojem aktivnih mobilnih brojeva iz P9	Višestruki odgovor; baza su korisnici mobilne telefonije.
P51	Mogućnost korišćenja interneta kod kuće	Razlozi nekorišćenja obuhvataju i odgovor da internet nije potreban	Da im internet nije potreban navodi 1,0% ispitanika (2025: 1,1%).
P73	Zadovoljstvo korisničkom podrškom za internet	Samo korisnici interneta koji su kontaktirali podršku	Baza: n = 312, neponderisani broj ispitanika.
P78	Lakoća pronalaženja informacija na sajtu Agencije	Samo ispitanici koji su u P77 naveli da poznaju sajt	Baza: n = 198, neponderisani broj ispitanika.
P84	Način potpisivanja ugovora sa operatorom	Odgovori obuhvataju i „Nijesam lično potpisao/la ugovor“ i „Ne znam/bez odgovora“	Ugovor nije lično potpisalo 21,0%; odgovor „ne znam/bez odgovora“ dalo je 2,9%.

3. Metodologija istraživanja

3.1. Ciljna populacija i struktura uzorka

Ciljnu populaciju čine punoljetni stanovnici Crne Gore. Uzorak obuhvata po jednog ispitanika iz 1.000 različitih domaćinstava u svih 25 opština. Raspored je zasnovan na Popisu 2023. MONSTAT-a, u tri regiona i po opštinama, uz okvirne smjernice za gradska, prigradska i seoska naselja. Naselja ili popisni krugovi unaprijed su nasumično odabrani sa spiska. Domaćinstva i punoljetni ispitanici birani su slučajnim izborom. Tabela poredi raspodjelu intervjua po opštini i tipu naselja sa strukturom punoljetnog stanovništva.

Tabela 3. Raspodjela intervjua po opštinama i tipu naselja.

Opština	Punoljetni (Popis 2023)	% popul.	Intervjua	Gradska nas.	Ostala nas.	% uzorka
Region Centar: 485 intervjua (48,9% punoljetne populacije)						
Podgorica	137.706	28,1	279	265	14	27,9
Nikšić	52.386	10,7	106	83	23	10,6
Danilovgrad	14.942	3,1	30	11	19	3,0
Zeta	12.625	2,6	26	5	21	2,6
Cetinje	11.935	2,4	24	20	4	2,4
Tuzi	9.684	2,0	20	8	12	2,0
Region Sjever: 254 intervjua (24,8% punoljetne populacije)						
Bijelo Polje	30.372	6,2	61	23	38	6,1
Pljevlja	20.467	4,2	41	28	13	4,1
Berane	19.261	3,9	39	17	22	3,9
Rožaje	16.956	3,5	34	15	19	3,4
Plav	7.022	1,4	14	7	7	1,4
Kolašin	5.541	1,1	11	4	7	1,1
Mojkovac	5.584	1,1	11	5	6	1,1
Petnjica	3.894	0,8	8	1	7	0,8
Andrijevica	3.176	0,6	7	2	5	0,7
Gusinje	3.289	0,7	7	3	4	0,7
Plužine	1.870	0,4	7	3	4	0,7
Šavnik	1.331	0,3	7	2	5	0,7
Žabljak	2.458	0,5	7	4	3	0,7
Region Jug: 261 intervjua (26,3% punoljetne populacije)						
Bar	35.914	7,3	73	35	38	7,3
Herceg Novi	24.839	5,1	50	31	19	5,0
Budva	20.837	4,3	42	32	10	4,2
Kotor	18.167	3,7	37	20	17	3,7
Ulcinj	16.344	3,3	33	17	16	3,3
Tivat	12.611	2,6	26	18	8	2,6

3.2. Terenski rad

Terensko istraživanje sprovedeno je od 19. septembra do 21. oktobra 2026. godine. Anketari su obavili lične intervjue sa ukupno 1.000 punoljetnih ispitanika, uz primjenu CAPI upitnika. Odgovori su evidentirani elektronski, a analitički prikaz obuhvata ukupne rezultate i razlike između grupa ispitanika.

3.3. Odgovori ispitanika i kontekst istraživanja

Odgovori o korišćenju usluga, operatorima, smetnjama, zadovoljstvu i informisanosti analizirani su prema starosti, polu, obrazovanju, regionu i tipu naselja. Procenti se tumače u odnosu na bazu navedenu uz pitanje, jer sva pitanja nijesu postavljena svim ispitanicima.

U skladu sa potrebama naručioca, uporedne vrijednosti za pitanja koja su postojala u ranijim upitnicima preuzete su iz izvještaja „Stepen zadovoljstva korisnika elektronskih komunikacionih usluga u Crnoj Gori“ (septembar 2025, N = 1.005), uz sagledavanje tendencija 2023–2025. Za tumačenje nalaza razmotrene su i promjene na tržištu od septembra 2025. do oktobra 2026, prikazane u sljedećoj tabeli. Ove informacije pružaju kontekst za razumijevanje odgovora korisnika.

Kada je u pitanju raniji period, promjene tehnologija, ponuđenih odgovora i referentnih perioda dodatno ograničavaju poređenje, pa se starije serije tumače kao opis objavljenih nalaza, bez pripisivanja cijele razlike promjeni ponašanja istih grupa građana.

U tabelama i grafikonima prikazani procenti predstavljaju ponderisane rezultate, osim ako je izričito navedeno drugačije. Oznaka *n* označava neponderisani broj ispitanika u odgovarajućoj analitičkoj bazi. Zbog primjene pondera, prikazani procenti mogu se razlikovati od procenata izračunatih neposredno iz neponderisanih brojnosti. Ovo pravilo važi i za rezultate po operatorima, demografskim i drugim podgrupama; odgovarajuća baza navedena je uz svako pitanje ili analizu.

Tabela 4. Tržišni kontekst istraživanja (septembar 2025 – oktobar 2026).

Promjena	Opis	Izvor
Crnogorski Telekom – povećanja cijena	1.1.2026 (+1 € Non-stop Go), 1.6.2026 (+1–2 € mobilni, +2 € fiksni, TV i internet paketi), 1.10.2026 (+2 € mobilni paketi i Magenta 1); uz povećanja: više resursa i posebna EU roming kvota	Crnogorski Telekom — zvanična obavještenja
Mtel – izmjene uslova	1.4.2026: naknada za održavanje mreže 2,07 € → 2,90 €; promotivni paket +2 €; naknade za ponovno uključenje	Mtel — obavještenje od 1. marta 2026.
One Crna Gora, Telemach	Nijesu pronađene javne informacije o povećanju cijena u ovom periodu.	–
Inflacija i zarade	Godišnja inflacija 3,8% (jul 2026); informacije i komunikacije +1,1%; prosječna neto zarada 1.037 € (jul 2026, +2,3%)	MONSTAT — CPI, jul 2026; saopštenje o zaradama
Roming EU – Zapadni Balkan	Savjet EU je 4.6.2026. odobrio pregovore o režimu „roming kao kod kuće“ sa zemljama ZB	Savjet EU — saopštenje od 4. juna 2026.
5G i internet	5G pokriva oko 90% stanovništva; skoro 9 od 10 domaćinstava ima internet	EKIP — jubilej Agencije, mart 2026.
Aplikacije	Skype ugašen 5.5.2025	Microsoft — životni ciklus Skype za potrošače

Pitanja 94–98 o povećanju cijena uvedena su u upitnik 2026. i nemaju uporedne podatke iz prethodnog talasa. Rezultati prikazuju odgovore korisnika o povećanju cijene, dodatnim pogodnostima, reakciji na promjenu i spremnosti na promjenu operatora. Pri tumačenju treba razlikovati zvaničnu promjenu cjenovnika od iskustva i informisanosti ispitanika, posebno kada račun plaća drugi član domaćinstva.

3.4. Analitički uzorak i povezanost odgovora

Analitičku osnovu čini 1.000 terenskih intervjua. Rezultati i razlike između grupa prikazani su po oblastima upitnika, uz navođenje baze. Procenti su ponderisani prema postupku iz narednog odjeljka, dok je „n” neponderisani broj ispitanika, osim kada je drugačije navedeno. Zbog zaokruživanja zbirovi procenata i prikazane razlike mogu odstupati od računa sa već zaokruženim vrijednostima. Kod višestrukih odgovora zbir procenata može biti veći od 100%.

Pored pojedinačnih raspodjela odgovora, analizirana je povezanost ocjena kvaliteta i cijene, iskustva smetnji, kontakta sa korisničkom podrškom i reakcija na povećanje cijena. Ove analize pomažu da se utvrdi koja su iskustva povezana sa višim ili nižim zadovoljstvom korisnika (poglavlje 14). Utvrđena povezanost sama po sebi ne dokazuje da jedan činilac uzrokuje drugi, jer na ocjene mogu istovremeno uticati različite okolnosti.

3.5. Ponderisanje

Ostvareni uzorak blago odstupa od strukture populacije (nešto su zastupljenije žene, posebno starije od 60 godina, dok su muškarci mlađi od 30 godina nešto manje zastupljeni). Rezultati su ponderisani iterativnim postupkom (raking) prema strukturi punoljetnog stanovništva po polu i starosti (8 grupa) i po regionu, prema Popisu 2023. Ponderi se kreću od 0,89 do 1,15, a efekat dizajna usljed ponderisanja iznosi 1,006, što znači da ponderisanje praktično ne smanjuje preciznost.

Tabela 5. Struktura uzorka po polu i starosti prije i poslije ponderisanja.

Grupa	n	Uzorak (%)	Ponderisano (%)	Popis 2023 (%)
Muškarci 18–29	81	8,1	9,2	9,2
Žene 18–29	87	8,7	8,7	8,7
Muškarci 30–44	149	14,9	13,6	13,6
Žene 30–44	138	13,8	13,8	13,8
Muškarci 45–59	113	11,3	12,3	12,3
Žene 45–59	130	13,0	12,8	12,8
Muškarci 60+	124	12,4	13,4	13,4
Žene 60+	178	17,8	16,3	16,3

3.6. Kontrola logike upitnika

Logika CAPI upitnika obuhvata uslove prikaza pitanja, obaveznost odgovora i usklađenost unosa. Primjeri su usklađenost broja odabranih prepaid/postpaid kategorija u P10 sa brojem aktivnih mobilnih brojeva u P9, rangiranje u P55 bez ponavljanja ranga i odnos broja djece prema ukupnom broju članova domaćinstva. Ove kontrole ne predstavljaju provjeru statističke preciznosti niti otklanjaju moguće greške mjerenja.

3.7. Preciznost procjena

Za jednostavan slučajni uzorak od 1.000 ispitanika teorijska margina greške pri nivou povjerenja od 95% iznosi najviše ±3,1 p.p. pri procijenjenom udjelu od 50%; za manje podgrupe neizvjesnost je veća. Uz pretpostavljeni efekat dizajna od 1,3, orijentaciona margina iznosi oko ±3,5 p.p. Oznake razlika u tabelama zasnivaju se na orijentacionom poređenju dvije proporcije sa ovim efektom dizajna i nivoom povjerenja od 95%. Ove vrijednosti nijesu zasebna empirijska procjena ukupne greške istraživanja i ne obuhvataju moguće greške usljed nerazumijevanja pitanja, neodaziva ili netačnog odgovora.

Tabela 6. Margina greške (± p.p., interval povjerenja 95%).

Veličina (pod)uzorka	p = 50%	p = 30% ili 70%	p = 10% ili 90%	p = 50%, deff 1,3
1.000	3,1	2,8	1,9	3,5
700	3,7	3,4	2,2	4,2
500	4,4	4,0	2,6	5,0
300	5,7	5,2	3,4	6,5
200	6,9	6,4	4,2	7,9
100	9,8	9,0	5,9	11,2

3.8. Uporedivost sa ranijim istraživanjima

- Istraživanje 2025. obuhvata građane starije od 15 godina, a 2026. punoljetne. Razliku treba uvažiti pri poređenju korišćenja interneta, aplikacija i fiksne telefonije.
- U istraživanju 2025. uzorak je bio mlađi od populacije (15–34 godine: 34,9%; preko 54 godine: 26,3%), a ponderisano je po polu, godinama i regionu. U 2026. ponderiše se prema Popisu 2023 za punoljetno stanovništvo.
- Uporedni podaci 2023–2025. preuzeti su iz izvještaja za 2025. i izvornih izvještaja za 2023–2024. Poređenje je opisno pri promjenama populacije, formulacije, odgovora, filtera ili pravila višestrukog izbora. Ograničenja za P1, P12–13, P16–18, P25, P33–35, P42–44, P49–51, P54, P76, P79–80 i P84 objašnjena su uz pitanja.

4. Struktura uzorka

Tabela prikazuje strukturu uzorka po osnovnim demografskim obilježjima, prije i poslije ponderisanja. U uzorku su blago nadzastupljene žene i starije osobe, što se koriguje ponderisanjem.

Tabela 7. Struktura uzorka.

Obilježje	n	Uzorak (%)	Ponderisano (%)
Pol			
Muški	467	46,7	48,5
Ženski	533	53,3	51,5
Starost			
18–29	168	16,8	17,9
30–44	287	28,7	27,4
45–59	243	24,3	25,1
60 i više	302	30,2	29,7
Obrazovanje			
Bez obrazovanja	10	1,0	1,0
Osnovno obrazovanje	99	9,9	9,9
Srednje obrazovanje	594	59,4	59,4
Više obrazovanje	86	8,6	8,7
Visoko obrazovanje	168	16,8	16,8
Magistarske studije	36	3,6	3,6
Doktorat	7	0,7	0,7
Radni status			
Zaposlen ili samozaposlen	495	49,5	49,4
Nezaposlen	125	12,5	12,6
Student	58	5,8	6,1
Drugo, ne u radnom statusu (penzioner, neaktivan i sl.)	322	32,2	31,9
Tip mjesta stanovanja			
Uže gradsko područje	540	54,0	54,1
Prigradsko naselje	167	16,7	16,8
Selo	282	28,2	28,0
Ostalo	11	1,1	1,0
Region			
Sjever	254	25,4	24,8
Centar	485	48,5	48,9
Jug	261	26,1	26,3

U analizama po tipu naselja kategorija „ostalo“ (n = 11) pridružena je kategoriji „selo“.

Prosječna starost ispitanika je 48,4 godine (medijana 47). Prosječno domaćinstvo ima 3,40 člana, od čega 0,47 mlađih od 16 godina. Mjesečni prihod domaćinstva navelo je 715 ispitanika (71,5%), dok je 285 odbilo da odgovori ili ne zna; medijana navedenog prihoda je 1.250 €, a prosjek 1.548 €.

Tabela 8. Mjesečni prihod domaćinstva (P105, neponderisano).

Mjesečni prihod domaćinstva	n	% svih	% onih koji su naveli
do 300 €	60	6,0	8,4
301–600 €	99	9,9	13,8
601–1.000 €	116	11,6	16,2
1.001–1.500 €	157	15,7	22,0
1.501–2.000 €	100	10,0	14,0
preko 2.000 €	183	18,3	25,6
Odbija / ne zna	285	28,5	–

5. Fiksna telefonija

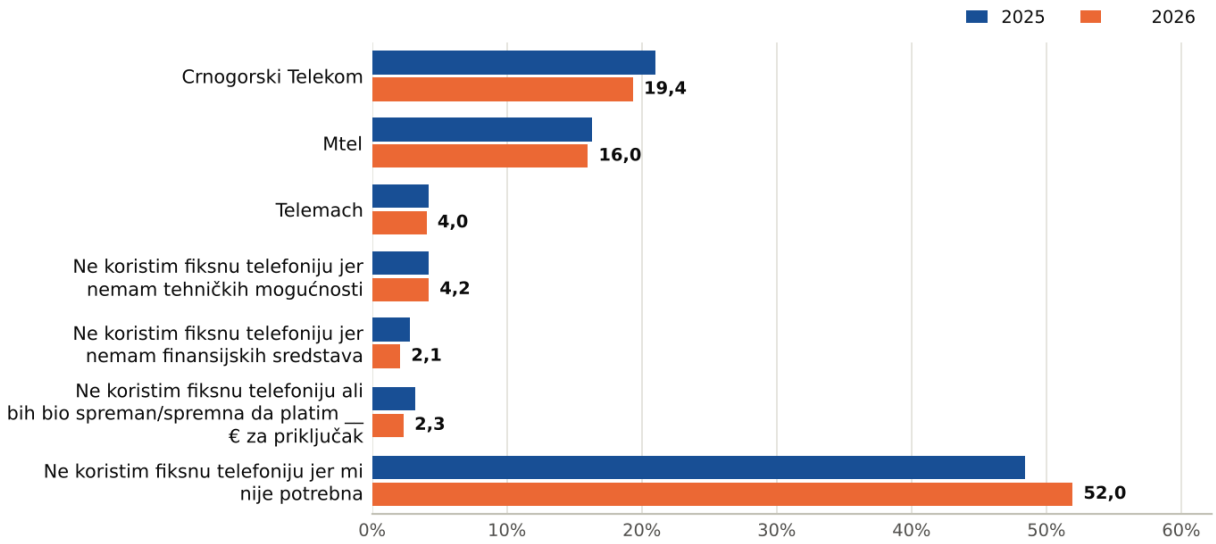
Fiksnu telefoniju, prema istraživanju, koristi 39,4% punoljetnih građana, naspram 41,5% u 2025. godini. Korišćenje fiksne telefonije snažno zavisi od starosti: fiksni priključak je i dalje uobičajen u domaćinstvima starijih građana, dok ga mlađi uglavnom ne smatraju potrebnim. Zadovoljstvo kvalitetom ostaje relativno visoko, ali je zadovoljstvo cijenom niže nego u 2025, u kontekstu povećanja cijena paketa tokom 2026. godine.

Ukratko

- Koristi fiksnu telefoniju: 39,4% (2025: 41,5%).
- Zadovoljni kvalitetom: 77,6%; cijenom: 69,4%.
- Smetnju je imalo 39,0% korisnika; vremenom otklanjanja zadovoljno je 65,2%.

1. Kojeg provajdera fiksne telefonije koristite?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 3. P1 – Kojeg provajdera fiksne telefonije koristite? (%)

Odgovor	2025	2026 (%)	n
Crnogorski Telekom	21,0	19,4	194
Mtel	16,3	16,0	160
Telemach	4,2	4,0	40
Ne koristim fiksnu telefoniju jer nemam tehničkih mogućnosti	4,2	4,2	42
Ne koristim fiksnu telefoniju jer nemam finansijskih sredstava	2,8	2,1	21
Ne koristim fiksnu telefoniju ali bih bio spreman/spremna da platim __ € za priključak	3,2	2,3	24
Ne koristim fiksnu telefoniju jer mi nije potrebna	48,4	52,0	519

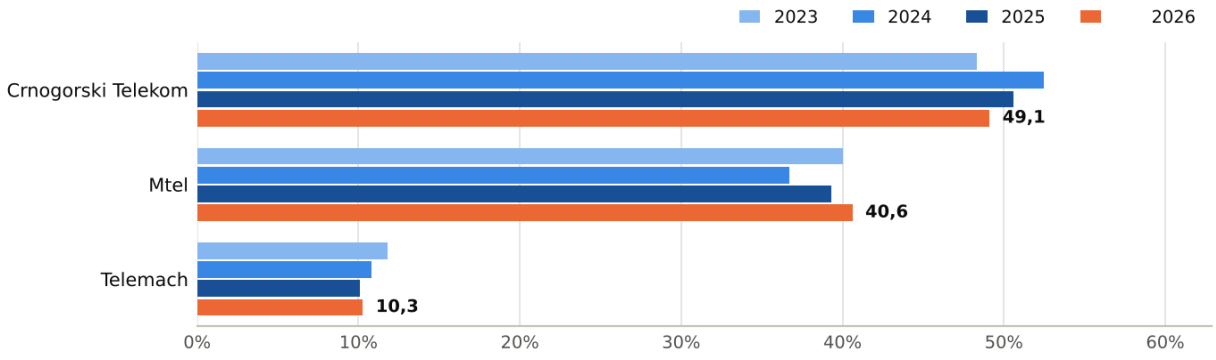
Udio korisnika fiksne telefonije u istraživanju iznosi 39,4%, što je 2,1 p.p. manje nego u 2025. godini (41,5%). Najčešći odgovor je „Ne koristim fiksnu telefoniju jer mi nije potrebna“ (52,0%), a zatim slijedi „Crnogorski Telekom“ (19,4%). Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „starost“; udio korisnika fiksne telefonije je najveći među ispitanicima od 60 i više godina (53,5%), a najmanji među ispitanicima od 18 do 29 godina (30,4%).

Opcija „Ne koristim fiksnu telefoniju jer mi nije potrebna“ omogućava odgovor ispitanicima koji nemaju potrebu za ovom uslugom.

Među ispitanicima koji su naveli spremnost da plate priključak (n = 24), neponderisani prosjek je 22,5 €, medijana 20,0 €, a navedeni iznosi su od 10,0 € do 40,0 €. Ovi iznosi opisuju malu podgrupu i ne predstavljaju procjenu spremnosti na plaćanje svih građana.

Tabela 9. P1 – udio korisnika fiksne telefonije, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio korisnika fiksne telefonije (%)
Region		
Sjever	254	38,0
Centar	485	41,5
Jug	261	36,9
Pol		
Muškarci	467	40,0
Žene	533	38,8
Starost		
18–29	168	30,4
30–44	287	31,7
45–59	243	37,5
60+	302	53,5
Naselje		
Grad	540	37,8
Prigradsko	167	39,9
Selo	293	42,0
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	49,8
Srednje	594	40,5
Više/visoko	297	33,3

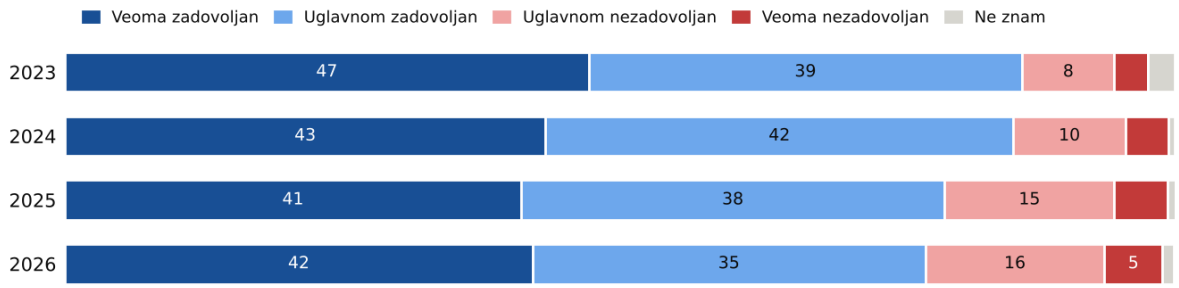


Grafikon 4. P1 – udio provajdera fiksne telefonije među korisnicima fiksne telefonije (%)

Među korisnicima fiksne telefonije Crnogorski Telekom ima najveći udio (49,1%), a slijede Mtel (40,6%) i Telemach (10,3%), uz isti redosljed kao u 2025. godini. Posmatrano po regionima, Crnogorski Telekom i Mtel najveće udjele imaju na sjeveru (52,4% i 44,4%), dok je udio Telemacha najveći u južnom regionu (13,9%).

2. Generalno govoreći, u kojoj mjeri ste zadovoljni kvalitetom i cijenom usluga fiksne telefonije?

Baza: korisnici fiksne telefonije (n = 394, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).

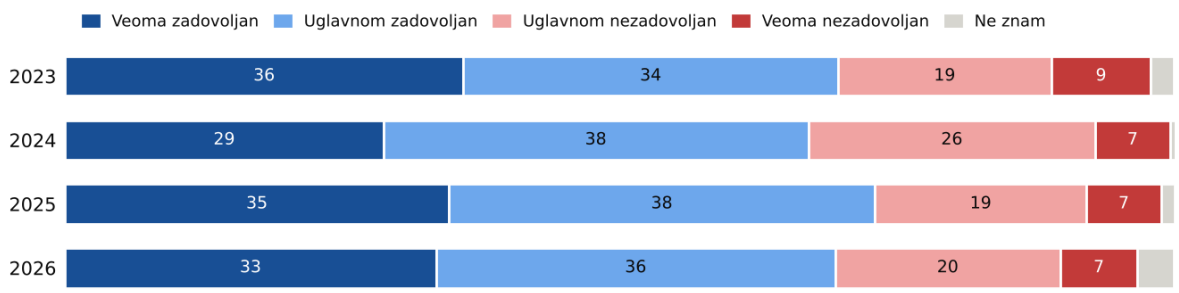


Grafikon 5. P2 – Kvalitet usluga: raspodjela odgovora po godinama (%)

Kvalitet usluga: Zadovoljno je ukupno 77,6% ispitanika (veoma zadovoljan 42,1%, uglavnom zadovoljan 35,4%), što je 1,7 p.p. manje nego u 2025. godini (79,3%). Nezadovoljno je 21,4%. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

Tabela 10. P2 – udio zadovoljnih kvalitetom usluga fiksne telefonije, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih kvalitetom usluga fiksne telefonije (%)
Region		
Sjever	97	75,2
Centar	201	78,0
Jug	96	78,9
Pol		
Muškarci	185	75,8
Žene	209	79,3
Starost		
18–29	51	75,0
30–44	91	80,5
45–59	91	72,6
60+	161	79,8
Naselje		
Grad	205	79,4
Prigradsko	66	79,1
Selo	123	73,6
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	54	76,8
Srednje	241	77,4
Više/visoko	99	78,4



Grafikon 6. P2 – Cijena usluga: raspodjela odgovora po godinama (%)

Cijena usluga: Zadovoljno je ukupno 69,4% ispitanika (veoma zadovoljan 33,4%, uglavnom zadovoljan 36,0%), što je 3,6 p.p. manje nego u 2025. godini (73,0%). Nezadovoljno je 27,2%. Najveći udio zadovoljnih zabilježen je među stanovnicima užeg gradskog područja (71,7%), a najmanji među stanovnicima prigradskih naselja (59,9%).

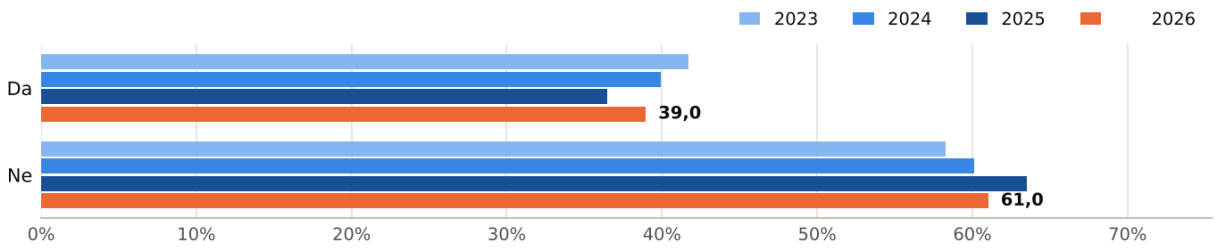
Tabela 11. P2 – udio zadovoljnih cijenom usluga fiksne telefonije, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih cijenom usluga fiksne telefonije (%)
Region		
Sjever	97	72,5
Centar	201	67,5
Jug	96	70,6
Pol		
Muškarci	185	68,5
Žene	209	70,4
Starost		
18–29	51	66,3
30–44	91	71,6
45–59	91	65,6
60+	161	71,6
Naselje		
Grad	205	71,7
Prigradsko	66	59,9
Selo	123	70,9
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	54	69,5
Srednje	241	66,0
Više/visoko	99	77,7

Kod fiksne telefonije, za razliku od mobilne, TV i internet usluge, istraživanje ne pokazuje jasnu vezu između iznosa povećanja cijene i ocjene cijene (poglavlje 14.5), pa pad treba tumačiti oprezno; baza je manja (394 korisnika).

3. Da li ste u posljednjih godinu dana imali smetnju i/ili prekid prilikom korišćenja usluge fiksne telefonije?

Baza: korisnici fiksne telefonije (n = 394, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



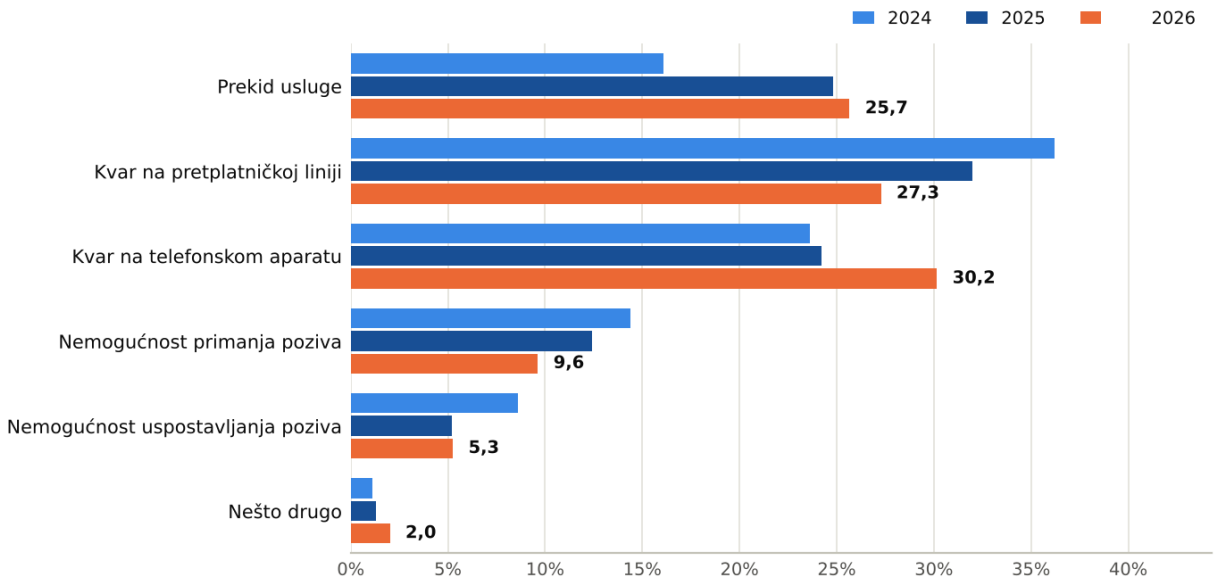
Grafikon 7. P3 – Smetnja i/ili prekid fiksne telefonije u posljednjih godinu dana (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	41,7	39,9	36,5	39,0	153
Ne	58,3	60,1	63,5	61,0	241

Udio korisnika fiksne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid u istraživanju iznosi 39,0%, što je 2,5 p.p. više nego u 2025. godini (36,5%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 60 i više godina (43,0%), a najmanji među ispitanicima od 18 do 29 godina (27,0%).

4. O kojoj vrsti smetnje se radilo?

Baza: korisnici fiksne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid (n = 153, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 8. P4 – Vrsta smetnje (fiksna) (%)

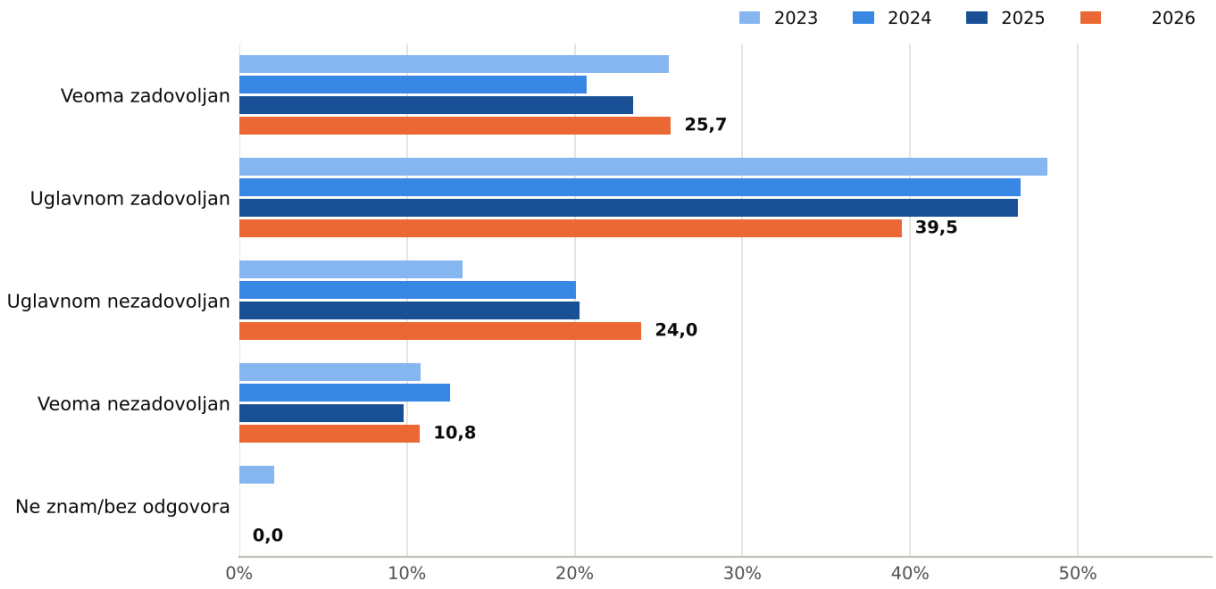
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Prekid usluge	16,1	24,8	25,7	39
Kvar na pretplatničkoj liniji	36,2	32,0	27,3	42
Kvar na telefonskom aparatu	23,6	24,2	30,2	46
Nemogućnost primanja poziva	14,4	12,4	9,6	15
Nemogućnost uspostavljanja poziva	8,6	5,2	5,3	8
Nešto drugo	1,1	1,3	2,0	3

Najčešći odgovor je „Kvar na telefonskom aparatu“ (30,2%), a slijedi „Kvar na pretplatničkoj liniji“ (27,3%).

Kvarovi na liniji češći su u seoskim područjima (34,3% smetnji na selu, naspram 21,6% u gradu). Zbog male baze (153 korisnika sa smetnjom) promjene u odnosu na 2025. su neznatne.

5. U kojoj mjeri ste zadovoljni vremenom otklanjanja smetnje i/ili prekida?

Baza: korisnici fiksne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid (n = 153, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



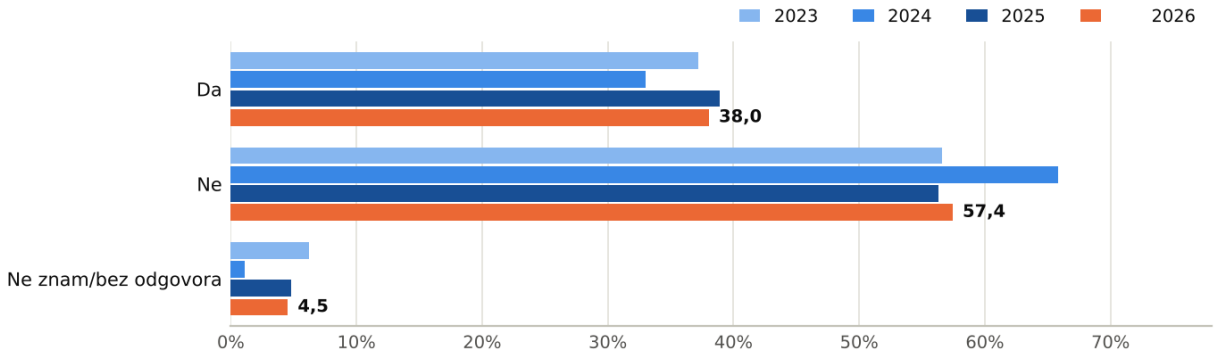
Grafikon 9. P5 – Zadovoljstvo vremenom otklanjanja smetnje (fiksna) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	25,6	20,7	23,5	25,7	39
Uglavnom zadovoljan	48,2	46,6	46,4	39,5	60
Uglavnom nezadovoljan	13,3	20,1	20,3	24,0	37
Veoma nezadovoljan	10,8	12,6	9,8	10,8	17
Ne znam/bez odgovora	2,1	0,0	0,0	0,0	0

Zadovoljno je ukupno 65,2% (veoma 25,7%, uglavnom 39,5%), a nezadovoljno 34,8% (uglavnom 24,0%, veoma 10,8%) ispitanika. Udio ispitanika zadovoljnih vremenom otklanjanja smetnje je za 4,7 p.p. manji nego u 2025. godini (69,9%). Najveći udio zabilježen je među muškarcima (74,8%), a najmanji među ženama (56,1%).

6. Da li ste u posljednjih godinu dana kontaktirali podršku za korisnike (call centar) svog provajdera fiksne telefonije?

Baza: korisnici fiksne telefonije (n = 394, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 10. P6 – Kontakt sa call centrom provajdera fiksne telefonije (%)

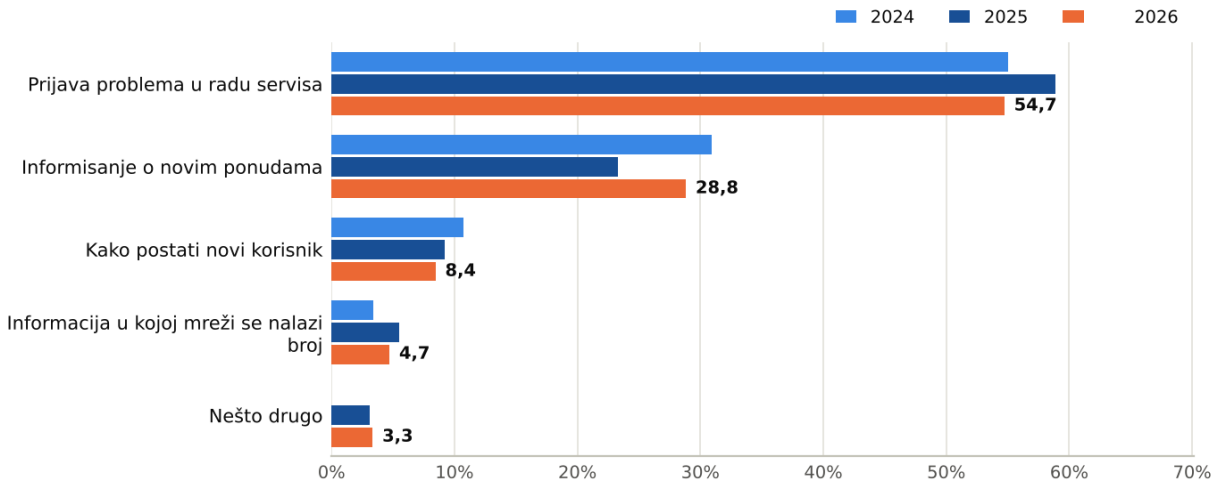
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	37,2	33,0	38,9	38,0	150
Ne	56,6	65,8	56,3	57,4	226
Ne znam/bez odgovora	6,2	1,1	4,8	4,5	18

Udio korisnika fiksne telefonije koji su kontaktirali call centar u istraživanju iznosi 38,0%, što je 0,9 p.p. manje nego u 2025. godini (38,9%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 30 do 44 godine (48,9%), a najmanji među ispitanicima od 45 do 59 godina (26,6%).

Pitanje se odnosi na kontakt sa korisničkom podrškom provajdera fiksne telefonije u posljednjih godinu dana.

7. Koji je razlog kontaktiranja podrške za korisnike (call centar)?

Baza: korisnici fiksne telefonije koji su kontaktirali call centar (n = 150, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 11. P7 – Razlog kontaktiranja call centra (fiksna) (%)

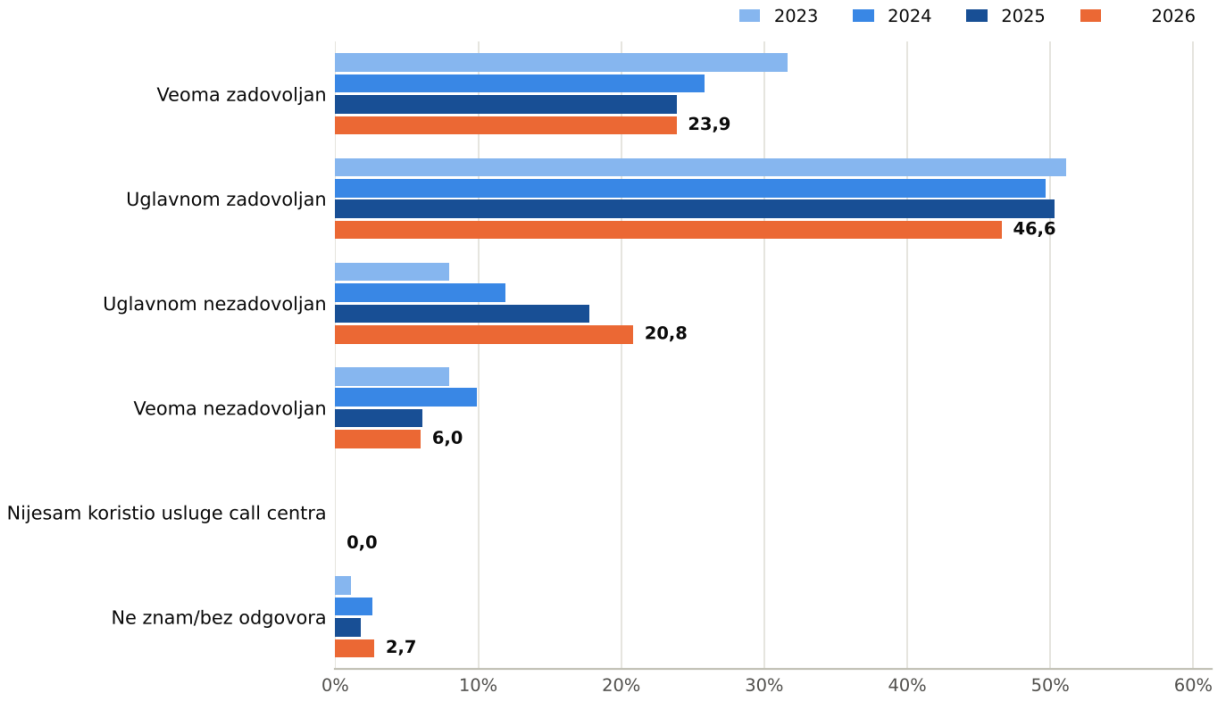
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Prijava problema u radu servisa	55,0	58,9	54,7	82
Informisanje o novim ponudama	30,9	23,3	28,8	43
Kako postati novi korisnik	10,7	9,2	8,4	13
Informacija u kojoj mreži se nalazi broj	3,4	5,5	4,7	7
Nešto drugo	0,0	3,1	3,3	5

Najčešći odgovor je „Prijava problema u radu servisa“ (54,7%), a zatim slijedi „Informisanje o novim ponudama“ (28,8%).

Prijava problema u radu servisa razmatra se zajedno sa iskustvom smetnje iz P3.

8. Kako ste zadovoljni uslugom podrške za korisnike (call centra)?

Baza: korisnici fiksne telefonije koji su kontaktirali call centar (n = 150, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 12. P8 – Zadovoljstvo call centrom (fiksna) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	31,6	25,8	23,9	23,9	36
Uglavnom zadovoljan	51,1	49,7	50,3	46,6	70
Uglavnom nezadovoljan	8,0	11,9	17,8	20,8	31
Veoma nezadovoljan	8,0	9,9	6,1	6,0	9
Nijesam koristio usluge call centra	–	–	–	0,0	0
Ne znam/bez odgovora	1,1	2,6	1,8	2,7	4

Zadovoljno je ukupno 70,5% ispitanika (veoma 23,9%, uglavnom 46,6%), a nezadovoljno 26,8% (uglavnom 20,8%, veoma 6,0%). Udio zadovoljnih uslugom call centra provajdera fiksne telefonije manji je za 3,7 p.p. nego u 2025. godini (74,2%). Najveći udio zadovoljnih zabilježen je među ispitanicima sa sjevera (76,4%), a najmanji među ispitanicima sa juga (65,0%).

6. Mobilna telefonija

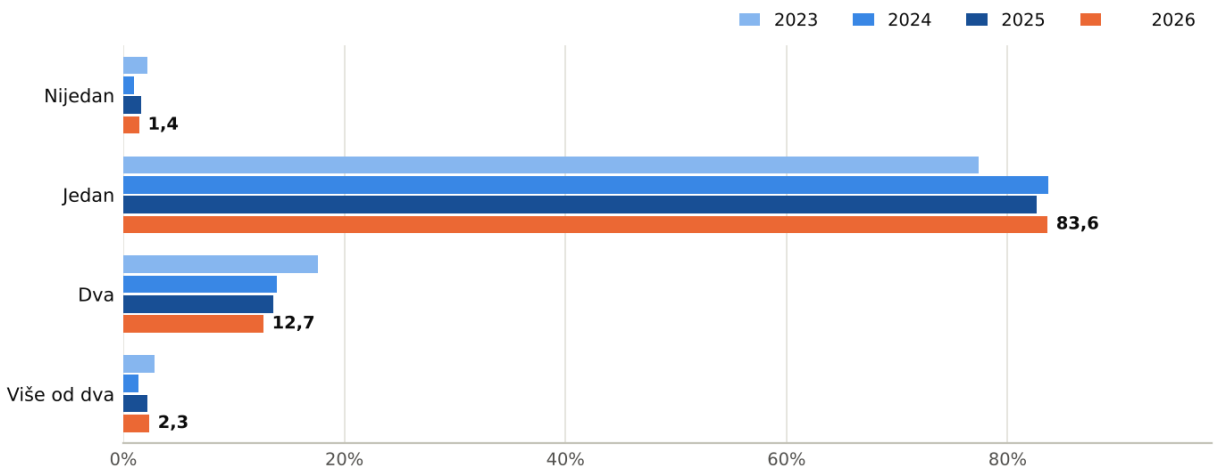
Prema istraživanju, mobilnu telefoniju koristi 98,6% punoljetnih građana. Kod mobilne telefonije istovremeno se bilježe rast udjela telefona koji podržava 5G i korišćenja mobilnog interneta, ali i povećanja cijena paketa tokom 2026. godine. Istraživanje pokazuje dalji, blaži pad zadovoljstva kvalitetom i izraženiji pad zadovoljstva cijenom, uz stabilno visoko zadovoljstvo pokrivenošću signalom.

Ukratko

- Koristi mobilnu telefoniju: 98,6%; dva ili više brojeva ima 15,0%.
- Zadovoljni kvalitetom: 71,9% (2025: 74,6%); cijenom: 64,4% (2025: 69,8%).
- Zadovoljni pokrivenošću signalom: 83,2%; telefon koji podržava 5G: 61,1% korisnika telefona sa pristupom internetu.

9. Koliko imate aktivnih mobilnih brojeva?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



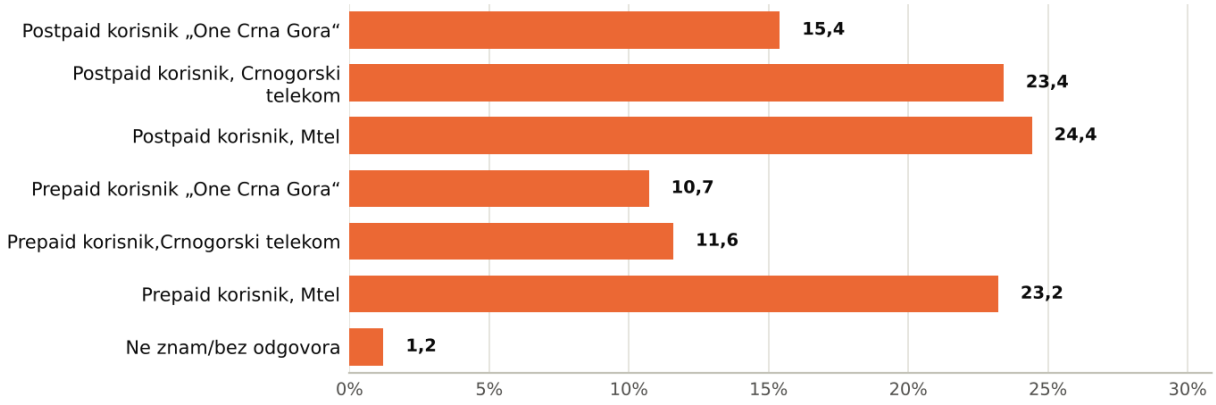
Grafikon 13. P9 – Broj aktivnih mobilnih brojeva (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Nijedan	2,2	1,0	1,6	1,4	14
Jedan	77,4	83,7	82,6	83,6	838
Dva	17,6	13,9	13,6	12,7	125
Više od dva	2,8	1,4	2,2	2,3	23

Najčešći odgovor je „Jedan“ (83,6%), a slijedi „Dva“ (12,7%). Udio ispitanika sa dva ili više aktivnih mobilnih brojeva u istraživanju iznosi 15,0%, što je 0,8 p.p. manje nego u 2025. godini (15,8%). Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

10. Da li ste: (moguće 3 odgovora)

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 14. P10 – tip korisnika i operator (više odgovora, % korisnika mobilne telefonije)

Tabela 12. Udio operatora u broju korisnika mobilne telefonije (normalizovano na 100%) i struktura postpaid/prepaid po operatoru.

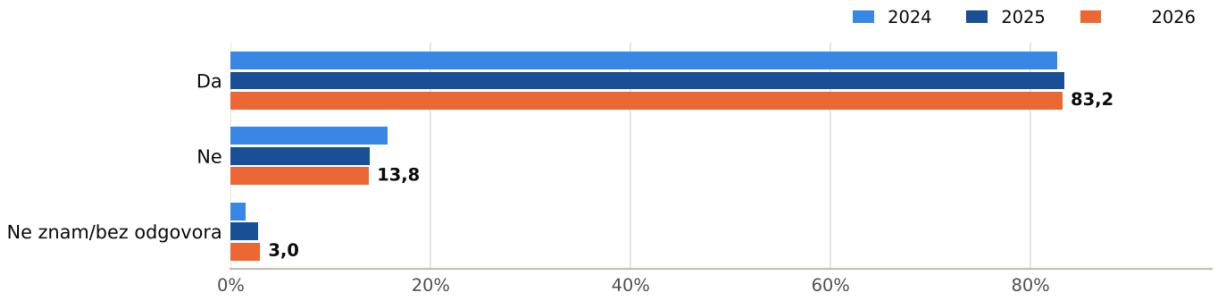
Operator	Udio 2025 (%)	Udio 2026 (%)	Postpaid (%)	Prepaid (%)
Mtel	41,3	43,8	51,3	48,7
Crnogorski Telekom	33,2	32,2	66,9	33,1
One Crna Gora	25,5	24,0	59,0	41,0

Udio operatora u ukupnom broju korisnika (normalizovano na 100%) u istraživanju iznosi: Mtel 43,8%, Crnogorski Telekom 32,2% i One Crna Gora 24,0%, što je u skladu sa 2025. godinom (41,3%, 33,2% i 25,5%). Crnogorski Telekom ima najveći udio postpaid korisnika, a Mtel najveći udio prepaid korisnika. Broj odabranih prepaid/postpaid kategorija usklađen je sa brojem aktivnih brojeva (P9), pa korisnik sa jednim brojem može označiti samo jednu kategoriju; u istraživanju je 1,2% korisnika odgovorilo „ne znam“ (uglavnom stariji korisnici).

Normalizovani udjeli služe poređenju zastupljenosti operatora u odgovorima korisnika i razlikuju se od administrativnih podataka o tržišnim udjelima.

11. Da li ste zadovoljni pokrivenošću signalom svog mobilnog operatora u Crnoj Gori?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 15. P11 – Zadovoljstvo pokrivenošću signalom (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	82,7	83,4	83,2	820
Ne	15,7	13,9	13,8	137
Ne znam/bez odgovora	1,5	2,7	3,0	29

Udio korisnika zadovoljnih pokrivenošću signalom u istraživanju iznosi 83,2%, što je 0,2 p.p. manje nego u 2025. godini (83,4%). Najveći udio zabilježen je među stanovnicima prigradskih naselja (88,6%), a najmanji među stanovnicima sela (78,1%).

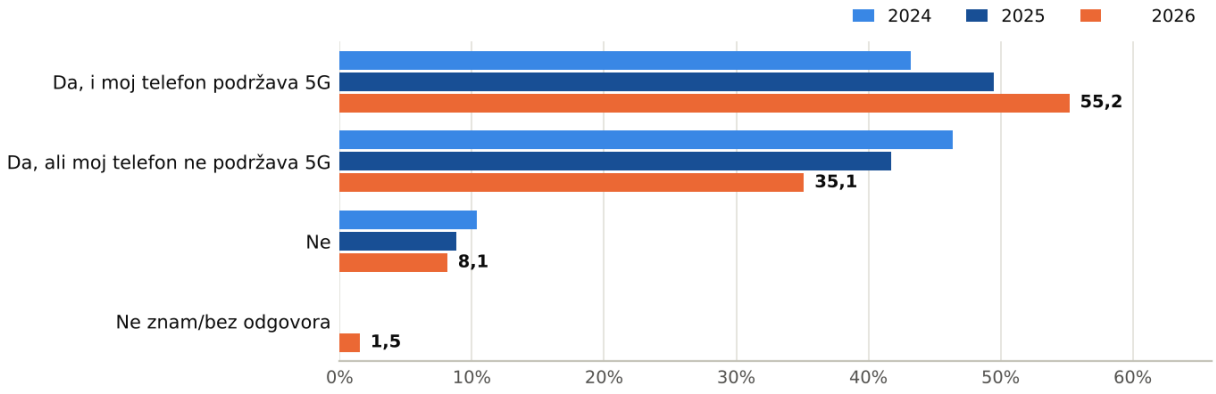
Nezadovoljstvo pokrivenošću izraženije je u seoskim naseljima i na sjeveru. Nalaz opisuje iskustvo korisnika i ukazuje na područja za detaljnije sagledavanje kvaliteta usluge.

Tabela 13. P11 – udio korisnika zadovoljnih pokrivenošću signalom, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio korisnika zadovoljnih pokrivenošću signalom (%)
Region		
Sjever	251	80,4
Centar	479	83,6
Jug	256	85,1
Pol		
Muškarci	459	80,8
Žene	527	85,5
Starost		
18–29	168	86,3
30–44	287	83,9
45–59	241	82,5
60+	290	81,2
Naselje		
Grad	534	84,2
Prigradsko	166	88,6
Selo	286	78,1
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	104	78,7
Srednje	589	83,8
Više/visoko	293	83,6

12. Da li imate telefon putem kojeg možete pristupiti internetu?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 16. P12 – Telefon sa pristupom internetu / 5G (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da, i moj telefon podržava 5G	43,2	49,5	55,2	543
Da, ali moj telefon ne podržava 5G	46,4	41,7	35,1	347
Ne	10,4	8,8	8,1	81
Ne znam/bez odgovora	–	–	1,5	15

Udio korisnika čiji telefon podržava 5G u istraživanju iznosi 55,2%, što je 5,7 p.p. više nego u 2025. godini (49,5%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 18 do 29 godina (74,1%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (33,1%).

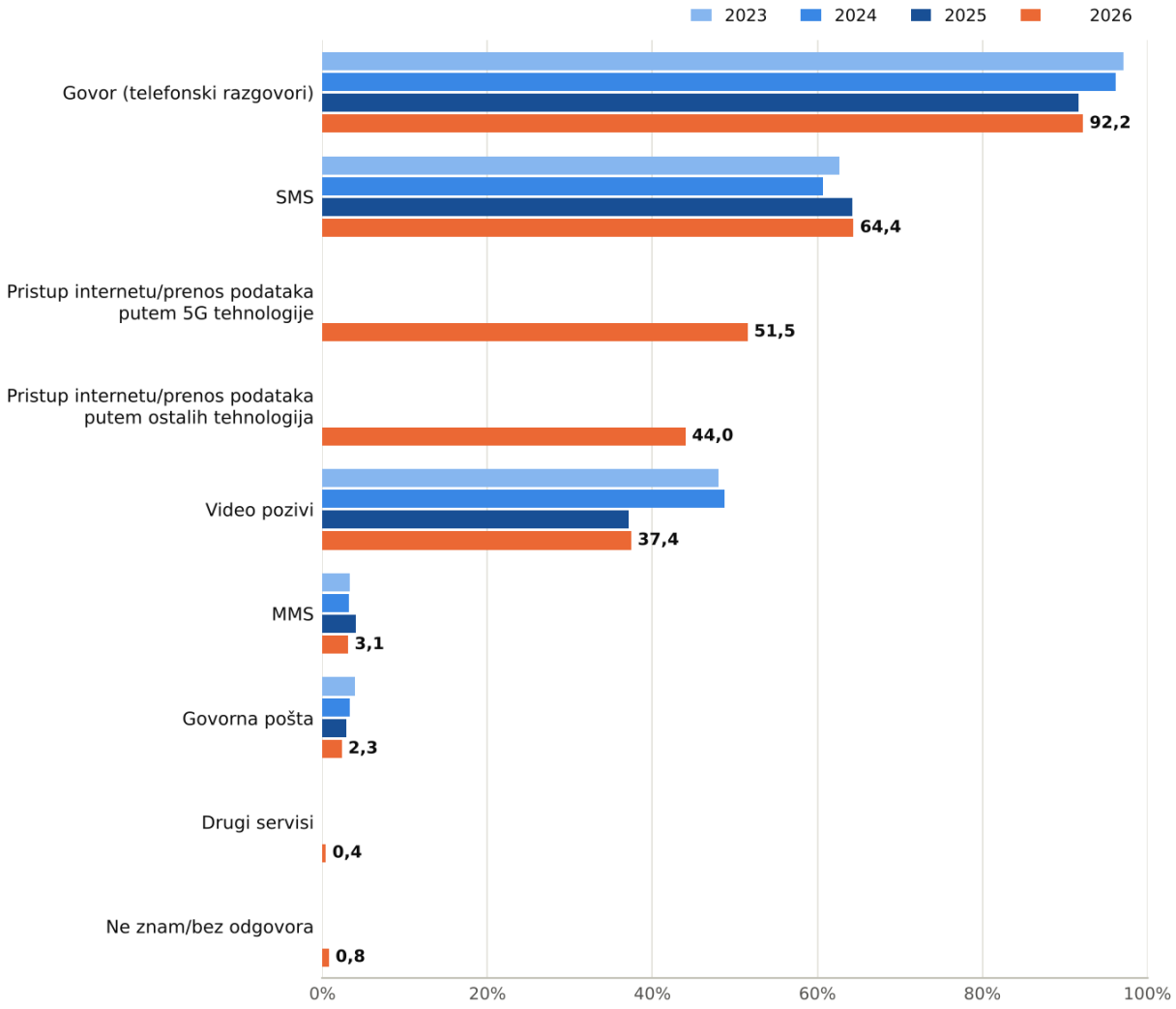
U upitniku 2026 pitanje objedinjuje posjedovanje telefona sa pristupom internetu i podršku za 5G (u 2025. to su bila dva pitanja). Vrijednosti za 2024. i 2025. izračunate su iz ta dva pitanja i uporedive su orijentaciono. Rast udjela 5G telefona prati zamjenu uređaja i širenje 5G mreže (oko 90% pokrivenosti stanovništva).

Tabela 14. P12 – udio korisnika čiji telefon podržava 5G, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio korisnika čiji telefon podržava 5G (%)
Region		
Sjever	251	57,7
Centar	479	53,1
Jug	256	56,7
Pol		
Muškarci	459	55,6
Žene	527	54,9
Starost		
18–29	168	74,1
30–44	287	65,5
45–59	241	55,6
60+	290	33,1
Naselje		
Grad	534	57,8
Prigradsko	166	53,8
Selo	286	51,0
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	104	36,7
Srednje	589	55,2
Više/visoko	293	61,8

13. Koje usluge mobilne telefonije koristite?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



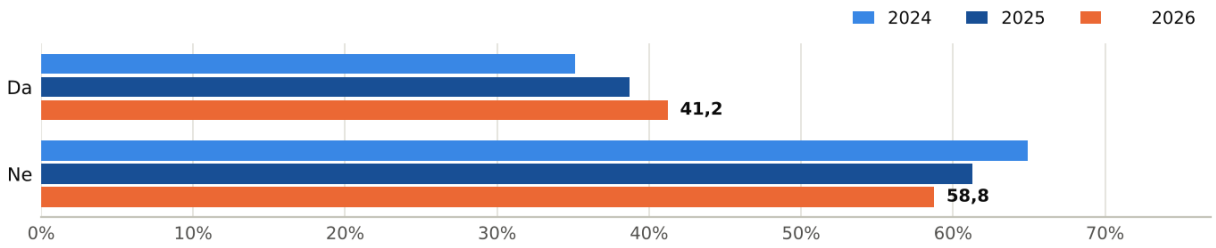
Grafikon 17. P13 – Usluge mobilne telefonije koje koristi (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Govor (telefonski razgovori)	97,1	96,2	91,7	92,2	909
SMS	62,7	60,7	64,2	64,4	633
Pristup internetu/prenos podataka putem 5G tehnologije	–	–	–	51,5	507
Pristup internetu/prenos podataka putem ostalih tehnologija	–	–	–	44,0	434
Video pozivi	48,0	48,7	37,1	37,4	365
MMS	3,3	3,2	4,0	3,1	30
Govorna pošta	3,9	3,3	2,9	2,3	23
Drugi servisi	–	–	–	0,4	4
Ne znam/bez odgovora	–	–	–	0,8	8

Među uslugama mobilne telefonije ispitanici najčešće navode „Govor (telefonski razgovori)“ (92,2%), „SMS“ (64,4%) i „Pristup internetu/prenos podataka putem 5G tehnologije“ (51,5%). Mobilni internet putem 5G i/ili drugih tehnologija koristi 93,5% ispitanika čiji telefon ima pristup internetu (baza n = 890), odnosno 84,5% svih korisnika mobilne telefonije (baza n = 986). U oba obračuna internet koristi istih 832 ispitanika; oni koji koriste obje tehnologije broje se jednom. Poređenje sa 2025. tumači se uz uvažavanje različitih ponuđenih odgovora i baza.

14. Da li ste u posljednjih godinu dana imali smetnju i/ili prekid prilikom korišćenja usluge mobilne telefonije?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



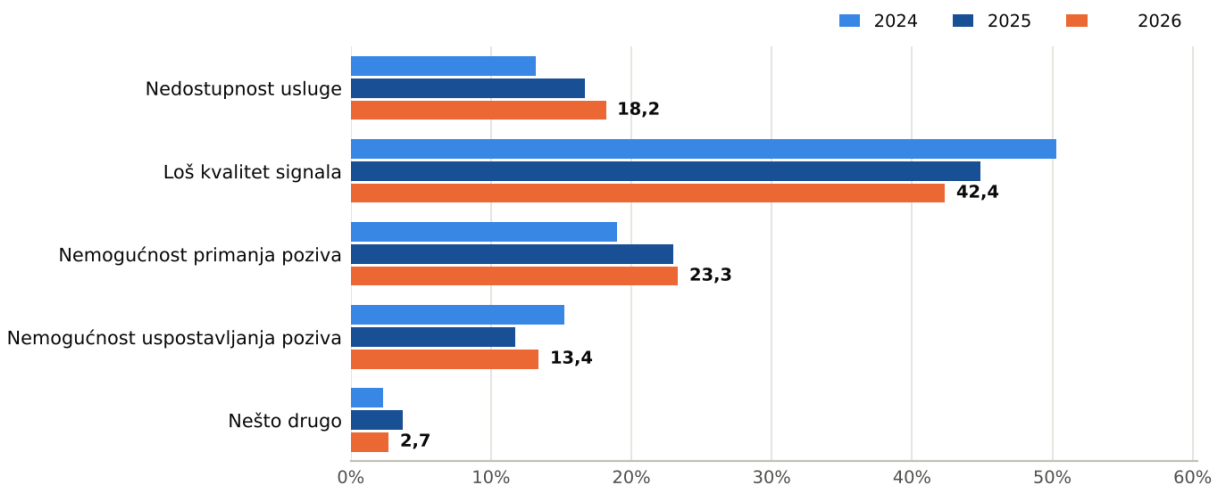
Grafikon 18. P14 – Smetnja i/ili prekid mobilne telefonije (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	35,1	38,7	41,2	405
Ne	64,9	61,3	58,8	581

Korisnici uglavnom nisu imali smetnju i/ili prekid prilikom korišćenja usluge mobilne telefonije (58,8%). Udio korisnika koji su imali smetnju i/ili prekid u mobilnoj telefoniji u istraživanju iznosi 41,2%, što je 2,5 p.p. više nego u 2025. godini (38,7%). Najveći udio zabilježen je među stanovnicima sela (52,0%), a najmanji među stanovnicima prigradskih naselja (35,0%).

15. O kojoj vrsti smetnje se radilo?

Baza: korisnici mobilne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid (n = 405, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



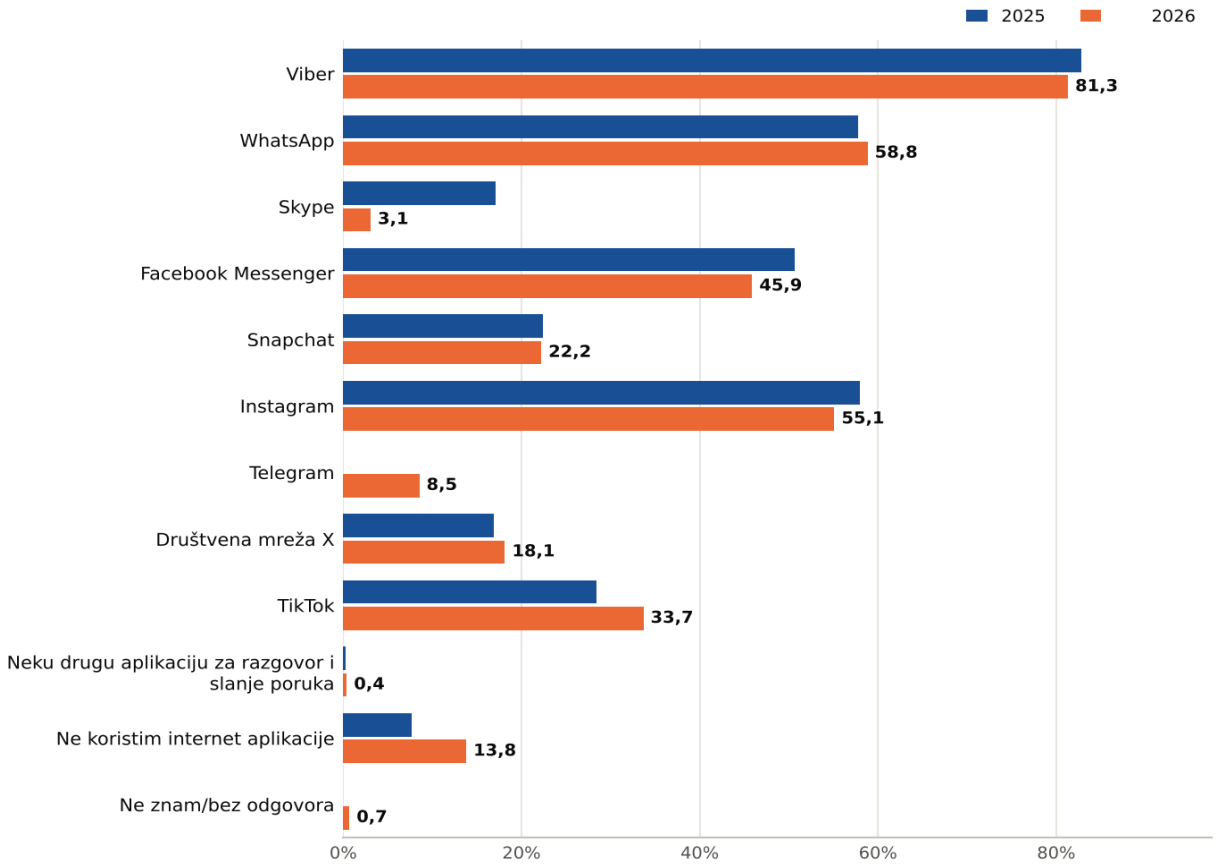
Grafikon 19. P15 – Vrsta smetnje (mobilna) (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Nedostupnost usluge	13,2	16,7	18,2	73
Loš kvalitet signala	50,3	44,9	42,4	172
Nemogućnost primanja poziva	19,0	23,0	23,3	94
Nemogućnost uspostavljanja poziva	15,2	11,7	13,4	55
Nešto drugo	2,3	3,7	2,7	11

Što se tiče vrste smetnje najčešći odgovor je „Loš kvalitet signala“ (42,4%), a slijedi „Nemogućnost primanja poziva“ (23,3%).

16. Koje od sljedećih internet aplikacija koristite na svom mobilnom telefonu?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Raniji izvještaji navode bazu vlasnika pametnih telefona, dok 2026. obuhvata sve korisnike mobilne telefonije; poređenje aplikacija je orijentaciono. Crtica za X u 2023. označava da stavka nije bila ponuđena.



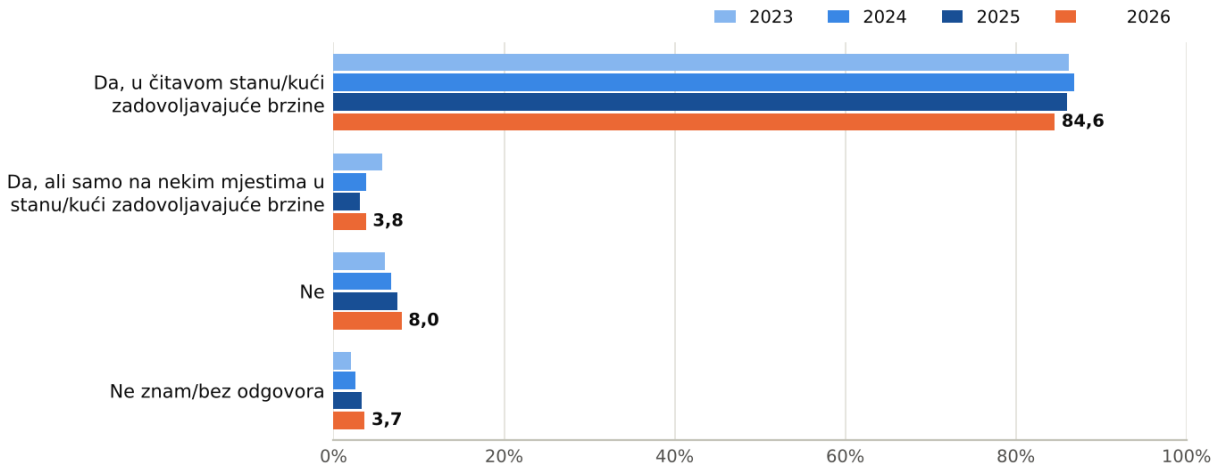
Grafikon 20. P16 – Internet aplikacije na mobilnom telefonu (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Viber	97,2	86,8	82,8	81,3	801
WhatsApp	54,7	56,2	57,8	58,8	579
Skype	5,9	9,8	17,1	3,1	31
Facebook Messenger	52,6	56,0	50,7	45,9	451
Snapchat	15,0	16,9	22,4	22,2	214
Instagram	68,6	60,5	58,0	55,1	542
Telegram	–	–	–	8,5	83
Društvena mreža X	0,0	11,7	16,9	18,1	177
TikTok	15,3	25,6	28,4	33,7	329
Neku drugu aplikaciju za razgovor i slanje poruka	0,3	0,2	0,3	0,4	4
Ne koristim internet aplikacije	1,1	8,7	7,7	13,8	137
Ne znam/bez odgovora	–	–	–	0,7	7

Među internet aplikacijama na mobilnom telefonu ispitanici najčešće navode da koriste Viber (81,3%), WhatsApp (58,8%) i Instagram (55,1%). Udio onih koji navode da ne koriste internet aplikacije iznosi 13,8%, u poređenju sa 7,7% u 2025. godini, dok je udio onih koji navode Skype niži (3,1% prema 17,1%). Poređenje treba tumačiti oprezno zbog razlika u bazama odgovora i starosnom obuhvatu ciljne populacije. Microsoft je obustavio Skype za potrošače 5. maja 2025. godine, pa iskazano korišćenje u 2026. predstavlja odgovor ispitanika, bez potvrde načina korišćenja. Telegram je nova stavka u upitniku za 2026. godinu.

17. Da li je na adresi Vašeg mjesta stanovanja dostupna usluga mobilnog Interneta?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Ranije raspodjele odnose se na ukupnu ciljnu populaciju, a 2026. na korisnike mobilne telefonije; poređenje je opisno.



Grafikon 21. P17 – Dostupnost mobilnog interneta na adresi stanovanja (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da, u čitavom stanu/kući zadovoljavajuće brzine	86,2	86,8	86,0	84,6	833
Da, ali samo na nekim mjestima u stanu/kući zadovoljavajuće brzine	5,7	3,8	3,1	3,8	38
Ne	6,0	6,8	7,5	8,0	79
Ne znam/bez odgovora	2,0	2,6	3,3	3,7	36

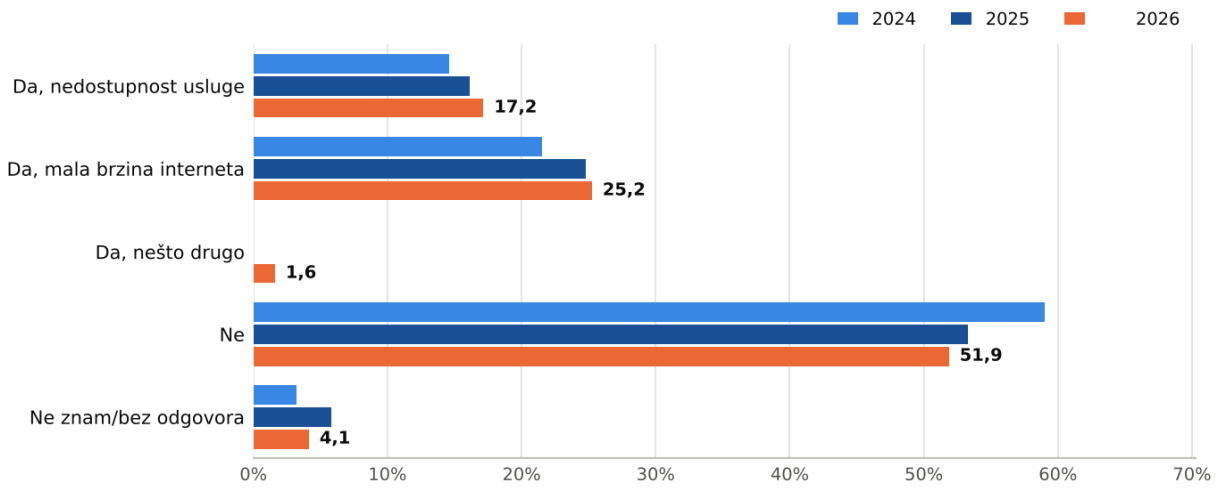
Udio korisnika kojima je mobilni internet dostupan u čitavom stanu/kući u istraživanju iznosi 84,6%, što je 1,4 p.p. manje nego u 2025. godini (86,0%). Poređenje je opisno zbog razlike u bazi ispitanika. Najveći udio zabilježen je među stanovnicima užeg gradskog područja (90,7%), a najmanji među stanovnicima sela (73,0%).

Tabela 15. P17 – udio korisnika kojima je mobilni internet dostupan u čitavom stanu/kući, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio korisnika kojima je mobilni internet dostupan u čitavom stanu/kući (%)
Region		
Sjever	251	81,9
Centar	479	86,4
Jug	256	83,6
Pol		
Muškarci	459	85,8
Žene	527	83,4
Starost		
18–29	168	88,5
30–44	287	84,6
45–59	241	83,1
60+	290	83,4
Naselje		
Grad	534	90,7
Prigradsko	166	84,6
Selo	286	73,0
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	104	79,1
Srednje	589	86,1
Više/visoko	293	83,3

18. Da li ste imali problema u radu mobilnog interneta?

Baza: korisnici telefona sa pristupom internetu (n = 890, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 22. P18 – Problemi u radu mobilnog interneta (%)

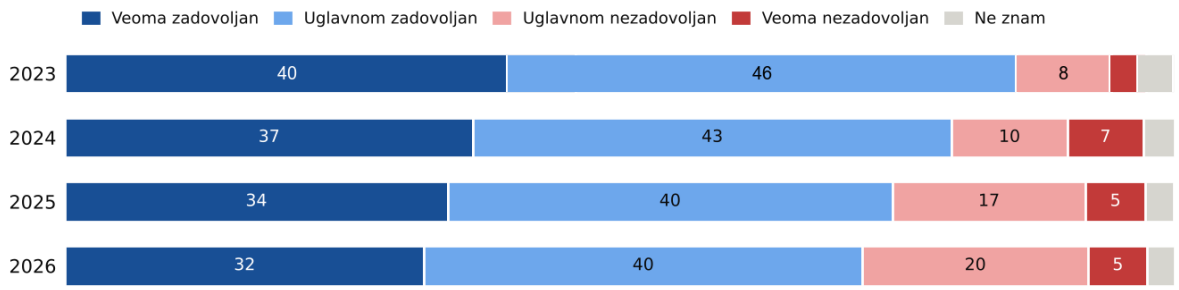
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da, nedostupnost usluge	14,6	16,1	17,2	152
Da, mala brzina interneta	21,5	24,8	25,2	225
Da, nešto drugo	–	–	1,6	14
Ne	59,0	53,3	51,9	462
Ne znam/bez odgovora	3,2	5,8	4,1	37

Najčešći odgovor je „Ne“ (51,9%), a slijedi „Da, mala brzina interneta“ (25,2%). Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „naselje“: udio korisnika koji su imali problema u radu mobilnog interneta je najveći među stanovnicima sela (59,5%), a najmanji među stanovnicima užeg gradskog područja (37,8%).

Vrijednosti za 2024. i 2025. izračunate su iz udjela onih koji su imali problem i navedenih razloga (u 2025. pitanje je imalo dva koraka).

19. Generalno govoreći, u kojoj mjeri ste zadovoljni kvalitetom i cijenom usluga mobilne telefonije?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).

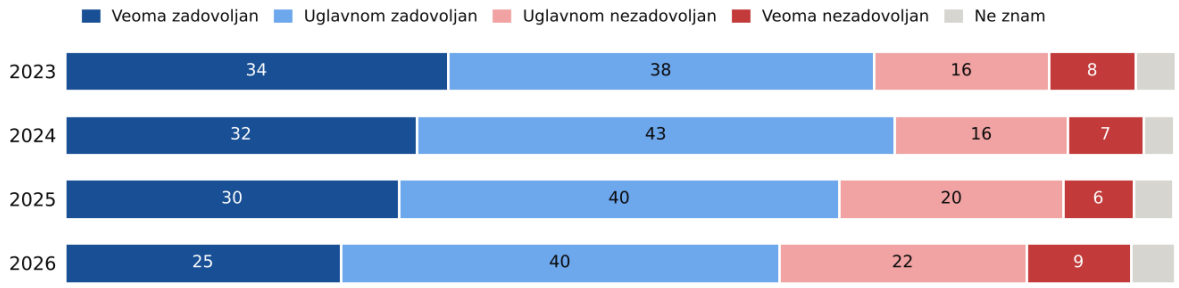


Grafikon 23. P19 – Kvalitet usluga: raspodjela odgovora po godinama (%)

Kvalitet usluga: Udio ispitanika zadovoljnih kvalitetom usluga mobilne telefonije u istraživanju iznosi 71,9% (veoma zadovoljan 32,4%, uglavnom zadovoljan 39,5%), što je 2,7 p.p. manje nego u 2025. godini (74,6%). Najveći udio zabilježen je među stanovnicima užeg gradskog područja (75,2%), a najmanji među stanovnicima sela (65,3%).

Tabela 16. P19 – udio zadovoljnih kvalitetom usluga mobilne telefonije, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih kvalitetom usluga mobilne telefonije (%)
Region		
Sjever	251	71,1
Centar	479	72,2
Jug	256	72,1
Pol		
Muškarci	459	71,6
Žene	527	72,1
Starost		
18–29	168	73,5
30–44	287	76,2
45–59	241	68,2
60+	290	69,8
Naselje		
Grad	534	75,2
Prigradsko	166	72,3
Selo	286	65,3
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	104	79,8
Srednje	589	70,7
Više/visoko	293	71,5



Grafikon 24. P19 – Cijena usluga: raspodjela odgovora po godinama (%)

Cijena usluga: Udio zadovoljnih cijenom usluga mobilne telefonije u istraživanju iznosi 64,4% (veoma zadovoljan 24,8%, uglavnom zadovoljan 39,5%), što je 5,4 p.p. manje nego u 2025. godini (69,8%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (69,9%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (58,2%).

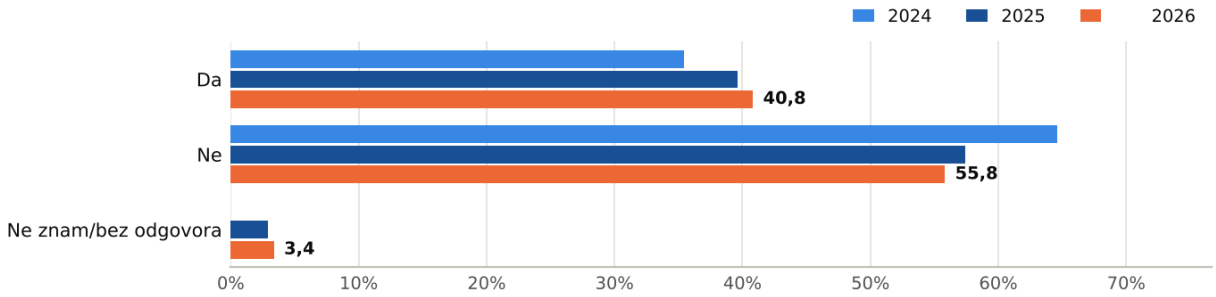
Tabela 17. P19 – udio zadovoljnih cijenom usluga mobilne telefonije, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih cijenom usluga mobilne telefonije (%)
Region		
Sjever	251	62,1
Centar	479	64,1
Jug	256	67,0
Pol		
Muškarci	459	62,9
Žene	527	65,7
Starost		
18–29	168	71,4
30–44	287	64,7
45–59	241	60,4
60+	290	63,2
Naselje		
Grad	534	64,7
Prigradsko	166	68,1
Selo	286	61,5
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	104	58,2
Srednje	589	62,7
Više/visoko	293	69,9

Pad zadovoljstva cijenom mobilne telefonije u istraživanju najizraženiji je među korisnicima postpaid paketa Crnogorskog Telekoma (59,9% zadovoljnih, naspram 65,7% među ostalim korisnicima), kod kojih su mjesečne cijene u 2026. mijenjane u tri navrata (1. januar: +1 € za Non-stop Go; 1. jun: +1–2 €; 1. oktobar: +2 € za mobilne pakete). Zadovoljstvo kvalitetom takođe je niže nego u 2025.

20. Da li ste u posljednjih godinu dana kontaktirali podršku za korisnike (call centar) svog provajdera?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



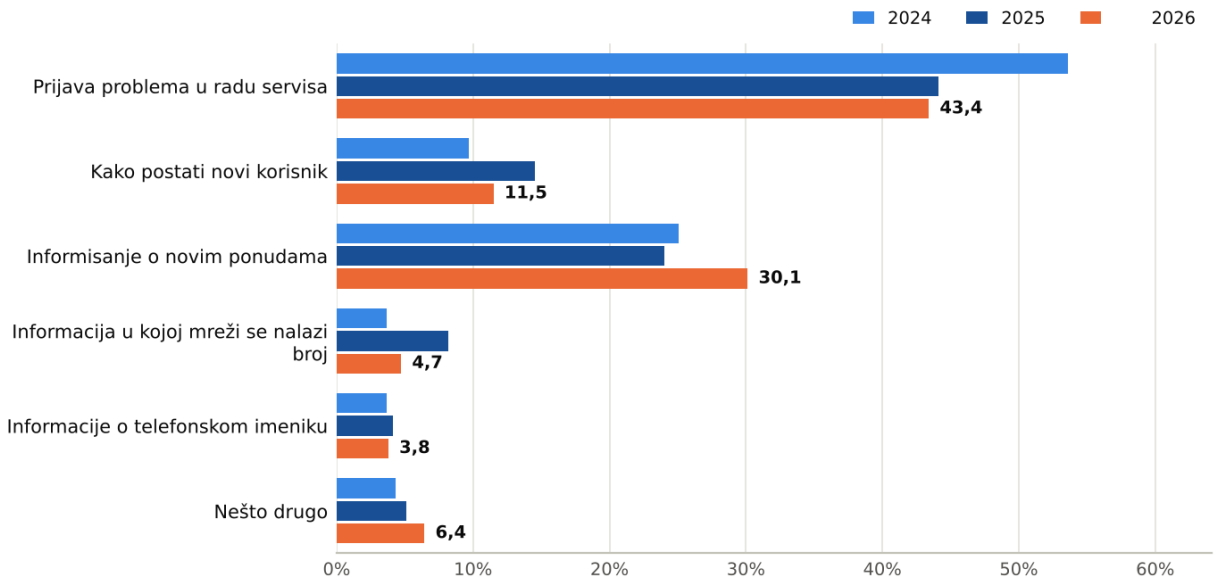
Grafikon 25. P20 – Kontakt sa call centrom (mobilna) (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	35,4	39,6	40,8	403
Ne	64,6	57,4	55,8	550
Ne znam/bez odgovora	0,0	2,9	3,4	33

Call centar mobilnog operatora kontaktiralo je 40,8% korisnika, što je 1,2 p.p. više nego u 2025. godini (39,6%) – razlika je u granicama slučajne greške. Kontakt nije ostvarilo 55,8%. Najveći udio korisnika koji su kontaktirali call centar zabilježen je među ispitanicima od 18 do 29 godina (44,6%), a najmanji među ispitanicima od 45 do 59 godina (33,8%).

21. Koji je razlog kontaktiranja podrške za korisnike (call centar)?

Baza: korisnici mobilne telefonije koji su kontaktirali call centar (n = 403, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 26. P21 – Razlog kontaktiranja call centra (mobilna) (%)

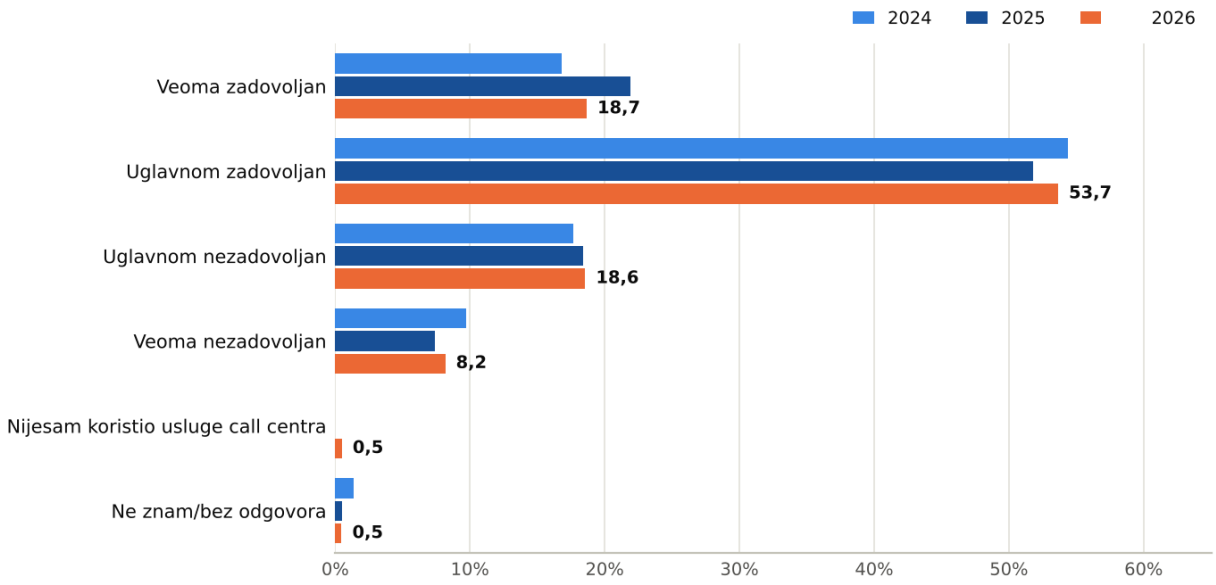
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Prijava problema u radu servisa	53,6	44,1	43,4	175
Kako postati novi korisnik	9,7	14,5	11,5	47
Informisanje o novim ponudama	25,1	24,0	30,1	121
Informacija u kojoj mreži se nalazi broj	3,7	8,2	4,7	19
Informacije o telefonskom imeniku	3,7	4,1	3,8	15
Nešto drugo	4,3	5,1	6,4	26

Najčešći razlog kontaktiranja podrške za korisnike (call centar) je „Prijava problema u radu servisa“ (43,4%), a slijedi „Informisanje o novim ponudama“ (30,1%).

U odnosu na 2025. raste udio poziva radi informisanja o ponudama, što je u skladu sa promjenama paketa i cijena tokom 2026.

22. Kako ste zadovoljni uslugom podrške za korisnike (call centar)?

Baza: korisnici mobilne telefonije koji su kontaktirali call centar (n = 403, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 27. P22 – Zadovoljstvo call centrom (mobilna) (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	16,8	21,9	18,7	75
Uglavnom zadovoljan	54,4	51,8	53,7	216
Uglavnom nezadovoljan	17,7	18,4	18,6	75
Veoma nezadovoljan	9,7	7,4	8,2	33
Nijesam koristio usluge call centra	–	–	0,5	2
Ne znam/bez odgovora	1,4	0,5	0,5	2

Uslugom podrške za korisnike (call centar) zadovoljno je ukupno 72,3% ispitanika (veoma 18,7%, uglavnom 53,7%), a nezadovoljno 26,7% (uglavnom 18,6%, veoma 8,2%). Udio zadovoljnih manji je za 1,4 p.p. nego u 2025. godini (73,7%). Najveći udio zadovoljnih zabilježen je među ispitanicima sa juga (81,5%), a najmanji među ispitanicima iz centralnog regiona (67,4%).

7. Roming

Roming u zemljama Zapadnog Balkana naplaćuje se po domaćim cijenama od 1. jula 2021. godine, a pregovori o uvođenju režima „roming kao kod kuće“ između EU i zemalja Zapadnog Balkana odobreni su u junu 2026. Operatori istovremeno uvode posebne pakete i kvote za internet u EU. Istraživanje pokazuje stabilnu upoznatost sa romingom u regionu (77,9%), rast upoznatosti sa ugovorima operatora za internet roming u EU i nastavak promjene načina korišćenja: internet u romingu dostiže nivo dolaznih poziva.

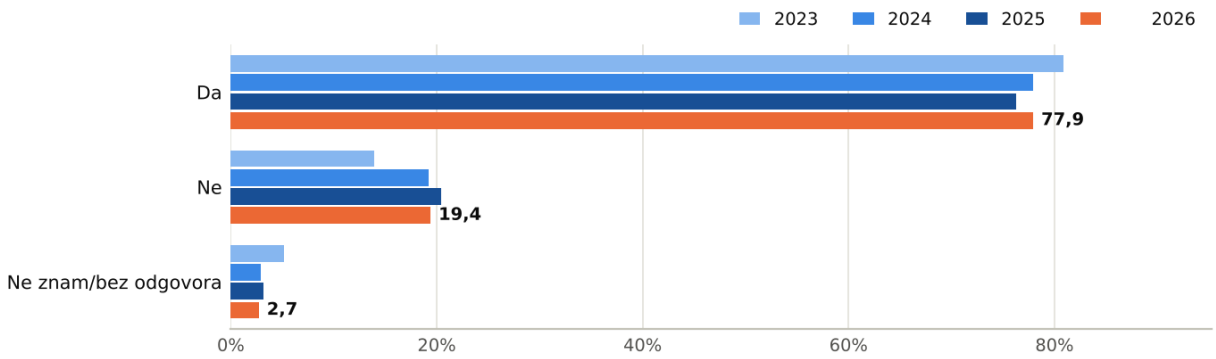
Ukratko

- Upoznati sa romingom u zemljama ZB po domaćim cijenama: 77,9% (2025: 76,3%).
- Upoznati sa ugovorom operatora za internet roming sa EU: 48,8% (2025: 42,5%).
- Koriste roming u ostalim zemljama: 25,1%; cijene rominga smatra previsokim 49,2% korisnika rominga.

7.1. Roming u zemljama Zapadnog Balkana

23. Da li ste upoznati da se u zemljama Zapadnog Balkana (Srbija, BiH, Sjeverna Makedonija, Albanija, Kosovo) usluge rominga naplaćuju kao da ih koristite u svojoj mreži u Crnoj Gori?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 28. P23 – Upoznatost sa romingom na Zapadnom Balkanu po domaćim cijenama (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	80,9	77,9	76,3	77,9	768
Ne	13,9	19,2	20,4	19,4	191
Ne znam/bez odgovora	5,2	2,9	3,2	2,7	27

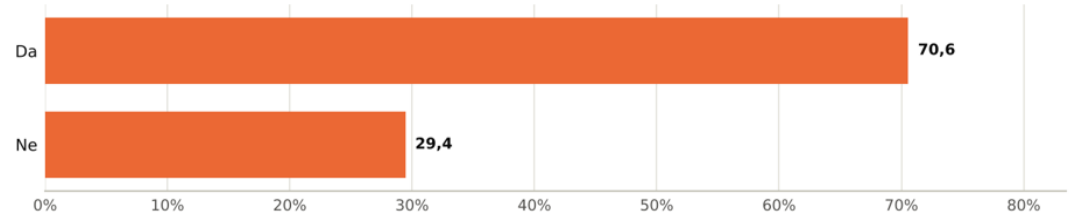
Udio korisnika upoznatih da se roming u zemljama ZB naplaćuje kao u domaćoj mreži iznosi 77,9%, što je 1,6 p.p. više nego u 2025. godini (76,3%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (83,8%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (68,8%).

Tabela 18. P23 – udio korisnika upoznatih da se roming u zemljama ZB naplaćuje kao u domaćoj mreži, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio korisnika upoznatih da se roming u zemljama ZB naplaćuje kao u domaćoj mreži (%)
Region		
Sjever	251	75,5
Centar	479	80,4
Jug	256	75,5
Pol		
Muškarci	459	77,2
Žene	527	78,6
Starost		
18–29	168	81,0
30–44	287	83,7
45–59	241	78,2
60+	290	70,1
Naselje		
Grad	534	78,1
Prigradsko	166	79,5
Selo	286	76,6
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	104	68,8
Srednje	589	76,6
Više/visoko	293	83,8

24. Da li ste koristili usluge rominga u zemljama Zapadnog Balkana u proteklih godinu dana?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



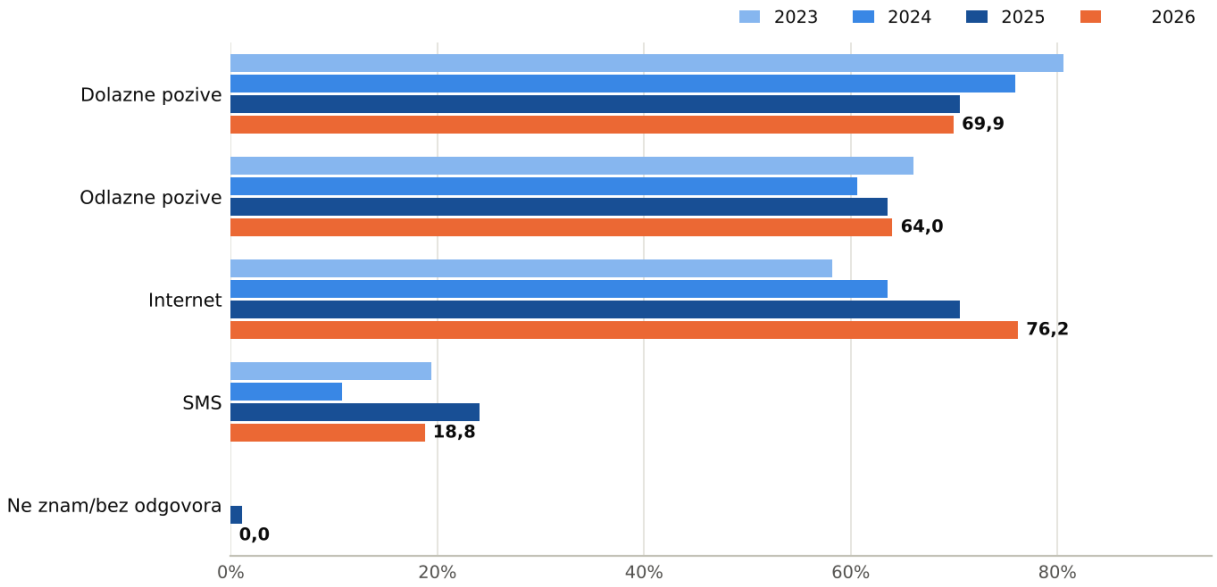
Grafikon 29. P24 – Korišćenje rominga u zemljama Zapadnog Balkana (%)

Odgovor	2026 (%)	n
Da	70,6	695
Ne	29,4	291

Usluge rominga u zemljama Zapadnog Balkana u proteklih godinu dana koristilo je 70,6% korisnika mobilne telefonije, dok 29,4% navodi da nije koristilo ove usluge. U odnosu na 2025. godinu (70,1%), udio je veći za 0,5 p.p.

25. Ako ste koristili usluge rominga u zemljama Zapadnog Balkana, koje usluge rominga ste koristili?

Baza: korisnici koji su koristili roming u zemljama Zapadnog Balkana (n = 695, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Moguće je navesti više odgovora.



Grafikon 30. P25 – Usluge rominga u zemljama Zapadnog Balkana (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Dolazne pozive	80,6	75,9	70,6	69,9	486
Odlazne pozive	66,1	60,6	63,6	64,0	444
Internet	58,2	63,6	70,6	76,2	530
SMS	19,4	10,8	24,1	18,8	130
Ne znam/bez odgovora	0,0	0,0	1,1	0,0	0

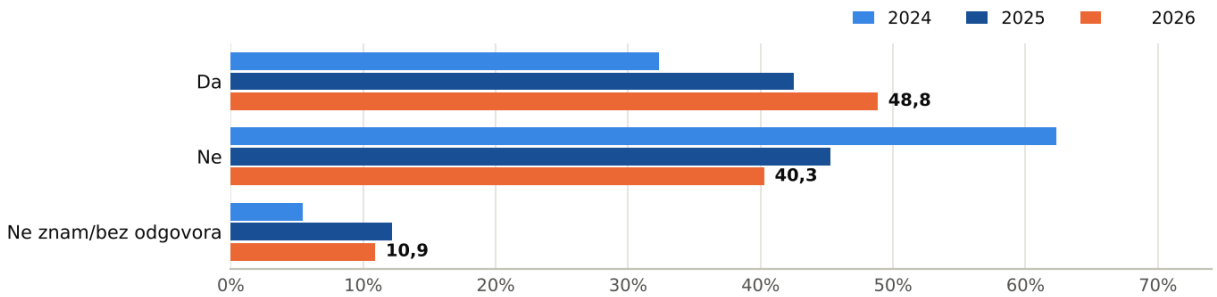
U zemljama ZB ispitanici navode da najčešće koriste „Internet“ (76,2%), a zatim „Dolazne pozive“ (69,9%) i „Odlazne pozive“ (64,0%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Internet“ (+5,6 p.p.), a najveći pad „SMS“ (−5,3 p.p.).

7.2. Roming u ostalim zemljama

Ovaj blok obuhvata roming u ostalim zemljama, izvan zemalja Zapadnog Balkana obuhvaćenih pitanjima 23–25.

26. Da li ste upoznati da vaš operator ima potpisan ugovor za roming usluge pristupa internetu sa operatorima iz zemalja EU?

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 31. P26 – Upoznatost sa ugovorom operatora za internet roming sa EU (%)

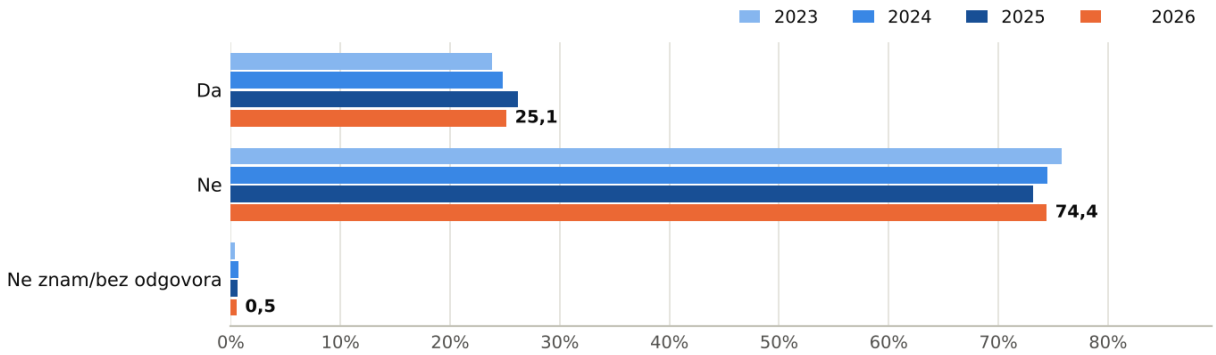
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	32,3	42,5	48,8	479
Ne	62,3	45,3	40,3	399
Ne znam/bez odgovora	5,4	12,2	10,9	108

Udio korisnika upoznatih sa ugovorom operatora za internet roming sa EU u istraživanju iznosi 48,8%, što je 6,3 p.p. više nego u 2025. godini (42,5%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (54,1%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (43,9%).

Rast upoznatosti vremenski se podudara sa ponudom posebnih EU roming paketa i informacijama o pregovorima EU i zemalja Zapadnog Balkana. Istraživanje ne izdvaja doprinos pojedinačnih izvora informisanja tom rastu.

27. Da li koristite usluge rominga? (korišćenje mobilnog telefona u inostranstvu)

Baza: korisnici mobilne telefonije (n = 986, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 32. P27 – Korišćenje rominga (ostale zemlje) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	23,8	24,8	26,2	25,1	249
Ne	75,8	74,5	73,2	74,4	732
Ne znam/bez odgovora	0,4	0,7	0,6	0,5	5

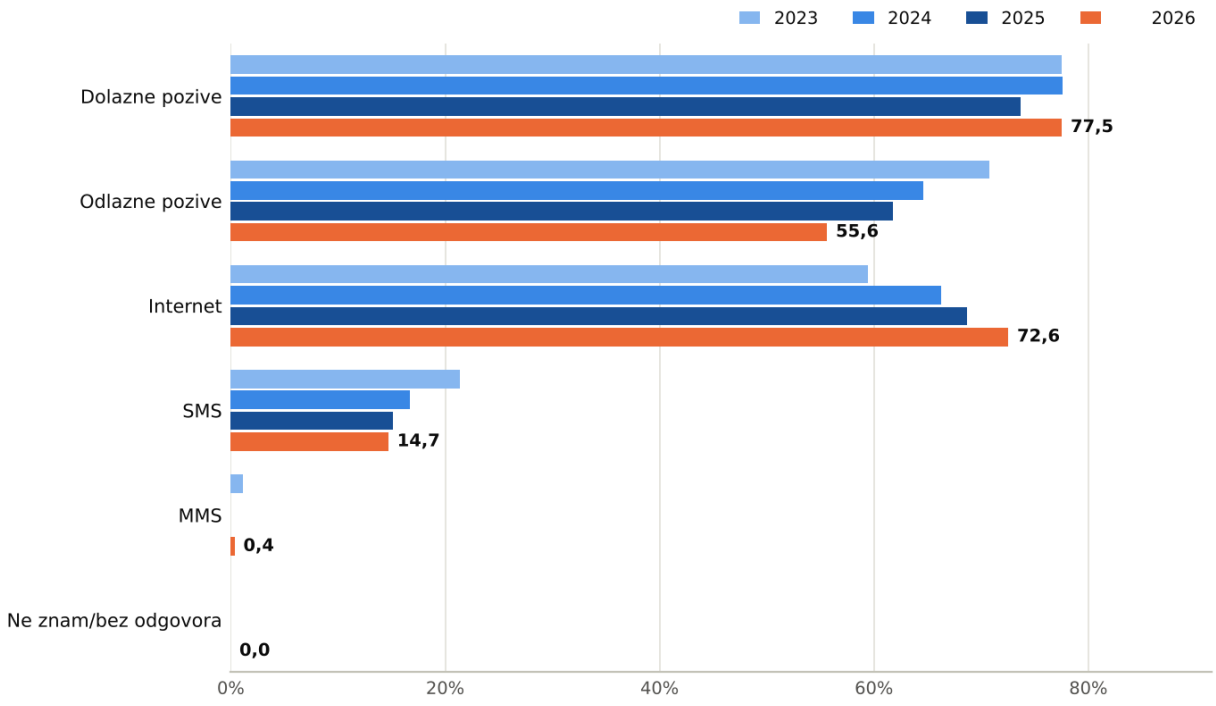
Udio korisnika rominga u ostalim zemljama u istraživanju iznosi 25,1%, što je 1,1 p.p. manje nego u 2025. godini (26,2%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 30 do 44 godine (29,9%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (21,0%).

Tabela 19. P27 – udio korisnika rominga u ostalim zemljama, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio korisnika rominga u ostalim zemljama (%)
Region		
Sjever	251	29,2
Centar	479	24,3
Jug	256	22,8
Pol		
Muškarci	459	24,5
Žene	527	25,7
Starost		
18–29	168	23,4
30–44	287	29,9
45–59	241	25,8
60+	290	21,0
Naselje		
Grad	534	23,9
Prigradsko	166	26,0
Selo	286	26,8
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	104	18,4
Srednje	589	26,3
Više/visoko	293	25,1

28. Kada ste u inostranstvu usluge rominga koristite za:

Baza: korisnici rominga u ostalim zemljama (n = 249, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



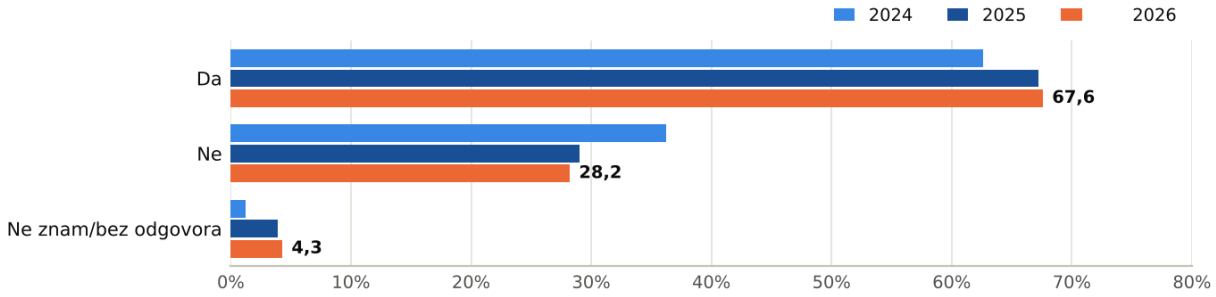
Grafikon 33. P28 – Usluge rominga u ostalim zemljama (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Dolazne pozive	77,5	77,6	73,7	77,5	193
Odlazne pozive	70,8	64,6	61,8	55,6	139
Internet	59,4	66,3	68,7	72,6	181
SMS	21,4	16,7	15,1	14,7	36
MMS	1,1	0,0	0,0	0,4	1
Ne znam/bez odgovora	–	–	–	0,0	0

Za usluge rominga u ostalim zemljama ispitanici navode da najčešće koriste „Dolazne pozive“ (77,5%), „Internet“ (72,6%) i „Odlazne pozive“ (55,6%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Internet“ (+3,9 p.p.), a najveći pad „Odlazne pozive“ (−6,2 p.p.).

29. Da li ste upoznati sa pravilima kako se zaštititi od neželjene/prekomjerne potrošnje dok ste u romingu?

Baza: korisnici rominga u ostalim zemljama (n = 249, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



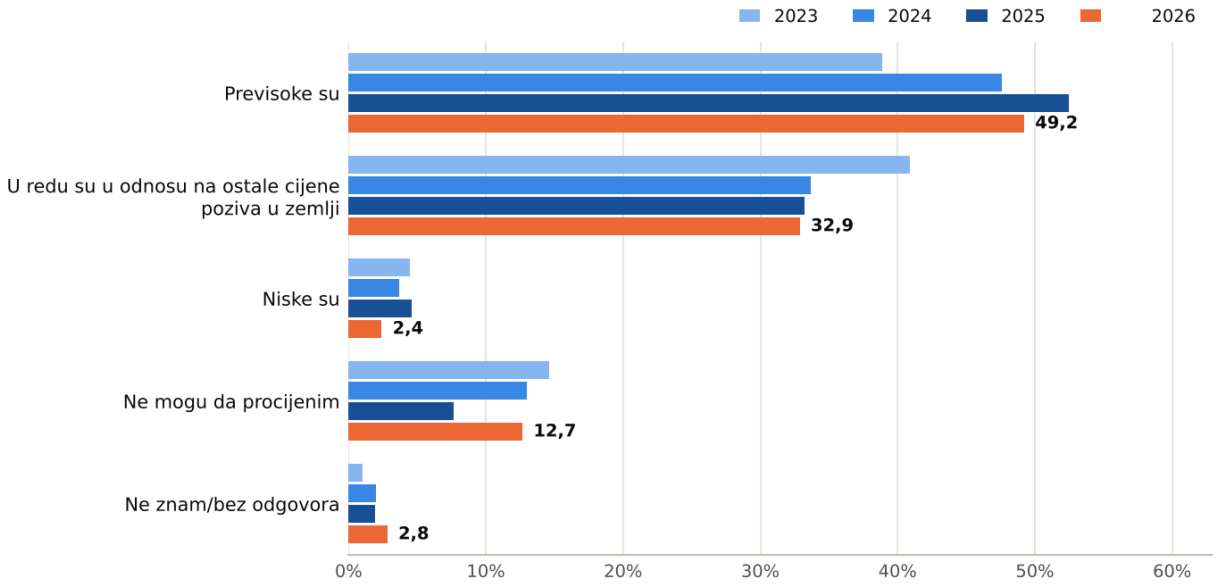
Grafikon 34. P29 – Upoznatost sa zaštitom od prekomjerne potrošnje u romingu (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	62,6	67,2	67,6	168
Ne	36,2	29,0	28,2	70
Ne znam/bez odgovora	1,2	3,9	4,3	11

Udio korisnika rominga upoznatih sa pravilima zaštite od prekomjerne potrošnje u istraživanju iznosi 67,6%, što je 0,4 p.p. više nego u 2025. godini (67,2%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 18 do 29 godina (74,5%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (61,7%).

30. Šta mislite generalno o cijenama rominga?

Baza: korisnici rominga u ostalim zemljama (n = 249, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 35. P30 – Mišljenje o cijenama rominga (%)

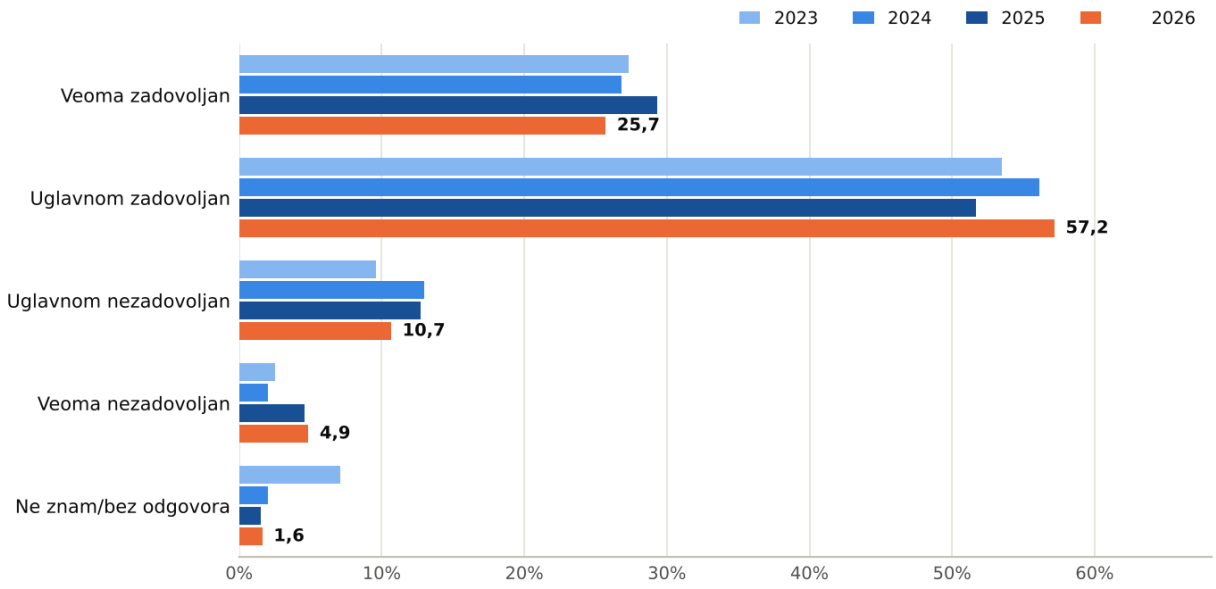
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Previsoke su	38,9	47,6	52,5	49,2	122
U redu su u odnosu na ostale cijene poziva u zemlji	40,9	33,7	33,2	32,9	82
Niske su	4,5	3,7	4,6	2,4	6
Ne mogu da procijenim	14,6	13,0	7,7	12,7	32
Ne znam/bez odgovora	1,0	2,0	1,9	2,8	7

Udio korisnika rominga koji smatraju da su cijene previsoke u istraživanju iznosi 49,2%, što je 3,3 p.p. manje nego u 2025. godini (52,5%). Zatim slijedi „U redu su u odnosu na ostale cijene poziva u zemlji“ (32,9%). Najveći udio zabilježen je među stanovnicima užeg gradskog područja (54,8%), a najmanji među stanovnicima prigradskih naselja (42,5%).

U odnosu na 2025. veći je udio odgovora „ne mogu da procijenim“ (12,7%; 2025: 7,7%), a manji udio odgovora „niske su“ (2,4%; 2025: 4,6%). Promjena raspodjele odgovora ne pokazuje da su isti korisnici promijenili stav niti sama po sebi utvrđuje razlog zbog kojeg nisu mogli da procijene cijenu.

31. Da li ste zadovoljni uslugama rominga vašeg operatora?

Baza: korisnici rominga u ostalim zemljama (n = 249, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 36. P31 – Zadovoljstvo uslugama rominga (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	27,3	26,8	29,3	25,7	64
Uglavnom zadovoljan	53,5	56,1	51,7	57,2	143
Uglavnom nezadovoljan	9,6	13,0	12,7	10,7	26
Veoma nezadovoljan	2,5	2,0	4,6	4,9	12
Ne znam/bez odgovora	7,1	2,0	1,5	1,6	4

Udio korisnika zadovoljnih uslugama rominga u istraživanju iznosi 82,9% (veoma 25,7%, uglavnom 57,2%), što je 1,9 p.p. više nego u 2025. godini (81,0%). Nezadovoljno je 15,5%. Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „starost“: udio korisnika zadovoljnih uslugama rominga je najveći među ispitanicima od 30 do 44 godine (87,2%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (75,4%).

8. Univerzalni telefonski imenik i važni telefonski brojevi

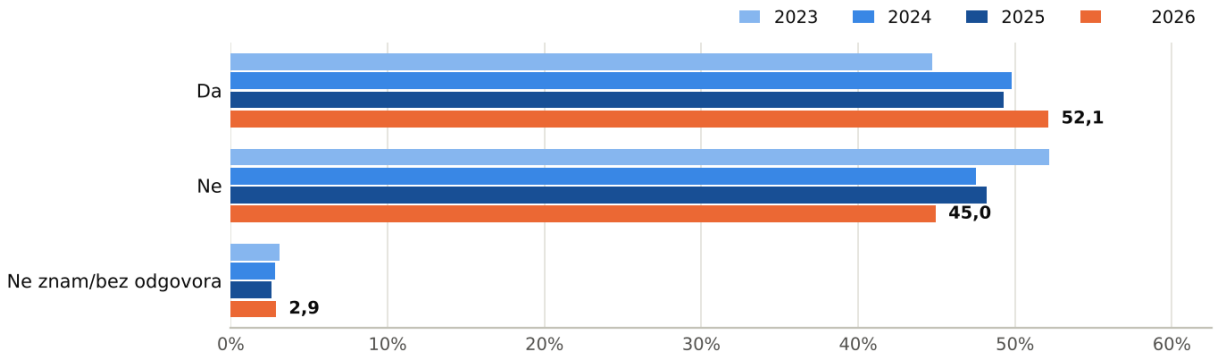
Za servis 1180 u 2026. čulo je 52,1% građana, naspram 49,3% u 2025. godini. Broj 112 poznat je oko polovini građana, a njegovo tačno značenje navodi 50,1% (vidjeti P37). Najpoznatiji su brojevi policije (122), hitne pomoći (124) i vatrogasaca (123), dok je broj 129 (pomoć na moru) i dalje slabo poznat, sa izraženim razlikama između primorja i ostatka Crne Gore.

Ukratko

- Čuli za broj 1180: 52,1%; pozvali 1180 u posljednjih godinu dana: 32,5% onih koji su čuli.
- Čuli za broj 112: 53,0% (2025: 50,6%).
- Znaju za besplatan broj za prijavu smetnji: 48,1%.

32. Da li ste čuli za broj 1180?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 37. P32 – Čuli za broj 1180 (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	44,7	49,8	49,3	52,1	521
Ne	52,2	47,5	48,2	45,0	450
Ne znam/bez odgovora	3,1	2,8	2,6	2,9	29

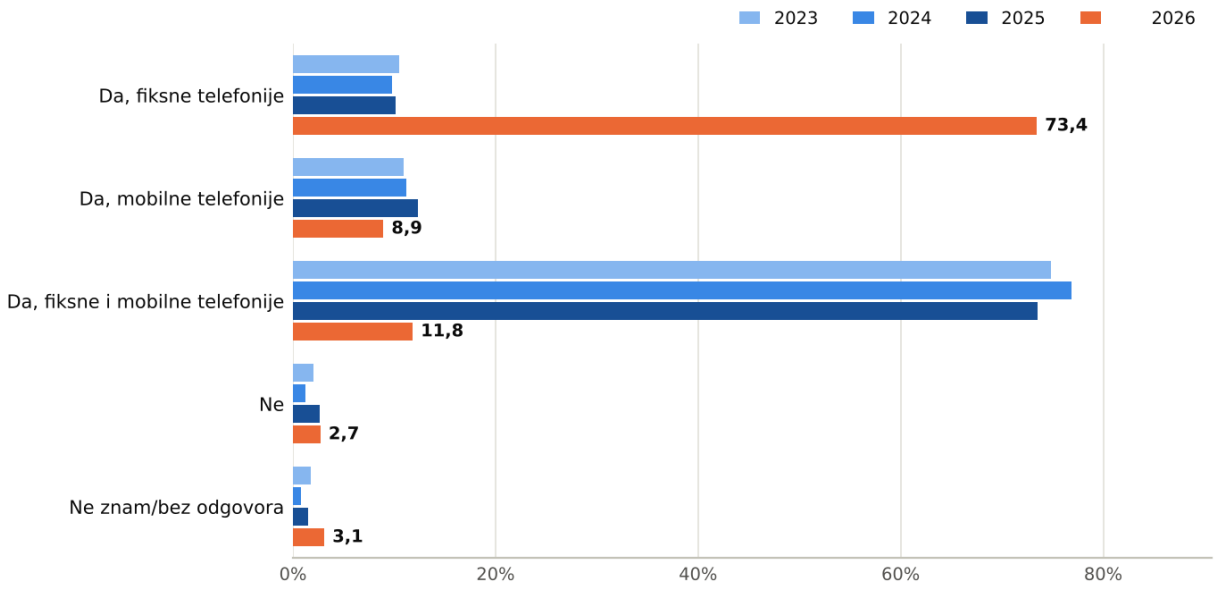
Udio ispitanika koji su čuli za broj 1180 u istraživanju iznosi 52,1%, što je 2,8 p.p. više nego u 2025. godini (49,3%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 45 do 59 godina (63,6%), a najmanji među ispitanicima od 30 do 44 godine (42,6%).

Tabela 20. P32 – udio ispitanika koji su čuli za broj 1180, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika koji su čuli za broj 1180 (%)
Region		
Sjever	254	50,8
Centar	485	52,3
Jug	261	53,0
Pol		
Muškarci	467	50,6
Žene	533	53,6
Starost		
18–29	168	42,8
30–44	287	42,6
45–59	243	63,6
60+	302	57,0
Naselje		
Grad	540	53,8
Prigradsko	167	48,5
Selo	293	51,1
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	47,9
Srednje	594	49,8
Više/visoko	297	58,5

33. Da li znate koje se informacije mogu dobiti pozivom na broj 1180?

Baza: ispitanici koji su čuli za broj 1180 (n = 521, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 38. P33 – Znanje o informacijama na broju 1180 (%)

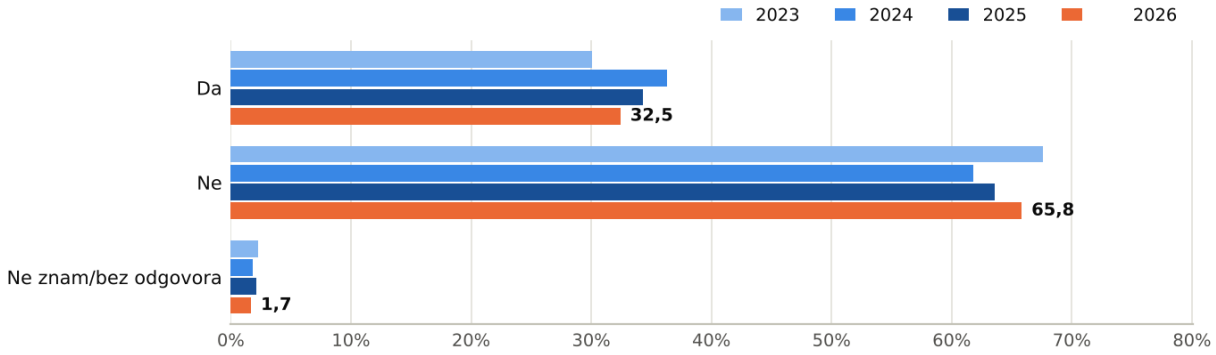
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da, fiksne telefonije	10,5	9,8	10,1	73,4	383
Da, mobilne telefonije	10,9	11,2	12,3	8,9	46
Da, fiksne i mobilne telefonije	74,8	76,9	73,5	11,8	62
Ne	2,0	1,2	2,6	2,7	14
Ne znam/bez odgovora	1,8	0,8	1,5	3,1	16

Najčešći odgovor je „Da, fiksne telefonije“ (73,4%). Udio odgovora da se mogu dobiti brojevi i fiksne i mobilne telefonije u 2026. iznosi 11,8%, dok je u 2025. objavljeno 73,5%. Zbog razlike u bazi ispitanika ovo poređenje ne predstavlja neposrednu godišnju promjenu znanja. Najveći udio ispitanika koji znaju da se na 1180 dobijaju brojevi i fiksne i mobilne telefonije zabilježen je među ženama (15,9%), a najmanji među muškarcima (7,3%).

U 2025. baza za ovo pitanje bili su ispitanici koji znaju koje se informacije dobijaju (47,3% populacije); u 2026. pitanje se postavlja svima koji su čuli za 1180, pa je poređenje orijentaciono.

34. Da li ste u posljednjih godinu dana pozvali broj 1180?

Baza: ispitanici koji su čuli za broj 1180 (n = 521, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Ranije je pitanje postavljano onima koji navode da znaju koje se informacije dobijaju na 1180, a 2026. svima koji su za broj čuli; godišnje razlike su orijentacione.



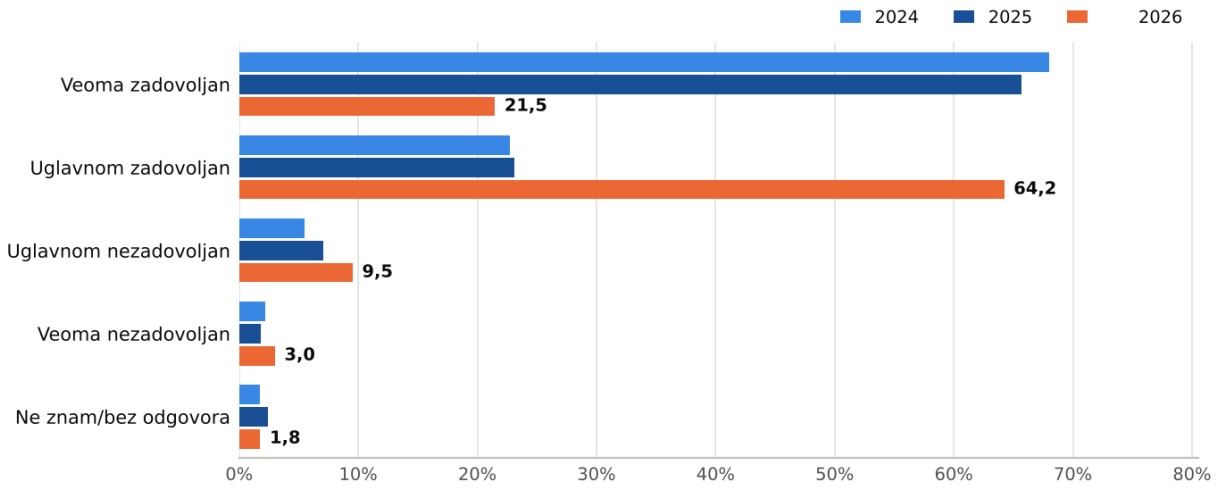
Grafikon 39. P34 – Pozivali 1180 u posljednjih godinu dana (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	30,1	36,3	34,3	32,5	169
Ne	67,6	61,8	63,6	65,8	343
Ne znam/bez odgovora	2,3	1,8	2,1	1,7	9

Udio ispitanika koji su pozvali 1180 u istraživanju iznosi 32,5%, što je 1,8 p.p. manje nego u 2025. godini (34,3%). Poređenje je opisno zbog razlike u bazi ispitanika. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (47,1%), a najmanji među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (27,4%).

35. U kojoj mjeri ste zadovoljni uslugom koju ste dobili pozivanjem broja 1180?

Baza: ispitanici koji su u posljednjih godinu dana pozvali 1180 (n = 169, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Obje godine ocjenu daju korisnici broja 1180, uz razliku u prethodnom filteru pitanja o poznavanju njegovih informacija.



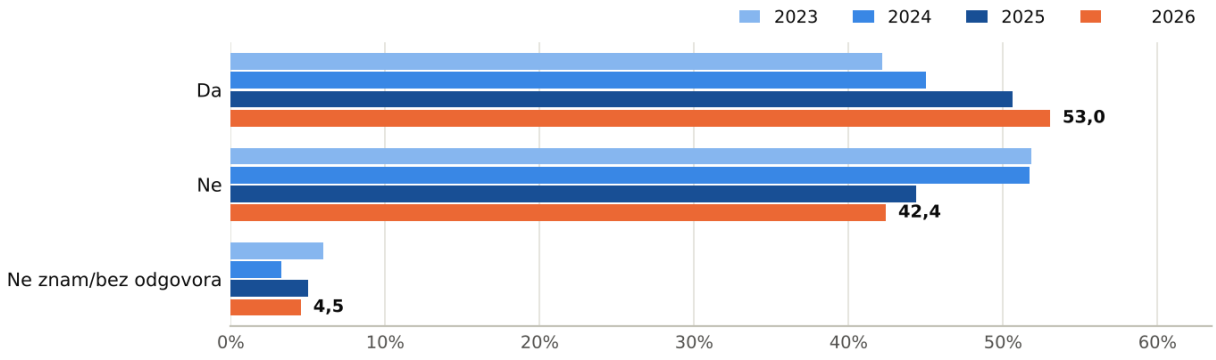
Grafikon 40. P35 – Zadovoljstvo uslugom 1180 (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	68,0	65,7	21,5	37
Uglavnom zadovoljan	22,7	23,1	64,2	108
Uglavnom nezadovoljan	5,5	7,1	9,5	16
Veoma nezadovoljan	2,2	1,8	3,0	5
Ne znam/bez odgovora	1,7	2,4	1,8	3

Udio zadovoljnih uslugom 1180 u istraživanju iznosi 85,7% (veoma 21,5%, uglavnom 64,2%), što je 3,1 p.p. manje nego u 2025. godini (88,8%). Udio nezadovoljnih iznosi 12,5% (uglavnom 9,5%, veoma 3,0%). Poređenje je opisno zbog razlike u bazi ispitanika. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 60 i više godina (93,1%), a najmanji među ispitanicima od 45 do 59 godina (79,7%).

36. Da li ste čuli za telefonski broj 112 (jedinstveni Evropski broj za pozive u hitnim slučajevima)?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 41. P36 – Čuli za broj 112 (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	42,2	45,0	50,6	53,0	530
Ne	51,8	51,7	44,4	42,4	425
Ne znam/bez odgovora	6,0	3,3	5,0	4,5	45

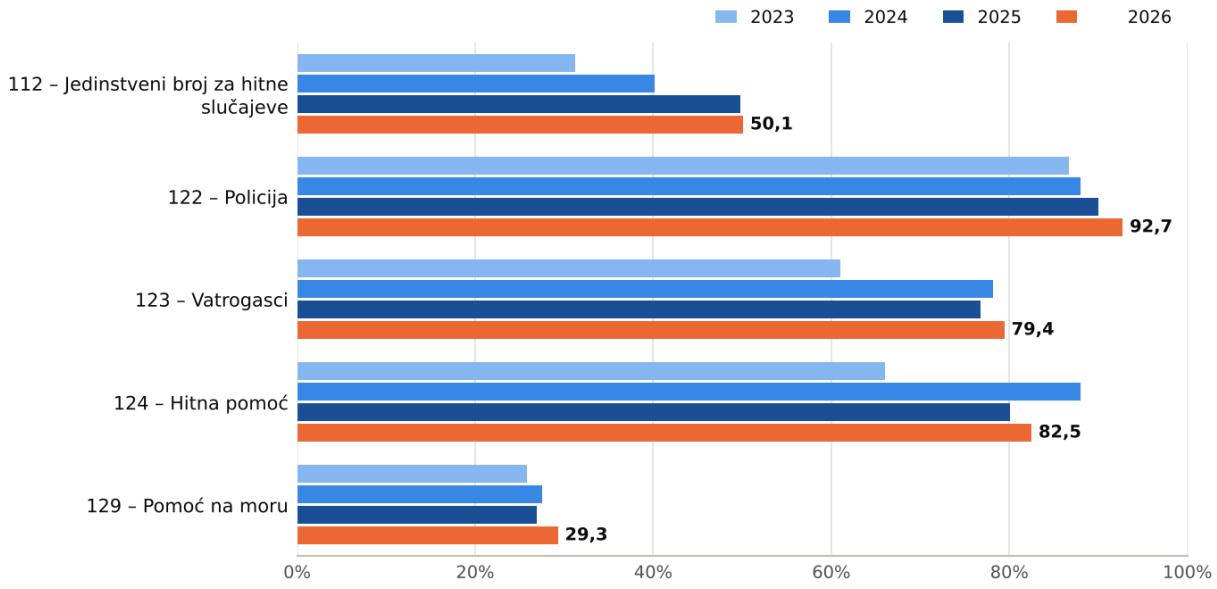
Udio ispitanika koji su čuli za broj 112 u istraživanju iznosi 53,0%, što je 2,4 p.p. više nego u 2025. godini (50,6%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (56,8%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (38,9%).

Tabela 21. P36 – udio ispitanika koji su čuli za broj 112, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika koji su čuli za broj 112 (%)
Region		
Sjever	254	51,0
Centar	485	53,7
Jug	261	53,7
Pol		
Muškarci	467	51,7
Žene	533	54,3
Starost		
18–29	168	58,4
30–44	287	55,8
45–59	243	54,4
60+	302	46,1
Naselje		
Grad	540	53,0
Prigradsko	167	53,8
Selo	293	52,7
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	38,9
Srednje	594	53,8
Više/visoko	297	56,8

37. Sada ću Vam pročitati neke telefonske brojeve službi pa bih Vas zamolio da mi za svaki od njih kažete na koju službu se odnosi?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Otvoreno pitanje – odgovori ispitanika su šifrovani.



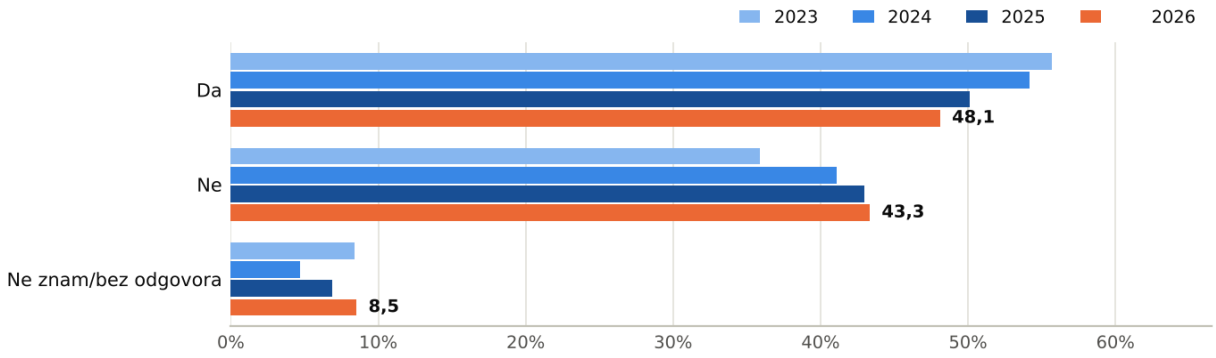
Grafikon 42. P37 – udio tačnih odgovora o službi na koju se odnosi broj (%)

Broj (tačna služba)	2023	2024	2025	tačno	ne zna
112 – Jedinstveni broj za hitne slučajeve	31,2	40,2	49,8	50,1	41,2
122 – Policija	86,7	88,0	90,0	92,7	5,1
123 – Vatrogasci	61,0	78,2	76,8	79,4	10,2
124 – Hitna pomoć	66,0	88,0	80,1	82,5	9,2
129 – Pomoć na moru	25,8	27,5	26,9	29,3	68,5

Broj 122 (policija) tačno prepoznaje 92,7% građana, 124 (hitna pomoć) 82,5%, a 123 (vatrogasci) 79,4%. Značenje broja 112 tačno navodi 50,1%, naspram 49,8% u 2025. godini. Broj 129 (pomoć na moru) zna 29,3% ispitanika, a u južnom regionu 45,1%. Najčešća greška je zamjena brojeva 123 i 124 (vatrogasci i hitna pomoć).

38. Da li znate da postoji besplatan broj za prijavu smetnji kod vašeg operatora bez obzira da li zovete sa fiksnog ili mobilnog telefona?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



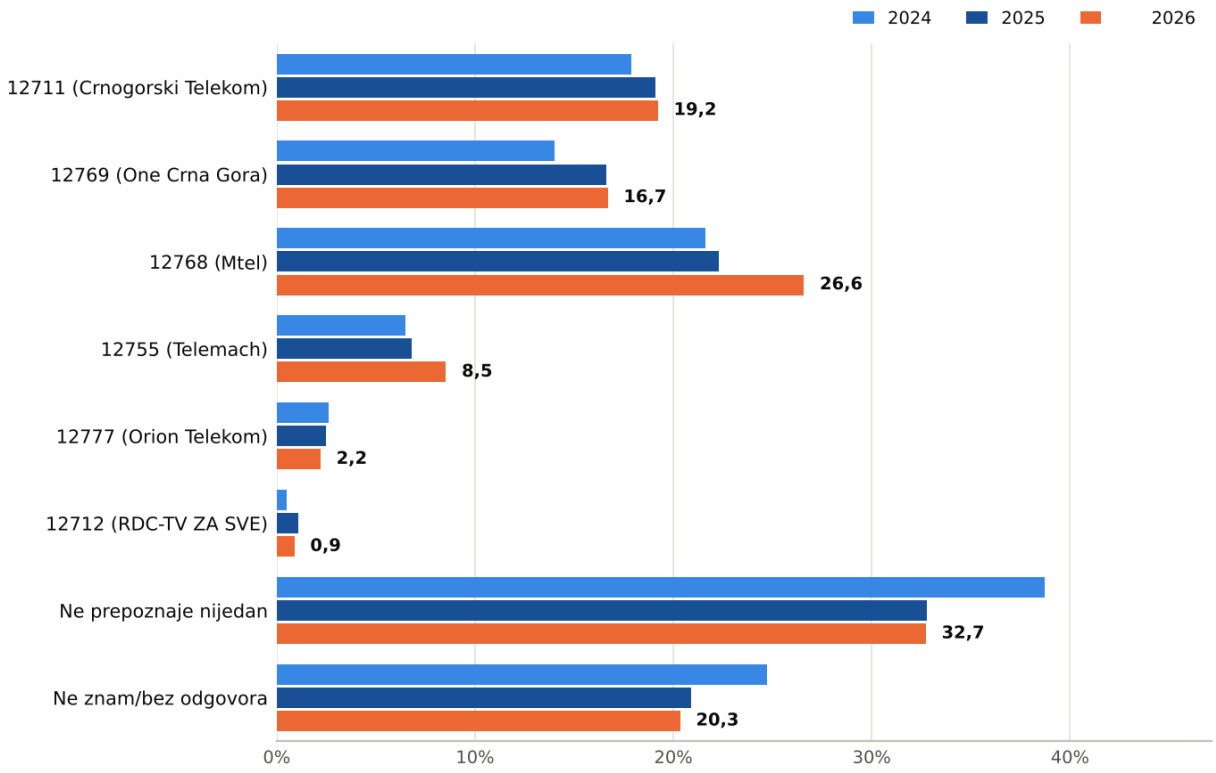
Grafikon 43. P38 – Znanje o besplatnom broju za prijavu smetnji (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	55,7	54,2	50,1	48,1	480
Ne	35,9	41,1	43,0	43,3	436
Ne znam/bez odgovora	8,4	4,7	6,9	8,5	84

Udio ispitanika koji znaju za besplatan broj za prijavu smetnji u istraživanju iznosi 48,1%, što je 2,0 p.p. manje nego u 2025. godini (50,1%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (58,3%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (42,7%).

39. Da li prepoznajete neke od ovih brojeva za besplatnu prijavu smetnji?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Potpitanje „koje“ – više odgovora.



Grafikon 44. P39 – prepoznavanje brojeva za besplatnu prijavu smetnji (% svih ispitanika)

Bar jedan od brojeva prepoznaje 46,9% ispitanika. Ispitanici najčešće prepoznaju broj sopstvenog operatora: najpoznatiji su 12768 (Mtel, 26,6%), 12711 (Crnogorski Telekom, 19,2%) i 12769 (One Crna Gora, 16,7%). Udio onih koji ne prepoznaju nijedan broj iznosi 32,7% (2025: 32,8%), a „ne znam“ 20,3%.

9. Televizija i radio

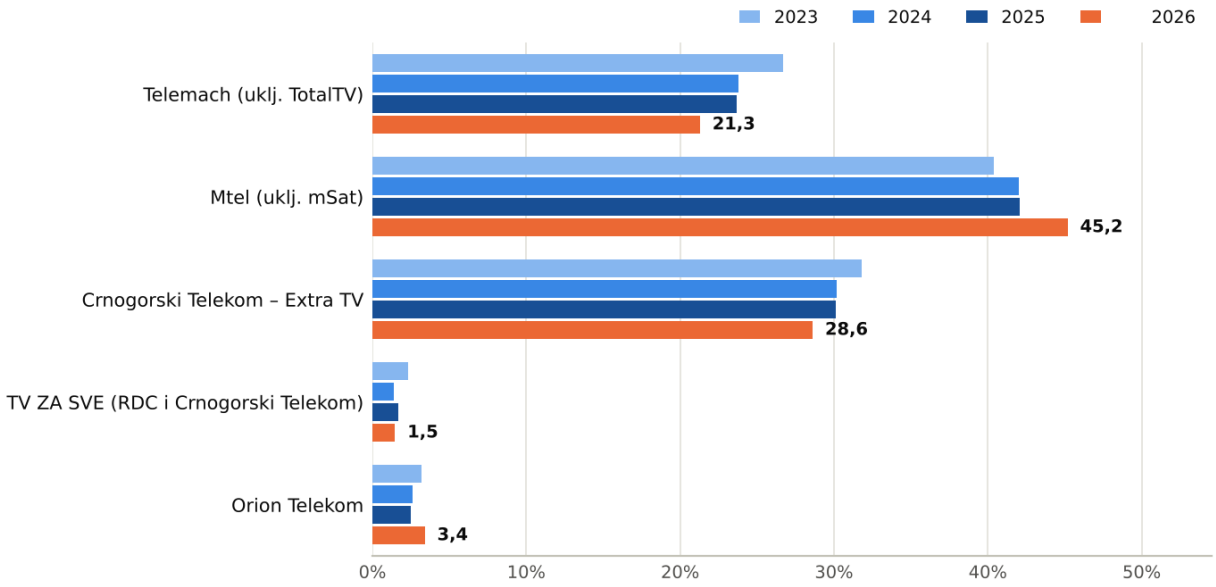
Prema istraživanju, TV program preko provajdera prati 95,3% građana, a besplatni zemaljski signal (kućna antena) koristi 3,3%. Tržište TV distribucije je stabilno, sa Mtelom kao vodećim provajderom. Zadovoljstvo kvalitetom TV usluge u istraživanju blago opada, a zadovoljstvo cijenom opada izraženije, u kontekstu povećanja cijena TV i kombinovanih paketa tokom 2026.

Ukratko

- Prate TV preko provajdera: 95,3% (2025: 95,3%).
- Zadovoljni kvalitetom TV usluge: 78,5%; cijenom: 64,9%; ponudom programa: 73,9%.
- Smetnju u TV usluzi imalo je 43,7% korisnika; za digitalni radio zna (u potpunosti ili djelimično) 46,0%.

40. Moj provajder TV programa je: (moguće 3 odgovora)

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Više odgovora (do 3).



Grafikon 45. P40 – udio TV provajdera među korisnicima TV provajdera (normalizovano na 100%)

Tabela 22. Način praćenja TV programa (% svih ispitanika).

Način praćenja TV programa	2023	2024	2025	2026
Preko provajdera TV programa	95,8	95,2	95,3	95,3
Kućna antena (besplatni zemaljski signal)	2,9	3,0	3,0	3,3
Nemam TV i ne pratim program	0,7	1,4	1,2	0,8
Ne znam / bez odgovora	0,6	0,4	0,5	0,6

Tabela 23. Udio TV provajdera po regionima (%, normalizovano).

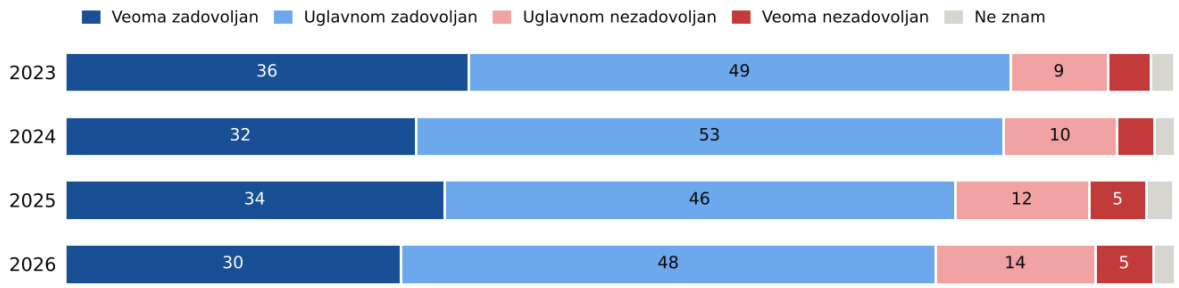
Region	Telemach / TotalTV	Mtel / mSat	Crnogorski Telekom	TV ZA SVE	Orion Telekom
Sjever	7,8	64,6	21,3	2,5	3,8
Centar	24,7	39,9	30,9	1,1	3,4
Jug	27,6	36,7	31,4	1,2	3,1
Ukupno	21,3	45,2	28,6	1,5	3,4

TV ZA SVE: Radio-difuzni centar i Crnogorski Telekom.

Mtel je vodeći TV provajder (45,2%), sa naglašenom prednošću na sjeveru (satelitska distribucija mSat), a slijede Crnogorski Telekom (28,6%) i Telemach (21,3%), koji najveći udio ima na jugu (27,6%). Odnos provajdera sličan je onom iz 2025, uz blagi pad udjela Telemacha.

41. U kojoj mjeri ste zadovoljni sljedećim uslugama koje Vam pruža Vaš provajder?

Baza: korisnici TV provajdera (n = 958, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).

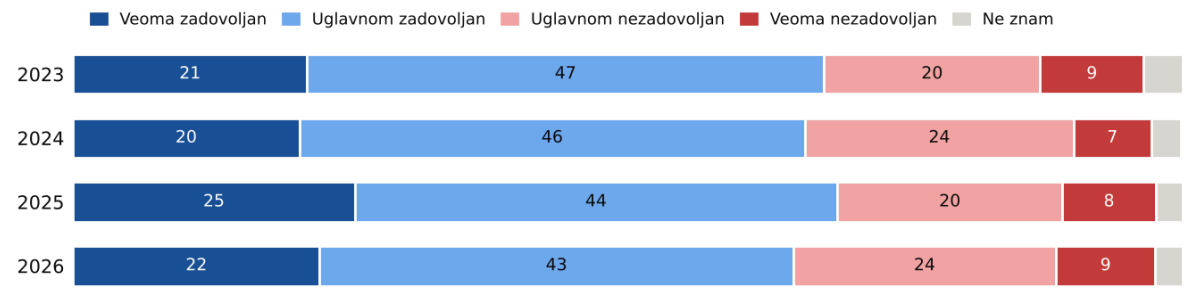


Grafikon 46. P41 – Kvalitet usluge: raspodjela odgovora po godinama (%)

Kvalitet usluge: Udio zadovoljnih kvalitetom usluge TV provajdera u istraživanju iznosi 78,5% (veoma zadovoljan 30,3%, uglavnom zadovoljan 48,2%), što je 1,7 p.p. manje nego u 2025. godini (80,2%). Nezadovoljno je 19,6% ispitanika. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

Tabela 24. P41 – udio zadovoljnih kvalitetom usluge TV provajdera, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih kvalitetom usluge TV provajdera (%)
Region		
Sjever	241	78,1
Centar	471	78,9
Jug	246	78,0
Pol		
Muškarci	453	80,0
Žene	505	77,1
Starost		
18–29	164	79,9
30–44	271	80,5
45–59	234	73,3
60+	289	80,2
Naselje		
Grad	518	79,4
Prigradsko	163	79,0
Selo	277	76,5
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	106	79,1
Srednje	569	77,9
Više/visoko	283	79,3

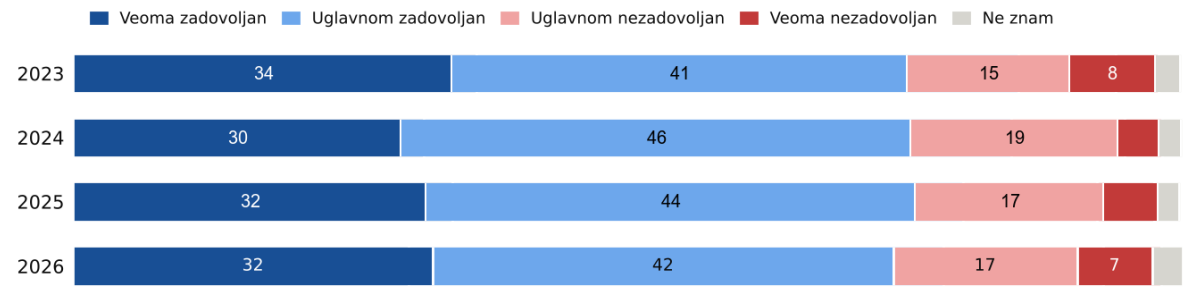


Grafikon 47. P41 – Cijena usluge: raspodjela odgovora po godinama (%)

Cijena usluge: Udio zadovoljnih cijenom usluge TV provajdera u istraživanju iznosi 64,9% (veoma zadovoljan 22,2%, uglavnom zadovoljan 42,7%), što je 4,0 p.p. manje nego u 2025. godini (68,9%). Nezadovoljno je 32,6% ispitanika. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 30 do 44 godine (69,3%), a najmanji među ispitanicima od 45 do 59 godina (58,8%).

Tabela 25. P41 – udio zadovoljnih cijenom usluge TV provajdera, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih cijenom usluge TV provajdera (%)
Region		
Sjever	241	64,6
Centar	471	64,1
Jug	246	66,9
Pol		
Muškarci	453	63,9
Žene	505	65,9
Starost		
18–29	164	67,7
30–44	271	69,3
45–59	234	58,8
60+	289	64,4
Naselje		
Grad	518	67,6
Prigradsko	163	61,9
Selo	277	61,6
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	106	61,2
Srednje	569	65,1
Više/visoko	283	65,9



Grafikon 48. P41 – Ponuda programa: raspodjela odgovora po godinama (%)

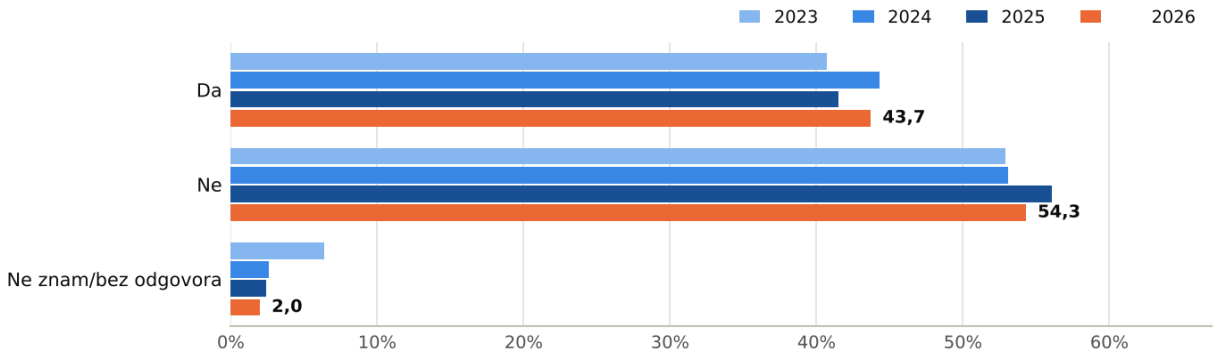
Ponuda programa: Udio zadovoljnih ponudom programa u istraživanju iznosi 73,9% (veoma zadovoljan 32,4%, uglavnom zadovoljan 41,5%), što je 2,2 p.p. manje nego u 2025. godini (76,1%). Nezadovoljno je 23,3% ispitanika. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

Tabela 26. P41 – udio zadovoljnih ponudom programa, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih ponudom programa (%)
Region		
Sjever	241	72,8
Centar	471	72,5
Jug	246	77,8
Pol		
Muškarci	453	74,0
Žene	505	73,8
Starost		
18–29	164	77,6
30–44	271	71,5
45–59	234	75,3
60+	289	72,8
Naselje		
Grad	518	75,0
Prigradsko	163	71,9
Selo	277	73,2
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	106	69,2
Srednje	569	75,7
Više/visoko	283	72,1

42. Da li ste u posljednjih godinu dana imali smetnju i/ili prekid u korišćenju ove usluge?

Baza: ispitanici koji prate TV program (n = 992, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Istorijske raspodjele odnose se na korisnike TV provajdera, a 2026. na sve koji prate TV program, uključujući zemaljski prijem; poređenje je opisno.



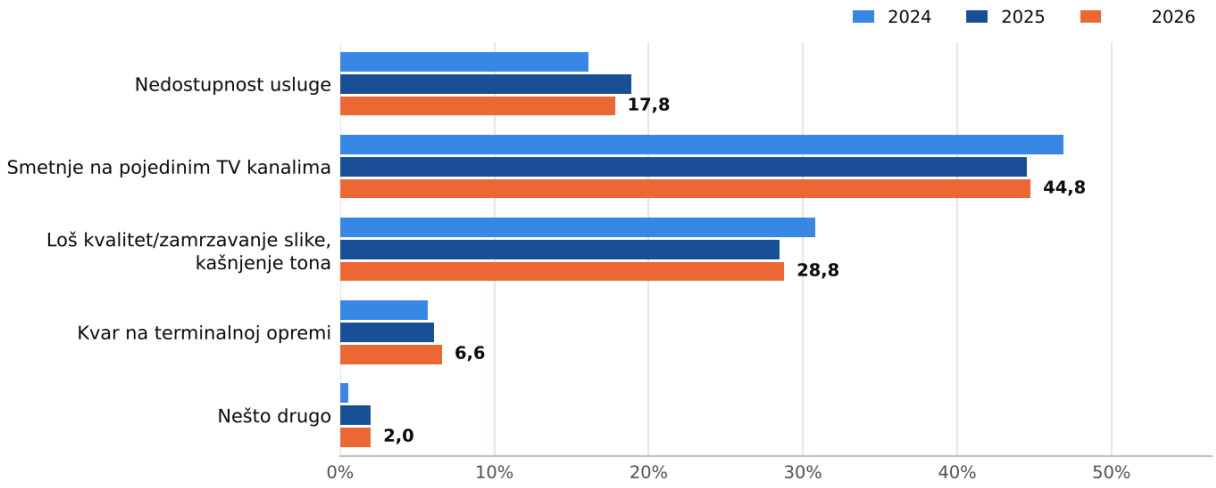
Grafikon 49. P42 – Smetnja i/ili prekid TV usluge (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	40,7	44,3	41,5	43,7	433
Ne	52,9	53,1	56,1	54,3	539
Ne znam/bez odgovora	6,4	2,6	2,4	2,0	20

Udio ispitanika koji su imali smetnju i/ili prekid u TV usluzi u istraživanju iznosi 43,7%, što je 2,2 p.p. više nego u 2025. godini (41,5%). Udio ispitanika koji nisu imali smetnje je 54,3%. Poređenje je opisno zbog razlike u bazi ispitanika. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

43. O kojoj vrsti smetnje se radilo?

Baza: ispitanici koji su imali smetnju u TV usluzi (n = 433, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Ranija grupa sa smetnjama formirana je među korisnicima TV provajdera, a 2026. među svim pratiocima TV programa.



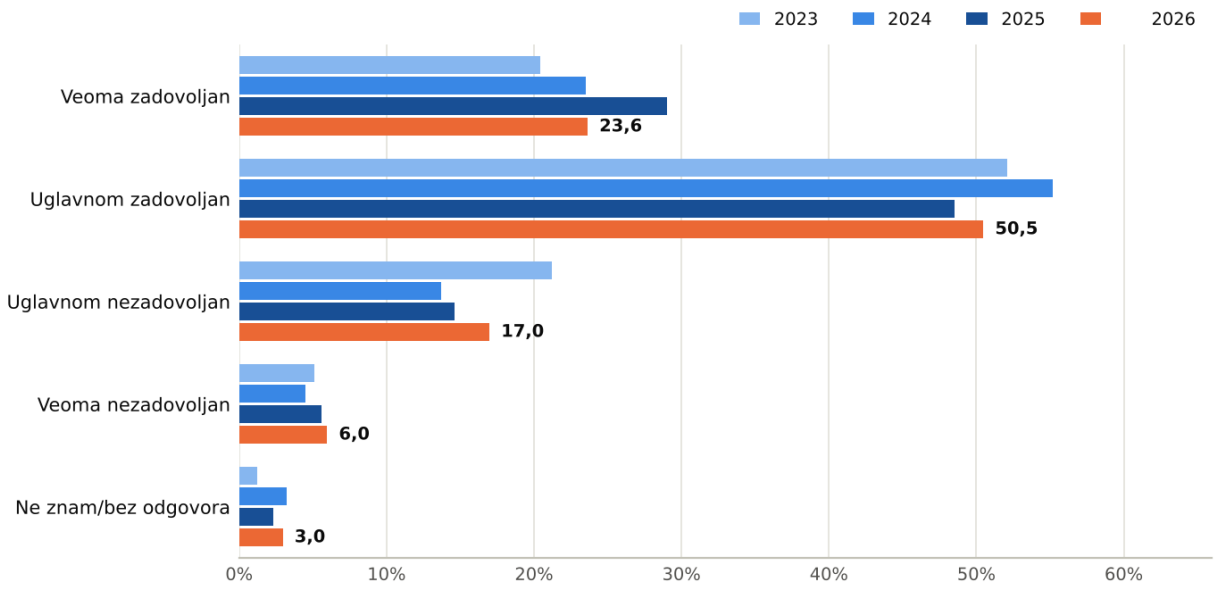
Grafikon 50. P43 – Vrsta smetnje (TV) (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Nedostupnost usluge	16,1	18,9	17,8	78
Smetnje na pojedinim TV kanalima	46,9	44,5	44,8	194
Loš kvalitet/zamrzavanje slike, kašnjenje tona	30,8	28,5	28,8	123
Kvar na terminalnoj opremi	5,7	6,1	6,6	29
Nešto drugo	0,5	2,0	2,0	9

Što se tiče vrste smetnji najčešći odgovor je „Smetnje na pojedinim TV kanalima“ (44,8%), a slijedi „Loš kvalitet/zamrzavanje slike, kašnjenje tona“ (28,8%).

44. U kojoj mjeri ste zadovoljni vremenom otklanjanja smetnje i/ili prekida?

Baza: ispitanici koji su imali smetnju u TV usluzi (n = 433, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Ranija grupa sa smetnjama formirana je među korisnicima TV provajdera, a 2026. među svim pratiocima TV programa.



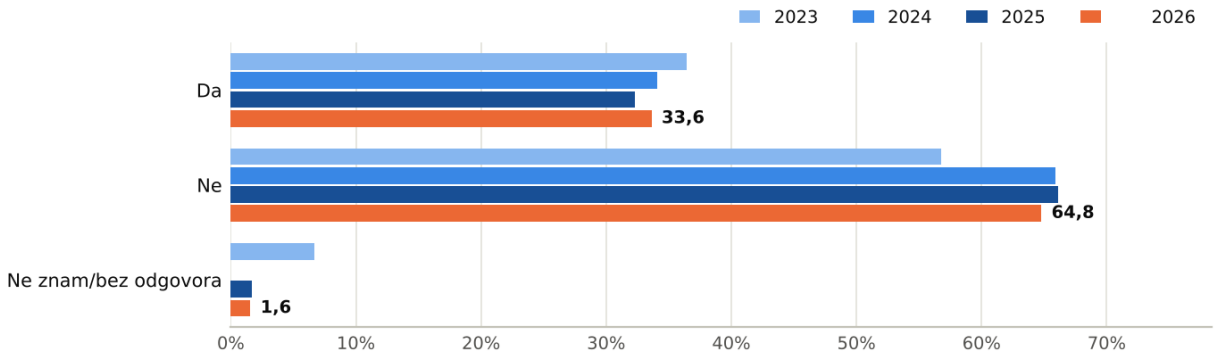
Grafikon 51. P44 – Zadovoljstvo vremenom otklanjanja smetnje (TV) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	20,4	23,5	29,0	23,6	102
Uglavnom zadovoljan	52,1	55,2	48,5	50,5	219
Uglavnom nezadovoljan	21,2	13,7	14,6	17,0	73
Veoma nezadovoljan	5,1	4,5	5,6	6,0	26
Ne znam/bez odgovora	1,2	3,2	2,3	3,0	13

Udio zadovoljnih vremenom otklanjanja smetnje u TV usluzi u istraživanju iznosi 74,1% (veoma 23,6%, uglavnom 50,5%), što je 3,4 p.p. manje nego u 2025. godini (77,5%). Nezadovoljno je 22,9% (uglavnom 17,0%, veoma 6,0%). Poređenje je opisno zbog razlike u bazi ispitanika. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa juga (80,5%), a najmanji među ispitanicima sa sjevera (68,0%).

45. Da li ste u posljednjih godinu dana kontaktirali podršku za korisnike (call centar) svog provajdera?

Baza: korisnici TV provajdera (n = 958, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



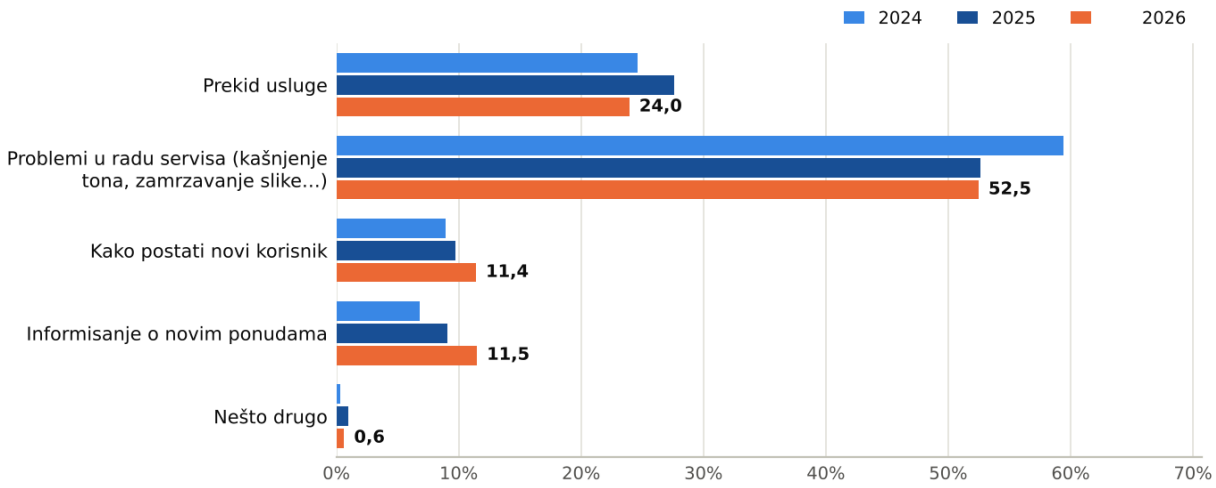
Grafikon 52. P45 – Kontakt sa call centrom (TV) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	36,4	34,1	32,3	33,6	322
Ne	56,8	65,9	66,1	64,8	621
Ne znam/bez odgovora	6,7	0,0	1,7	1,6	15

Udio korisnika TV provajdera koji su kontaktirali call centar u istraživanju iznosi 33,6%, što je 1,3 p.p. više nego u 2025. godini (32,3%). Udio onih koji nisu kontaktirali call centar je 64,8%. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

46. Koji je razlog kontaktiranja podrške za korisnike (call centar)?

Baza: korisnici TV provajdera koji su kontaktirali call centar (n = 322, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



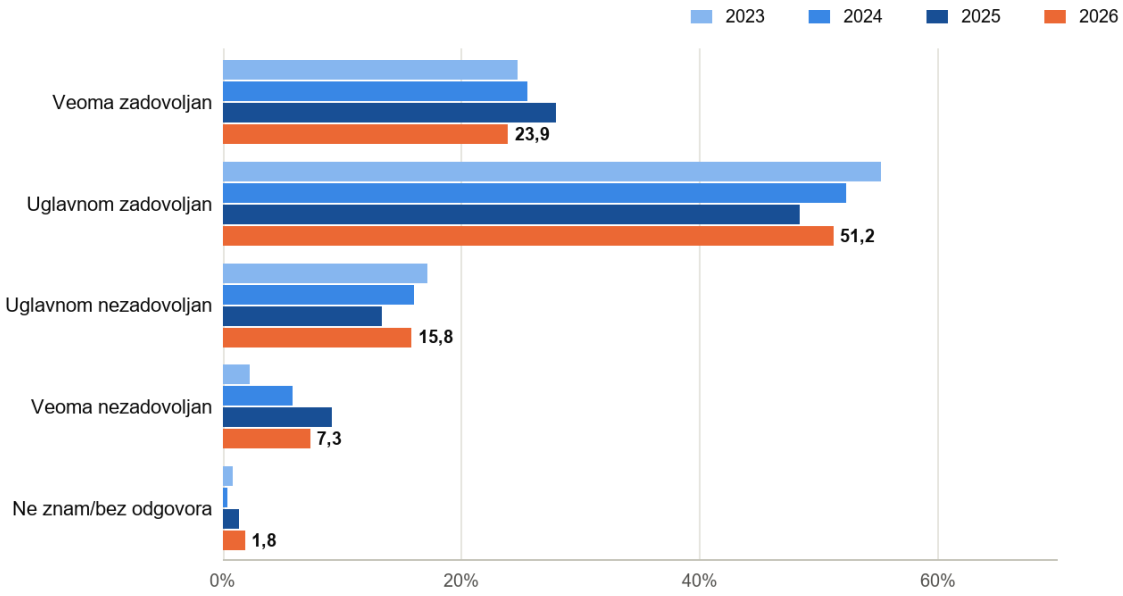
Grafikon 53. P46 – Razlog kontaktiranja call centra (TV) (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Prekid usluge	24,6	27,6	24,0	78
Problemi u radu servisa (kašnjenje tona, zamrzavanje slike…)	59,4	52,6	52,5	169
Kako postati novi korisnik	8,9	9,7	11,4	36
Informisanje o novim ponudama	6,8	9,1	11,5	37
Nešto drugo	0,3	1,0	0,6	2

Najčešći odgovor je „Problemi u radu servisa (kašnjenje tona, zamrzavanje slike…)“ (52,5%), a slijedi „Prekid usluge“ (24,0%).

47. U kojoj ste mjeri zadovoljni uslugom podrške za korisnike (call centra)?

Baza: korisnici TV provajdera koji su kontaktirali call centar (n = 322, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 54. P47 – Zadovoljstvo call centrom (TV) (%)

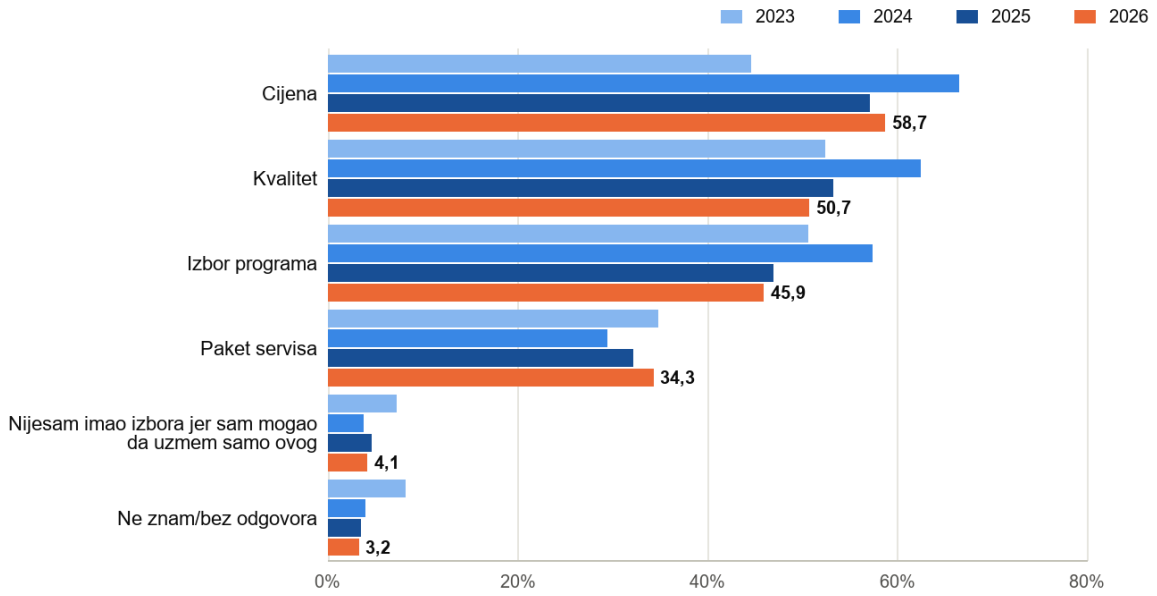
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	24,7	25,5	27,9	23,9	77
Uglavnom zadovoljan	55,2	52,3	48,4	51,2	164
Uglavnom nezadovoljan	17,1	16,0	13,3	15,8	51
Veoma nezadovoljan	2,2	5,8	9,1	7,3	24
Ne znam/bez odgovora	0,8	0,3	1,3	1,8	6

Uslugom call centra zadovoljno je ukupno 75,1% (veoma 23,9%, uglavnom 51,2%), a nezadovoljno 23,1% (uglavnom 15,8%, veoma 7,3%). Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „starost“: udio zadovoljnih uslugom call centra TV provajdera je najveći među ispitanicima od 18 do 29 godina (85,7%), a najmanji među ispitanicima od 45 do 59 godina (68,9%).

U odnosu na 2025. (76,3%), udio zadovoljnih podrškom TV provajdera opisno je niži za 1,2 p.p. Baze obuhvataju korisnike koji su kontaktirali podršku, uz razliku između populacije 15+ u 2025. i punoljetne populacije u 2026.

48. Kada ste birali trenutnog provajdera koji je bio glavni razlog za izbor? (moguće 3 odgovora)

Baza: korisnici TV provajdera (n = 958, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 55. P48 – Glavni razlog izbora TV provajdera (do 3) (%)

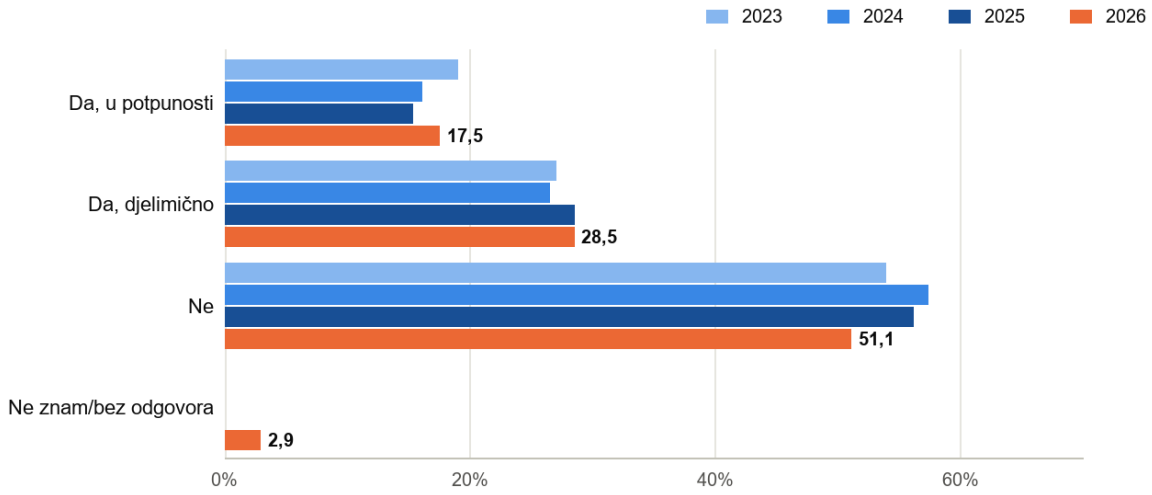
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Cijena	44,6	66,5	57,1	58,7	563
Kvalitet	52,4	62,4	53,2	50,7	483
Izbor programa	50,6	57,4	46,9	45,9	440
Paket servisa	34,8	29,4	32,1	34,3	330
Nijesam imao izbora jer sam mogao da uzmem samo ovog	7,2	3,7	4,6	4,1	39
Ne znam/bez odgovora	8,1	3,9	3,4	3,2	31

Kao glavni razlog za izbor trenutnog TV provajdera ispitanici najčešće navode „Cijena“ (58,7%), „Kvalitet“ (50,7%) i „Izbor programa“ (45,9%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Paket servisa“ (+2,2 p.p.), a najveći pad „Kvalitet“ (−2,5 p.p.).

Cijena i kvalitet ostaju glavni kriterijumi izbora TV provajdera; značaj paketa servisa (kombinovane usluge) nastavlja rast.

49. Da li ste upoznati sa mogućnostima koje pruža digitalni radio koji se emituje zemaljskim putem u brojnim državama Evrope?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Kategorija „Ne znam/bez odgovora“ obuhvata i osam ispitanika kojima pitanje nije postavljeno zbog preskoka iz P40.



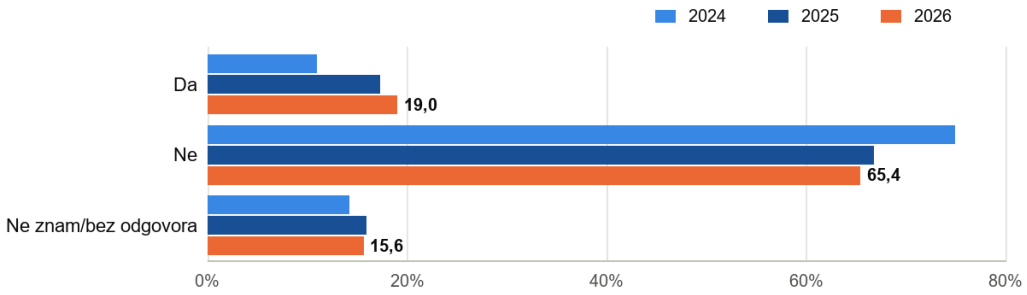
Grafikon 56. P49 – Upoznatost sa digitalnim radiom (DAB+) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da, u potpunosti	19,0	16,1	15,3	17,5	174
Da, djelimično	27,0	26,5	28,5	28,5	284
Ne	53,9	57,4	56,2	51,1	513
Ne znam/bez odgovora	–	–	–	2,9	29

Sa mogućnostima digitalnog radija upoznato je 46,0% ispitanika (17,5% u potpunosti i 28,5% djelimično), što je 2,2 p.p. više nego u 2025. godini (43,8%). Upoznatost je najveća među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (55,9%), a najmanja među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (35,9%).

50. U slučaju da posjedujete automobil, da li u njemu imate ugrađen prijemnik za prijem digitalnog DAB+ radija?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Kategorija „Ne znam/bez odgovora“ obuhvata i osam ispitanika kojima pitanje nije postavljeno zbog preskoka iz P40.



Grafikon 57. P50 – DAB+ prijemnik u automobilu (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	10,9	17,3	19,0	189
Ne	74,9	66,8	65,4	655
Ne znam/bez odgovora	14,2	15,9	15,6	156

DAB+ prijemnik u automobilu navodi 19,0% ispitanika, što je 1,7 p.p. više nego u 2025. godini (17,3%). Udio je najveći među ispitanicima od 18 do 29 godina (25,6%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (10,9%).

Prikazani udio odnosi se na ukupnu ciljnu populaciju, a ne samo na vlasnike automobila.

10. Internet

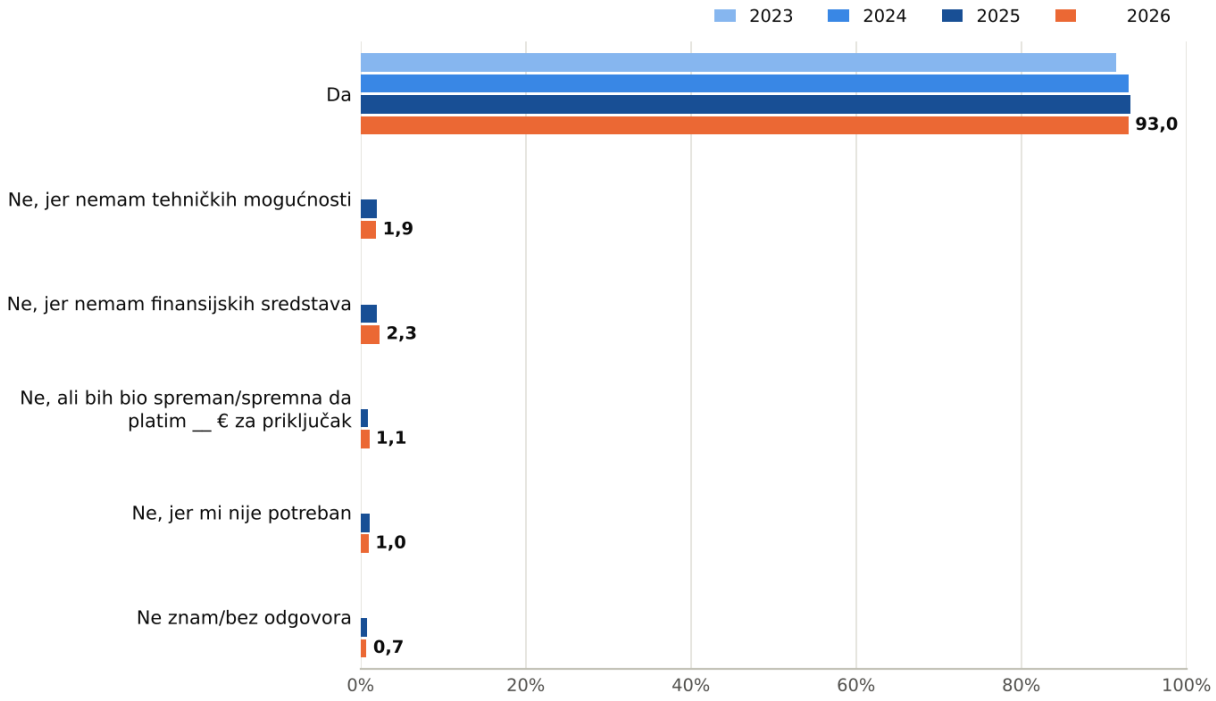
Prema istraživanju, mogućnost korišćenja interneta kod kuće ima 93,0% građana, a internet lično koristi 87,6% punoljetnih građana. Korišćenje interneta snažno zavisi od starosti: praktično svi mlađi od 45 godina koriste internet, dok je među starijima od 60 godina korisnika znatno manje. U odnosu na 2025. godinu zadovoljstvo kvalitetom i cijenom usluge pristupa internetu je niže, dok su korišćenje interneta za kupovinu i bankarstvo i svijest o sigurnosti na internetu u porastu.

Ukratko

- Lično koriste internet: 87,6%; kod kuće najčešće preko WiFi mreže (81,9% ispitanika).
- Zadovoljni kvalitetom: 73,5% (2025: 75,2%); cijenom: 66,4% (2025: 71,8%).
- Sa alatom Net Test Agencije upoznato je 29,1% ispitanika; iskustvo sajber napada imalo je 18,0%.

51. Da li imate mogućnost korišćenja Interneta kod kuće, bez obzira da li ga koristite ili ne?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 58. P51 – Mogućnost korišćenja interneta kod kuće (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	91,5	93,0	93,2	93,0	930
Ne, jer nemam tehničkih mogućnosti	–	–	2,0	1,9	19
Ne, jer nemam finansijskih sredstava	–	–	2,0	2,3	23
Ne, ali bih bio spreman/spremna da platim __ € za priključak	–	–	0,9	1,1	11
Ne, jer mi nije potreban	–	–	1,1	1,0	10
Ne znam/bez odgovora	–	–	0,8	0,7	7

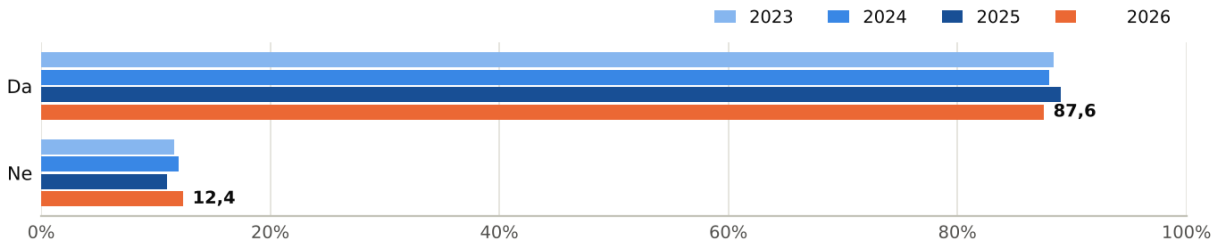
Među ispitanicima koji su naveli iznos spremnosti da plate priključak (n = 11), neponderisani prosjek je 13,6 €, medijana 15,0 €, a navedeni iznosi su od 10,0 do 20,0 €. Ovi iznosi opisuju malu podgrupu i ne predstavljaju procjenu spremnosti na plaćanje svih građana.

Udio ispitanika sa mogućnošću korišćenja interneta kod kuće u istraživanju iznosi 93,0%, što je 0,2 p.p. manje nego u 2025. godini (93,2%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (95,7%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (85,4%).

Opcija „Ne, jer mi nije potreban“ odnosi se na ispitanike koji nemaju potrebu za internetom; uglavnom je biraju stariji ispitanici koji ne koriste internet. Odgovarajuća opcija bila je ponuđena i u istraživanju 2025.

52. Da li Vi lično koristite internet?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 59. P52 – Lično korišćenje interneta (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	88,4	88,0	89,0	87,6	875
Ne	11,6	12,0	11,0	12,4	125

Udio ispitanika koji lično koriste internet u istraživanju iznosi 87,6%, što je 1,4 p.p. manje nego u 2025. godini (89,0%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 18 do 29 godina (99,4%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (65,1%).

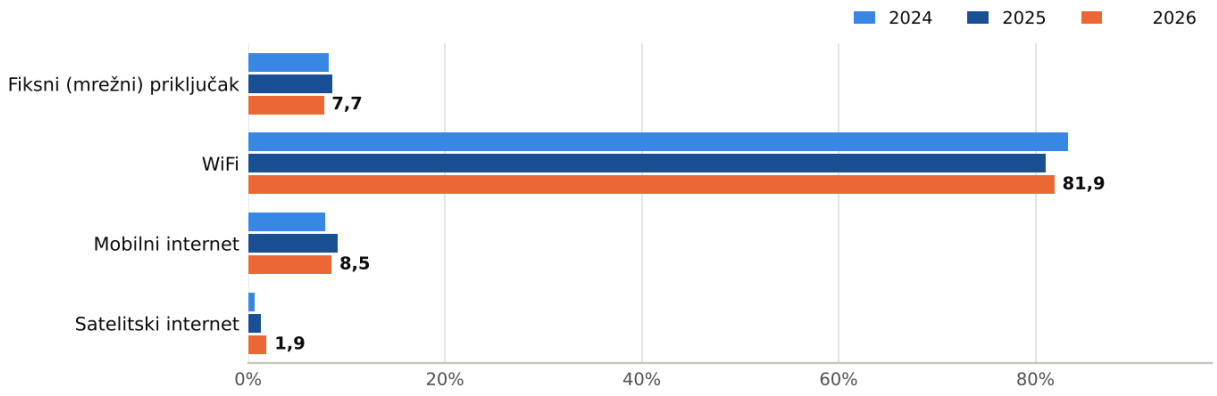
Pri tumačenju blago nižeg udjela korisnika interneta nego 2025. treba uzeti u obzir promjenu ciljne populacije: istraživanje 2026. obuhvata punoljetne građane, bez mladih od 15 do 17 godina. Na prikazani rezultat utiče i ponderisanje prema starosnoj strukturi ciljne populacije. Doprinos ovih razlika nije odvojeno procijenjen.

Tabela 27. P52 – udio ispitanika koji lično koriste internet, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika koji lično koriste internet (%)
Region		
Sjever	254	85,0
Centar	485	87,7
Jug	261	89,8
Pol		
Muškarci	467	86,9
Žene	533	88,2
Starost		
18–29	168	99,4
30–44	287	99,0
45–59	243	93,3
60+	302	65,1
Naselje		
Grad	540	89,9
Prigradsko	167	88,1
Selo	293	82,9
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	64,5
Srednje	594	88,8
Više/visoko	297	93,6

53. Putem kojeg priključka pristupate internetu kod kuće?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



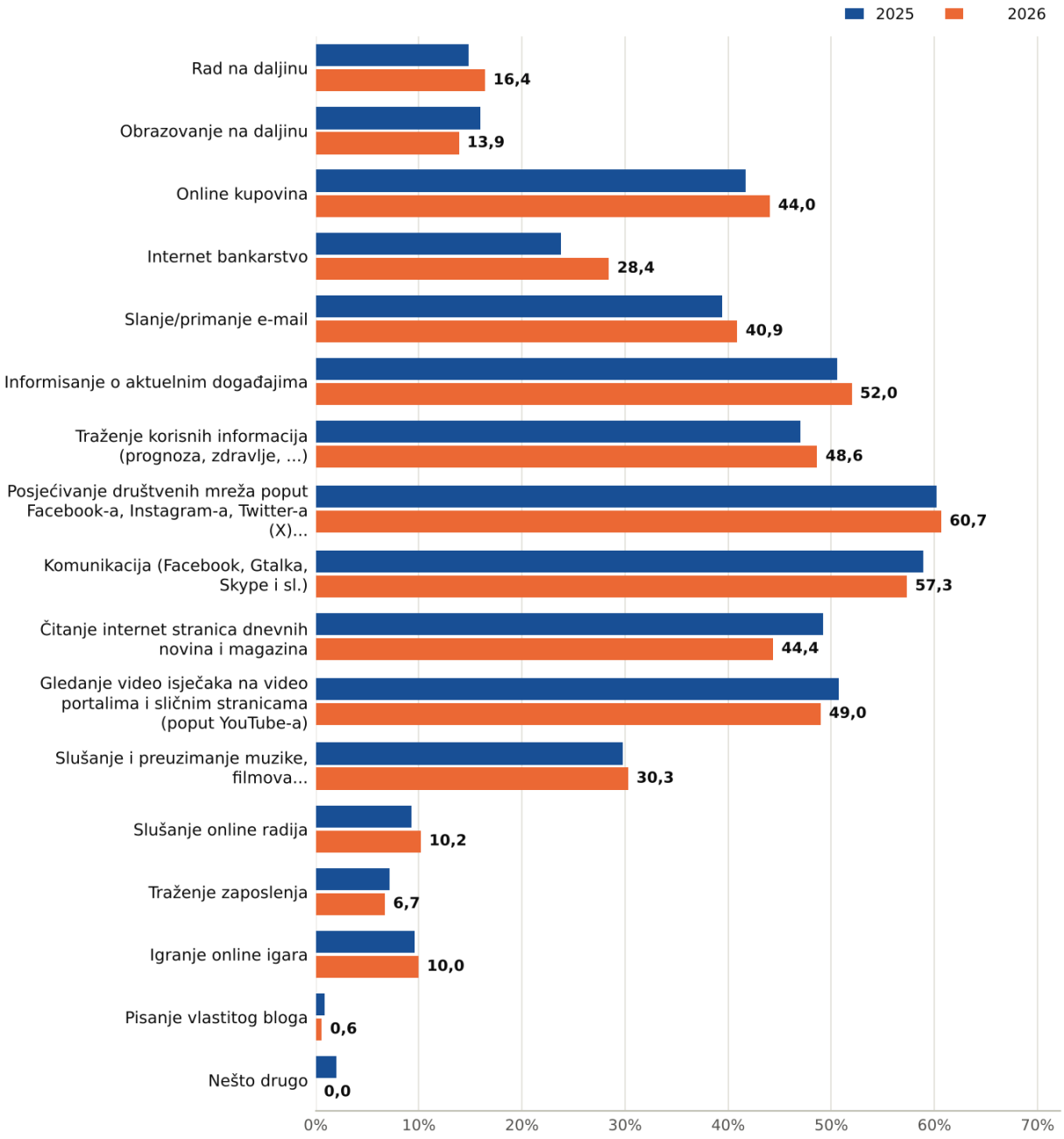
Grafikon 60. P53 – Priključak za pristup internetu kod kuće (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Fiksni (mrežni) priključak	8,2	8,6	7,7	68
WiFi	83,3	81,0	81,9	717
Mobilni internet	7,8	9,1	8,5	74
Satelitski internet	0,7	1,3	1,9	16

Najčešći odgovor je „WiFi“ (81,9%), a slijedi „Mobilni internet“ (8,5%).

54. Molim vas da mi kažete za šta sve koristite internet?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 61. P54 – Za šta koristi internet (%)

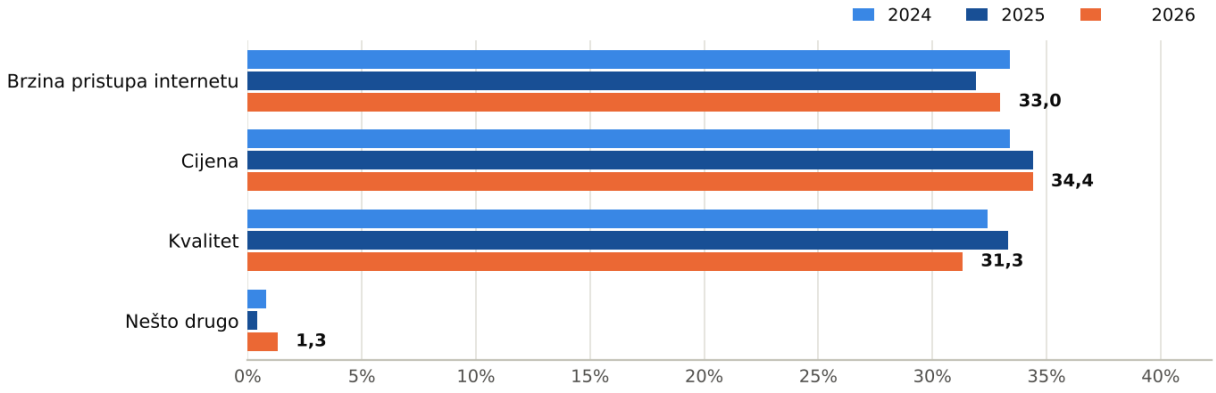
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Rad na daljinu	24,0	19,5	14,8	16,4	144
Obrazovanje na daljinu	27,0	25,0	16,0	13,9	121
Online kupovina	27,0	30,0	41,7	44,0	388
Internet bankarstvo	9,1	6,0	23,8	28,4	248
Slanje/primanje e-mail	43,6	41,1	39,4	40,9	358
Informisanje o aktuelnim događajima	66,4	67,1	50,6	52,0	454
Traženje korisnih informacija (prognoza, zdravlje, ...)	67,6	63,6	47,0	48,6	425
Posjećivanje društvenih mreža poput Facebook-a, Instagram-a, Twitter-a (X)...	51,5	45,4	60,2	60,7	531
Komunikacija (Facebook, Gtalka, Skype i sl.)	63,0	61,5	58,9	57,3	502
Čitanje internet stranica dnevnih novina i magazina	56,3	52,3	49,2	44,4	388
Gledanje video isječaka na video portalima i sličnim stranicama (poput YouTube-a)	58,9	55,0	50,7	49,0	427
Slušanje i preuzimanje muzike, filmova...	40,9	33,3	29,8	30,3	264
Slušanje online radija	9,1	7,0	9,3	10,2	90
Traženje zaposlenja	14,9	8,0	7,2	6,7	58
Igranje online igara	8,9	4,9	9,6	10,0	85
Pisanje vlastitog bloga	1,1	0,1	0,9	0,6	5
Nešto drugo	0,2	0,0	2,0	0,0	0

Ispitanici navode da internet najčešće koriste za „Posjećivanje društvenih mreža poput Facebook-a, Instagram-a, Twitter-a (X)...“ (60,7%), „Komunikacija (Facebook, Gtalka, Skype i sl.)“ (57,3%) i „Informisanje o aktuelnim događajima“ (52,0%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Internet bankarstvo“ (+4,6 p.p.), a najveći pad „Čitanje internet stranica dnevnih novina i magazina“ (−4,8 p.p.).

Kategorije „rad na daljinu“ i „obrazovanje na daljinu“ uvedene su 2025. umjesto ranijih „poslovne svrhe“ i „edukacija“, pa je poređenje sa 2023–2024. za njih orijentaciono.

55. Prilikom izbora operatora i paketa šta vam je opredjeljujuće? (rangiranje po prioritetima)

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Rangiranje od 1 (najvažnije) do 4.



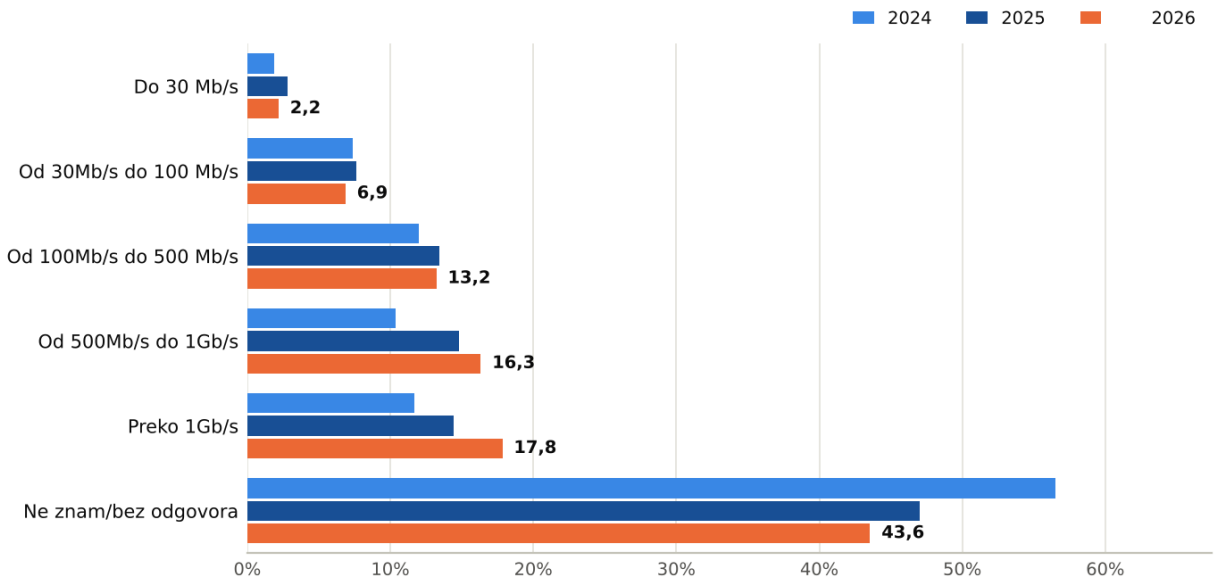
Grafikon 62. P55 – kriterijum rangiran na prvo mjesto pri izboru operatora i paketa (%)

Kriterijum	2024	2025	2026
Brzina pristupa internetu	33,4	31,9	33,0
Cijena	33,4	34,4	34,4
Kvalitet	32,4	33,3	31,3
Nešto drugo	0,8	0,4	1,3

Na prvo mjesto ispitanici najčešće stavljaju kriterijum „cijena“ (34,4%), zatim „brzina“ (33,0%) i „kvalitet“ (31,3%). Kao i u 2025. godini, ova tri kriterijuma su gotovo izjednačena; razlike su manje od granice slučajne greške. Rang 1 označava najvažniji kriterijum.

56. Koju brzinu pristupa internetu koristite?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 63. P56 – Brzina pristupa internetu (%)

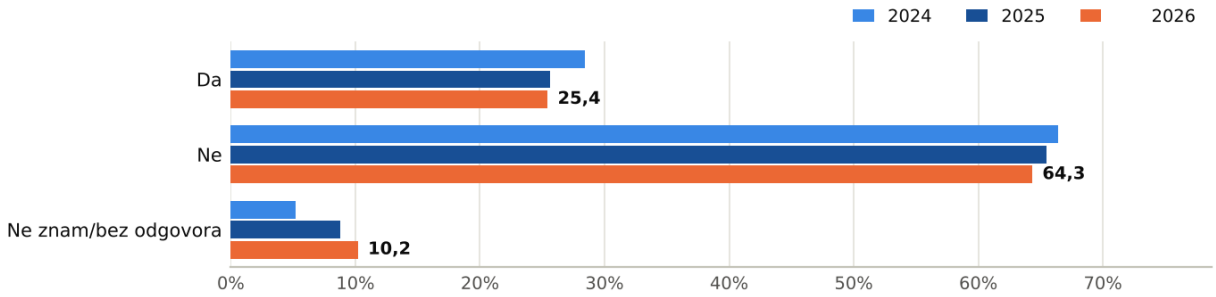
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Do 30 Mb/s	1,9	2,8	2,2	19
Od 30Mb/s do 100 Mb/s	7,4	7,6	6,9	60
Od 100Mb/s do 500 Mb/s	12,0	13,4	13,2	115
Od 500Mb/s do 1Gb/s	10,4	14,8	16,3	142
Preko 1Gb/s	11,7	14,4	17,8	155
Ne znam/bez odgovora	56,5	47,0	43,6	384

Najčešći odgovor je „Ne znam/bez odgovora“ (43,6%), a slijedi „Preko 1Gb/s“ (17,8%). Udio korisnika sa brzinom od 500 Mb/s i više iznosi 34,2%, što je 5,0 p.p. više nego u 2025. godini (29,2%). Ukupni udio izračunat je prije zaokruživanja pojedinačnih ponderisanih procenata. Najveći udio je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (37,2%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (24,2%).

Udio ispitanika koji ne znaju brzinu svog priključka i dalje je visok, iako je niži nego u prethodnim talasima. Odgovor na ovo pitanje predstavlja poznavanje ili procjenu brzine od strane korisnika, pa se razlikuje od rezultata tehničkog mjerenja priključka.

57. Da li imate potrebu za korišćenjem veće brzine pristupa internetu?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



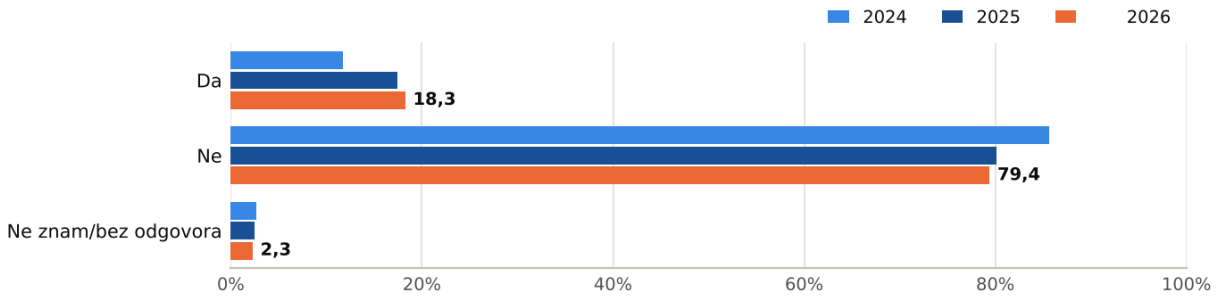
Grafikon 64. P57 – Potreba za većom brzinom (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	28,4	25,6	25,4	222
Ne	66,4	65,5	64,3	563
Ne znam/bez odgovora	5,2	8,8	10,2	90

Udio ispitanika kojima je potrebna veća brzina pristupa internetu u istraživanju iznosi 25,4%, što je 0,2 p.p. manje nego u 2025. godini (25,6%). Udio ispitanika kojima nije potrebna veća brzina pristupa internetu iznosi 64,3%. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

58. Da li redovno vršite provjeru brzine?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



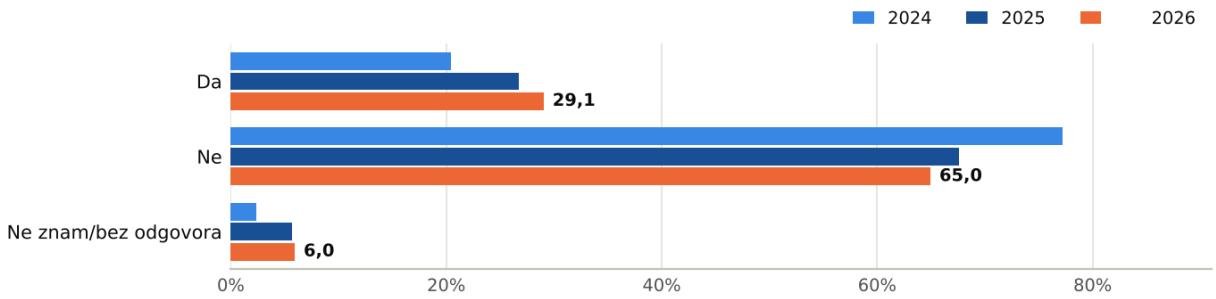
Grafikon 65. P58 – Redovna provjera brzine (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	11,7	17,4	18,3	158
Ne	85,6	80,1	79,4	697
Ne znam/bez odgovora	2,7	2,5	2,3	20

Udio ispitanika koji redovno provjeravaju brzinu u istraživanju iznosi 18,3%, što je 0,9 p.p. više nego u 2025. godini (17,4%). I dalje je visok procenat onih koji ne provjeravaju brzinu (79,4%). Najveći udio zabilježen je među muškarcima (24,8%), a najmanji među ženama (12,3%).

59. Da li ste upoznati sa alatom za provjeru brzine interneta koji posjeduje Agencija (Net Test)?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 66. P59 – Upoznatost sa Net Testom Agencije (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	20,4	26,7	29,1	253
Ne	77,2	67,6	65,0	569
Ne znam/bez odgovora	2,4	5,7	6,0	53

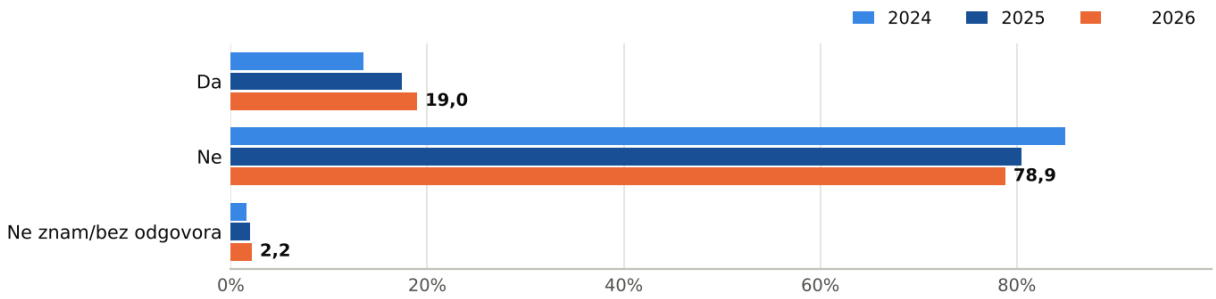
Udio ispitanika upoznatih sa alatom Net Test Agencije u istraživanju iznosi 29,1%, što je 2,4 p.p. više nego u 2025. godini (26,7%). I dalje je visok procenat onih koji nisu upoznati sa alatom Net Test (65,0%). Najveći udio upoznatih zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (35,0%), a najmanji među ispitanicima sa srednjim obrazovanjem (26,1%).

Tabela 28. P59 – udio korisnika upoznatih sa alatom Net Test Agencije, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika upoznatih sa alatom Net Test Agencije (%)
Region		
Sjever	216	30,2
Centar	425	28,2
Jug	234	29,6
Pol		
Muškarci	408	28,7
Žene	467	29,4
Starost		
18–29	167	31,8
30–44	284	28,0
45–59	227	25,9
60+	197	31,8
Naselje		
Grad	486	28,4
Prigradsko	147	30,8
Selo	242	29,3
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	70	28,0
Srednje	527	26,1
Više/visoko	278	35,0

60. Da li koristite neki od alata za provjeru brzine interneta?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



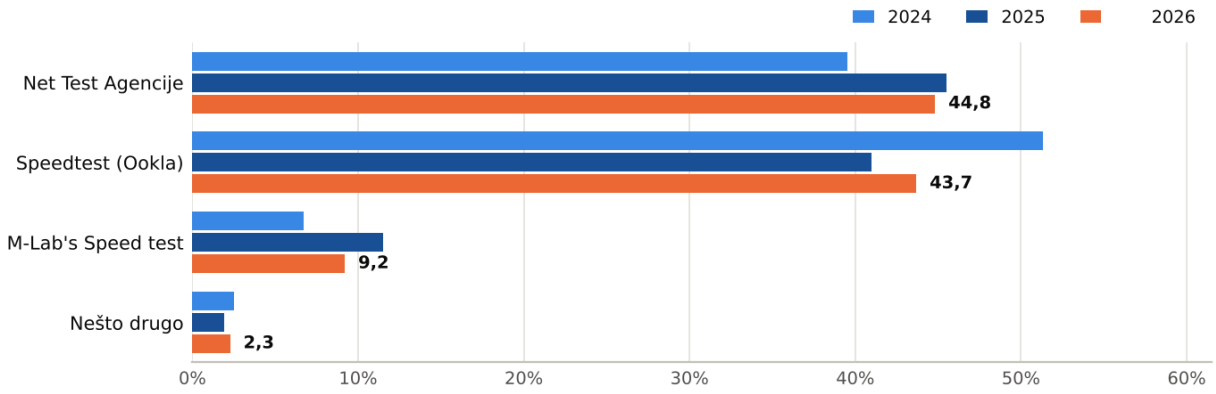
Grafikon 67. P60 – Korišćenje alata za provjeru brzine (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	13,5	17,4	19,0	166
Ne	84,9	80,5	78,9	690
Ne znam/bez odgovora	1,6	2,0	2,2	19

Udio ispitanika koji koriste neki od alata za provjeru brzine interneta iznosi 19,0%, što je 1,6 p.p. više nego u 2025. godini (17,4%). Udio onih koji ne koriste ove alate i dalje je visok i iznosi 78,9%. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

61. Koji od alata za provjeru brzine interneta koristite?

Baza: korisnici koji koriste alat za provjeru brzine (n = 166, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



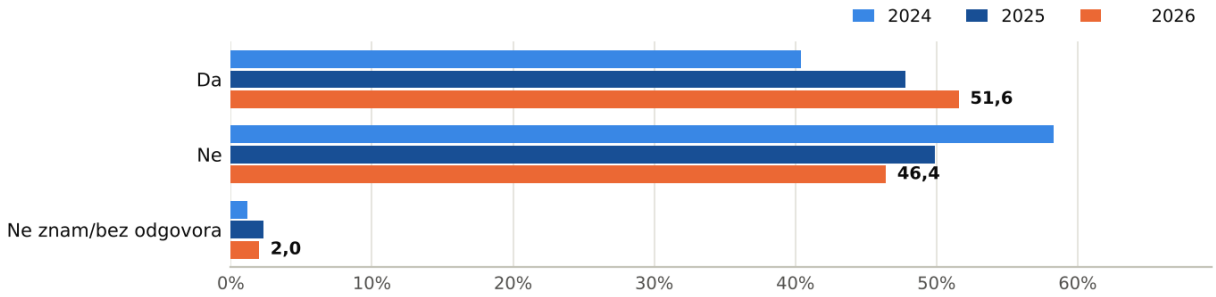
Grafikon 68. P61 – Alat za provjeru brzine (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Net Test Agencije	39,5	45,5	44,8	75
Speedtest (Ookla)	51,3	41,0	43,7	72
M-Lab's Speed test	6,7	11,5	9,2	15
Nešto drugo	2,5	1,9	2,3	4

Što se tiče alata za provjeru brzine interneta najčešći odgovor je „Net Test Agencije“ (44,8%), a slijedi „Speedtest (Ookla)“ (43,7%).

62. Da li preduzimate aktivnosti za zaštitu sigurnosti na internetu?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



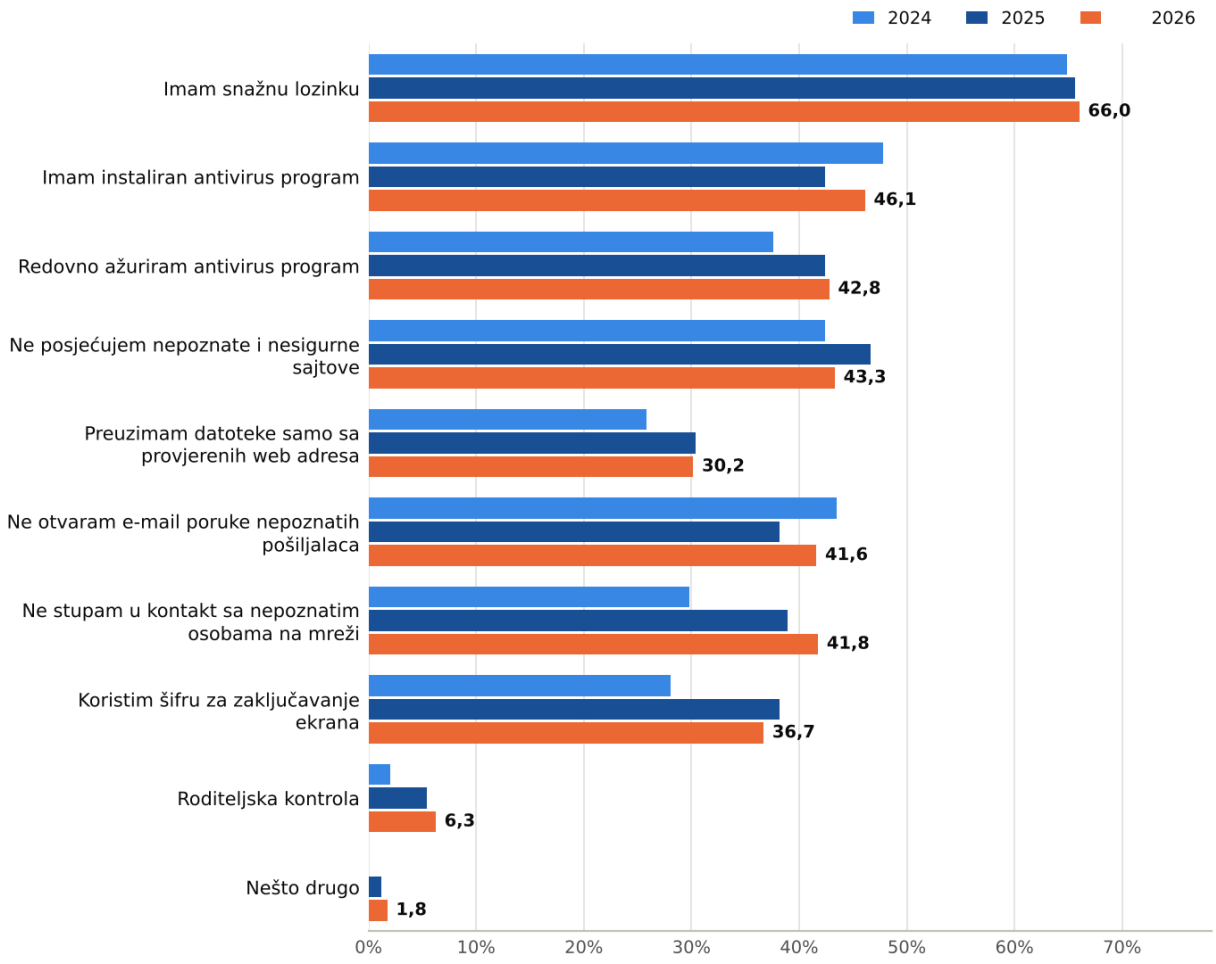
Grafikon 69. P62 – Aktivnosti za zaštitu sigurnosti na internetu (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	40,4	47,8	51,6	451
Ne	58,3	49,9	46,4	407
Ne znam/bez odgovora	1,2	2,3	2,0	17

Udio ispitanika koji preduzimaju aktivnosti zaštite sigurnosti na internetu iznosi 51,6%, što je 3,8 p.p. više nego u 2025. godini (47,8%). I dalje je veliki udio onih koji ne preduzimaju ove aktivnosti (46,4%). Najveći udio ispitanika koji preduzimaju aktivnosti zaštite sigurnosti zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (57,4%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (38,8%).

63. Koje aktivnosti za zaštitu sigurnosti na internetu preduzimate? (moguće više odgovora)

Baza: korisnici koji preduzimaju aktivnosti zaštite sigurnosti (n = 451, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



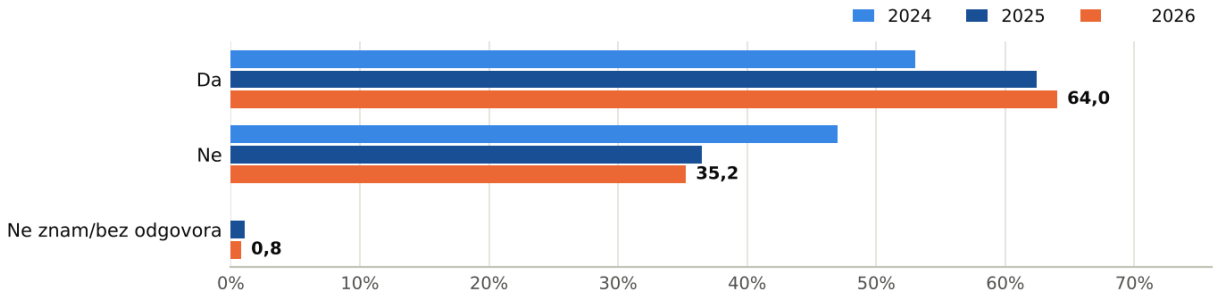
Grafikon 70. P63 – Koje aktivnosti zaštite sigurnosti (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Imam snažnu lozinku	64,9	65,6	66,0	297
Imam instaliran antivirus program	47,8	42,4	46,1	209
Redovno ažuriram antivirus program	37,6	42,4	42,8	193
Ne posjećujem nepoznate i nesigurne sajtove	42,4	46,6	43,3	195
Preuzimam datoteke samo sa provjerenih web adresa	25,8	30,4	30,2	136
Ne otvaram e-mail poruke nepoznatih pošiljalaca	43,5	38,2	41,6	188
Ne stupam u kontakt sa nepoznatim osobama na mreži	29,8	38,9	41,8	189
Koristim šifru za zaključavanje ekrana	28,1	38,2	36,7	166
Roditeljska kontrola	2,0	5,4	6,3	28
Nešto drugo	0,0	1,2	1,8	8

Kao aktivnosti za zaštitu sigurnosti na internetu ispitanici najčešće navode „Imam snažnu lozinku“ (66,0%), „Imam instaliran antivirus program“ (46,1%) i „Ne posjećujem nepoznate i nesigurne sajtove“ (43,3%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Imam instaliran antivirus program“ (+3,7 p.p.), a najveći pad „Ne posjećujem nepoznate i nesigurne sajtove“ (−3,3 p.p.).

64. Da li preduzimate mjere za zaštitu ličnih podataka na internetu?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



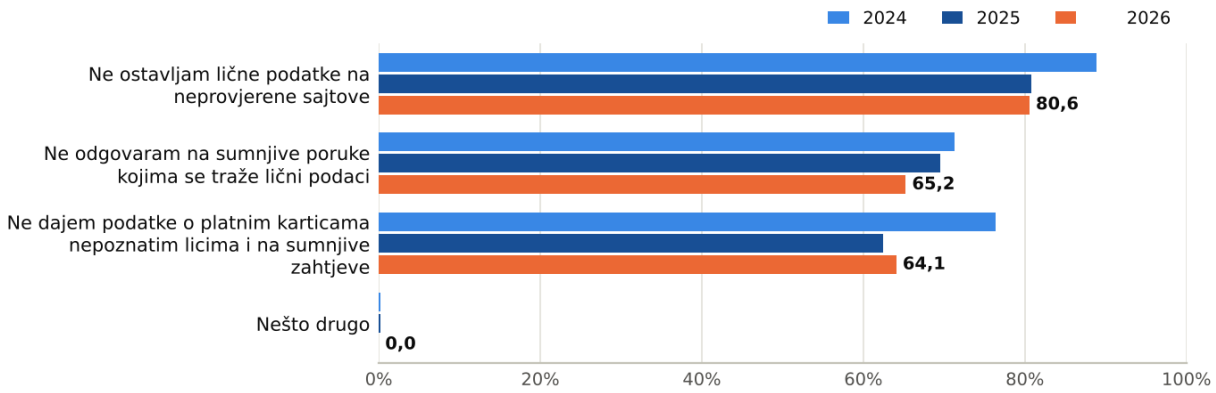
Grafikon 71. P64 – Mjere zaštite ličnih podataka (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	53,0	62,4	64,0	558
Ne	47,0	36,5	35,2	310
Ne znam/bez odgovora	0,0	1,1	0,8	7

Udio ispitanika koji preduzimaju mjere zaštite ličnih podataka u istraživanju iznosi 64,0%, što je 1,6 p.p. više nego u 2025. godini (62,4%). Mjere zaštite ličnih podataka ne preduzima 35,2% ispitanika. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (69,8%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (51,8%).

65. Koje mjere za zaštitu ličnih podataka na internetu preduzimate? (moguće više odgovora)

Baza: korisnici koji preduzimaju mjere zaštite ličnih podataka (n = 558, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



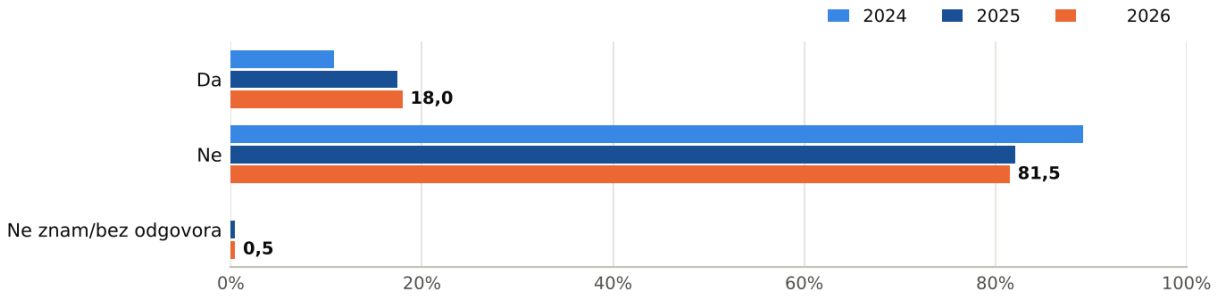
Grafikon 72. P65 – Koje mjere zaštite ličnih podataka (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Ne ostavljam lične podatke na neprovjerene sajtove	88,9	80,8	80,6	450
Ne odgovaram na sumnjive poruke kojima se traže lični podaci	71,3	69,5	65,2	364
Ne dajem podatke o platnim karticama nepoznatim licima i na sumnjive zahtjeve	76,4	62,4	64,1	357
Nešto drugo	0,2	0,2	0,0	0

Kao mjere za zaštitu ličnih podataka najčešće se navode „Ne ostavljam lične podatke na neprovjerene sajtove“ (80,6%), „Ne odgovaram na sumnjive poruke kojima se traže lični podaci“ (65,2%) i „Ne dajem podatke o platnim karticama nepoznatim licima i na sumnjive zahtjeve“ (64,1%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Ne dajem podatke o platnim karticama nepoznatim licima i na sumnjive zahtjeve“ (+1,7 p.p.), a najveći pad „Ne odgovaram na sumnjive poruke kojima se traže lični podaci“ (−4,3 p.p.).

66. Da li ste imali iskustvo sajber napada na internetu?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 73. P66 – Iskustvo sajber napada (%)

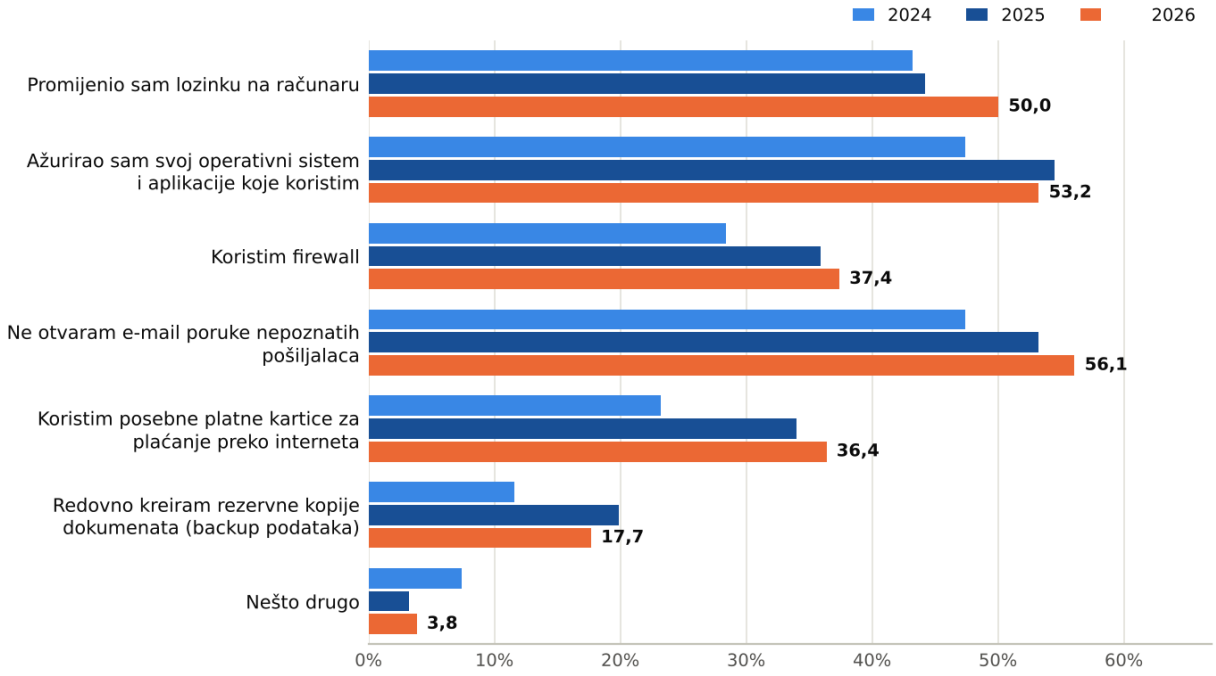
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	10,8	17,4	18,0	158
Ne	89,2	82,1	81,5	713
Ne znam/bez odgovora	0,0	0,4	0,5	4

Udio ispitanika koji su imali iskustvo sajber napada u istraživanju iznosi 18,0%, što je 0,6 p.p. više nego u 2025. godini (17,4%). Udio ispitanika koji nisu imali iskustvo sajber napada je visok (81,5%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 30 do 44 godine (23,7%), a najmanji među ispitanicima od 45 do 59 godina (12,3%).

Iskustvo sajber napada češće navode mlađi korisnici: 21,8% među mlađima od 45 godina, naspram 14,0% među starijima.

67. Šta ste preduzeli? (moguće više odgovora)

Baza: korisnici koji su imali iskustvo sajber napada (n = 158, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



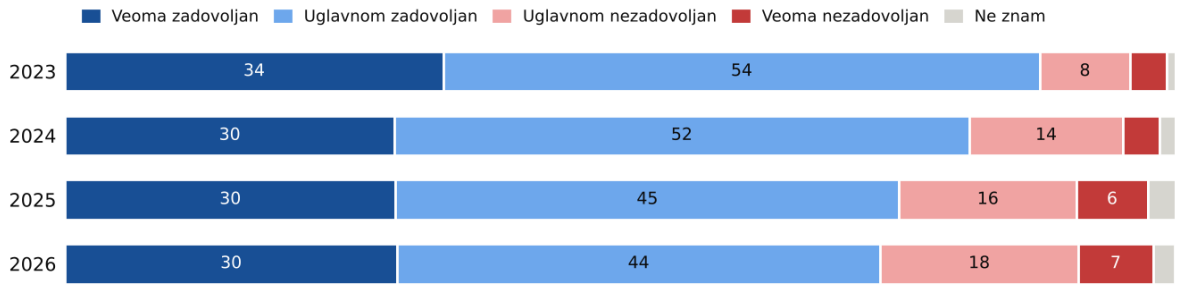
Grafikon 74. P67 – Šta je preduzeto nakon sajber napada (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Promijenio sam lozinku na računaru	43,2	44,2	50,0	79
Ažurirao sam svoj operativni sistem i aplikacije koje koristim	47,4	54,5	53,2	84
Koristim firewall	28,4	35,9	37,4	59
Ne otvaram e-mail poruke nepoznatih pošiljalaca	47,4	53,2	56,1	88
Koristim posebne platne kartice za plaćanje preko interneta	23,2	34,0	36,4	57
Redovno kreiram rezervne kopije dokumenata (backup podataka)	11,6	19,9	17,7	28
Nešto drugo	7,4	3,2	3,8	6

Korake koje su preduzeli u cilju zaštite od sajber napada ispitanici najčešće navode „Ne otvaram e-mail poruke nepoznatih pošiljalaca“ (56,1%), „Ažurirao sam svoj operativni sistem i aplikacije koje koristim“ (53,2%) i „Promijenio sam lozinku na računaru“ (50,0%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Promijenio sam lozinku na računaru“ (+5,8 p.p.), a najveći pad „Redovno kreiram rezervne kopije dokumenata (backup podataka)“ (−2,2 p.p.).

68. Generalno govoreći, u kojoj mjeri ste zadovoljni kvalitetom i cijenom usluge pristupa internetu?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).

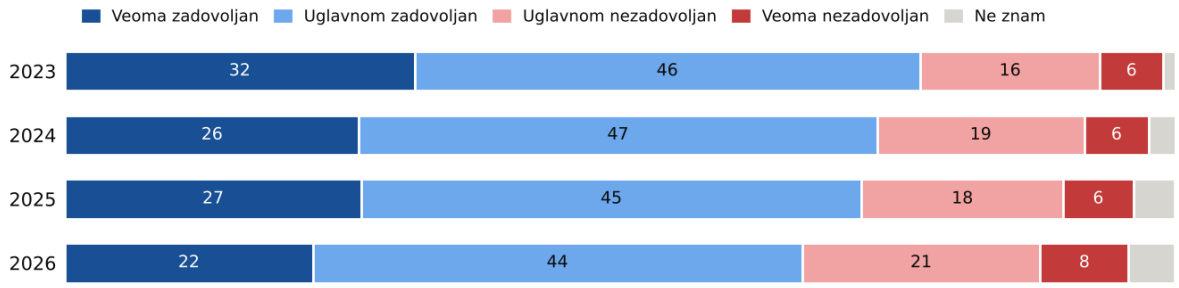


Grafikon 75. P68 – Kvalitet usluga: raspodjela odgovora po godinama (%)

Kvalitet usluga: Udio ispitanika zadovoljnih kvalitetom usluge pristupa internetu u istraživanju iznosi 73,5% (veoma zadovoljan 29,9%, uglavnom zadovoljan 43,5%), što je 1,7 p.p. manje nego u 2025. godini (75,2%). Udio nezadovoljnih je 24,6%. Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

Tabela 29. P68 – udio zadovoljnih kvalitetom usluge pristupa internetu, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih kvalitetom usluge pristupa internetu (%)
Region		
Sjever	216	71,6
Centar	425	72,1
Jug	234	77,6
Pol		
Muškarci	408	72,2
Žene	467	74,6
Starost		
18–29	167	71,7
30–44	284	76,2
45–59	227	72,8
60+	197	72,2
Naselje		
Grad	486	75,7
Prigradsko	147	72,4
Selo	242	69,7
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	70	71,0
Srednje	527	73,4
Više/visoko	278	74,3



Grafikon 76. P68 – Cijena usluga: raspodjela odgovora po godinama (%)

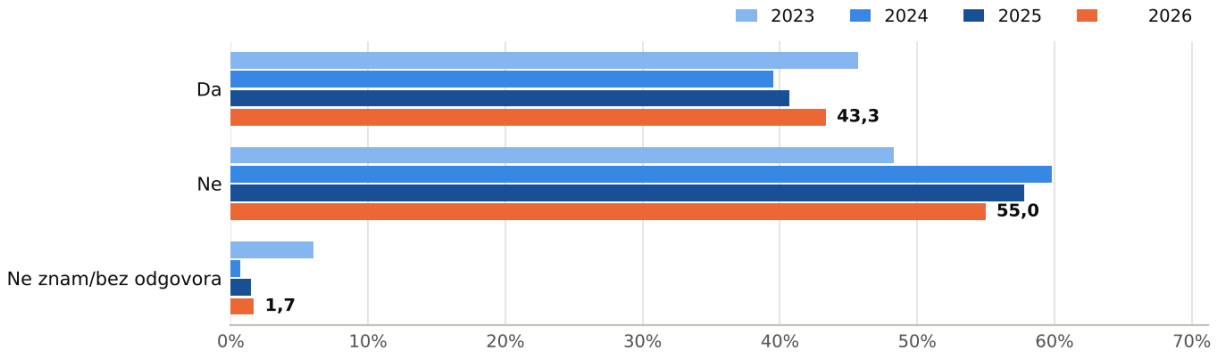
Cijena usluga: Udio zadovoljnih cijenom usluge pristupa internetu u istraživanju iznosi 66,4% (veoma zadovoljan 22,3%, uglavnom zadovoljan 44,1%), što je 5,4 p.p. manje nego u 2025. godini (71,8%). Udio nezadovoljnih je 29,4%. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa juga (72,4%), a najmanji među ispitanicima iz centralnog regiona (63,0%).

Tabela 30. P68 – udio zadovoljnih cijenom usluge pristupa internetu, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio zadovoljnih cijenom usluge pristupa internetu (%)
Region		
Sjever	216	66,8
Centar	425	63,0
Jug	234	72,4
Pol		
Muškarci	408	69,6
Žene	467	63,5
Starost		
18–29	167	67,1
30–44	284	67,5
45–59	227	63,9
60+	197	67,5
Naselje		
Grad	486	67,6
Prigradsko	147	65,3
Selo	242	64,9
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	70	63,5
Srednje	527	66,1
Više/visoko	278	67,8

69. Da li ste u posljednjih godinu dana imali smetnju i/ili prekid u korišćenju usluge pristupa Internetu?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



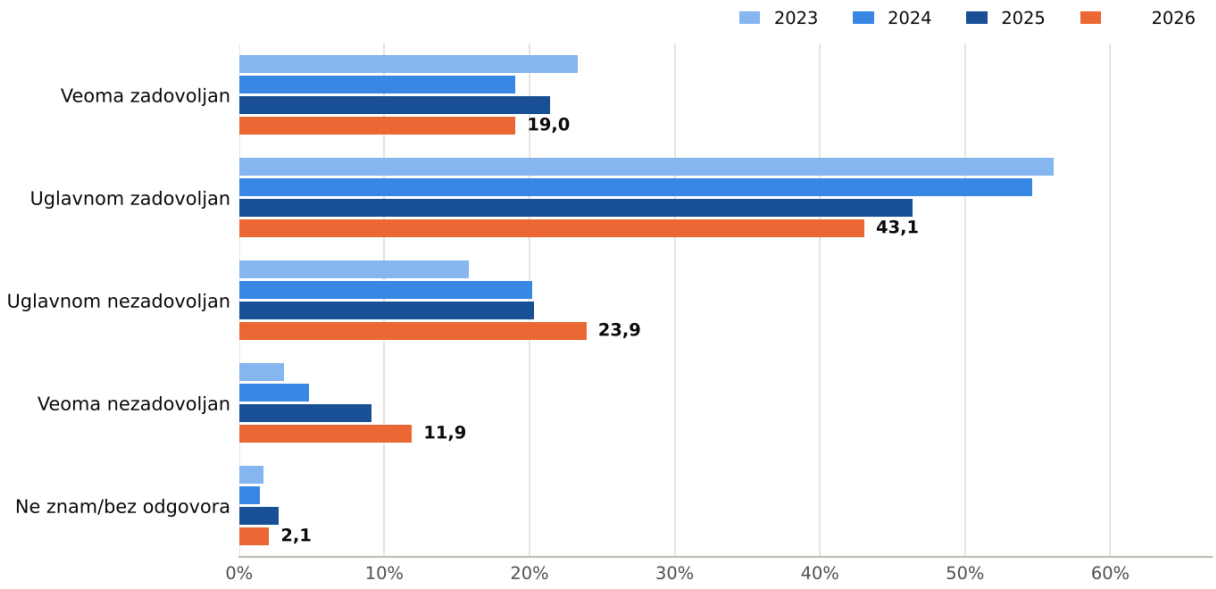
Grafikon 77. P69 – Smetnja i/ili prekid interneta (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	45,7	39,5	40,7	43,3	379
Ne	48,3	59,8	57,8	55,0	481
Ne znam/bez odgovora	6,0	0,7	1,5	1,7	15

Udio ispitanika koji su imali smetnju i/ili prekid u pristupu internetu iznosi 43,3%, što je 2,6 p.p. više nego u 2025. godini (40,7%). Udio onih koji nisu imali smetnju i/ili prekid u pristupu internetu iznosi 55,0%. Najveći udio ispitanika sa smetnjama zabilježen je među ispitanicima od 18 do 29 godina (50,8%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (39,0%).

70. U kojoj mjeri ste zadovoljni vremenom otklanjanja smetnje i/ili prekida?

Baza: korisnici interneta koji su imali smetnju i/ili prekid (n = 379, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



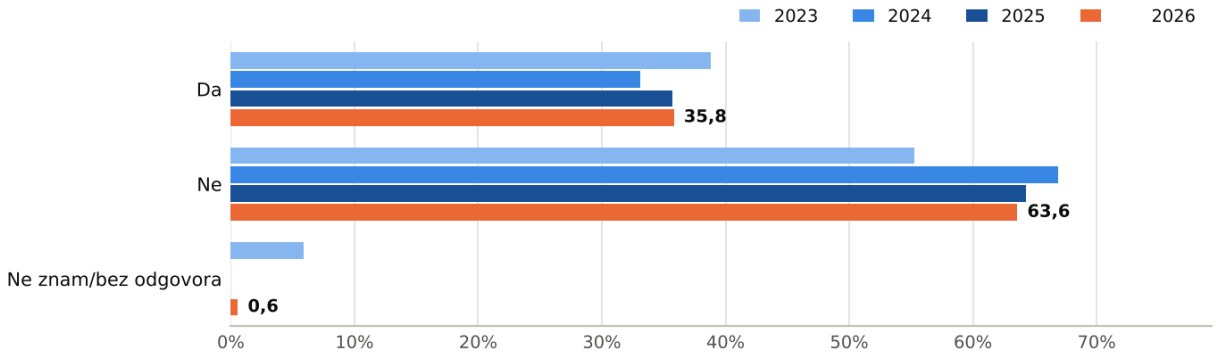
Grafikon 78. P70 – Zadovoljstvo vremenom otklanjanja smetnje (internet) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	23,3	19,0	21,4	19,0	72
Uglavnom zadovoljan	56,1	54,6	46,4	43,1	164
Uglavnom nezadovoljan	15,8	20,2	20,3	23,9	90
Veoma nezadovoljan	3,1	4,8	9,1	11,9	45
Ne znam/bez odgovora	1,7	1,4	2,7	2,1	8

Udio zadovoljnih vremenom otklanjanja smetnje u pristupu internetu u istraživanju iznosi 62,1% (veoma 19,0%, uglavnom 43,1%), što je 5,7 p.p. manje nego u 2025. godini (67,8%). Udio nezadovoljnih je 35,8% (uglavnom 23,9%, veoma 11,9%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 45 do 59 godina (67,0%), a najmanji među ispitanicima od 18 do 29 godina (53,4%).

71. Da li ste u posljednjih godinu dana kontaktirali podršku za korisnike (call centar) svog internet provajdera?

Baza: korisnici interneta (n = 875, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



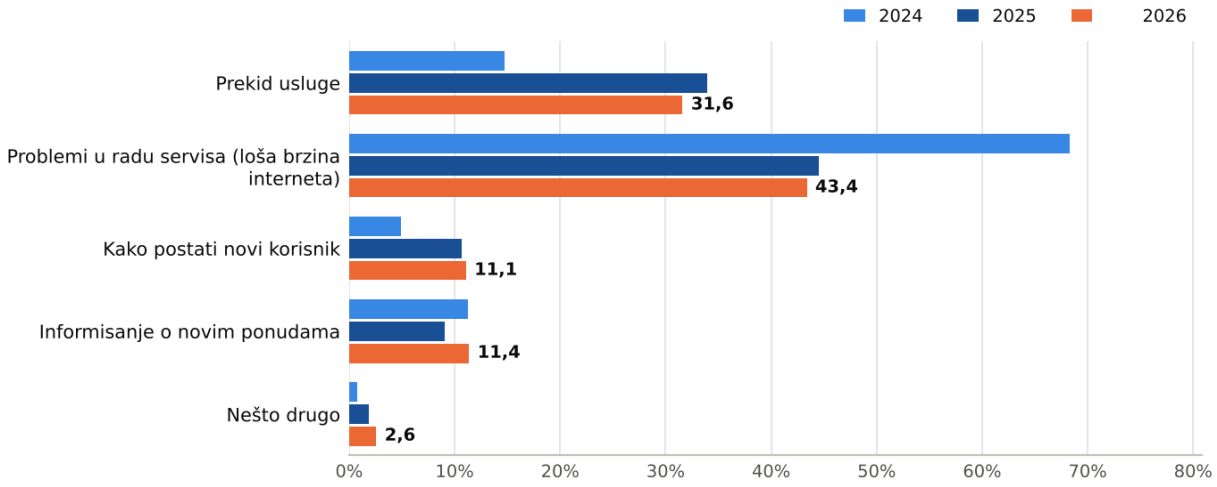
Grafikon 79. P71 – Kontakt sa call centrom internet provajdera (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	38,8	33,1	35,7	35,8	312
Ne	55,3	66,9	64,3	63,6	558
Ne znam/bez odgovora	5,9	0,0	0,0	0,6	5

Call centar internet provajdera kontaktiralo je 35,8% korisnika, što je 0,1 p.p. više nego u 2025. godini (35,7%). I dalje je visok udio onih koji nisu kontaktirali call centar (63,6%). Najveći udio korisnika koji su kontaktirali podršku zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (40,2%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (25,8%).

72. Koji je razlog kontaktiranja podrške za korisnike (call centar)?

Baza: korisnici interneta koji su kontaktirali call centar (n = 312, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



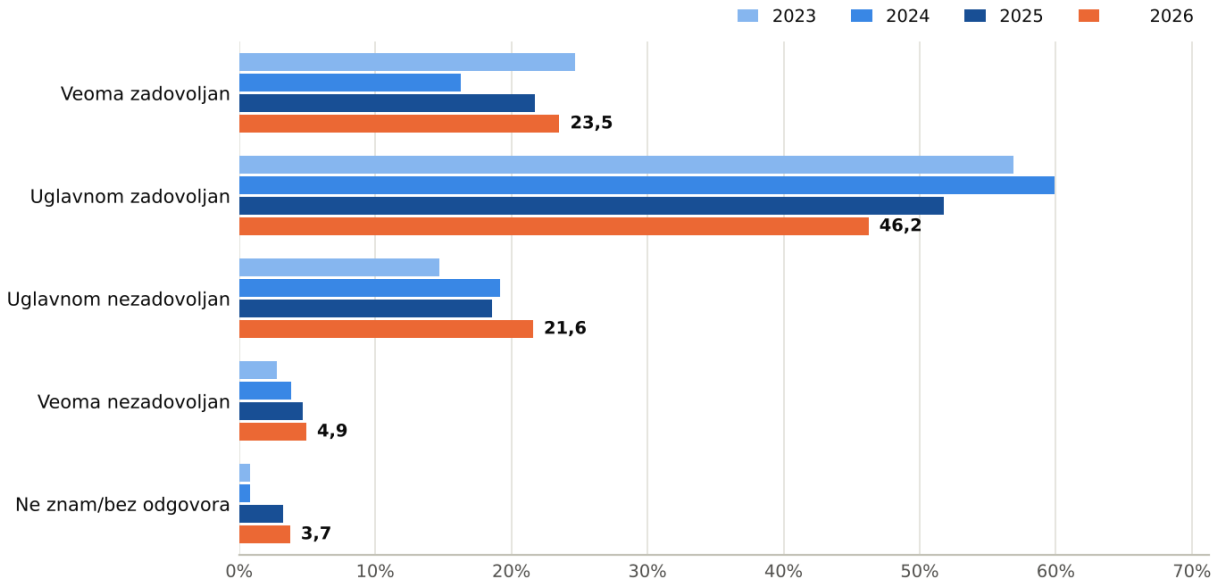
Grafikon 80. P72 – Razlog kontaktiranja call centra (internet) (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Prekid usluge	14,7	33,9	31,6	98
Problemi u radu servisa (loša brzina interneta)	68,3	44,5	43,4	136
Kako postati novi korisnik	4,9	10,7	11,1	35
Informisanje o novim ponudama	11,3	9,1	11,4	35
Nešto drugo	0,8	1,9	2,6	8

Najčešći odgovor je „Problemi u radu servisa (loša brzina interneta)“ (43,4%), a slijedi „Prekid usluge“ (31,6%).

73. U kojoj mjeri ste zadovoljni uslugom podrške za korisnike (call centar)?

Baza: korisnici interneta koji su kontaktirali call centar (n = 312, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 81. P73 – Zadovoljstvo call centrom (internet) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	24,7	16,3	21,7	23,5	74
Uglavnom zadovoljan	56,9	59,9	51,8	46,2	143
Uglavnom nezadovoljan	14,7	19,2	18,6	21,6	68
Veoma nezadovoljan	2,8	3,8	4,7	4,9	15
Ne znam/bez odgovora	0,8	0,8	3,2	3,7	12

Udio zadovoljnih uslugom call centra internet provajdera u istraživanju iznosi 69,8% (veoma 23,5%, uglavnom 46,2%), što je 3,7 p.p. manje nego u 2025. godini (73,5%). Udio nezadovoljnih je 26,5% (uglavnom 21,6%, veoma 4,9%). Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „region“: udio zadovoljnih uslugom call centra internet provajdera je najveći među ispitanicima iz centralnog regiona (72,8%), a najmanji među ispitanicima sa sjevera (63,1%).

Pitanje je postavljeno samo korisnicima interneta koji su kontaktirali call centar (n = 312). Istu bazu koristi izvještaj za 2025. godinu.

11. Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost

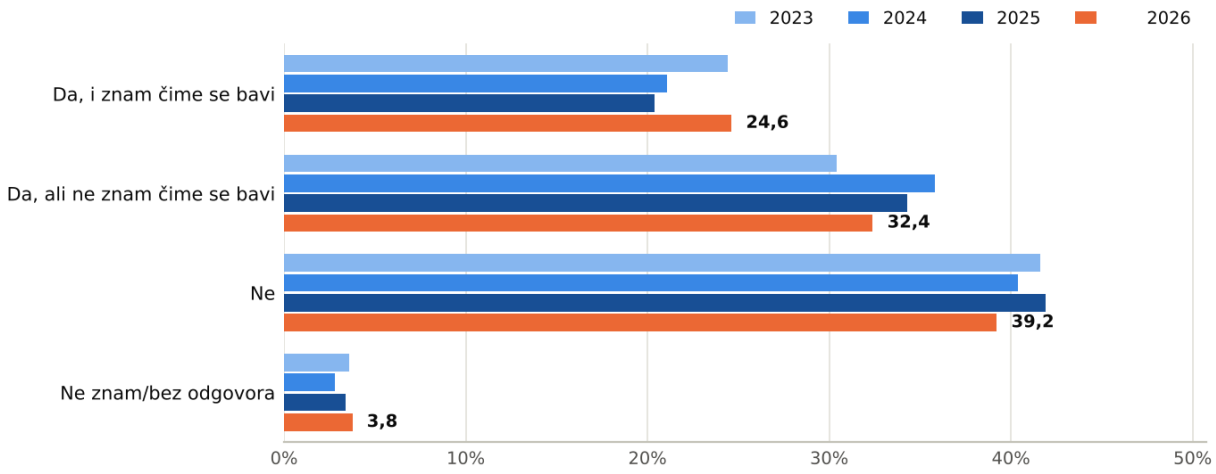
Prema istraživanju, za Agenciju je čulo 57,0% građana, a 24,6% zna i čime se bavi. Upoznatost je stabilna u dužem periodu (54–57%), uz izražene razlike prema obrazovanju i starosti. Internet je glavni kanal informisanja o Agenciji, posebno među mlađima, dok stariji češće navode televiziju.

Ukratko

- Čuli za Agenciju: 57,0% (2025: 54,7%); znaju čime se bavi: 24,6% (2025: 20,4%).
- Upoznati sa sajtom www.ekip.me: 34,6% onih koji su čuli za Agenciju; od njih 79,0% lako nalazi informacije.
- Za servise na sajtu zna 70,1% onih koji poznaju sajt (2025: 64,8%).

74. Da li ste čuli za Agenciju za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 82. P74 – Čuli za Agenciju (EKIP) (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da, i znam čime se bavi	24,4	21,1	20,4	24,6	245
Da, ali ne znam čime se bavi	30,4	35,8	34,3	32,4	325
Ne	41,6	40,4	41,9	39,2	393
Ne znam/bez odgovora	3,6	2,8	3,4	3,8	37

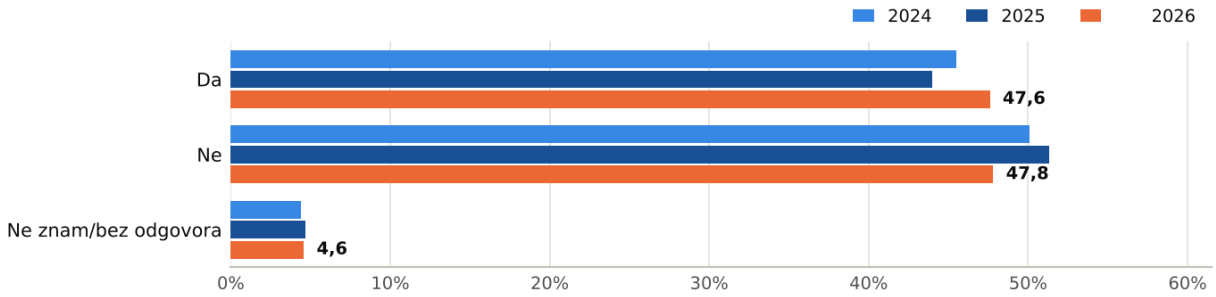
Udio ispitanika koji su čuli za Agenciju u istraživanju iznosi 57,0%, što je 2,3 p.p. više nego u 2025. godini (54,7%). Za Agenciju je čulo, ali ne zna čime se bavi, 32,4% ispitanika. Udio onih koji nisu čuli za Agenciju je i dalje visok (39,2%), iako je niži nego u 2025. Najveći udio ispitanika koji su čuli za Agenciju zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (65,0%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (47,0%).

Tabela 31. P74 – udio ispitanika koji su čuli za Agenciju, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika koji su čuli za Agenciju (%)
Region		
Sjever	254	58,5
Centar	485	56,8
Jug	261	56,0
Pol		
Muškarci	467	57,2
Žene	533	56,9
Starost		
18–29	168	60,8
30–44	287	64,3
45–59	243	53,0
60+	302	51,4
Naselje		
Grad	540	56,7
Prigradsko	167	61,5
Selo	293	55,0
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	47,0
Srednje	594	54,9
Više/visoko	297	65,0

75. Da li znate da je EKIP skraćeni naziv Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost?

Baza: ispitanici koji su čuli za Agenciju (n = 570, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



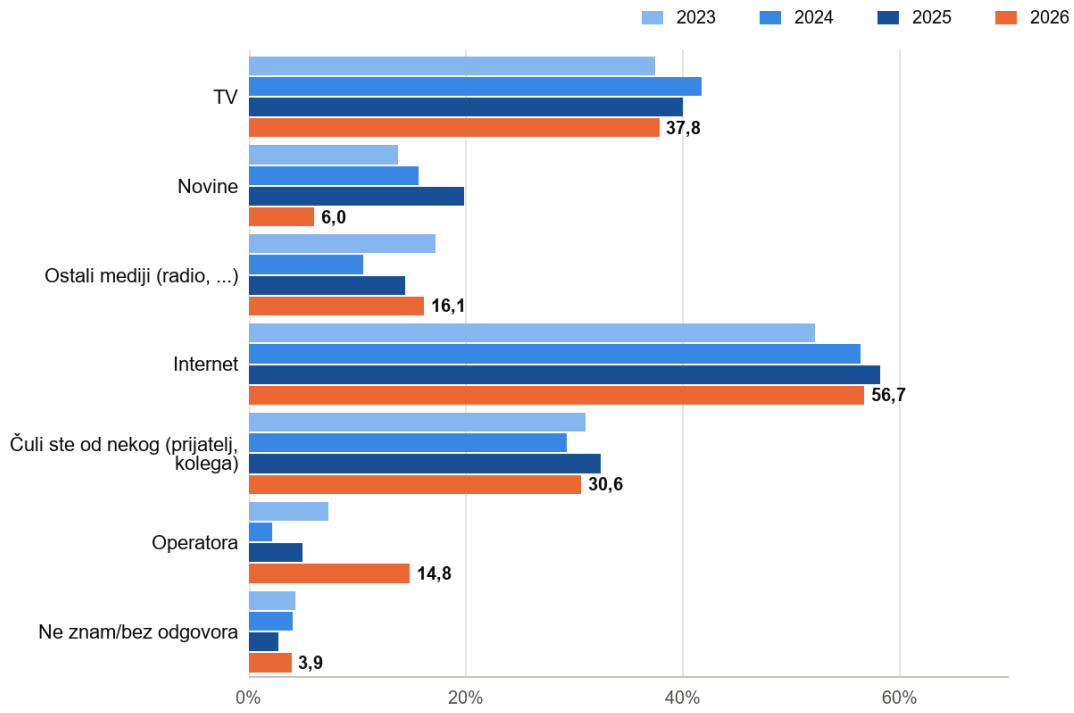
Grafikon 83. P75 – Znaju da je EKIP skraćeni naziv Agencije (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Da	45,5	44,0	47,6	271
Ne	50,1	51,3	47,8	273
Ne znam/bez odgovora	4,4	4,7	4,6	26

Udio onih koji znaju da je EKIP skraćeni naziv Agencije u istraživanju iznosi 47,6%, što je 3,6 p.p. više nego u 2025. godini (44,0%). Približan je i udio onih koji ne znaju da je EKIP skraćeni naziv Agencije (47,8%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (51,3%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (28,0%).

76. Preko koga ste čuli za Agenciju? (moguće 3 odgovora)

Baza: ispitanici koji su čuli za Agenciju (n = 570, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 84. P76 – Izvor informacija o Agenciji (do 3) (%)

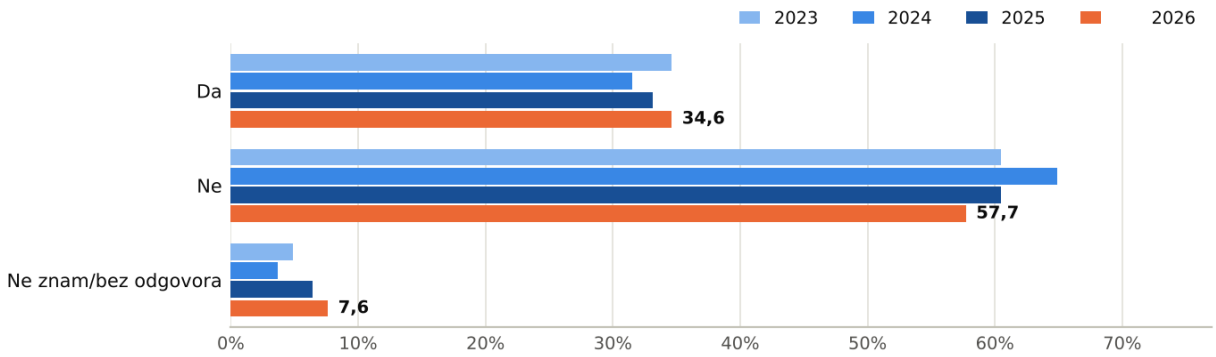
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
TV	37,4	41,7	40,0	37,8	216
Novine	13,7	15,6	19,8	6,0	34
Ostali mediji (radio, ...)	17,2	10,5	14,4	16,1	90
Internet	52,2	56,4	58,2	56,7	323
Čuli ste od nekog (prijatelj, kolega)	31,0	29,3	32,4	30,6	174
Operatora	7,3	2,1	4,9	14,8	84
Ne znam/bez odgovora	4,2	4,0	2,7	3,9	22

Ispitanici su za Agenciju čuli najčešće preko „Internet“ (56,7%), „TV“ (37,8%) i „Čuli ste od nekog (prijatelj, kolega)“ (30,6%).

Istorijske raspodjele preuzete su iz čitljivog grafikona izvještaja za 2025. godinu (str. 64). Internet je dominantan izvor u svim prikazanim godinama. U 2026. ispitanik je mogao izabrati do tri izvora; ranije je pitanje označeno kao višestruki odgovor, pa se promjene tumače opisno, uz uvažavanje pravila izbora odgovora i promjene ciljne populacije.

77. Da li ste upoznati sa zvaničnim sajtom Agencije (www.ekip.me) i sadržajem koji nudi?

Baza: ispitanici koji su čuli za Agenciju (n = 570, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



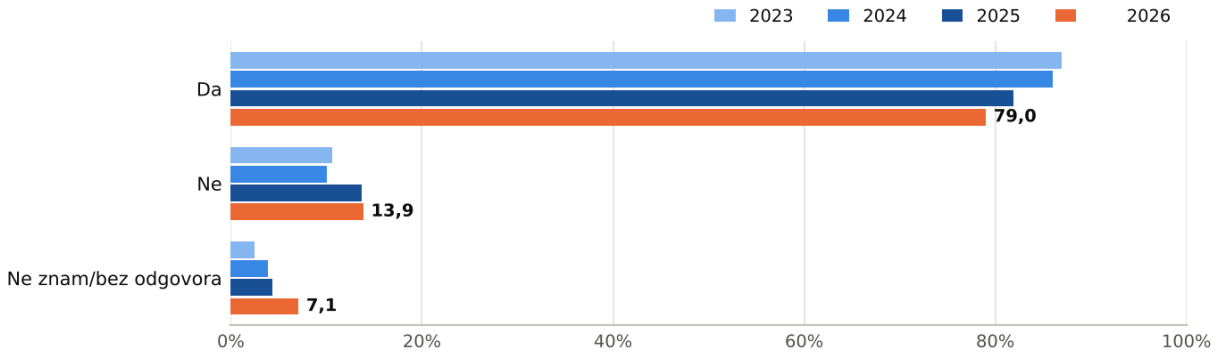
Grafikon 85. P77 – Upoznatost sa sajtom www.ekip.me (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	34,6	31,5	33,1	34,6	198
Ne	60,5	64,9	60,5	57,7	328
Ne znam/bez odgovora	4,9	3,7	6,4	7,6	44

Udio ispitanika upoznatih sa sajtom Agencije iznosi 34,6%, što je 1,5 p.p. više nego u 2025. godini (33,1%). Udio onih koji nisu upoznati sa sajtom i dalje je visok (57,7%), iako je niži nego u 2025. Najveći udio upoznatih zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (40,7%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (30,8%).

78. Da li se lako mogu naći željene informacije na sajtu?

Baza: ispitanici upoznati sa sajtom Agencije (n = 198, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 86. P78 – Lako nalaženje informacija na sajtu (%)

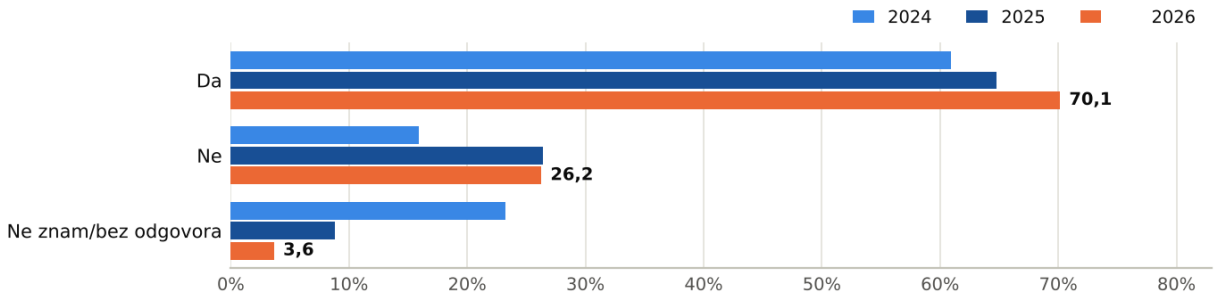
Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	86,9	86,0	81,9	79,0	156
Ne	10,6	10,1	13,7	13,9	28
Ne znam/bez odgovora	2,5	3,9	4,4	7,1	14

Udio onih koji lako nalaze informacije na sajtu u istraživanju iznosi 79,0%, što je 2,9 p.p. manje nego u 2025. godini (81,9%). Znatno manji je udio onih koji teško nalaze informacije na sajtu Agencije (13,9%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 45 do 59 godina (88,3%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (68,7%).

Pitanje je postavljeno samo ispitanicima upoznatim sa sajtom Agencije (n = 198), kao i u istraživanju 2025.

79. Da li znate da su na sajtu Agencije dostupni sljedeći servisi za korisnike i koji?

Baza: ispitanici koji su čuli za Agenciju (n = 570) i podgrupa upoznata sa sajtom (n = 198); n označava neponderisani broj ispitanika, a procenti su ponderisani.



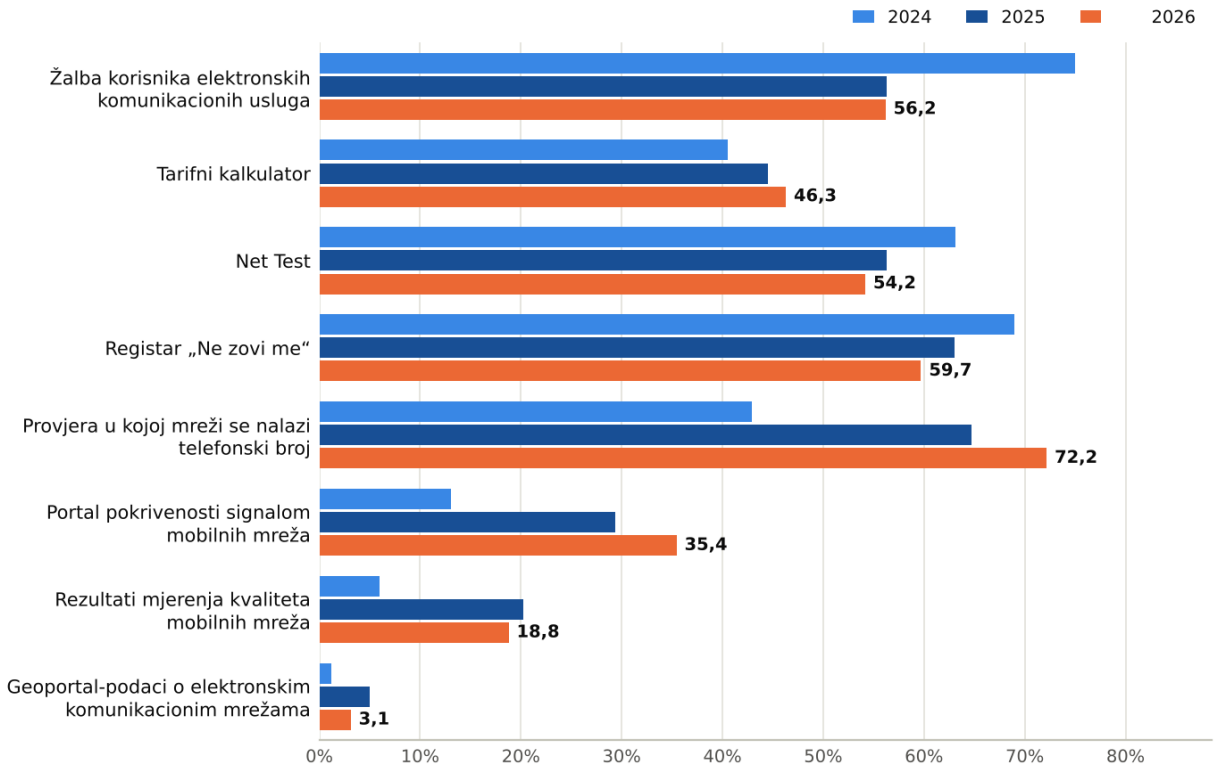
Grafikon 87. P79 – ispitanici upoznati sa sajtom Agencije (uporedivo sa 2025, %)

Odgovor	2024 (sajt)	2025 (sajt)	2026 (upoznati sa sajtom)	2026 (svi koji su čuli)
Da i to:	60,9	64,8	70,1	33,5
Ne	15,9	26,4	26,2	50,1
Ne znam/bez odgovora	23,2	8,8	3,6	16,3

Među ispitanicima upoznatim sa sajtom Agencije 70,1% zna za servise na sajtu Agencije (2025: 64,8%). Kako se u upitniku 2026 pitanje postavlja svima koji su čuli za Agenciju, ukupni udio je niži (33,5%), jer oni koji ne poznaju sajt rijetko znaju za njegove sadržaje. Za poređenje sa ranijim godinama koristi se podgrupa upoznata sa sajtom.

79a. Koje servise na sajtu Agencije znate? (potpitanje za one koji znaju za servise)

Baza: ispitanici koji znaju za servise na sajtu Agencije (n = 191, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 88. P79 – Poznati servisi na sajtu Agencije (%)

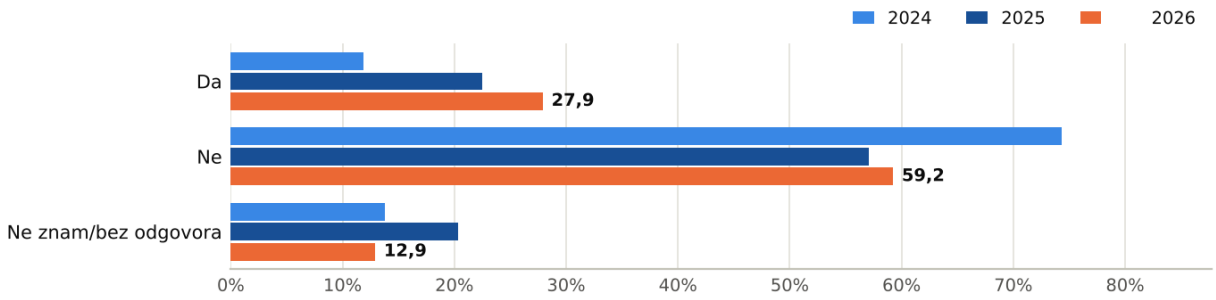
Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Žalba korisnika elektronskih komunikacionih usluga	75,0	56,3	56,2	108
Tarifni kalkulator	40,5	44,5	46,3	88
Net Test	63,1	56,3	54,2	103
Registar „Ne zovi me“	69,0	63,0	59,7	114
Provjera u kojoj mreži se nalazi telefonski broj	42,9	64,7	72,2	138
Portal pokrivenosti signalom mobilnih mreža	13,1	29,4	35,4	68
Rezultati mjerenja kvaliteta mobilnih mreža	6,0	20,2	18,8	36
Geoportal-podaci o elektronskim komunikacionim mrežama	1,2	5,0	3,1	6

Kao servise za koje znaju da ih mogu naći na sajtu Agencije ispitanici najčešće navode „Provjera u kojoj mreži se nalazi telefonski broj“ (72,2%), „Registar „Ne zovi me““ (59,7%) i „Žalba korisnika elektronskih komunikacionih usluga“ (56,2%). U poređenju sa 2025. najveći rast bilježi „Provjera u kojoj mreži se nalazi telefonski broj“ (+7,5 p.p.), a najveći pad „Registar „Ne zovi me““ (−3,3 p.p.).

Uporedni podaci za 2024–2025 odnose se na istu grupu (ispitanici koji znaju za servise na sajtu), ali je ta grupa 2025. birana među ispitanicima upoznatim sa sajtom, pa je poređenje orijentaciono.

80. Da li znate da Agencija priprema brošure koje se odnose na zaštitu prava i interesa korisnika i da se iste mogu naći na sajtu Agencije?

Baza: ispitanici koji su čuli za Agenciju (n = 570) i podgrupa upoznata sa sajtom (n = 198); n označava neponderisani broj ispitanika, a procenti su ponderisani.



Grafikon 89. P80 – ispitanici upoznati sa sajtom Agencije (uporedivo sa 2025, %)

Odgovor	2024 (sajt)	2025 (sajt)	2026 (upoznati sa sajtom)	2026 (svi koji su čuli)
Da	11,9	22,5	27,9	14,6
Ne	74,3	57,1	59,2	69,0
Ne znam/bez odgovora	13,8	20,3	12,9	16,3

Među ispitanicima upoznatim sa sajtom Agencije 27,9% zna za brošure Agencije (2025: 22,5%). Kako se u upitniku 2026 pitanje postavlja svima koji su čuli za Agenciju, ukupni udio je niži (14,6%), jer oni koji ne poznaju sajt rijetko znaju za njegove sadržaje. Za poređenje sa ranijim godinama koristi se podgrupa upoznata sa sajtom.

12. Zaštita prava i interesa korisnika

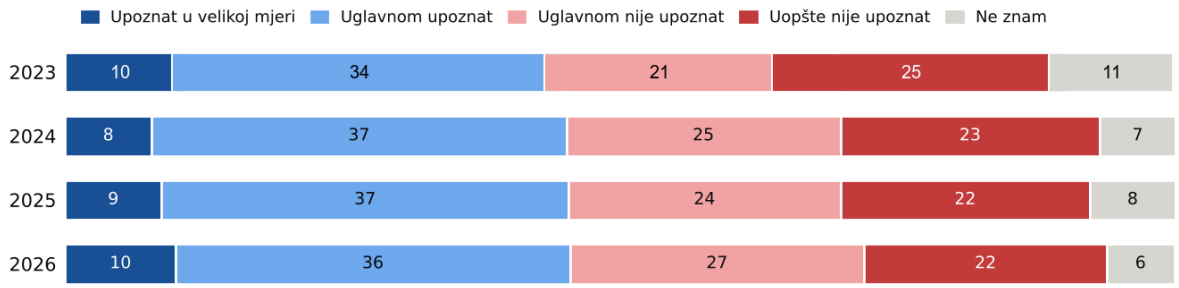
Prema istraživanju, sa pravima korisnika elektronskih komunikacionih usluga upoznato je 45,5% građana, a sa procedurom zaštite prava 47,9%. Upoznatost je približno stabilna u odnosu na 2025. i razlikuje se prema obrazovanju. Prigovor je podnijelo 18,9% ispitanika, naspram 18,1% u 2025. godini. Izloženost direktnom marketingu i dalje je visoka.

Ukratko

- Upoznati sa pravima: 45,5%; sa procedurom zaštite: 47,9%.
- Podnijeli prigovor/žalbu: 18,9% (2025: 18,1%); mijenjali operatora: 43,6% (2025: 42,9%).
- Primili poziv ili poruku direktnog marketinga: 66,8%; za registar „Ne zovi me“ zna 32,9%.

81. U kojoj mjeri ste upoznati sa pravima korisnika elektronskih komunikacionih usluga?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 90. P81 – Prava korisnika: raspodjela odgovora po godinama (%)

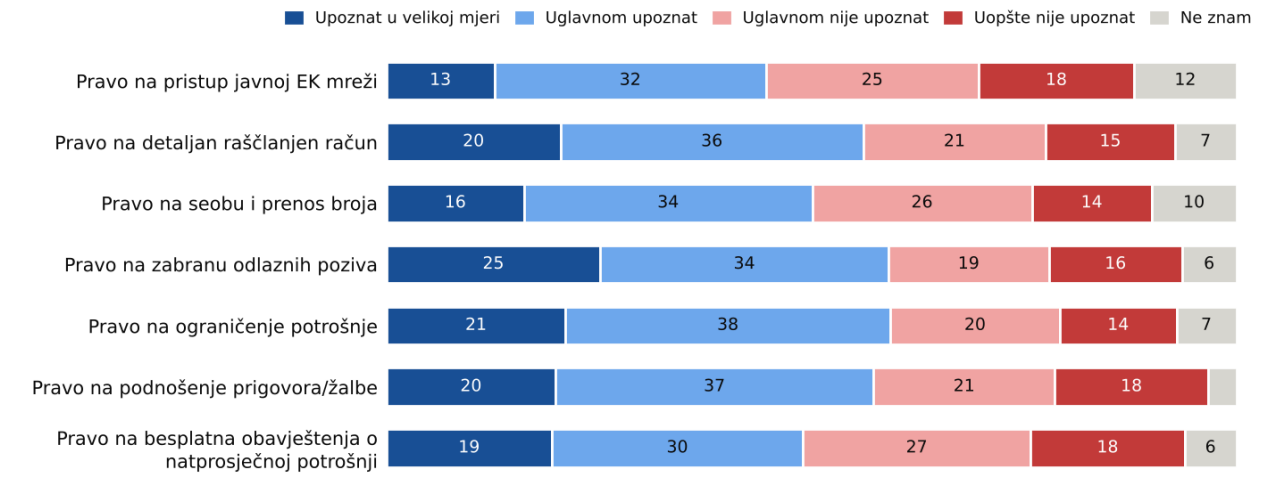
Prava korisnika: Udio upoznatih sa pravima korisnika u istraživanju iznosi 45,5% (upoznat u velikoj mjeri 10,0%, uglavnom upoznat 35,5%), što je 0,1 p.p. više nego u 2025. godini (45,4%). Udio neupoznatih je nešto veći (48,4%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (56,6%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (26,8%).

Tabela 32. P81 – udio upoznatih sa pravima korisnika, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio upoznatih sa pravima korisnika (%)
Region		
Sjever	254	43,8
Centar	485	46,9
Jug	261	44,5
Pol		
Muškarci	467	45,9
Žene	533	45,1
Starost		
18–29	168	57,4
30–44	287	49,4
45–59	243	46,3
60+	302	34,1
Naselje		
Grad	540	46,5
Prigradsko	167	49,5
Selo	293	41,3
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	26,8
Srednje	594	43,4
Više/visoko	297	56,6

82. U kojoj mjeri ste upoznati sa sljedećim pravima?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 91. P82 – upoznatost sa pojedinačnim pravima korisnika, 2026 (%)

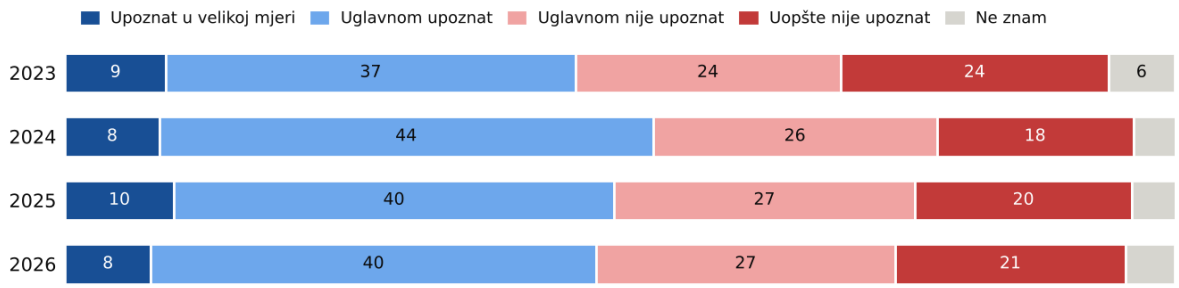
Tabela 33. P82 – upoznati sa pravom (u velikoj mjeri + uglavnom, %).

Pravo	2023	2024	2025	2026	Razlika
Pravo na pristup javnoj EK mreži	43,9	50,5	43,4	44,7	+1,3
Pravo na detaljan raščlanjen račun	47,9	62,9	55,7	56,1	+0,4
Pravo na seobu i prenos broja	52,6	55,7	51,2	50,1	−1,1
Pravo na zabranu odlaznih poziva	54,2	64,1	61,2	59,1	−2,1
Pravo na ograničenje potrošnje	58,0	64,2	58,8	59,3	+0,5
Pravo na podnošenje prigovora/žalbe	53,0	62,1	57,1	57,3	+0,2
Pravo na besplatna obavještenja o natprosječnoj potrošnji	47,7	55,9	50,1	49,0	−1,1

U istraživanju su ispitanici najbolje upoznati sa stavkom „Pravo na ograničenje potrošnje“ (59,3%), a najslabije sa stavkom „Pravo na pristup javnoj EK mreži“ (44,7%). U 2025. najbolje je bila poznata stavka „Pravo na zabranu odlaznih poziva“ (61,2%), a najslabije „Pravo na pristup javnoj EK mreži“ (43,4%). Upoznatost sa pojedinačnim pravima u istraživanju je na nivou 2025, uz razlike u granicama slučajne greške.

83. U kojoj mjeri ste upoznati sa procedurom zaštite svojih prava i interesa (mogućnost podnošenja prigovora operatoru i/ili žalbe Agenciji)?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 92. P83 – Procedura zaštite prava: raspodjela odgovora po godinama (%)

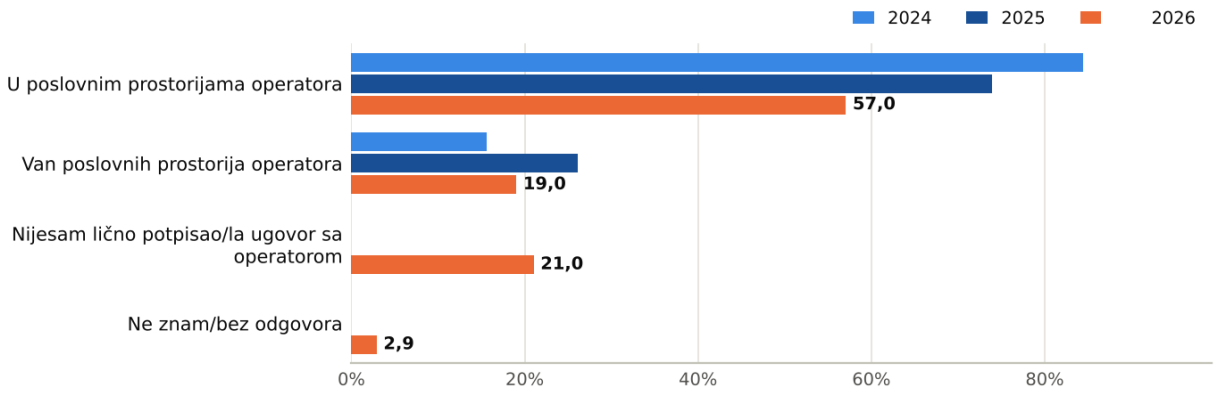
Procedura zaštite prava: Udio upoznatih sa procedurom zaštite prava u istraživanju iznosi 47,9% (upoznat u velikoj mjeri 7,7%, uglavnom upoznat 40,1%), što je 1,6 p.p. manje nego u 2025. godini (49,5%). Približan je i udio neupoznatih (47,7%). Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „obrazovanje“: udio upoznatih sa procedurom zaštite prava je najveći među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (56,8%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (38,8%).

Tabela 34. P83 – udio upoznatih sa procedurom zaštite prava, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio upoznatih sa procedurom zaštite prava (%)
Region		
Sjever	254	47,8
Centar	485	48,4
Jug	261	47,0
Pol		
Muškarci	467	47,0
Žene	533	48,7
Starost		
18–29	168	56,7
30–44	287	51,9
45–59	243	46,0
60+	302	40,4
Naselje		
Grad	540	47,5
Prigradsko	167	51,3
Selo	293	46,6
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	38,8
Srednje	594	45,1
Više/visoko	297	56,8

84. Na koji način ste potpisali Ugovor sa operatorom?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 93. P84 – Način potpisivanja ugovora sa operatorom (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
U poslovnim prostorijama operatora	84,4	73,9	57,0	571
Van poslovnih prostorija operatora	15,6	26,1	19,0	190
Nijesam lično potpisao/la ugovor sa operatorom	–	–	21,0	210
Ne znam/bez odgovora	–	–	2,9	29

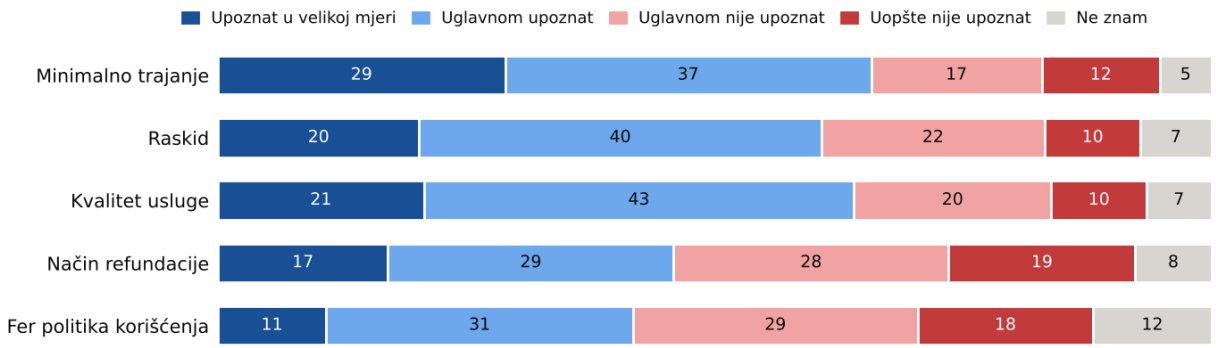
Najčešći odgovor u vezi mjesta potpisivanje Ugovora sa operatorom je „U poslovnim prostorijama operatora“ (57,0%), a slijedi „Nijesam lično potpisao/la ugovor sa operatorom“ (21,0%).

Upitnik 2026. obuhvata potpisivanje ugovora u poslovnim prostorijama operatora i van njih, kao i odgovore „Nijesam lično potpisao/la ugovor sa operatorom“ i „Ne znam/bez odgovora“. U istraživanju 21,0% ispitanika

nije lično potpisalo ugovor (najčešće mlađi i stariji članovi domaćinstva i korisnici samo prepaid usluga). Udjeli za 2024–2025. odnose se samo na dvije kategorije mjesta potpisivanja ugovora, pa poređenje nije direktno.

85. U kojoj mjeri ste upoznati sa uslovima iz ugovora o:

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 94. P85 – upoznatost sa uslovima iz ugovora, 2026 (%)

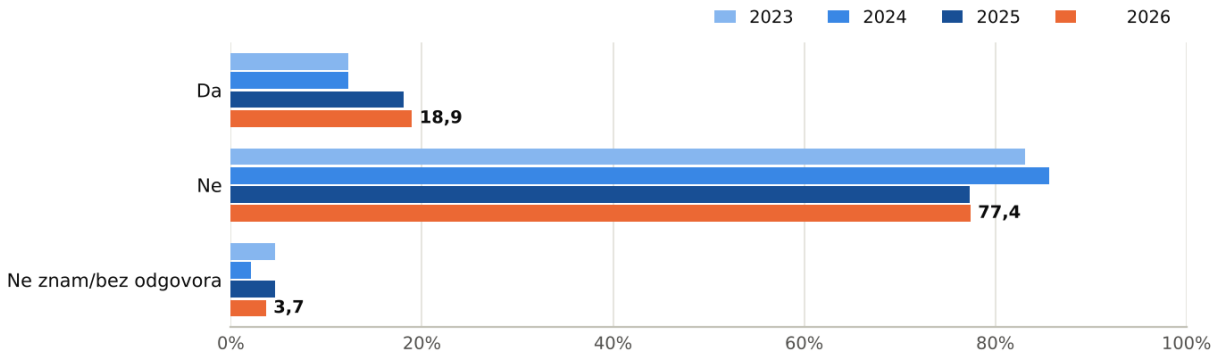
Tabela 35. P85 – upoznati sa uslovom (u velikoj mjeri + uglavnom, %).

Uslov iz ugovora	2023	2024	2025	2026	Razlika
Minimalno trajanje	60,1	69,7	64,6	65,8	+1,2
Raskid	54,3	64,7	59,3	60,7	+1,4
Kvalitet usluge	54,1	64,2	61,9	64,0	+2,1
Način refundacije	35,9	46,9	45,4	45,9	+0,5
Fer politika korišćenja	37,4	44,1	41,1	41,8	+0,7

Najbolja je upoznatost sa minimalnim trajanjem ugovora (65,8%) i kvalitetom usluge (64,0%), a najslabija sa načinom refundacije i fer politikom korišćenja. Ispitanici koji ugovor nijesu lično potpisali znatno su slabije upoznati sa uslovima (npr. minimalno trajanje ugovora: 59,5% naspram 67,7% kod onih koji jesu).

86. Da li ste nekada podnijeli prigovor/žalbu operatoru ili Agenciji?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 95. P86 – Podnošenje prigovora/žalbe (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	12,3	12,3	18,1	18,9	190
Ne	83,1	85,6	77,3	77,4	773
Ne znam/bez odgovora	4,6	2,1	4,6	3,7	37

Prigovor ili žalbu podnijelo je 18,9% ispitanika, što je 0,8 p.p. više nego u 2025. godini (18,1%). Većina ispitanika (77,4%) nije podnijela prigovor ili žalbu. Udio onih koji su podnijeli prigovor ili žalbu najveći je među stanovnicima sela (25,0%), a najmanji među stanovnicima užeg gradskog područja (15,6%).

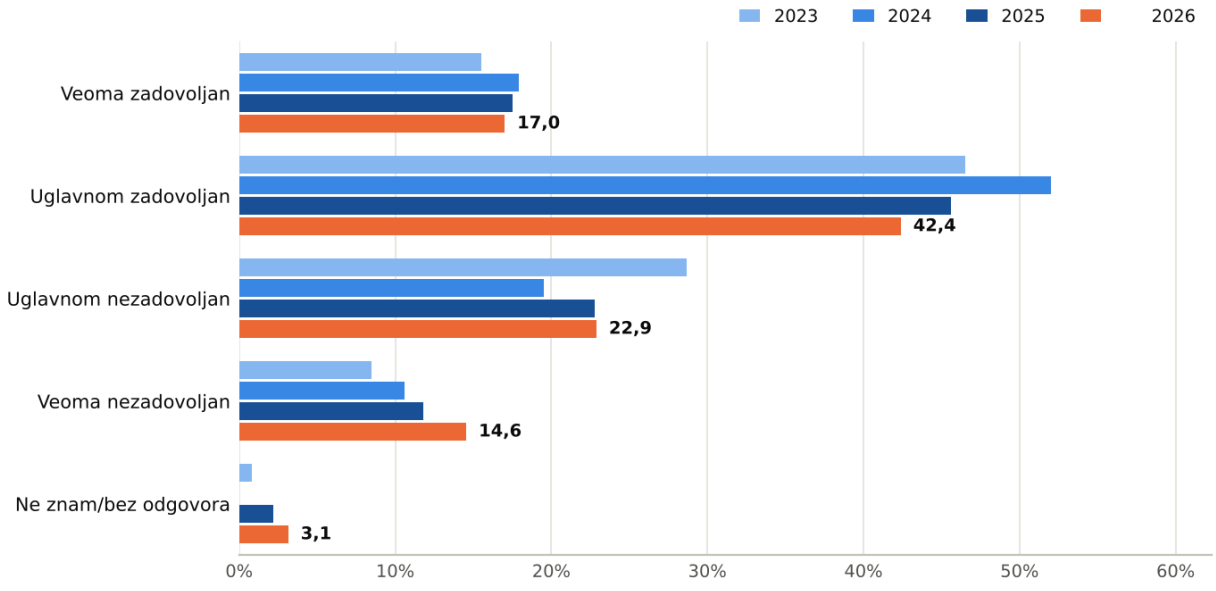
Prigovor je podnijelo 21,3% ispitanika koji su u posljednjih godinu dana imali smetnju bar jedne usluge, naspram 8,4% onih bez smetnji (poglavlje 14.5).

Tabela 36. P86 – udio ispitanika koji su podnijeli prigovor/žalbu, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika koji su podnijeli prigovor/žalbu (%)
Region		
Sjever	254	19,1
Centar	485	18,3
Jug	261	20,1
Pol		
Muškarci	467	18,1
Žene	533	19,7
Starost		
18–29	168	16,7
30–44	287	21,3
45–59	243	18,1
60+	302	18,9
Naselje		
Grad	540	15,6
Prigradsko	167	19,3
Selo	293	25,0
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	25,3
Srednje	594	19,3
Više/visoko	297	15,9

87. U kojoj mjeri ste zadovoljni njihovom ažurnošću?

Baza: ispitanici koji su podnijeli prigovor/žalbu (n = 190, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



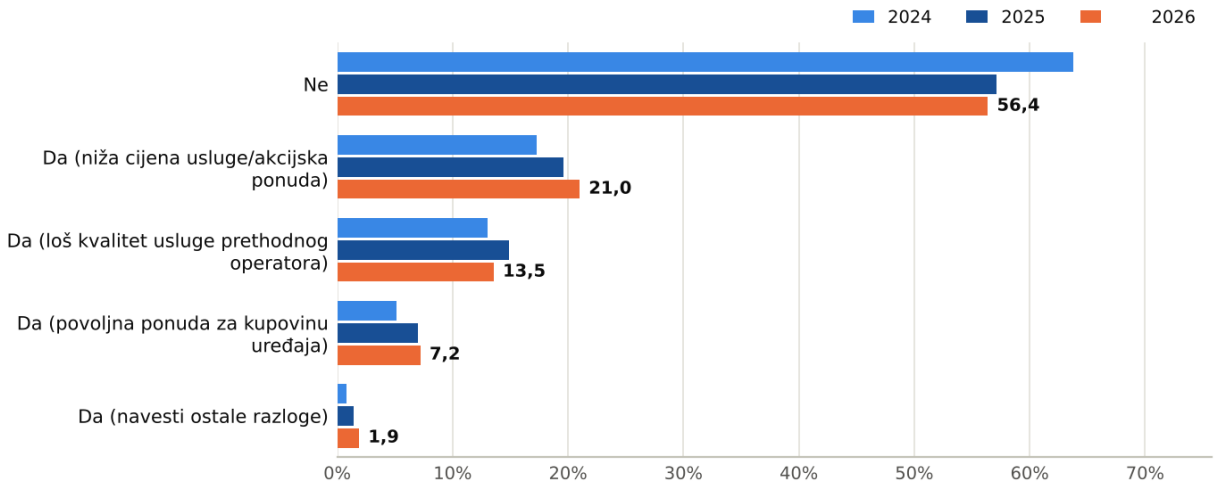
Grafikon 96. P87 – Zadovoljstvo ažurnošću po prigovoru (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Veoma zadovoljan	15,5	17,9	17,5	17,0	33
Uglavnom zadovoljan	46,5	52,0	45,6	42,4	80
Uglavnom nezadovoljan	28,7	19,5	22,8	22,9	44
Veoma nezadovoljan	8,5	10,6	11,8	14,6	27
Ne znam/bez odgovora	0,8	0,0	2,2	3,1	6

Udio zadovoljnih ažurnošću po prigovoru u istraživanju iznosi 59,4% (veoma 17,0%, uglavnom 42,4%), što je 3,7 p.p. manje nego u 2025. godini (63,1%). Udio nezadovoljnih iznosi 37,4%. Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „region“: udio zadovoljnih ažurnošću po prigovoru je najveći među ispitanicima sa juga (64,0%), a najmanji među ispitanicima sa sjevera (47,9%).

88. Da li ste mijenjali operatora i iz kojeg razloga?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 97. P88 – Promjena operatora i razlog (%)

Odgovor	2024	2025	2026 (%)	n
Ne	63,8	57,1	56,4	566
Da (niža cijena usluge/akcijska ponuda)	17,3	19,6	21,0	209
Da (loš kvalitet usluge prethodnog operatora)	13,0	14,9	13,5	135
Da (povoljna ponuda za kupovinu uređaja)	5,1	7,0	7,2	71
Da (navesti ostale razloge)	0,8	1,4	1,9	19

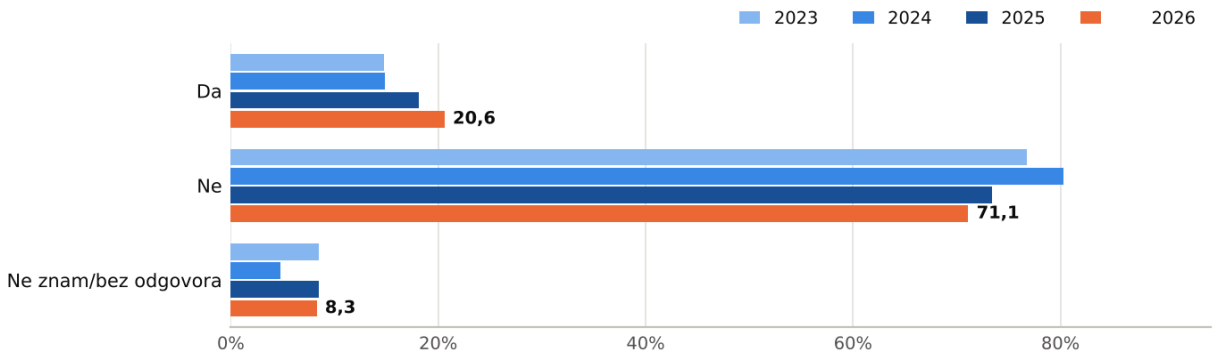
Operatora nije mijenjalo 56,4% ispitanika. Udio ispitanika koji su mijenjali operatora u istraživanju iznosi 43,6%, što je 0,7 p.p. više nego u 2025. godini (42,9%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 18 do 29 godina (54,9%), a najmanji među ispitanicima od 60 i više godina (36,3%).

Tabela 37. P88 – udio ispitanika koji su mijenjali operatora, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika koji su mijenjali operatora (%)
Region		
Sjever	254	40,2
Centar	485	42,6
Jug	261	48,8
Pol		
Muškarci	467	45,0
Žene	533	42,4
Starost		
18–29	168	54,9
30–44	287	44,3
45–59	243	43,6
60+	302	36,3
Naselje		
Grad	540	46,3
Prigradsko	167	37,7
Selo	293	42,2
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	41,1
Srednje	594	45,6
Više/visoko	297	40,5

89. Da li ste upoznati sa tim da na sajtu Agencije možete postavljati pitanja u vezi sa zaštitom prava i interesa korisnika?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 98. P89 – Upoznatost sa postavljanjem pitanja na sajtu Agencije (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	14,8	14,9	18,1	20,6	205
Ne	76,8	80,3	73,4	71,1	712
Ne znam/bez odgovora	8,5	4,8	8,5	8,3	83

Udio upoznatih da na sajtu Agencije mogu postavljati pitanja u istraživanju iznosi 20,6%, što je 2,5 p.p. više nego u 2025. godini (18,1%). I dalje je visok udio onih koji to ne znaju (71,1%). Razlike između grupa ispitanika (region, pol, starost, tip naselja, obrazovanje) su male.

90. Šta predlažete da Agencija uradi da bi povećala stepen zaštite prava i interesa korisnika?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani). Otvoreno pitanje, do tri prijedloga; odgovori su grupisani u teme.

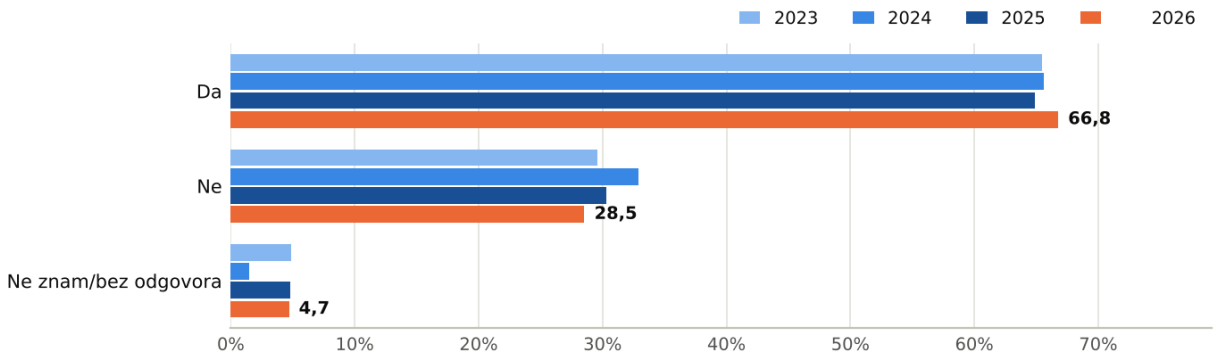
Tabela 38. P90 – teme prijedloga Agenciji (% svih ispitanika; moguće je više tema).

Tema prijedloga	% ispitanika
Cijene, ugovori i jednostrana povećanja	37,0
Kontrola i sankcije prema operatorima	30,4
Kvalitet mreže i pokrivenost	14,6
Informisanje i edukacija građana	13,0
Rješavanje prigovora	8,7
Zaštita od neželjenih poziva i poruka	5,5
Bez prijedloga / ne zna	35,9

Oko trećine ispitanika nema konkretan prijedlog (35,9%). Među onima koji ga imaju, najčešće se traži kontrola cijena i zaštita od jednostranog povećanja cijena tokom trajanja ugovora, stroži nadzor i sankcije prema operatorima, bolji kvalitet mreže i brže rješavanje prigovora. Slične teme zastupljene su i u izvještaju za 2025. godinu. Bez istovjetnog šifriranja i brojčanog prikaza ranijih otvorenih odgovora ne utvrđuje se promjena njihove zastupljenosti.

91. Da li ste u posljednjih godinu dana primili telefonski poziv radi direktnog marketinga ili reklamnu poruku preko SMS, Vibera i drugih servisa?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



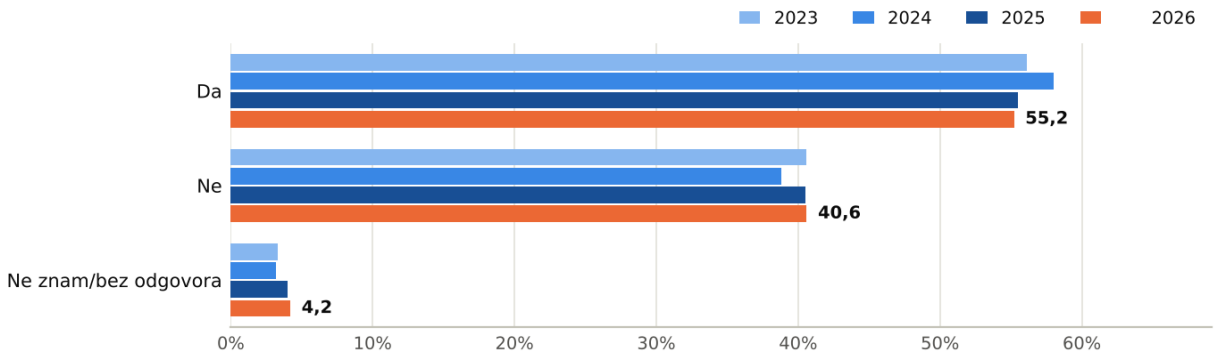
Grafikon 99. P91 – Pozivi/poruke direktnog marketinga (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	65,5	65,6	64,9	66,8	668
Ne	29,6	32,9	30,3	28,5	285
Ne znam/bez odgovora	4,9	1,5	4,8	4,7	47

Udio ispitanika koji su primili poziv ili poruku direktnog marketinga u istraživanju iznosi 66,8%, što je 1,9 p.p. više nego u 2025. godini (64,9%). Udio onih koji nisu primili poziv ili poruku direktnog marketinga iznosi 28,5%. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa srednjim obrazovanjem (68,3%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (54,4%).

92. Da li vam smetaju aktivnosti navedene u prethodnom pitanju?

Baza: ispitanici koji su primili poziv/poruku direktnog marketinga (n = 668, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



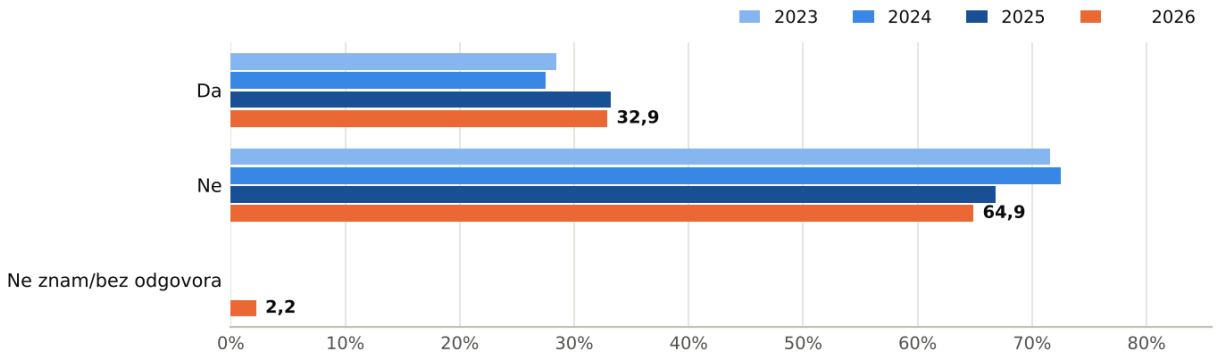
Grafikon 100. P92 – Smetaju li aktivnosti direktnog marketinga (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	56,1	58,0	55,5	55,2	368
Ne	40,6	38,8	40,5	40,6	272
Ne znam/bez odgovora	3,3	3,2	4,0	4,2	28

Udio onih kojima smetaju pozivi i poruke direktnog marketinga u istraživanju iznosi 55,2%, što je 0,3 p.p. manje nego u 2025. godini (55,5%). Udio onih kojima to ne smeta je 40,6%. Najveći udio zabilježen je među ispitanicima od 45 do 59 godina (58,9%), a najmanji među ispitanicima od 30 do 44 godine (49,7%).

93. Da li znate da, ako upišete telefonski broj i/ili e-mail adresu u Registar „Ne zovi me“, više nećete dobijati poruke ili pozive u svrhu direktnog marketinga?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 101. P93 – Upoznatost sa registrom „Ne zovi me“ (%)

Odgovor	2023	2024	2025	2026 (%)	n
Da	28,4	27,5	33,2	32,9	330
Ne	71,6	72,5	66,8	64,9	648
Ne znam/bez odgovora	–	–	–	2,2	22

Udio upoznatih sa registrom „Ne zovi me“ u istraživanju iznosi 32,9%, što je 0,3 p.p. manje nego u 2025. godini (33,2%). Visok je udio onih ispitanika koji to ne znaju (64,9%). Najveći udio zabilježen je među ispitanicima sa višim ili visokim obrazovanjem (36,6%), a najmanji među ispitanicima sa osnovnim ili nižim obrazovanjem (26,2%).

Tabela 39. P93 – udio upoznatih sa registrom „Ne zovi me“, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio upoznatih sa registrom „Ne zovi me“ (%)
Region		
Sjever	254	30,9
Centar	485	33,0
Jug	261	34,7
Pol		
Muškarci	467	33,4
Žene	533	32,4
Starost		
18–29	168	32,4
30–44	287	37,6
45–59	243	33,4
60+	302	28,4
Naselje		
Grad	540	33,7
Prigradsko	167	27,7
Selo	293	34,4
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	26,2
Srednje	594	32,3
Više/visoko	297	36,6

13. Povećanje cijena paketa (nova pitanja 2026)

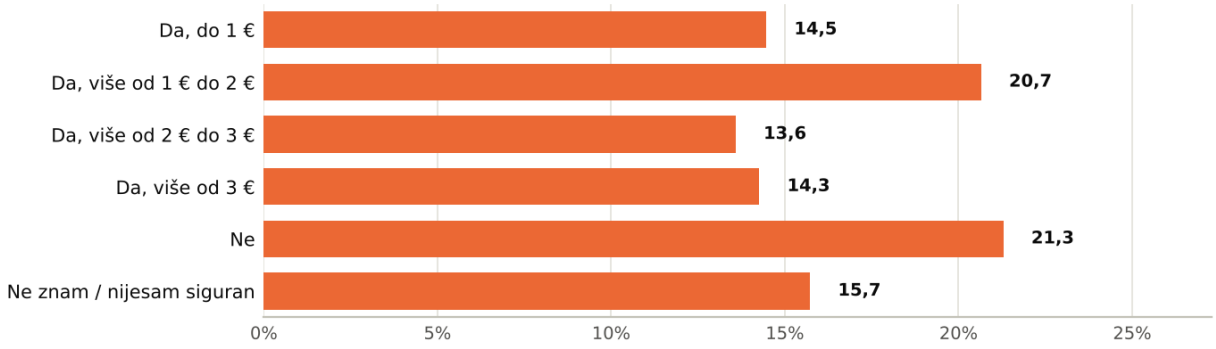
Pitanja 94–98 uvedena su u upitnik 2026. i nemaju uporedne podatke. Odnose se na povećanje mjesečne cijene paketa elektronskih komunikacionih usluga u posljednjih 12 mjeseci, reakciju korisnika i spremnost na promjenu operatora. Javno objavljene promjene cijena po operatorima prikazane su kao kontekst u poglavlju 3.3. Povećanje cijene navodi 63,0% građana. Ovaj podatak izražava iskustvo ispitanika, pa ga treba razlikovati od udjela svih paketa na tržištu kojima je cijena formalno izmijenjena.

Ukratko

- Povećanje cijene u posljednjih 12 mjeseci: 63,0%; više od 2 €: 27,9% svih ispitanika.
- Uz povećanje dobilo dodatne ili poboljšane usluge: 40,6% onih kojima je cijena povećana.
- Promijenili operatora: 6,3%; razmatrali, ali nijesu promijenili: 27,2%; nijesu razmatrali: 54,6%.

94. Da li je u posljednjih 12 mjeseci Vaš operator povećao mjesečnu cijenu Vašeg paketa elektronskih komunikacionih usluga?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 102. P94 – Povećanje cijene paketa u posljednjih 12 mjeseci (%)

Odgovor	2026 (%)	n
Da, do 1 €	14,5	147
Da, više od 1 € do 2 €	20,7	206
Da, više od 2 € do 3 €	13,6	136
Da, više od 3 €	14,3	144
Ne	21,3	211
Ne znam / nijesam siguran	15,7	156

Povećanje mjesečne cijene paketa u posljednjih 12 mjeseci navodi 63,0% ispitanika: do 1 € 14,5%, od 1 € do 2 € 20,7%, od 2 € do 3 € 13,6% i više od 3 € 14,3%. Da im cijena nije povećana navodi 21,3%, a 15,7% ne zna ili nije sigurno. Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „starost“: udio ispitanika kojima je operator povećao cijenu je najveći među ispitanicima od 45 do 59 godina (70,1%), a najmanji među ispitanicima od 18 do 29 godina (46,3%).

Tabela 40. P94 – udio ispitanika kojima je operator povećao cijenu, po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Udio ispitanika kojima je operator povećao cijenu (%)
Region		
Sjever	254	63,8
Centar	485	63,3
Jug	261	61,7
Pol		
Muškarci	467	64,9
Žene	533	61,2
Starost		
18–29	168	46,3
30–44	287	66,5
45–59	243	70,1
60+	302	63,8
Naselje		
Grad	540	60,4
Prigradsko	167	64,6
Selo	293	66,8
Obrazovanje		
Osnovno ili niže	109	63,0
Srednje	594	63,1
Više/visoko	297	62,8

Tabela 41. P94 – prijavljeno povećanje cijene paketa u grupama korisnika mobilnih i TV operatora (ponderisano).

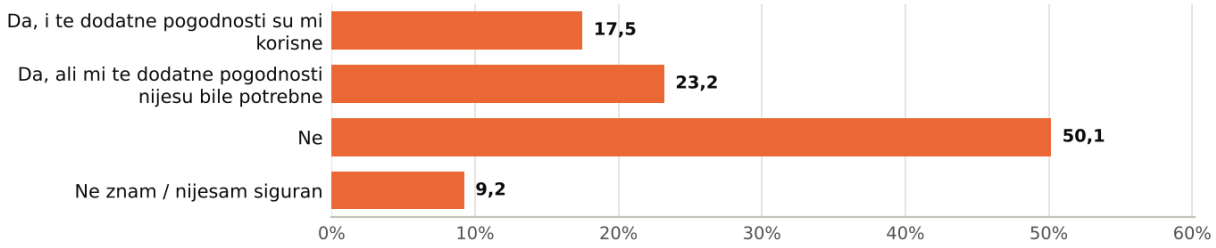
Korisnici	n	Povećana cijena (%)	Povećanje > 2 € (%)
Mobilni operator: Crnogorski Telekom	333	72,6	46,6
Mobilni operator: Mtel	452	58,2	21,2
Mobilni operator: One Crna Gora	245	61,1	18,0
TV provajder: Crnogorski Telekom / TV ZA SVE	291	76,9	46,8
TV provajder: Mtel	440	62,1	20,0
TV provajder: Telemach	206	49,5	20,1

Među korisnicima mobilnih operatora povećanje cijene nekog od paketa navodi 72,6% korisnika Crnogorskog Telekoma, 61,1% korisnika mreže One i 58,2% korisnika Mtela. Među korisnicima TV provajdera udjeli iznose 76,9% za grupu Crnogorski Telekom / TV ZA SVE, 62,1% za Mtel i 49,5% za Telemach. Povećanje veće od 2 € navodi 46,6% korisnika mobilne mreže Crnogorskog Telekoma, 21,2% korisnika Mtela i 18,0% korisnika mreže One, odnosno 46,8%, 20,0% i 20,1% korisnika navedenih TV grupa.

Napomena: n označava neponderisani broj ispitanika; procenti su ponderisani i računati u odnosu na sve korisnike u odgovarajućem redu. Ispitanik može pripadati više grupa ako koristi više operatora. TV grupa Crnogorski Telekom / TV ZA SVE obuhvata Extra TV i TV ZA SVE. P94 ne precizira koji je paket poskupio, pa se prijavljeno povećanje ne može neposredno pripisati operatoru po kojem je grupa definisana.

95. Da li ste uz posljednje povećanje cijene dobili dodatne ili poboljšane usluge, kao što su veća brzina interneta, više mobilnog interneta, dodatni TV sadržaji ili slično?

Baza: ispitanici kojima je operator povećao cijenu (n = 633, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 103. P95 – Dodatne usluge uz povećanje cijene (%)

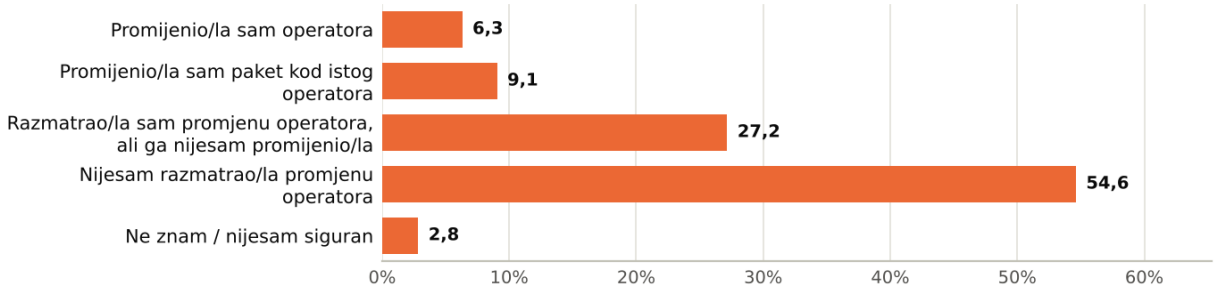
Odgovor	2026 (%)	n
Da, i te dodatne pogodnosti su mi korisne	17,5	110
Da, ali mi te dodatne pogodnosti nijesu bile potrebne	23,2	146
Ne	50,1	318
Ne znam / nijesam siguran	9,2	59

Na pitanje da li su uz povećanje cijene dobili dodatne ili poboljšane usluge, ispitanici najčešće odgovaraju „Ne“ (50,1%), a zatim „Da, ali mi te dodatne pogodnosti nijesu bile potrebne“ (23,2%).

Dodatne pogodnosti uz povećanje (više interneta, EU roming kvota) češće navode korisnici Crnogorskog Telekoma; dio korisnika ih ne smatra potrebnim.

96. Kako ste reagovali na posljednje povećanje cijene?

Baza: ispitanici kojima je operator povećao cijenu (n = 633, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 104. P96 – Reakcija na povećanje cijene (%)

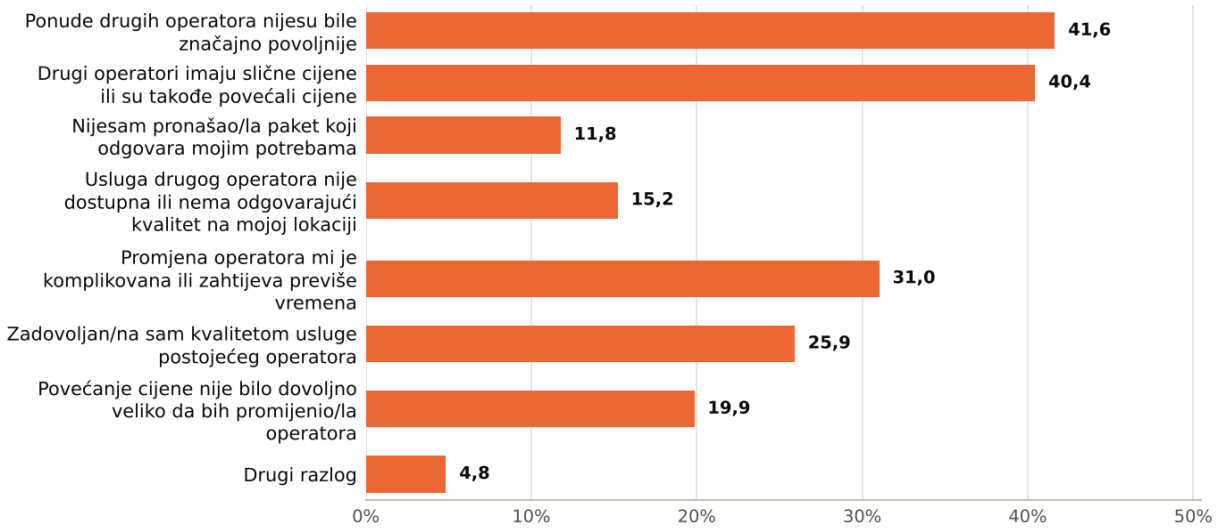
Odgovor	2026 (%)	n
Promijenio/la sam operatora	6,3	40
Promijenio/la sam paket kod istog operatora	9,1	58
Razmatrao/la sam promjenu operatora, ali ga nijesam promijenio/la	27,2	172
Nijesam razmatrao/la promjenu operatora	54,6	345
Ne znam / nijesam siguran	2,8	18

Najčešći odgovor je „Nijesam razmatrao/la promjenu operatora“ (54,6%), a slijedi „Razmatrao/la sam promjenu operatora, ali ga nijesam promijenio/la“ (27,2%). Najveća razlika među grupama ispitanika je po kriterijumu „starost“: udio onih koji su promijenili ili razmatrali promjenu operatora je najveći među ispitanicima od 45 do 59 godina (38,8%), a najmanji među ispitanicima od 18 do 29 godina (25,8%).

Spremnost na promjenu raste sa veličinom povećanja: među onima sa povećanjem većim od 3 € udio onih koji su promijenili ili razmatrali promjenu operatora znatno je veći nego među onima sa povećanjem do 1 €.

97. Ako ste razmatrali promjenu operatora, ali ga nijeste promijenili, koji su bili glavni razlozi? (najviše tri odgovora)

Baza: ispitanici koji su razmatrali promjenu operatora, ali ga nijesu promijenili (n = 172, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 105. P97 – Razlozi zašto nije promijenio operatora (do 3) (%)

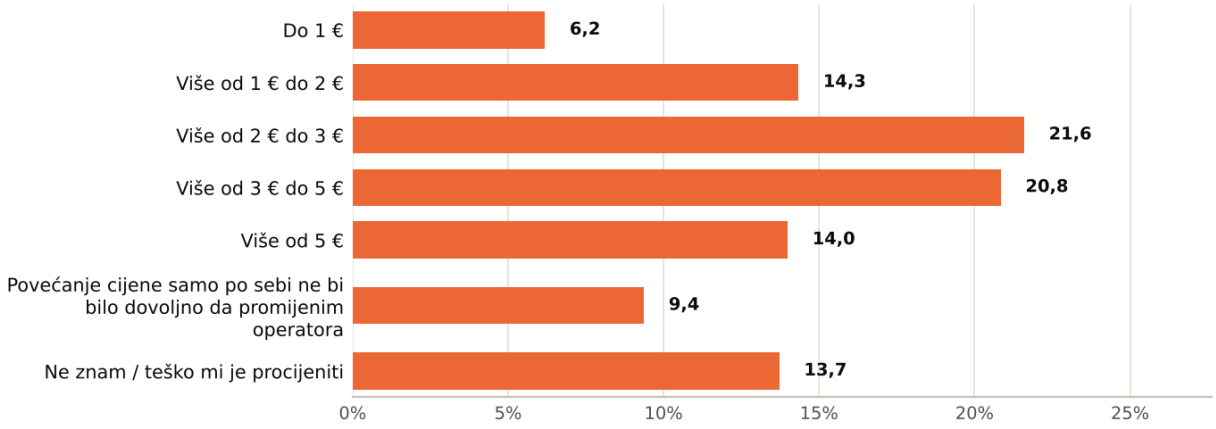
Odgovor	2026 (%)	n
Ponude drugih operatora nijesu bile značajno povoljnije	41,6	73
Drugi operatori imaju slične cijene ili su takođe povećali cijene	40,4	70
Nijesam pronašao/la paket koji odgovara mojim potrebama	11,8	20
Usluga drugog operatora nije dostupna ili nema odgovarajući kvalitet na mojoj lokaciji	15,2	26
Promjena operatora mi je komplikovana ili zahtijeva previše vremena	31,0	53
Zadovoljan/na sam kvalitetom usluge postojećeg operatora	25,9	45
Povećanje cijene nije bilo dovoljno veliko da bih promijenio/la operatora	19,9	34
Drugi razlog	4,8	8

Najčešće se navode „Ponude drugih operatora nijesu bile značajno povoljnije“ (41,6%), „Drugi operatori imaju slične cijene ili su takođe povećali cijene“ (40,4%) i „Promjena operatora mi je komplikovana ili zahtijeva previše vremena“ (31,0%).

Glavni razlozi za ostanak kod operatora su sličnost cijena kod konkurencije (operatori su takođe povećavali cijene) i složenost promjene; na selu je češći razlog nedostupnost ili slabiji kvalitet usluge drugog operatora.

98. Pri kojem povećanju mjesečne cijene Vašeg paketa biste ozbiljno razmotrili promjenu operatora?

Baza: svi ispitanici (n = 1.000, neponderisani broj ispitanika; procenti ponderisani).



Grafikon 106. P98 – Povećanje pri kojem bi razmotrio promjenu operatora (%)

Odgovor	2026 (%)	n
Do 1 €	6,2	61
Više od 1 € do 2 €	14,3	144
Više od 2 € do 3 €	21,6	216
Više od 3 € do 5 €	20,8	208
Više od 5 €	14,0	139
Povećanje cijene samo po sebi ne bi bilo dovoljno da promijenim operatora	9,4	95
Ne znam / teško mi je procijeniti	13,7	137

Najčešći odgovor je „Više od 2 € do 3 €“ (21,6%), a slijedi „Više od 3 € do 5 €“ (20,8%).

Prag za ozbiljno razmatranje promjene operatora najčešće je između 2 € i 5 € mjesečno; ispitanici sa nižim prihodima reaguju na manja povećanja, dok dio ispitanika sa višim prihodima navodi da samo povećanje cijene ne bi bilo dovoljan razlog.

14. Činioci povezani sa zadovoljstvom korisnika

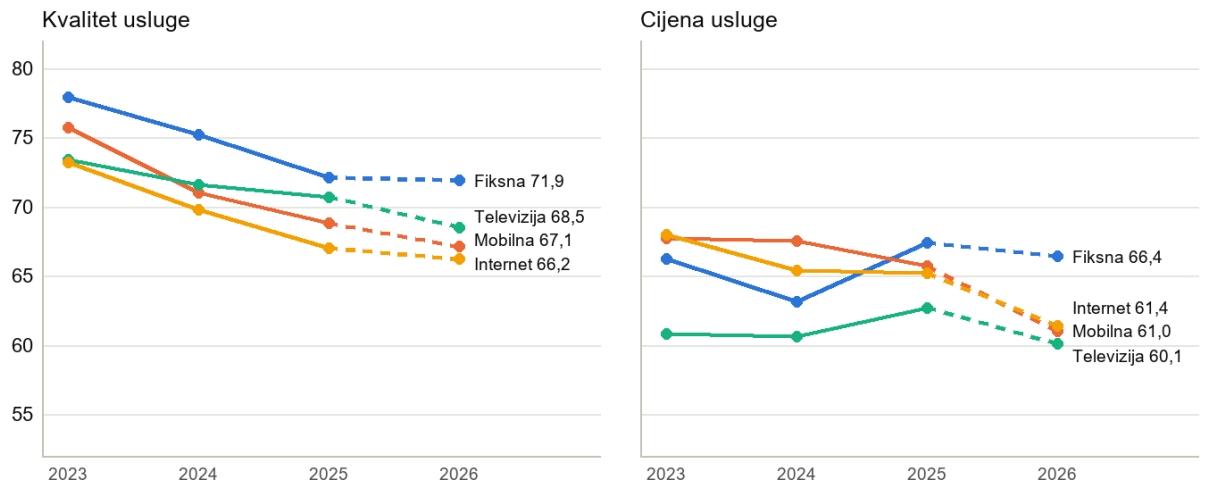
Prethodna poglavlja prikazuju pokazatelje pojedinačno. Ovo poglavlje povezuje ocjene zadovoljstva sa iskustvom korisnika, uključujući smetnje u radu usluga, kontakt sa korisničkom podrškom i povećanje cijena, te prikazuje međusobnu povezanost ocjena. Analize se zasnivaju na odgovorima iz terenskog istraživanja. Nalazi ukazuju na obrasce koji su važni za razumijevanje zadovoljstva, ali se ne tumače kao dokaz uzročno-posljedičnih odnosa.

14.1. Indeks zadovoljstva korisnika (0–100)

Procenat zadovoljnih ne razlikuje odgovore „veoma“ i „uglavnom“ zadovoljan, pa pomjeranje iz jedne u drugu kategoriju ostaje nevidljivo. Zato se uvodi indeks zadovoljstva na skali od 0 do 100: odgovor „veoma zadovoljan“ vrijedi 100, „uglavnom zadovoljan“ 66,7, „uglavnom nezadovoljan“ 33,3, a „veoma nezadovoljan“ 0 poena; odgovori „ne znam“ se izostavljaju. Indeks je izračunat i za 2023–2025, iz raspodjela objavljenih u izvještaju 2025, pa se koristi kao opisna istorijska serija, uz ograničenja uporedivosti navedena u metodologiji. Istorijski indeksi su približni obračuni iz objavljenih procenata zaokruženih na jednu decimalu; pri njihovom računanju raspodjela se normalizuje na zbir četiri sadržajne ocjene, bez odgovora „ne znam“.

Tabela 42. Indeks zadovoljstva korisnika (0–100), 2023–2025 i 2026.

Usluga i aspekt	2023	2024	2025	2026	Promjena
Fiksna telefonija – kvalitet	77,9	75,2	72,1	71,9	−0,2
Fiksna telefonija – cijena	66,2	63,1	67,4	66,4	−1,0
Mobilna telefonija – kvalitet	75,7	71,0	68,8	67,1	−1,7
Mobilna telefonija – cijena	67,7	67,5	65,7	61,0	−4,7
Televizija – kvalitet	73,4	71,6	70,7	68,5	−2,2
Televizija – cijena	60,8	60,6	62,7	60,1	−2,6
Internet – kvalitet	73,2	69,8	67,0	66,2	−0,8
Internet – cijena	68,0	65,4	65,2	61,4	−3,8



Grafikon 107. Indeks zadovoljstva (0–100) po uslugama, 2023–2025 i 2026.

U odnosu na 2025. indeks kvaliteta niži je kod svih usluga, za 0,2 do 2,2 poena, a indeks cijene za 1,0 do 4,7 poena. Pad zadovoljstva cijenama zabilježen je u periodu povećanja cijena pojedinih paketa. Ovaj nalaz ukazuje na vremensku povezanost ovih pojava, ali sam po sebi ne omogućava zaključak da je pad zadovoljstva isključivo posljedica povećanja cijena. Najniži indeks u istraživanju ima cijena TV usluge (60,1), a najviši kvalitet fiksne telefonije (71,9).

14.2. Ukupni indeks zadovoljstva po grupama ispitanika

Za svakog ispitanika izračunat je ukupni indeks zadovoljstva, kao prosjek ocjena kvaliteta i cijene svih usluga koje koristi (najviše osam ocjena). Ukupni indeks u istraživanju iznosi 64,7 (n = 1.000). Razlike između grupa su umjerene; tabela prikazuje i odstupanje od prosjeka.

Tabela 43. Ukupni indeks zadovoljstva po grupama ispitanika (ponderisano).

Grupa	n	Ukupni indeks (0–100)	Razlika od prosjeka
Region			
Sjever	254	64,6	−0,1
Centar	485	64,0	−0,7
Jug	261	66,1	+1,4
Pol			
Muškarci	467	64,7	0,0
Žene	533	64,6	0,0
Starost			
18–29	168	64,3	−0,4
30–44	287	66,4	+1,8
45–59	243	63,0	−1,7
60+	302	64,7	0,0
Naselje			
Grad	540	65,6	+0,9
Prigradsko	167	64,9	+0,3
Selo	293	62,9	−1,8
Obrazovanje			
Osnovno ili niže	109	64,2	−0,5
Srednje	594	64,5	−0,2
Više/visoko	297	65,3	+0,6

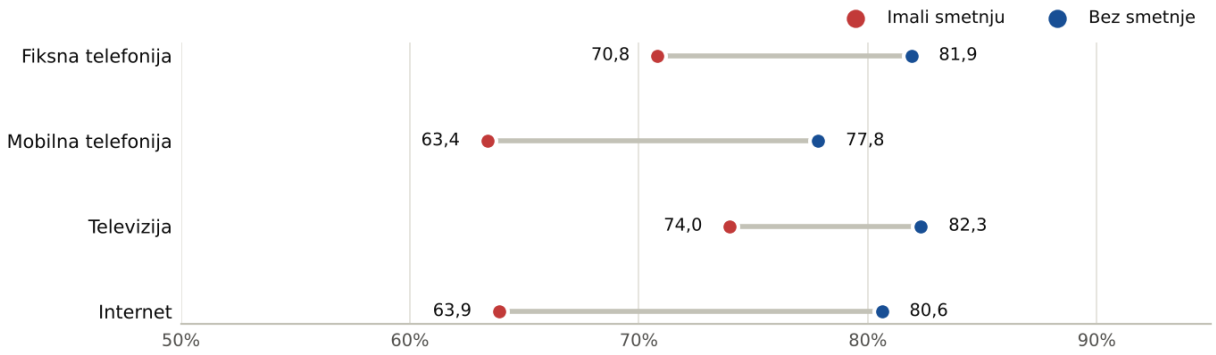
Najveća razlika je po kriterijumu „starost“ (30–44: 66,4; 45–59: 63,0), a slijedi „naselje“ (Grad: 65,6; Selo: 62,9). Stanovnici sela u prosjeku su manje zadovoljni, uz istovremeno niže zadovoljstvo pokrivenošću signalom i češće prijavljene smetnje u ruralnim područjima.

14.3. Smetnje u radu usluga i zadovoljstvo kvalitetom

Iskustvo smetnje ili prekida povezano je sa nižim zadovoljstvom kvalitetom. Kod svih usluga korisnici koji su u posljednjih godinu dana imali smetnju iskazuju niže zadovoljstvo od onih koji je nijesu imali.

Tabela 44. Zadovoljstvo kvalitetom prema iskustvu smetnje ili prekida u posljednjih godinu dana (%, ponderisano).

Usluga	Zadovoljni kvalitetom – imali smetnju	Zadovoljni kvalitetom – bez smetnje	Razlika (p.p.)	Razlika kod cijene (p.p.)
Fiksna telefonija	70,8 (n=153)	81,9 (n=241)	11,1	8,8
Mobilna telefonija	63,4 (n=405)	77,8 (n=581)	14,5	−0,3
Televizija	74,0 (n=420)	82,3 (n=519)	8,4	−3,9
Internet	63,9 (n=379)	80,6 (n=481)	16,7	−3,8



Grafikon 108. Zadovoljni kvalitetom usluge: korisnici sa i bez smetnje u posljednjih godinu dana (%).

Razlika je najveća kod usluge „internet“ (16,7 p.p.), a najmanja kod usluge „televizija“ (8,4 p.p.). Razlike u zadovoljstvu cijenom prema iskustvu smetnji uglavnom su manje (razlika do 3,9 p.p.), osim kod usluge „fiksna telefonija“ (8,8 p.p., manja baza). Imajući u vidu da je smetnju imalo oko 40% korisnika svake usluge, smanjenje broja i trajanja smetnji predstavlja važnu oblast za unapređenje korisničkog iskustva.

14.4. Korisnička podrška i zadovoljstvo kvalitetom

Tabela 45. Zadovoljstvo kvalitetom usluge prema ocjeni call centra (korisnici koji su kontaktirali call centar; %, ponderisano).

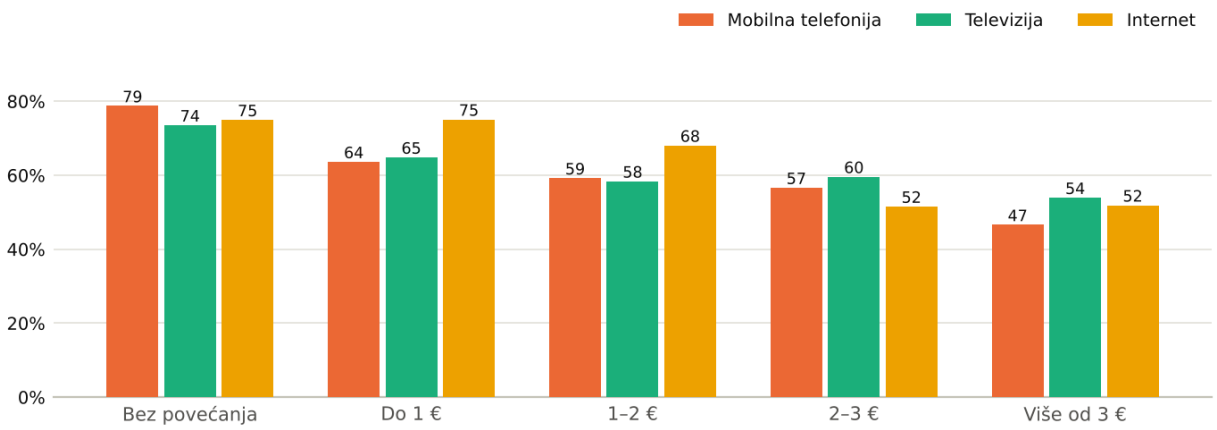
Usluga	Zadovoljni call centrom: zadovoljni kvalitetom	Nezadovoljni call centrom: zadovoljni kvalitetom	Razlika (p.p.)
Fiksna telefonija	88,6 (n=106)	60,0 (n=40)	28,6
Mobilna telefonija	76,1 (n=291)	59,5 (n=108)	16,6
Televizija	77,1 (n=241)	75,9 (n=75)	1,2
Internet	76,9 (n=217)	62,3 (n=83)	14,6

Korisnici koji su nezadovoljni radom call centra uglavnom su manje zadovoljni i kvalitetom same usluge. Baze su male jer je kontakt sa korisničkom podrškom imala manjina korisnika, a nezadovoljnih je još manje, pa se razlike tumače orijentaciono. Ovo poređenje prikazuje povezanost dvije ocjene, bez izdvajanja samostalnog uticaja korisničke podrške ili tehničkog kvaliteta mreže.

14.5. Povećanje cijene i zadovoljstvo cijenom

Tabela 46. Zadovoljstvo cijenom usluge prema iznosu povećanja mjesečne cijene paketa u posljednjih 12 mjeseci (P94; %, ponderisano).

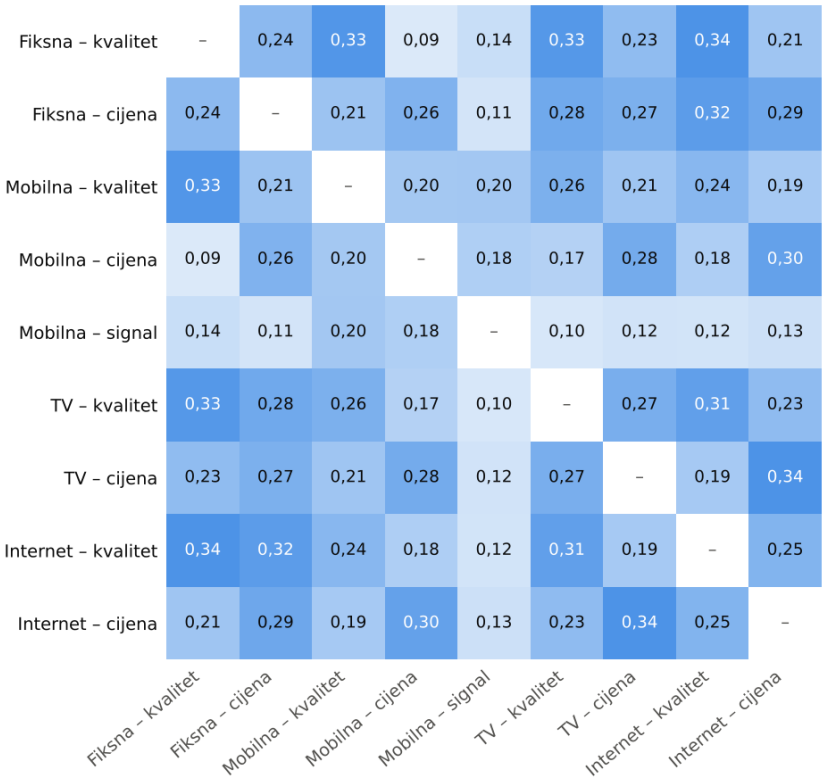
Zadovoljni cijenom	Bez povećanja	Do 1 €	1–2 €	2–3 €	Više od 3 €	Ne zna
Mobilna telefonija	78,7	63,6	59,2	56,6	46,6	76,4
Televizija	73,5	64,8	58,4	59,6	53,9	76,9
Internet	75,0	75,1	68,1	51,5	51,9	71,1
Fiksna telefonija	69,5	64,7	72,2	70,6	70,7	68,1



Grafikon 109. Zadovoljni cijenom usluge prema iznosu povećanja cijene paketa (%).

Kod većih povećanja cijene zadovoljstvo je uglavnom niže: kod mobilne telefonije sa 78,7% među onima kojima cijena nije povećana na 46,6% među onima sa povećanjem većim od 3 €, kod interneta sa 75,0% na 51,9%, a kod TV usluge sa 73,5% na 53,9%. Kod fiksne telefonije veza je slabija; prikazani podaci sami po sebi ne utvrđuju razlog te razlike. Nalazi ukazuju na povezanost između iskustva povećanja cijene paketa i zadovoljstva cijenom, ali ne omogućavaju da se cjelokupna promjena zadovoljstva pripiše isključivo povećanju cijena. Sa iznosom povećanja raste i spremnost na promjenu operatora: promijenilo ili razmatralo promjenu je 20,0% onih sa povećanjem do 1 €, 28,6% sa povećanjem 1–2 €, 39,8% sa povećanjem 2–3 € i 48,1% sa povećanjem većim od 3 €. Razlike u podnošenju prigovora prema povećanju cijene manje su izražene (18,4% bez povećanja, 19,4% uz povećanje do 2 € i 21,5% uz povećanje veće od 2 € – razlike u granicama slučajne greške), dok je veza sa smetnjama izražena: prigovor je podnijelo 21,3% onih koji su imali smetnju bar jedne usluge, naspram 8,4% onih bez smetnji.

14.6. Međusobna povezanost ocjena zadovoljstva



Grafikon 110. Spearmanov koeficijent korelacije između ocjena zadovoljstva (ispitanici koji ocjenjuju obje usluge; neponderisano).

Ocjene su međusobno pozitivno i umjereno povezane, što je uobičajeno u istraživanjima zadovoljstva. Ocjene kvaliteta različitih usluga povezane su sa koeficijentom 0,24–0,34, a ocjene cijena različitih usluga 0,26–0,34 – korisnici koji su nezadovoljni cijenom jedne usluge češće su nezadovoljni i cijenama ostalih, što ukazuje na zajednički obrazac ocjenjivanja cijena različitih usluga. Veza kvaliteta i cijene iste usluge iznosi 0,20–0,27. Zadovoljstvo pokrivenošću signalom najviše je povezano sa ocjenom kvaliteta mobilne telefonije (0,20).

Povezanost ocjena treba uzeti u obzir pri tumačenju istovremenih promjena zadovoljstva različitim uslugama. Sličan obrazac može odražavati zajednička iskustva i okolnosti korisnika, ali prikazane korelacije nijesu dovoljne za utvrđivanje zajedničkog uzroka.

14.7. Sažetak povezanosti pokazatelja

Tabela 47. Razlika u udjelu zadovoljnih između korisnika sa i bez navedenog iskustva (p.p., ponderisano).

Iskustvo korisnika	Povezani pokazatelj zadovoljstva	Manje zadovoljnih (p.p.)
Povećanje cijene veće od 2 €	Mobilna telefonija – cijena	27,3
Povećanje cijene veće od 2 €	Internet – cijena	23,2
Nezadovoljstvo pokrivenošću signalom	Mobilna telefonija – kvalitet	21,4
Povećanje cijene veće od 2 €	Televizija – cijena	16,9
Smetnja/prekid u posljednjih godinu dana	Internet – kvalitet	16,7
Nezadovoljstvo call centrom	Mobilna telefonija – kvalitet	16,6
Nezadovoljstvo call centrom	Internet – kvalitet	14,6
Smetnja/prekid u posljednjih godinu dana	Mobilna telefonija – kvalitet	14,5
Smetnja/prekid u posljednjih godinu dana	Fiksna telefonija – kvalitet	11,1
Smetnja/prekid u posljednjih godinu dana	Televizija – kvalitet	8,4

Ocjena call centra fiksne telefonije nije uključena u sažetak zbog male baze (40 nezadovoljnih korisnika); vidjeti tabelu u poglavlju 14.4.

Sažetak pokazuje da su tri grupe iskustava ključne za zadovoljstvo: tehnički kvalitet (smetnje, pokrivenost signalom), cijena (povećanje cijene paketa) i kvalitet korisničke podrške. Za Agenciju je ovo osnova za usmjeravanje regulatornih aktivnosti: praćenje kvaliteta mreža i rokova otklanjanja smetnji, transparentnost izmjena cijena i uslova ugovora, i standardi rada korisničke podrške.

14.8. Iskustva grupa korisnika po operatorima

Dodatni pregled prikazuje neponderisane udjele zadovoljnih u grupama korisnika pojedinih operatora, iz iste baze od 1.000 intervjua. Zadovoljni obuhvataju odgovore „veoma“ i „uglavnom zadovoljan“. Ovi procenti služe opisivanju grupa i razlikuju se od ponderisanih ukupnih procjena u prethodnim poglavljima. Ocjena se odnosi na uslugu koju ispitanik koristi; kod korisnika više operatora nije moguće izdvojiti zasebnu ocjenu svakog od njih.

Tabela 48. Fiksna telefonija: zadovoljstvo u grupama korisnika operatora (neponderisano).

Grupa korisnika	n	Zadovoljni kvalitetom (%)	Zadovoljni cijenom (%)	n podrška	Zadovoljni podrškom (%)
Crnogorski Telekom	194	75,3	70,6	71	67,6
Mtel	160	80,0	69,4	64	71,9
Telemach	40*	80,0	65,0	15*	–

*Napomena: n i procenti su neponderisani. Baza za zadovoljstvo podrškom obuhvata samo korisnike koji su je kontaktirali. * označava bazu manju od 50 ispitanika; – znači da procenat zadovoljstva podrškom nije prikazan zbog baze manje od 30.*

Tabela 49. Mobilna telefonija: zadovoljstvo u grupama korisnika operatora (neponderisano).

Grupa korisnika	n	Zadovoljni kvalitetom (%)	Zadovoljni cijenom (%)	n podrška	Zadovoljni podrškom (%)
One Crna Gora	245	74,3	62,4	111	73,9
Crnogorski Telekom	333	72,1	61,9	146	66,4
Mtel	452	69,7	66,8	170	76,5

*Napomena: n i procenti su neponderisani. Baza za zadovoljstvo podrškom obuhvata samo korisnike koji su je kontaktirali. * označava bazu manju od 50 ispitanika; – znači da procenat zadovoljstva podrškom nije prikazan zbog baze manje od 30.*

Tabela 50. Televizija: zadovoljstvo u grupama korisnika operatora (neponderisano).

Grupa korisnika	n	Zadovoljni kvalitetom (%)	Zadovoljni cijenom (%)	n podrška	Zadovoljni podrškom (%)
Telemach / Total TV	206	78,2	61,7	70	74,3
Mtel / mSat	440	78,9	68,0	152	75,7
Crnogorski Telekom / Extra TV	277	78,3	61,4	93	76,3
TV ZA SVE	14*	64,3	71,4	2*	–
Orion Telekom	33*	78,8	75,8	10*	–

*Napomena: n i procenti su neponderisani. Baza za zadovoljstvo podrškom obuhvata samo korisnike koji su je kontaktirali. * označava bazu manju od 50 ispitanika; – znači da procenat zadovoljstva podrškom nije prikazan zbog baze manje od 30.*

Ista osoba može biti u više mobilnih ili TV grupa, pa se njihovi brojevi ne sabiraju. Prikaz nije rang-lista operatora: razlike mogu odražavati strukturu korisnika i druga iskustva, a male baze dodatno ograničavaju zaključivanje.

15. Kontrola kvaliteta podataka

Kontrola kvaliteta podataka obuhvata provjeru logike upitnika i sagledavanje obilježja realizovanih intervjua. Ovi pokazatelji služe za prepoznavanje nalaza koje treba pažljivije tumačiti.

15.1. Tumačenje odgovora „ne znam“

Odgovori „ne znam“ tumače se u kontekstu pojedinačnog pitanja, jer mogu odražavati nedovoljnu informisanost, odsustvo relevantnog iskustva ili nemogućnost ispitanika da procijeni određeni aspekt usluge. Njihov veći udio zato se ne smatra sam po sebi pokazateljem nekvalitetnog odgovaranja. Kod pitanja na kojima su ovi odgovori izraženiji, njihov udio treba uzeti u obzir pri tumačenju zadovoljstva, informisanosti i iskustava korisnika.

Na pitanju o brzini internet priključka udio odgovora „ne znam/bez odgovora“ iznosi 43,6% nakon ponderisanja, odnosno 43,9% neponderisano (384 od 875 korisnika interneta). Veći udio takvih odgovora javlja se i kod pojedinih pitanja o sajtu i servisima Agencije, pravima korisnika i uslovima ugovora. Ove odgovore treba razlikovati od izostanka odgovora na pitanje o prihodu: prihod domaćinstva nije navelo 28,5% ispitanika.

15.2. Preciznost procjena i tumačenje razlika

Preciznost prikazanih procjena zavisi od veličine baze odgovora na pojedinačno pitanje i načina izbora i ponderisanja uzorka. Rezultati zasnovani na manjem broju ispitanika imaju veću statističku neizvjesnost, zbog čega razlike između manjih grupa treba tumačiti oprezno. Pri poređenju sa prethodnim istraživanjem potrebno je uzeti u obzir i uporedivost ciljne populacije, formulacije pitanja i ponuđenih odgovora. Male razlike u procentima ne predstavljaju nužno pouzdanu promjenu u stavovima ili iskustvima korisnika.

16. Nalazi o upitniku

Realizovani intervjui pružaju uvid u način funkcionisanja upitnika: svaki od 1.000 intervjua slijedio je putanju određenu uslugama koje ispitanik koristi i njegovim odgovorima na prethodna pitanja.

16.1. Pitanja sa malim bazama

Tabela 51. Pitanja postavljena grupama sa manje od 200 ispitanika (margina greške za p = 50%, deff 1,3).

Pitanje	Baza	n	Margina (± p.p.)
4. Vrsta smetnje (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid	153	9,0
5. Zadovoljstvo vremenom otklanjanja smetnje (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid	153	9,0
7. Razlog kontaktiranja call centra (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su kontaktirali call centar	150	9,1
8. Zadovoljstvo call centrom (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su kontaktirali call centar	150	9,1
35. Zadovoljstvo uslugom 1180	ispitanici koji su u posljednjih godinu dana pozvali 1180	169	8,6
61. Alat za provjeru brzine	korisnici koji koriste alat za provjeru brzine	166	8,7
67. Šta je preduzeto nakon sajber napada	korisnici koji su imali iskustvo sajber napada	158	8,9
78. Lako nalaženje informacija na sajtu	ispitanici upoznati sa sajtom Agencije	198	7,9
79. Poznati servisi na sajtu Agencije (potpitanje)	ispitanici koji znaju za servise na sajtu Agencije	191	8,1
87. Zadovoljstvo ažurnošću po prigovoru	ispitanici koji su podnijeli prigovor/žalbu	190	8,1
97. Razlozi zašto nije promijenio operatora (do 3)	ispitanici koji su razmatrali promjenu operatora, ali ga nijesu promijenili	172	8,5

Za 11 pitanja baza je manja od 200 ispitanika, pa margina greške iznosi do ±9,1 p.p. Riječ je o pitanjima koja se postavljaju samo korisnicima sa određenim iskustvom (smetnja fiksne telefonije, kontakt sa call centrom fiksne telefonije, poziv broju 1180, korišćenje alata za provjeru brzine, poznavanje servisa na sajtu Agencije, podnošenje prigovora). Rezultati za ova pitanja prikazuju se ukupno, a podjele po grupama ispitanika i poređenja sa ranijim godinama tumače se oprezno. Ovo nije nedostatak upitnika, već posljedica njegove logike: ocjenu daju samo oni koji su uslugu koristili. Baza označava broj ispitanika na koji se odnosi prikazani obračun, a ne veličinu ukupnog uzorka. Manja baza dodatno se smanjuje pri podjeli na demografske grupe, pa veća razlika u procentima ne mora značiti pouzdanu razliku između tih grupa.

16.2. Pravila prikaza i logičke kontrole

CAPI upitnik koristi uslove prikaza i logička pravila kako bi pitanja odgovarala iskustvu ispitanika i kako bi unosi bili međusobno usklađeni. Tako se pitanja o korišćenju određene usluge ili kontaktu sa korisničkom podrškom postavljaju odgovarajućim grupama korisnika. Logičke kontrole obuhvataju i usklađenost broja odabranih prepaid/postpaid kategorija sa brojem aktivnih mobilnih brojeva i rangiranje bez dodjele istog ranga dvjema stavkama.

16.3. Otvorena pitanja i šifriranje

Odgovori na otvorena pitanja i dopune uz opciju „drugo“ razvrstani su prema sadržaju u odgovarajuće kategorije, uz očuvanje značenja izvornih iskaza. Različite formulacije istog odgovora objedinjene su radi dosljednog prikazivanja rezultata. Odgovori o službama dostupnim putem telefonskih brojeva za hitne slučajeve razvrstani su prema tačnosti, dok su prijedlozi upućeni Agenciji grupisani prema temama. Odgovori „ne znam“, izostanak odgovora i iskazi bez konkretnog prijedloga razlikovani su od sadržajnih odgovora.

16.4. Preporuke za naredne cikluse istraživanja

- U narednim ciklusima zadržati jasne formulacije pitanja, relevantne kategorije odgovora i dosljedna pravila primjene opisana u **poglavlju 2.** Pri poređenju ciklusa uzeti u obzir ciljnu populaciju, formulacije pitanja, ponuđene odgovore i baze ispitanika.
- **P24 i P27 (roming):** u uputstvu za anketare jasno razdvojiti roming u zemljama Zapadnog Balkana od rominga u ostalim zemljama i dosljedno navesti referentni period za svako pitanje.
- **P16 (aplikacije):** u narednim ciklusima osavremeniti spisak aplikacija i dokumentovati izmjene radi poređenja sa ranijim talasima. Skype za potrošače obustavljen je u maju 2025. godine, što treba uzeti u obzir pri tumačenju odgovora na ovu stavku.
- **P56 (brzina priključka):** visok udio odgovora „ne znam“ je očekivan; anketar može ponuditi da ispitanik provjeri ugovor ili račun ako je pri ruci, bez sugerisanja odgovora.
- **P105 (prihod):** bilježi se iznos u eurima; odbijanje odgovora je dozvoljeno i ne smije se insistirati.
- **Radi ponovljivosti analize, zajedno čuvati upitnik korišćen u istraživanju, šifarnik, bazu odgovora i dokumentaciju o obradi podataka.**

17. Zaključci i preporuke

17.1. Zaključci istraživanja

- U poređenju sa 2025. godinom, indeksi zadovoljstva kvalitetom svih posmatranih elektronskih komunikacionih usluga niži su za 0,2–2,2 poena.
- Najizraženije razlike u odnosu na 2025. godinu zabilježene su kod zadovoljstva cijenama, gdje je udio zadovoljnih niži za 3,6–5,4 p.p. Ovaj nalaz zabilježen je u periodu povećanja cijena pojedinih paketa, dok 63,0% ispitanika navodi da im je operator u posljednjih 12 mjeseci povećao mjesečnu cijenu paketa. Nalazi ukazuju na povezanost iskustva povećanja cijena i zadovoljstva cijenom, ali ne omogućavaju da se cjelokupna promjena zadovoljstva pripiše isključivo povećanju cijena.
- Iskustvo smetnji i prekida povezano je sa nižim zadovoljstvom kvalitetom i češćim podnošenjem prigovora, dok je povećanje cijene povezano sa nižim zadovoljstvom cijenom i razmatranjem promjene operatora. Nalazi ukazuju na povezanost iskustava i stavova, bez zasebnog dokazivanja uzročnosti.
- Spremnost na promjenu operatora razlikuje se u zavisnosti od prijavljenog iznosa povećanja cijene. Među ispitanicima koji navode povećanje veće od 3 €, promjenu operatora je izvršilo ili razmatralo 48,1%. Kao glavni razlozi za ostanak navode se slične cijene kod drugih operatora i složenost postupka promjene.
- Upoznatost sa Agencijom (57,0%) i sa pravima korisnika (45,5%) ostaje stabilna, uz izražene razlike prema obrazovanju i starosti. Internet je glavni kanal informisanja o Agenciji.
- Infrastrukturni pokazatelji su visoki i stabilni (internet kod kuće, pokrivenost signalom), uz rast udjela telefona sa podrškom za 5G i rast upoznatosti sa ugovorom o internet romingu sa EU.
- Primijenjeni CAPI upitnik omogućio je elektronsko evidentiranje odgovora 1.000 ispitanika. Za razumijevanje i ponovljivost analize važno je zajedno čuvati primijenjeni instrument, šifarnik, bazu odgovora i dokumentaciju o obradi podataka.

17.2. Preporuke

Preporuke za Agenciju zasnivaju se na prikazanim rezultatima terenskog istraživanja i usmjerene su na oblasti u kojima iskustva korisnika ukazuju na prostor za unapređenje:

- **Transparentnost izmjena cijena.** U kontekstu pada zadovoljstva cijenama, razmotriti mjere za blagovremeno i jasno obavještavanje korisnika o promjenama cijena i uslova, kao i o pravima koja imaju prilikom izmjene ugovora.
- **Uporedivost ponuda.** Kako je sličnost cijena kod konkurencije glavni razlog ostanka kod operatora, alati za poređenje ponuda i jednostavniji postupak promjene operatora mogu povećati konkurentnost tržišta.
- **Kvalitet mreža i otklanjanje smetnji.** Smetnje su povezane sa nižim zadovoljstvom kvalitetom; nastaviti mjerenja kvaliteta mreža i objavljivanje rezultata, uz poseban fokus na ruralna područja i sjeverni region.
- **Informisanje građana.** Upoznatost sa pravima i procedurom zaštite prava stagnira; ciljane kampanje putem interneta i društvenih mreža (za mlađe) i televizije (za starije), uz promociju servisa na sajtu www.ekip.me.
- **Zaštita od neželjenih poziva.** Izloženost direktnom marketingu je visoka, a upoznatost sa registrom „Ne zovi me“ ostaje na oko trećini građana; registar može biti prirodna tema za sljedeću informativnu kampanju.

17.3. Korišćenje rezultata i prateće dokumentacije

Tabela 52. Pregled namjene rezultata i prateće dokumentacije.

Komponenta	Sadržaj	Namjena
Finalni izvještaj	Ukupni nalazi, poređenja i tumačenje rezultata	Pregled stanja i osnova za odlučivanje
Primijenjeni upitnik	Pitanja, odgovori i pravila preskakanja	Razumijevanje instrumenta i uporedivosti
Šifarnik	Nazivi varijabli i značenje šifara	Dosljedno čitanje baze i tabela
Dokumentacija prikupljanja	Period terena i raspodjela intervjua	Sagledavanje realizacije istraživanja
Baza terenskih odgovora	Odgovori 1.000 ispitanika iz svih 25 opština	Dodatne analize i provjera nalaza
Dokumentacija obrade	Pravila kontrole i ponderisanja	Ponovljivost analitičkog postupka
Analitičke tabele	Raspodjele i ukrštanja pokazatelja	Detaljan pregled rezultata

Prilog A. Izvori podataka

- MONSTAT, Popis stanovništva, domaćinstava i stanova 2023 – stanovništvo po opštinama, polu i starosti (osnova plana uzorka i ponderisanja; 489.213 punoljetnih lica).
- MONSTAT, indeks potrošačkih cijena i prosječne zarade (jul 2026).
- Crnogorski Telekom – obavještenja o izmjenama ponude i cijena (1.1.2026, 1.6.2026, 1.10.2026); Mtel – obavještenje o izmjeni uslova (1.4.2026).
- Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost – podaci o tržištu, pokrivenosti 5G mrežom i servisima na sajtu www.ekip.me.
- Savjet EU – odluka o otvaranju pregovora o režimu „roming kao kod kuće“ sa zemljama Zapadnog Balkana (jun 2026).

Prilog B. Pregled pitanja i baza

Tabela prikazuje sva sadržajna pitanja upitnika 2026, analitičku bazu i broj neponderisanih ispitanika na koji se odnosi prikazani obračun. Za pitanja sa više stavki (matrice) prikazana je prva stavka.

n označava neponderisani broj ispitanika u analitičkoj bazi. Za pitanja 49 i 50 baza obuhvata svih 1.000 ispitanika: 992 sa evidentiranim odgovorom i osam bez evidentiranog odgovora zbog preskoka iz P40. Tih osam zapisa uključeno je u objedinjenu kategoriju „Ne znam/bez odgovora“.

Tabela 53. Pitanja upitnika 2026, baze i broj ispitanika u istraživanju.

Pitanje	Baza	n
1. Kojeg provajdera fiksne telefonije koristite?	svi ispitanici	1.000
2. Zadovoljstvo fiksnom telefonijom	korisnici fiksne telefonije	394
3. Smetnja i/ili prekid fiksne telefonije u posljednjih godinu dana	korisnici fiksne telefonije	394
4. Vrsta smetnje (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid	153
5. Zadovoljstvo vremenom otklanjanja smetnje (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid	153
6. Kontakt sa call centrom provajdera fiksne telefonije	korisnici fiksne telefonije	394
7. Razlog kontaktiranja call centra (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su kontaktirali call centar	150
8. Zadovoljstvo call centrom (fiksna)	korisnici fiksne telefonije koji su kontaktirali call centar	150
9. Broj aktivnih mobilnih brojeva	svi ispitanici	1.000
10. Tip korisnika i operator (do 3 odgovora)	korisnici mobilne telefonije	986
11. Zadovoljstvo pokrivenošću signalom	korisnici mobilne telefonije	986
12. Telefon sa pristupom internetu / 5G	korisnici mobilne telefonije	986
13. Usluge mobilne telefonije koje koristi	korisnici mobilne telefonije	986
14. Smetnja i/ili prekid mobilne telefonije	korisnici mobilne telefonije	986
15. Vrsta smetnje (mobilna)	korisnici mobilne telefonije koji su imali smetnju i/ili prekid	405
16. Internet aplikacije na mobilnom telefonu	korisnici mobilne telefonije	986
17. Dostupnost mobilnog interneta na adresi stanovanja	korisnici mobilne telefonije	986
18. Problemi u radu mobilnog interneta	korisnici telefona sa pristupom internetu	890
19. Zadovoljstvo mobilnom telefonijom	korisnici mobilne telefonije	986
20. Kontakt sa call centrom (mobilna)	korisnici mobilne telefonije	986
21. Razlog kontaktiranja call centra (mobilna)	korisnici mobilne telefonije koji su kontaktirali call centar	403
22. Zadovoljstvo call centrom (mobilna)	korisnici mobilne telefonije koji su kontaktirali call centar	403
23. Upoznatost sa romingom na Zapadnom Balkanu po domaćim cijenama	korisnici mobilne telefonije	986
24. Korišćenje rominga u zemljama Zapadnog Balkana u proteklih godinu dana	korisnici mobilne telefonije	986
25. Usluge rominga na Zapadnom Balkanu	korisnici koji su koristili roming u zemljama Zapadnog Balkana	695
26. Upoznatost sa ugovorom operatora za internet roming sa EU	korisnici mobilne telefonije	986
27. Korišćenje rominga (ostale zemlje)	korisnici mobilne telefonije	986
28. Usluge rominga u ostalim zemljama	korisnici rominga u ostalim zemljama	249
29. Upoznatost sa zaštitom od prekomjerne potrošnje u romingu	korisnici rominga u ostalim zemljama	249
30. Mišljenje o cijenama rominga	korisnici rominga u ostalim zemljama	249
31. Zadovoljstvo uslugama rominga	korisnici rominga u ostalim zemljama	249
32. Čuli za broj 1180	svi ispitanici	1.000
33. Znanje o informacijama na broju 1180	ispitanici koji su čuli za broj 1180	521
34. Pozivali 1180 u posljednjih godinu dana	ispitanici koji su čuli za broj 1180	521
35. Zadovoljstvo uslugom 1180	ispitanici koji su u posljednjih godinu dana pozvali 1180	169
36. Čuli za broj 112	svi ispitanici	1.000
37. Prepoznavanje službi na brojevima za hitne slučajeve, uključujući 112	svi ispitanici	1.000
38. Znanje o besplatnom broju za prijavu smetnji	svi ispitanici	1.000
39. Prepoznavanje brojeva za prijavu smetnji	svi ispitanici	1.000
40. Provajder TV programa (do 3 odgovora)	svi ispitanici	1.000
41. Zadovoljstvo TV provajderom	korisnici TV provajdera	958
42. Smetnja i/ili prekid TV usluge	ispitanici koji prate TV program	992
43. Vrsta smetnje (TV)	ispitanici koji su imali smetnju u TV usluzi	433
44. Zadovoljstvo vremenom otklanjanja smetnje (TV)	ispitanici koji su imali smetnju u TV usluzi	433
45. Kontakt sa call centrom (TV)	korisnici TV provajdera	958
46. Razlog kontaktiranja call centra (TV)	korisnici TV provajdera koji su kontaktirali call centar	322

Pitanje	Baza	n
47. Zadovoljstvo call centrom (TV)	korisnici TV provajdera koji su kontaktirali call centar	322
48. Glavni razlog izbora TV provajdera (do 3)	korisnici TV provajdera	958
49. Upoznatost sa digitalnim radiom (DAB+)	svi ispitanici	1.000
50. DAB+ prijemnik u automobilu	svi ispitanici	1.000
51. Mogućnost korišćenja interneta kod kuće	svi ispitanici	1.000
52. Lično korišćenje interneta	svi ispitanici	1.000
53. Priključak za pristup internetu kod kuće	korisnici interneta	875
54. Za šta koristi internet	korisnici interneta	875
55. Rang pri izboru: brzina pristupa	korisnici interneta	875
56. Brzina pristupa internetu	korisnici interneta	875
57. Potreba za većom brzinom	korisnici interneta	875
58. Redovna provjera brzine	korisnici interneta	875
59. Upoznatost sa Net Testom Agencije	korisnici interneta	875
60. Korišćenje alata za provjeru brzine	korisnici interneta	875
61. Alat za provjeru brzine	korisnici koji koriste alat za provjeru brzine	166
62. Aktivnosti za zaštitu sigurnosti na internetu	korisnici interneta	875
63. Koje aktivnosti zaštite sigurnosti	korisnici koji preduzimaju aktivnosti zaštite sigurnosti	451
64. Mjere zaštite ličnih podataka	korisnici interneta	875
65. Koje mjere zaštite ličnih podataka	korisnici koji preduzimaju mjere zaštite ličnih podataka	558
66. Iskustvo sajber napada	korisnici interneta	875
67. Šta je preduzeto nakon sajber napada	korisnici koji su imali iskustvo sajber napada	158
68. Zadovoljstvo internetom	korisnici interneta	875
69. Smetnja i/ili prekid interneta	korisnici interneta	875
70. Zadovoljstvo vremenom otklanjanja smetnje (internet)	korisnici interneta koji su imali smetnju i/ili prekid	379
71. Kontakt sa call centrom internet provajdera	korisnici interneta	875
72. Razlog kontaktiranja call centra (internet)	korisnici interneta koji su kontaktirali call centar	312
73. Zadovoljstvo call centrom (internet)	korisnici interneta koji su kontaktirali call centar	312
74. Čuli za Agenciju (EKIP)	svi ispitanici	1.000
75. Znaju da je EKIP skraćeni naziv Agencije	ispitanici koji su čuli za Agenciju	570
76. Izvor informacija o Agenciji (do 3)	ispitanici koji su čuli za Agenciju	570
77. Upoznatost sa sajtom www.ekip.me	ispitanici koji su čuli za Agenciju	570
78. Lako nalaženje informacija na sajtu	ispitanici upoznati sa sajtom Agencije	198
79. Znanje o servisima na sajtu Agencije	ispitanici koji su čuli za Agenciju	570
80. Znanje o brošurama Agencije	ispitanici koji su čuli za Agenciju	570
81. Upoznatost sa pravima korisnika	svi ispitanici	1.000
82. Pravo na pristup javnoj EK mreži	svi ispitanici	1.000
83. Upoznatost sa procedurom zaštite prava	svi ispitanici	1.000
84. Način potpisivanja ugovora sa operatorom	svi ispitanici	1.000
85. Uslovi ugovora: minimalno trajanje	svi ispitanici	1.000
86. Podnošenje prigovora/žalbe	svi ispitanici	1.000
87. Zadovoljstvo ažurnošću po prigovoru	ispitanici koji su podnijeli prigovor/žalbu	190
88. Promjena operatora i razlog	svi ispitanici	1.000
89. Upoznatost sa postavljanjem pitanja na sajtu Agencije	svi ispitanici	1.000
90. Prijedlog Agenciji (1)	svi ispitanici	1.000
91. Pozivi/poruke direktnog marketinga	svi ispitanici	1.000
92. Smetaju li aktivnosti direktnog marketinga	ispitanici koji su primili poziv/poruku direktnog marketinga	668
93. Upoznatost sa registrom „Ne zovi me“	svi ispitanici	1.000
94. Povećanje cijene paketa u posljednjih 12 mjeseci	svi ispitanici	1.000
95. Dodatne usluge uz povećanje cijene	ispitanici kojima je operator povećao cijenu	633
96. Reakcija na povećanje cijene	ispitanici kojima je operator povećao cijenu	633
97. Razlozi zašto nije promijenio operatora (do 3)	ispitanici koji su razmatrali promjenu operatora, ali ga nijesu promijenili	172
98. Povećanje pri kojem bi razmotrio promjenu operatora	svi ispitanici	1.000

Prilog C. Pojmovi i skraćenice

Pojam	Značenje
CAPI	Lični intervju uz pomoć računara/tableta (Computer Assisted Personal Interviewing).
Ponder	Težinski koeficijent kojim se struktura uzorka usklađuje sa strukturom populacije (pol, starost, region).
Raking	Iterativni postupak ponderisanja prema više obilježja istovremeno.
Efekat dizajna (deff)	Odnos varijanse procjene u složenom uzorku i u prostom slučajnom uzorku iste veličine.
p.p.	Procentni poen – razlika između dva procenta.
Indeks zadovoljstva	Prosječna ocjena na skali 0–100 (veoma zadovoljan = 100, uglavnom zadovoljan = 66,7, uglavnom nezadovoljan = 33,3, veoma nezadovoljan = 0).
Baza	Skup ispitanika na koji se odnosi prikazani obračun. Oznaka n predstavlja neponderisani broj ispitanika; način uključivanja odgovora i nedostajućih zapisa pojašnjen je uz odgovarajuća pitanja.