



Badanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania ryнку usług telekomunikacyjnych oraz preferencji konsumentów

Raport z badania klientów instytucjonalnych

Warszawa, Gdańsk, 29.11.2019 r.

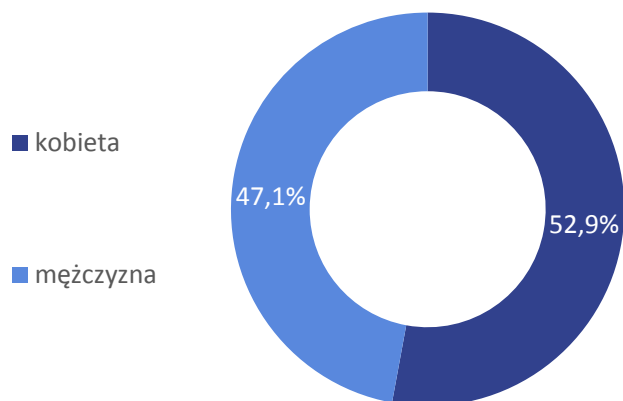
3	Podstawowe informacje o badaniu	55	Bezpieczeństwo w sieci
5	Charakterystyka próby	58	Przetwarzanie wielkich zbiorów danych-Big Data
13	Telefonia komórkowa	61	Przetwarzanie danych w chmurze
22	Telefonia stacjonarna	64	Jednolity Rynek Cyfrowy
30	Dostęp do internetu	76	Ocena rynku telekomunikacyjnego
49	Usługi Over-The-Top (OTT)	82	Podsumowanie
53	Sieć 5G	87	Objaśnienia

Podstawowe informacje

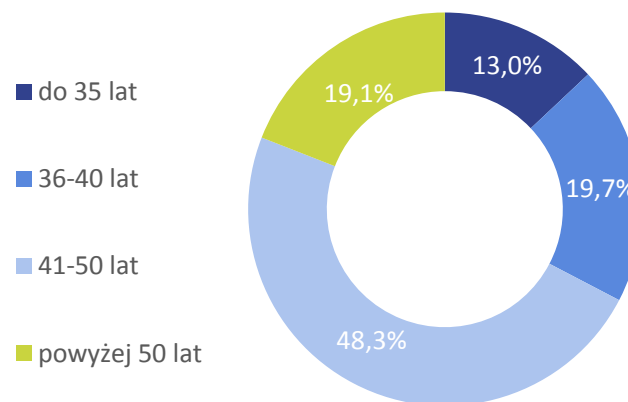
Tytuł	Badanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych oraz preferencji konsumentów/ klientów instytucjonalnych
Zamawiający	Urząd Komunikacji Elektronicznej 
Wykonawca	Danae Sp. z o.o. i Realizacja Sp. z o.o. 
Wielkość próby	N=400 klientów instytucjonalnych
Dobór próby	Próba losowo-kwotowa, warstwowana ze względu na lokalizację oraz wielkość zatrudnienia
Technika	CAPI – wywiad indywidualny wspomagany komputerowo
Lokalizacja	Badanie ogólnopolskie
Termin	listopad 2019 r.

Charakterystyka próby

Płeć respondenta



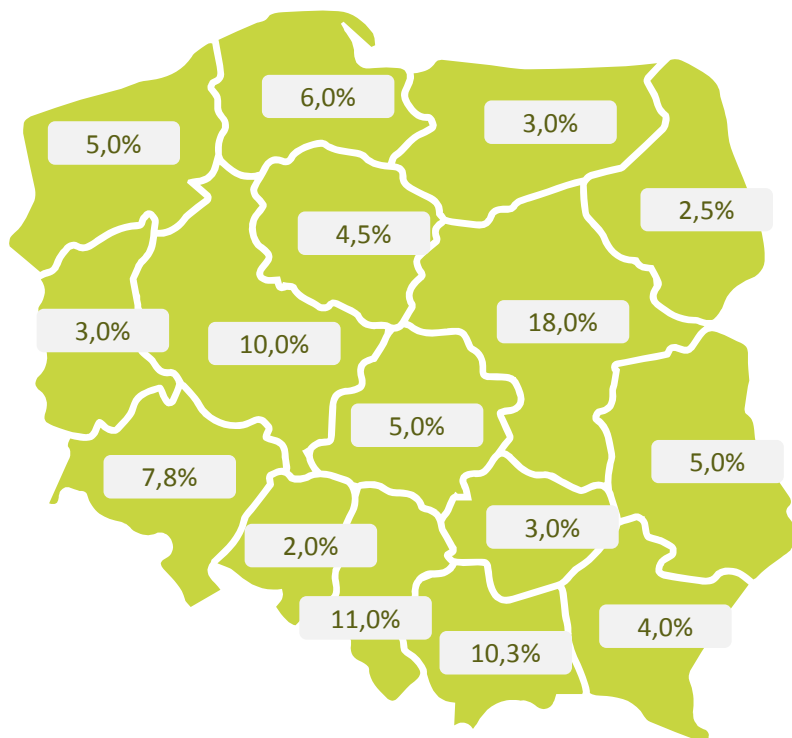
Wiek respondenta



W badaniu najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku 41-50 lat, w kategorii tej znajdowała się prawie połowa badanych (48,3%). Drugą co do liczebności grupą były osoby w wieku 36-40 lat. Nieco mniejszy odsetek stanowiły osoby w wieku do 35 lat.

W badaniu wzięło udział nieznacznie więcej kobiet (52,9%) niż mężczyzn (47,1%).

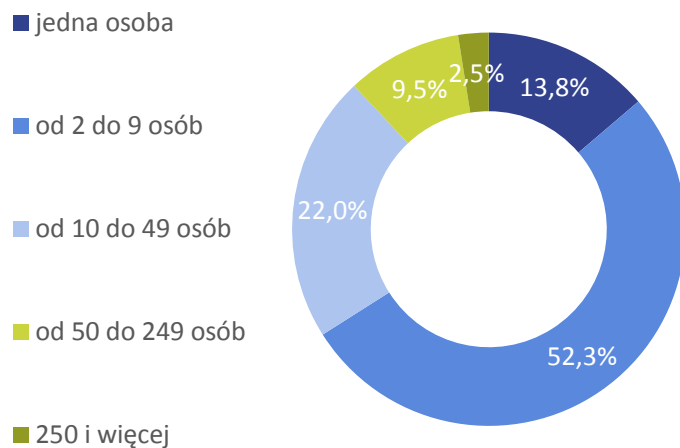
Województwo



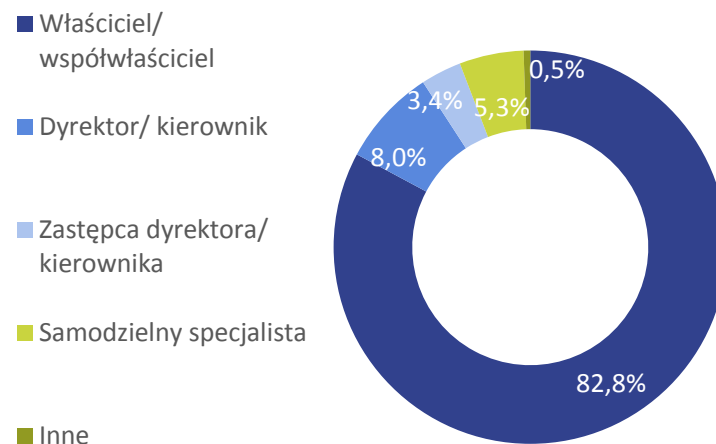
WOJEWÓDZTWO	%	WOJEWÓDZTWO	%
dolnośląskie	7,8%	podkarpackie	4,0%
kujawsko-pomorskie	4,5%	podlaskie	2,5%
lubelskie	5,0%	pomorskie	6,0%
lubuskie	3,0%	śląskie	11,0%
łódzkie	5,0%	świętokrzyskie	3,0%
małopolskie	10,3%	warmińsko-mazurskie	3,0%
mazowieckie	18,0%	wielkopolskie	10,0%
opolskie	2,0%	zachodniopomorskie	5,0%

Najliczniej reprezentowane było województwo mazowieckie (18%), a kolejno śląskie (11%), małopolskie (10,3%) i wielkopolskie (10,0%).

Wielkość instytucji



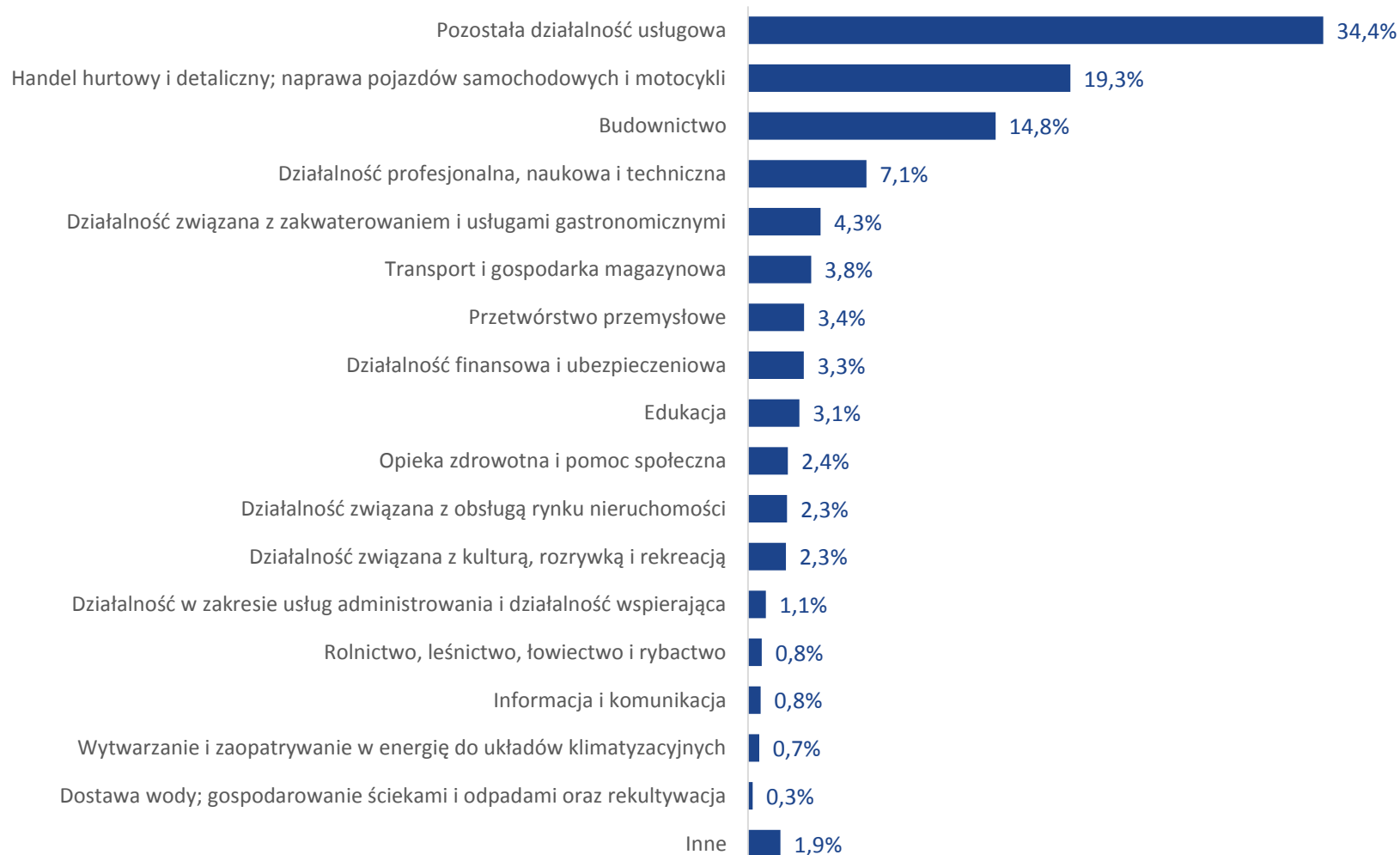
Stanowisko respondenta



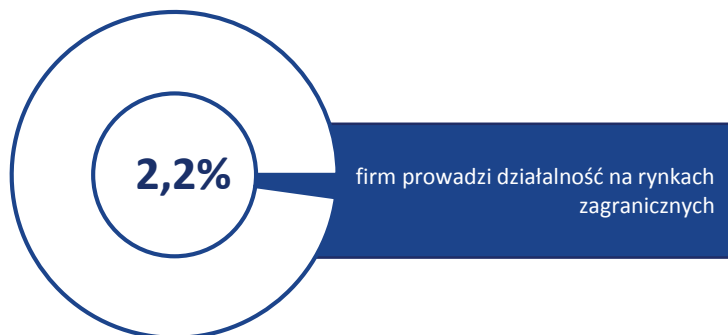
Najwięcej spośród badanych respondentów prowadzi firmę, która zatrudnia od 2 do 9 osób (52,3%). Blisko 15% respondentów prowadzi jednoosobową działalność gospodarczą, natomiast firmę zatrudniającą od 10 do 49 osób 22,3% badanych. Najmniejszy odsetek stanowiły osoby reprezentujące firmy zatrudniające powyżej 250 osób (2,5%).

Wśród respondentów przeważali właściciele bądź współwłaściciele badanych przedsiębiorstw. 8% badanych jest zatrudnionych na stanowisku dyrektora lub kierownika. W próbie odnotowano niewielki udział zastępców dyrektora/kierownika oraz samodzielnych specjalistów.

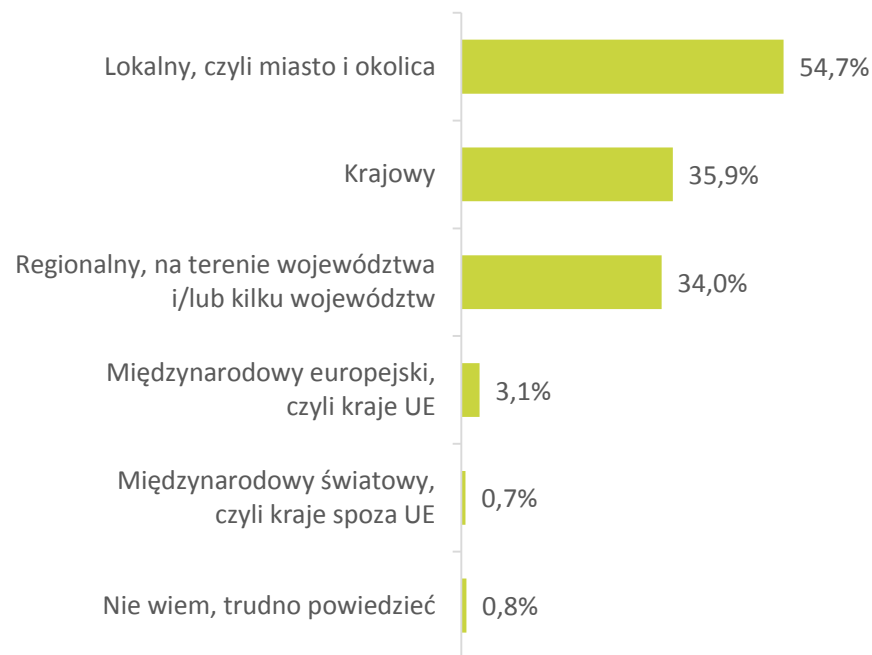
Branża działalności



Rynek działalności



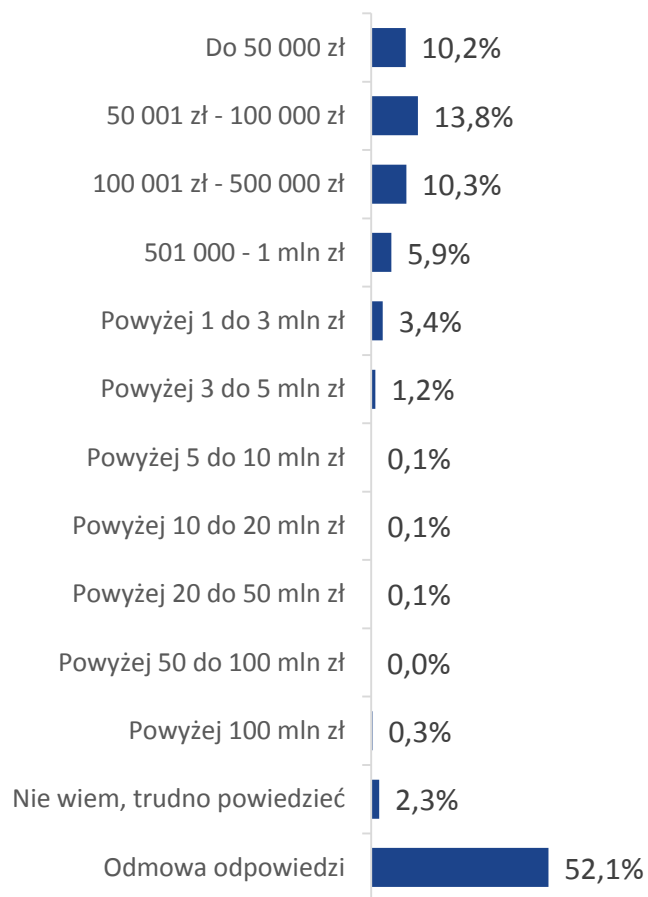
Zasięg działalności



Przedsiębiorstwa, które zostały objęte badaniem działają zazwyczaj na rynku lokalnym (54,7%). Działanie firmy na rynku regionalnym zadeklarowało 34,0% badanych, zaś na rynku krajowym – 35,9%. Najmniej spośród badanych osób reprezentowało przedsiębiorstwa działające na rynku międzynarodowym światowym, czyli w krajach poza UE (0,7% wskazań).

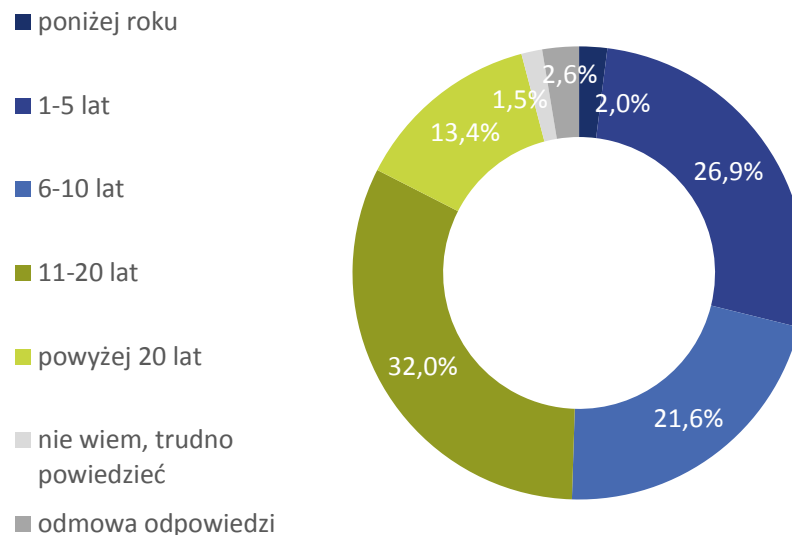
Jedynie 2,2% organizacji prowadzi działalność na rynkach zagranicznych.

Obroty organizacji



Podstawa: Wszyscy respondenci, N=400

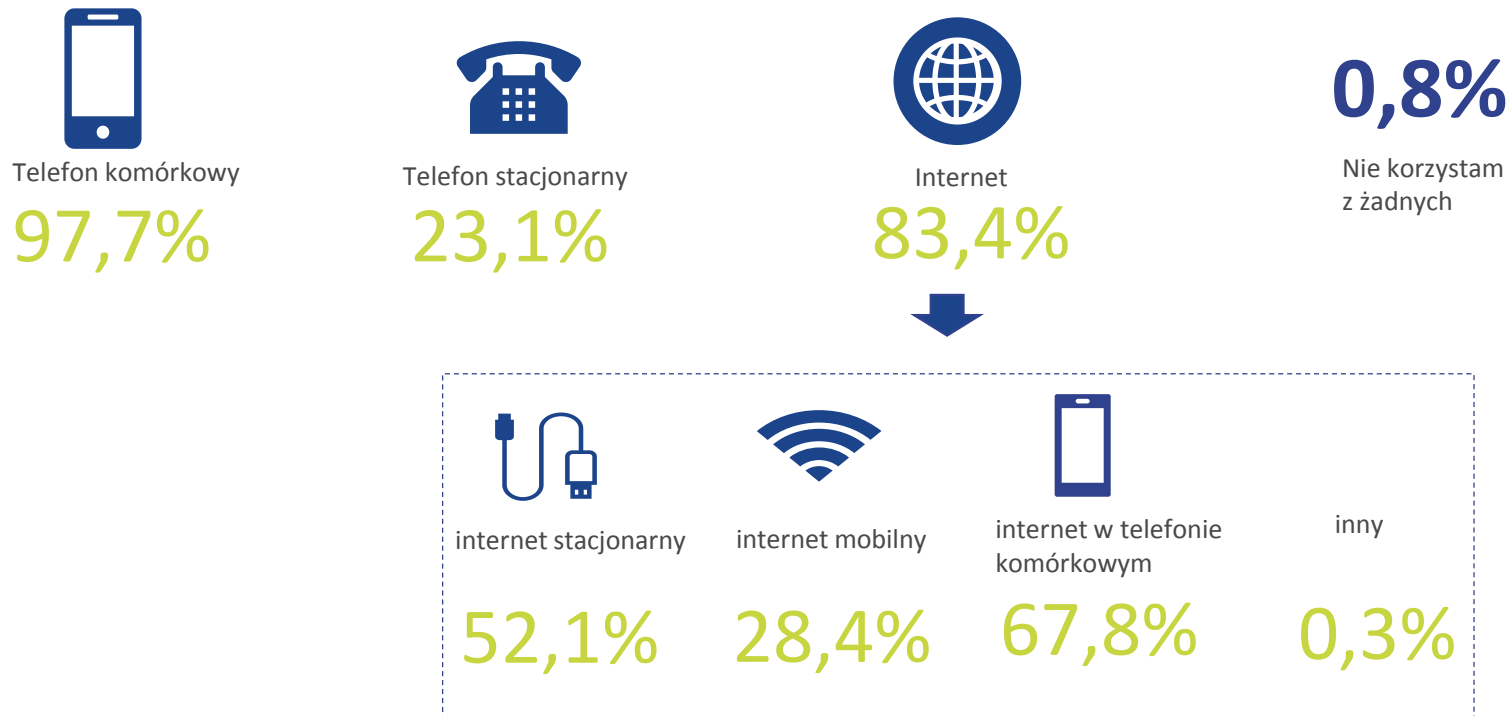
Okres działalności



Znaczna część badanych odmówiła podania obrotów organizacji (52,1%). Spośród osób, które chciały się wypowiedzieć na temat zarobków najczęściej wskazywano na obroty między 50 001 zł a 100 000zł.

Prawie co trzecia firma funkcjonuje na rynku pomiędzy 11 a 20 lat, zaś co czwarta od roku do 5 lat. Co piąta firma funkcjonuje od 6 do 10 lat.

Korzystanie z usług

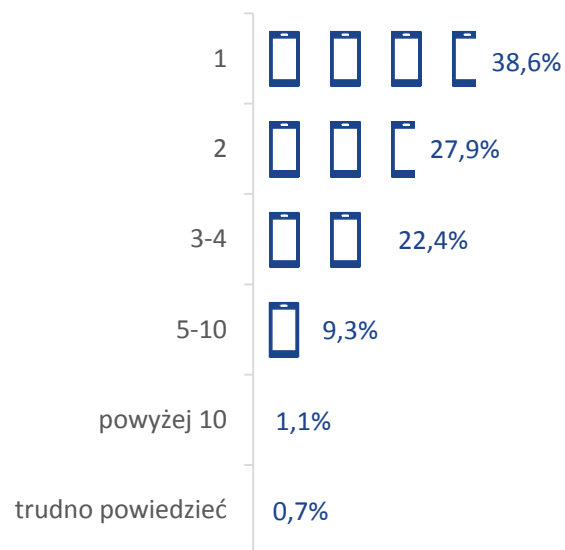


Prawie wszyscy badani (97,7%) korzystali z telefonu komórkowego. W przypadku internetu odsetek użytkowników wyniósł 83,4%, przy czym zauważyć należy, że firmy korzystają częściej z dostępu w telefonie komórkowym (67,8%) oraz z internetu stacjonarnego (52,1%). Rozwiązaniem najmniej popularnym w tym zakresie jest internet mobilny (28,4%).

Telefonia komórkowa

Liczba aktywnych kart SIM w firmie

Jaką liczbą aktywnych kart SIM z przeznaczeniem do usług głosowych dysponuje Pana/Pani firma?



Firmy zazwyczaj dysponują nie więcej niż 4 aktywnymi kartami SIM (38,6% - 1 karta i 27,9% - 2 karty i 3-4 karty 22,4%).



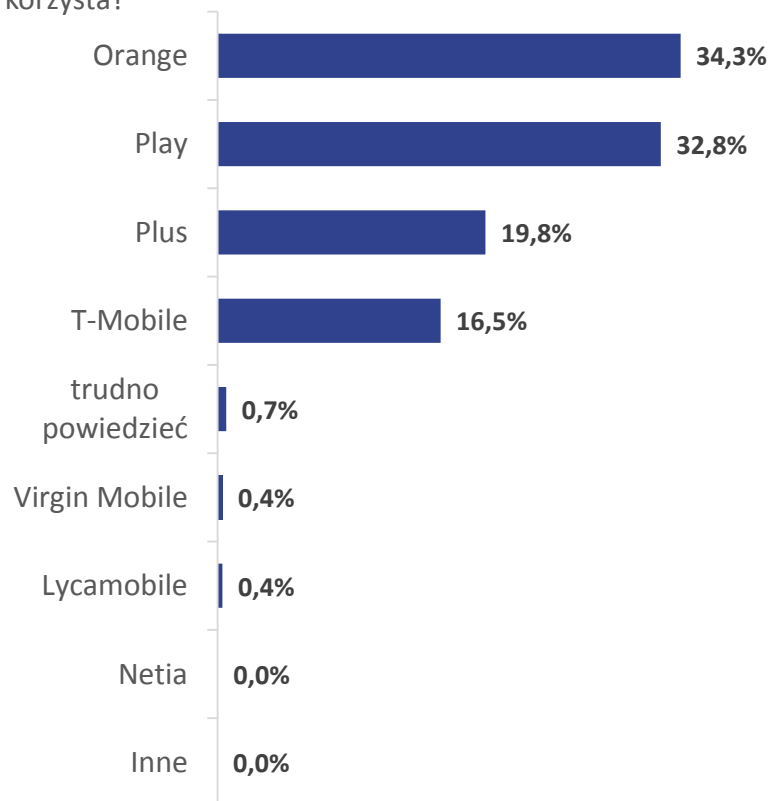
Koszt korzystania z telefonii komórkowej

Ile średnio wynosi miesięczna łączna wysokość rachunków Pana/Pani firmy za korzystanie z usług telefonii komórkowej?



Operatorzy telefonii komórkowej

Z usług jakiego operatora telefonii komórkowej Pan/Pani korzysta?

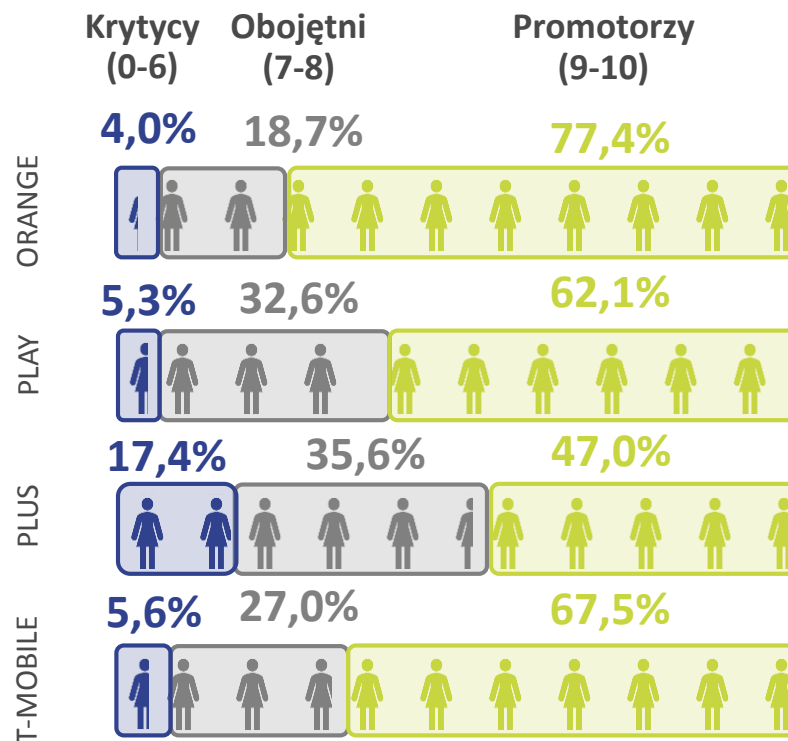


Użytkownicy telefonii komórkowej najczęściej korzystają z oferty Orange (34,3%), Play (32,8%) oraz Plus (19,8%). W przypadku prawdopodobieństwa polecenia, można wskazać najliczniejszą grupę wśród użytkowników Orange (77,4% promotorów). Najwięcej krytyków odnotowano w przypadku sieci Plus (17,4%).

Podstawa: Firmy korzystające z telefonii komórkowej, N=391

Prawdopodobieństwo polecenia (NPS- Net Promoter Score)

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani tego operatora rodzinie lub znajomym?



Podstawa: Posiadacze telefonu komórkowego: Orange, N=143; PLAY, N=111 PLUS, 16 N=74; T-Mobile, N=64

Wskaźnik Net Promoter Score (NSP) Ogólna ocena operatora

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani swojego operatora telefonii komórkowej rodzinie lub znajomym?

Krytycy
(0-6)

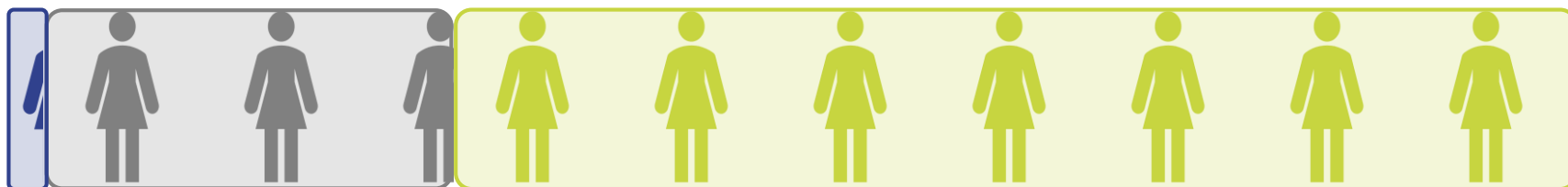
Obojętni
(7-8)

Promotorzy
(9-10)

6,6%

27,2%

66,2%



% promotorów - % krytyków =

NPS*

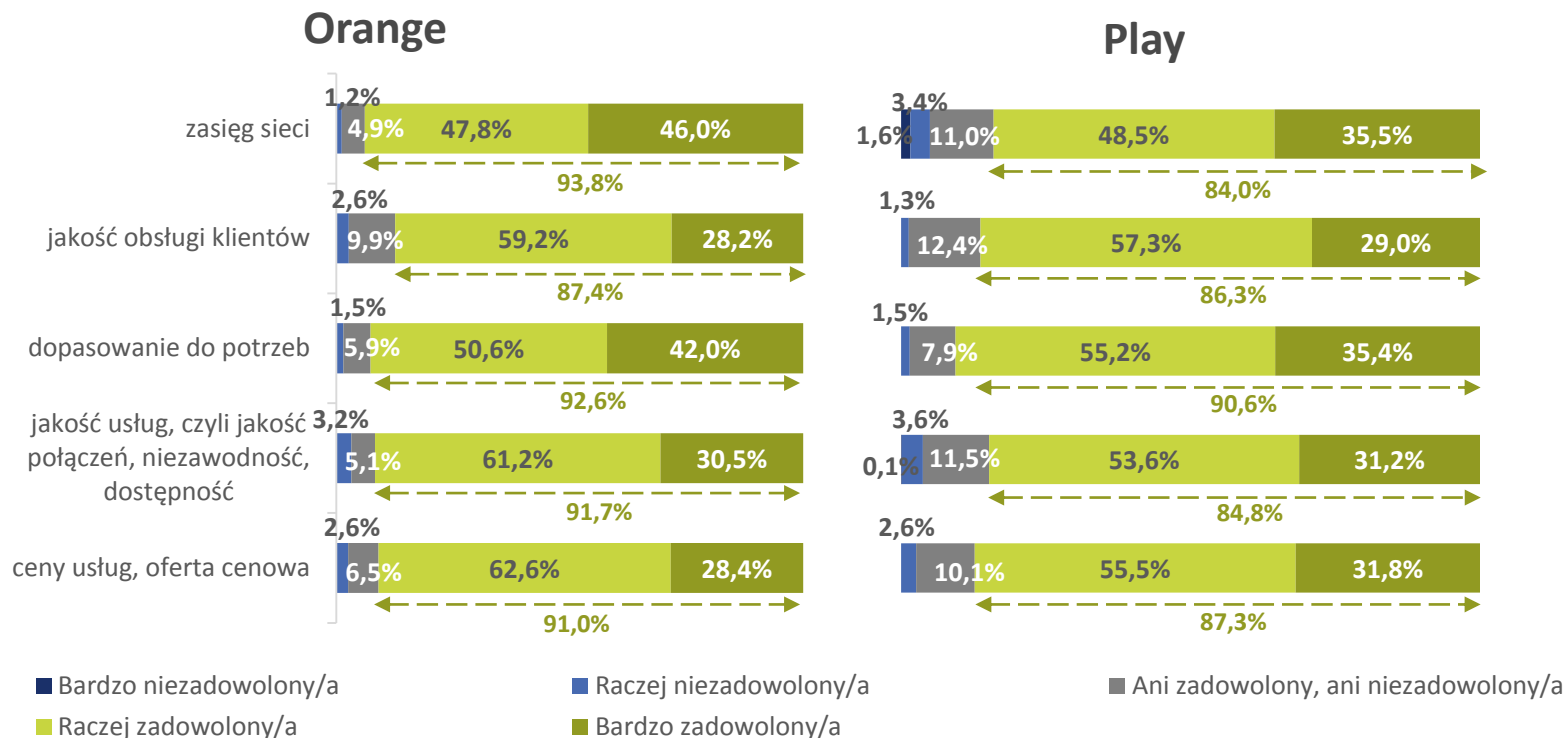
59,7%

Wskaźnik NPS na poziomie całego rynku telefonii komórkowej wynosi 59,7%. Krytycy, niechętnie polecający swojego operatora, stanowią 6,6%. Ponad połowa poleciłaby usługi swojego dostawcy rodzinie bądź znajomym (66,2%), a ponad 27% można określić jako "obojętnych" (27,2%).

*wyjaśnienie wskaźnika NPS znajduje się w nocie metodologicznej

Ocena usług operatora

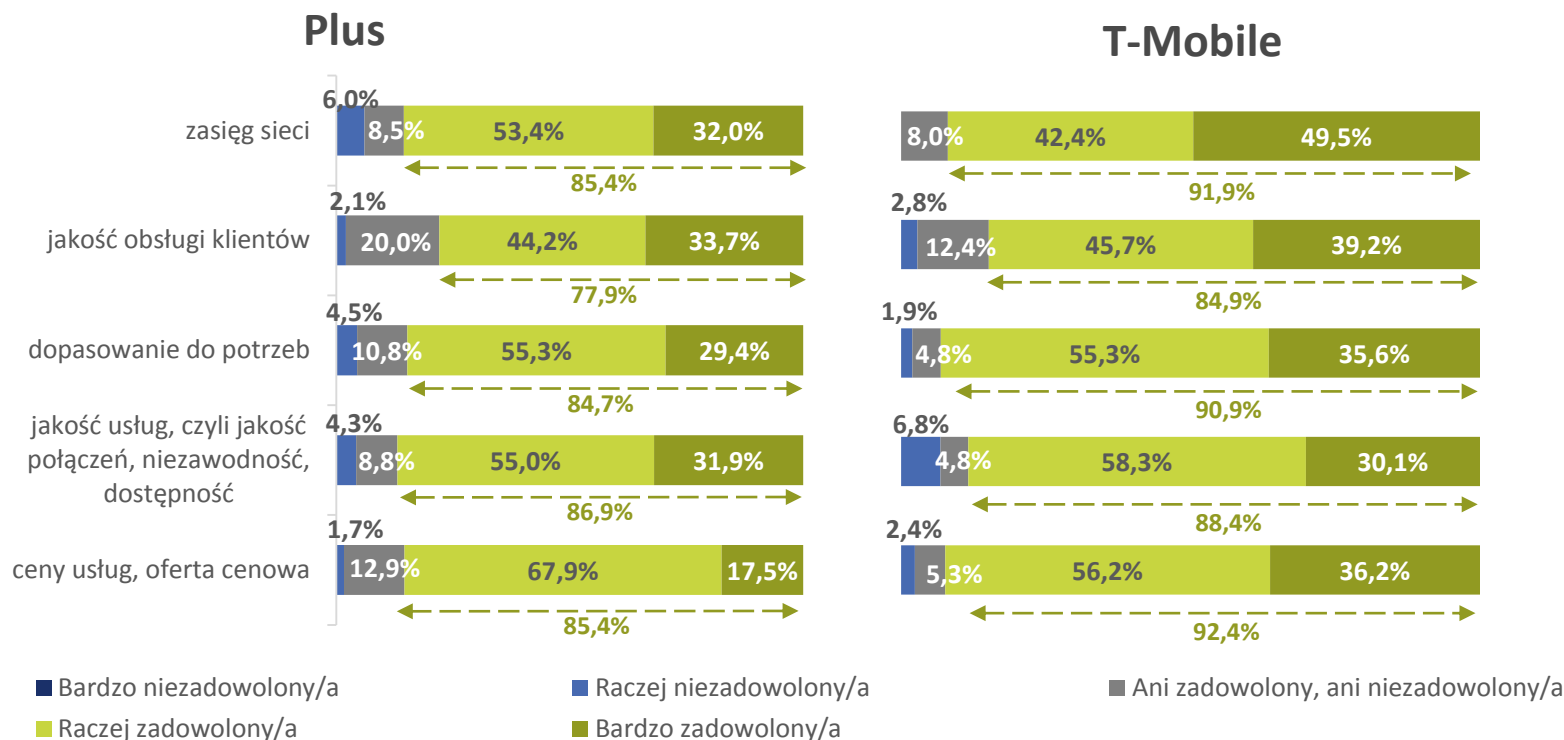
Posługując się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę powiedzieć jak ocenia Pan/Pani usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty:



Firmy korzystające z oferty Orange, tak jak Play w ramach telefonii komórkowej przeważnie deklarują, iż są zadowoleni z tego operatora pod względem takich aspektów, jak zasięg sieci (odpowiednio: 93,8%, 84% - Play), jakość obsługi klientów (87,4%; 86,3%), dopasowanie do potrzeb (92,6%; 90,6%), jakość usług, czyli jakość połączeń, niezawodność, dostępność (91,7%; 84,4%) oraz ceny usług, oferta cenowa (91%; 87,3%).

Ocena usług operatora

Posługując się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę powiedzieć jak ocenia Pan/Pani usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty:

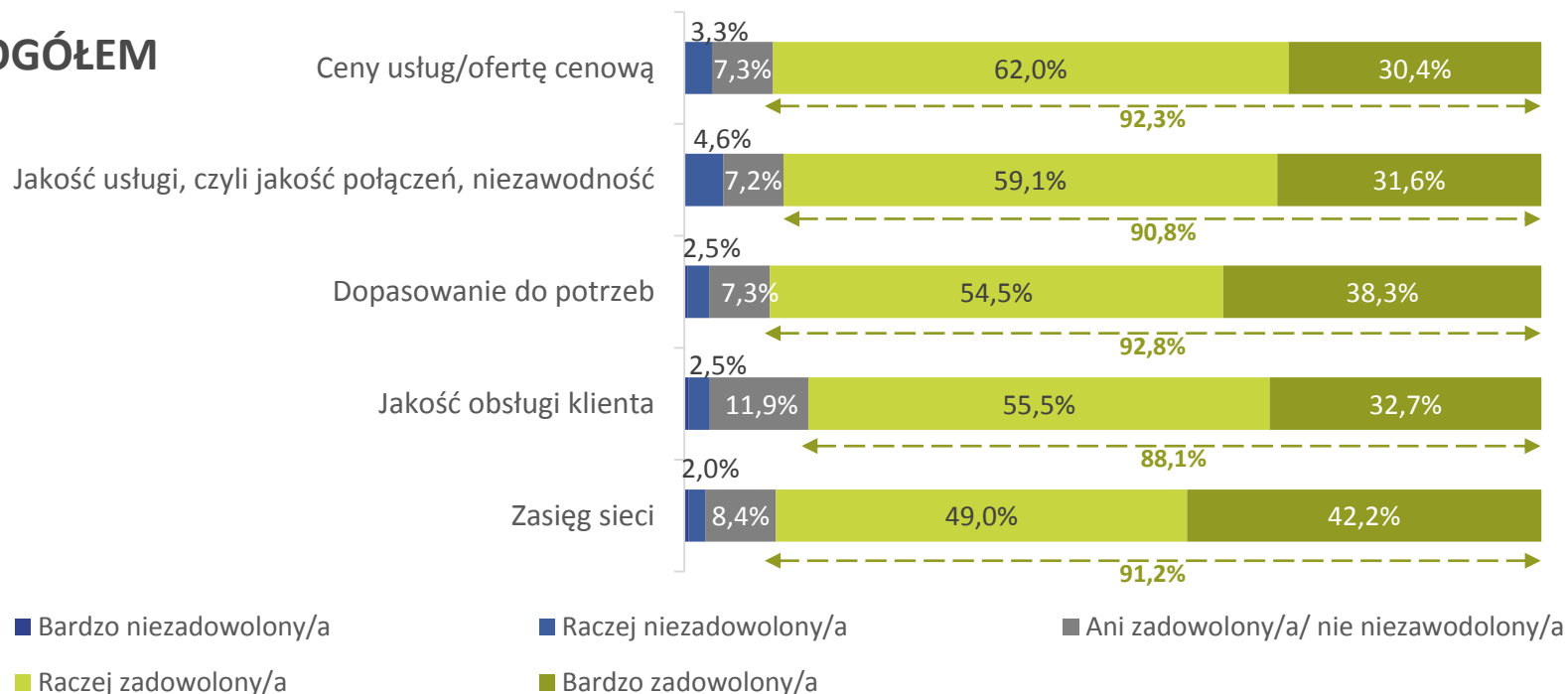


W przypadku sieci Plus, użytkownicy najbardziej są niezadowoleni z zasięgu sieci (6,0%), z kolei w przypadku sieci T-Mobile, najgorzej wypadła jakość usług (6,8%).

Ocena usług operatora

Posługując się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę powiedzieć jak ocenia Pan/Pani usługi operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty:

OGÓŁEM



Firmy korzystające z usług telefonii komórkowej wysoko oceniają dostawców usług w każdym z analizowanych aspektów. Najwięcej pozytywnych wskazań odnotowano w przypadku dopasowania do potrzeb (92,8%). Na zbliżonym poziomie oceniono również cenę usług/ofertę cenową (92,3%), zasięg sieci (91,2%) oraz jakość usług (90,8%). Jedynie odsetek wskazań na jakość obsługi klienta pozostaje poniżej 90%.

Podstawa: Korzystający z telefonu komórkowego, N=380 (z analizy wyłączono odpowiedzi „nie wiem, trudno powiedzieć”); ze względu na to, że respondenci oceniali każdego operatora z którego korzystają (często był to więcej niż 1 operator) to wyniki nie sumują się do 100%.

Ocena usług operatora

Postępując się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę powiedzieć jak ocenia Pan/Pani usługi swojego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty:

	Orange	T-Mobile	Play	Plus
Zasięg sieci	4,4	4,4	4,2	4,1
Jakość obsługi klienta	4,1	4,2	4,2	4,1
Dopasowanie do potrzeb	4,3	4,2	4,3	4,1
Jakość usług	4,2	4,1	4,1	4,1
Ceny usług, oferta cenowa	4,2	4,3	4,2	4
NPS	73	62	57	30

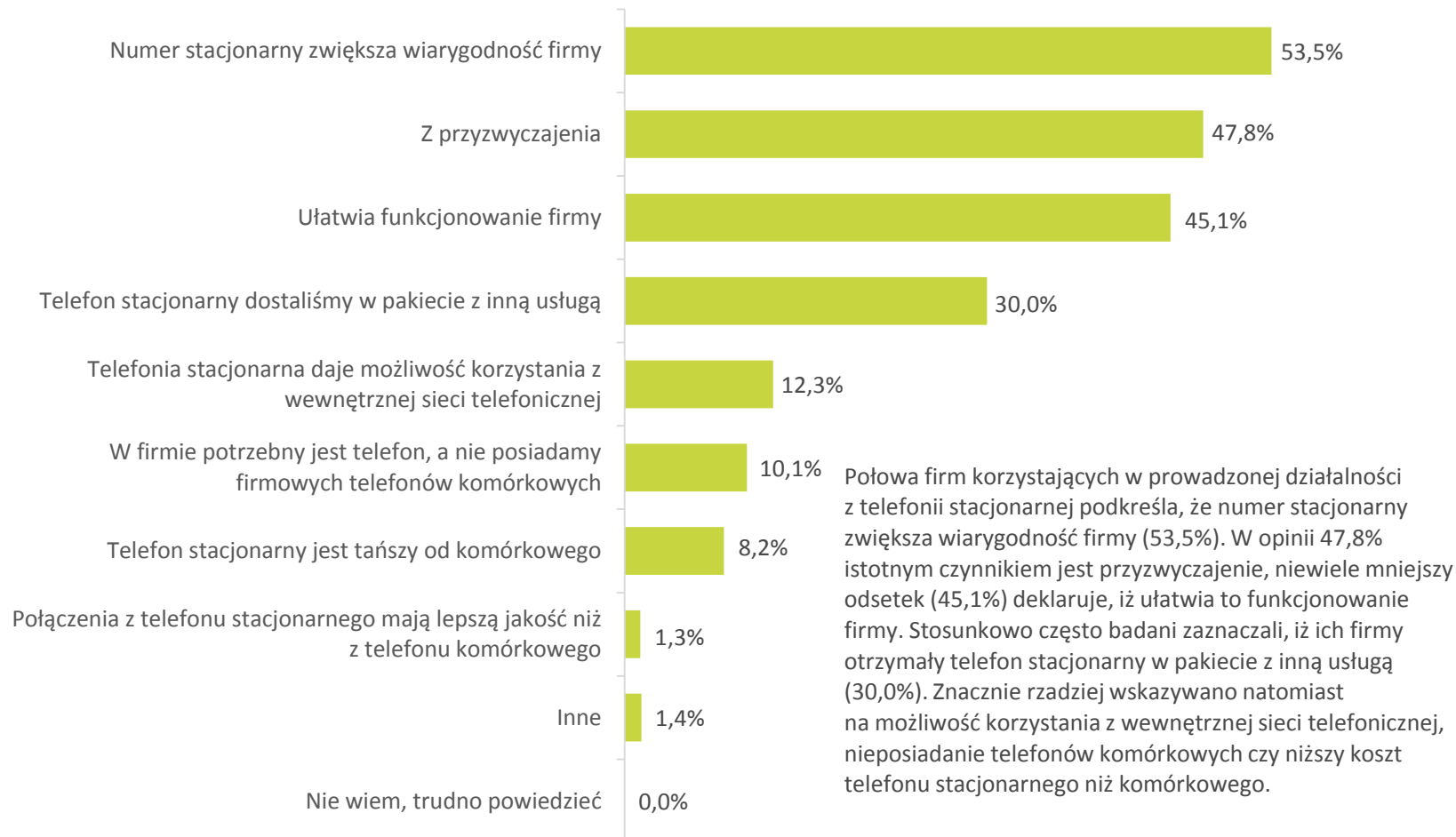
Średnie oceny satysfakcji z poszczególnych aspektów w niewielkim stopniu różnicują czterech głównych operatorów. Biorąc pod uwagę zadowolenie klientów, najniższe przeciętne oceny w każdej analizowanej kwestii uzyskuje Plus. Z kolei najbardziej zadowoleni są klienci Orange i T-Mobile.

Wskaźnik skłonności do polecenia (Net Promoter Score – NPS) najkorzystniej wypada w przypadku Orange i plasuje się na poziomie 73 punktów. Najniższy wynik w tym kontekście osiąga Plus (30 punktów).

Telefonia stacjonarna

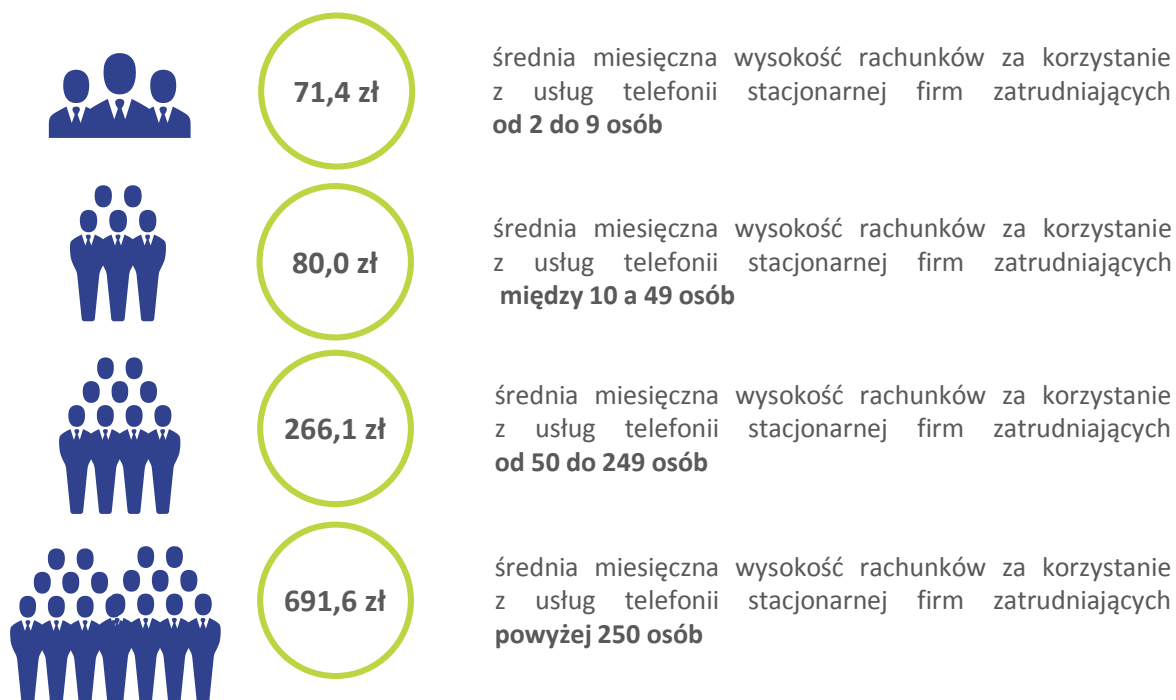
Przyczyny korzystania

Dlaczego Pana/Pani firma korzysta z telefonii stacjonarnej?



Koszt korzystania z telefonii stacjonarnej

Ile średnio wynosi miesięczna łączna wysokość rachunków Pana/Pani firmy za telefon u operatora telefonii stacjonarnej, z usług którego Pana/Pani firma korzysta?



Telefonia stacjonarna

Korzystanie z telefonii stacjonarnej

Z których z wymienionych usług telefonicznych korzysta Pana/Pani firma?

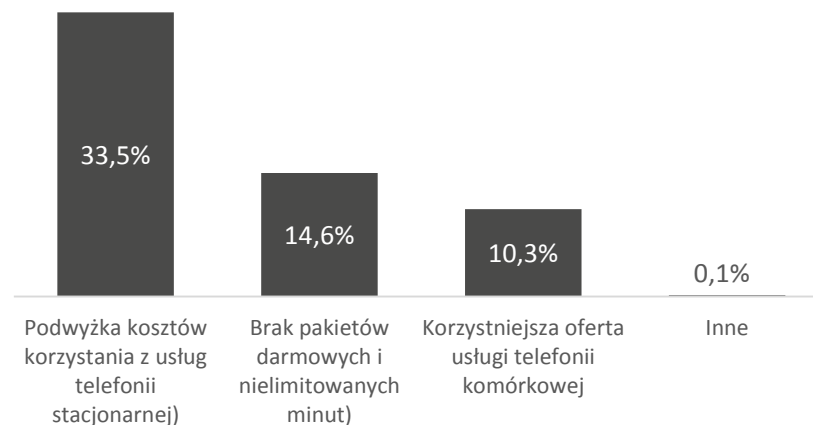
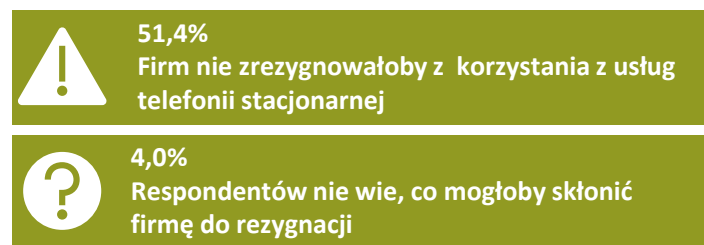


Spośród firm korzystających z telefonii stacjonarnej, aż 51,4% wskazało, że nie zrezygnowałoby z korzystania z tych usług na rzecz telefonii komórkowej. 4% przedsiębiorców nie jest w stanie wskazać powodu, który mógłby skłonić do rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej. Niemal 34% badanych przedsiębiorców wskazuje natomiast, iż do rezygnacji z telefonii stacjonarnej skłoniłaby ich podwyżka kosztów. 14,6% zrezygnowałoby z telefonii stacjonarnej w sytuacji, gdyby usługi te nie oferowały pakietów darmowych i nielimitowanych minut. Natomiast 10,3% badanych przedsiębiorstw byłoby skłonnych odejść od telefonii stacjonarnej w przypadku korzystniejszej oferty usług telefonii komórkowej.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=400

Rezygnacja z telefonii stacjonarnej

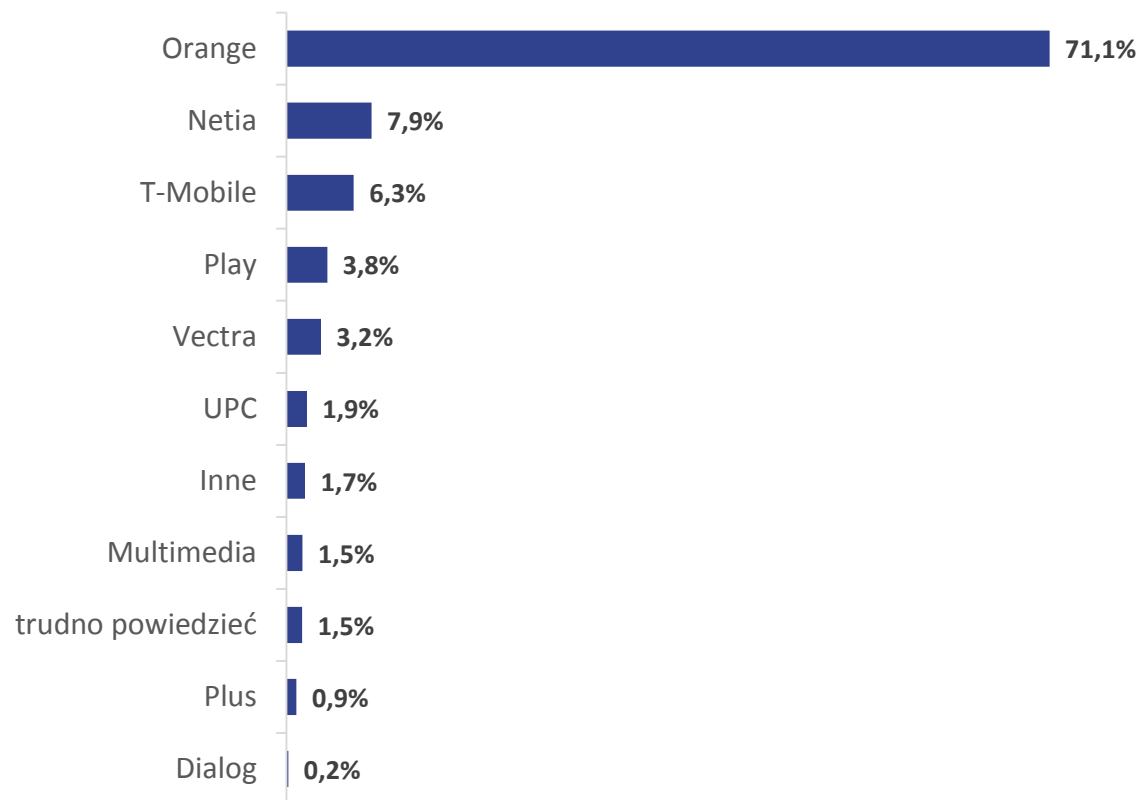
Co skłoniłoby Pana/Pani firmę do rezygnacji z korzystania z usług telefonii stacjonarnej na rzecz telefonii komórkowej?



Podstawa: Firmy korzystające z telefonii stacjonarnej, N=143

Operatorzy telefonii stacjonarnej

Z usług jakiego operatora telefonii stacjonarnej Pan/Pani korzysta?



Firmy korzystające z telefonii stacjonarnej przeważnie deklarują, że korzystają z usług Orange (71,1%).

Operator Orange

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani tego operatora przedstawicielom z innych firm? Odpowiedzi przyjmują wartości od 0 do 10.

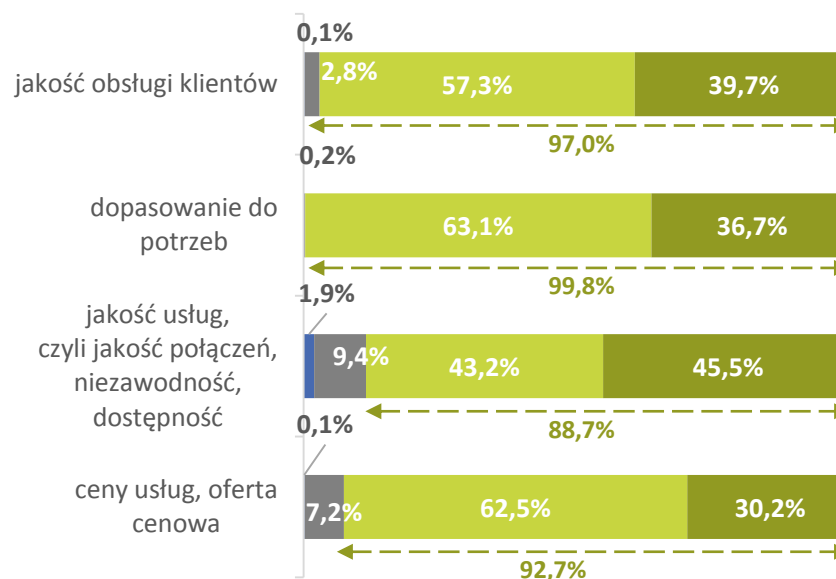


NPS
 $73,5\% - 2,4\% = 71,1\%$

Firmy korzystające z oferty Orange w ramach telefonii stacjonarnej przeważnie deklarują, iż są zadowolone z tego operatora pod względem takich aspektów, jak jakość obsługi klientów (97%), dopasowanie do potrzeb (99,8%), jakość usług, czyli jakość połączeń, niezawodność, dostępność (88,8%) oraz ceny usług, oferta cenowa (92,7%). Wskaźnik NPS dla Orange wynosi 71,1%.

Wskaźnik NPS

W skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę ocenić z perspektywy firmy usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty?



- Bardzo niezadowolony/a
- Raczej niezadowolony/a
- Ani zadowolony, ani niezadowolony/a
- Raczej zadowolony/a
- Bardzo zadowolony/a

Wskaźnik Net Promoter Score (NSP) Ogólna ocena operatora

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani swojego operatora telefonii stacjonarnej rodzinie lub znajomym?

Krytycy
(0-6)

Obojętni
(7-8)

Promotorzy
(9-10)

3,5% **23,9%**

72,6%



% promotorów - % krytyków =

NPS*

69,1%

Wskaźnik NPS na poziomie całego rynku telefonii komórkowej wynosi 69,1%. Krytycy, niechętnie polecający swojego operatora, stanowią nieznaczny odsetek – 3,5%. Zdecydowana większość poleciłaby usługi swojego dostawcy rodzinie bądź znajomym (72,6%), a niemal 24% określić można jako „obojętnych”.

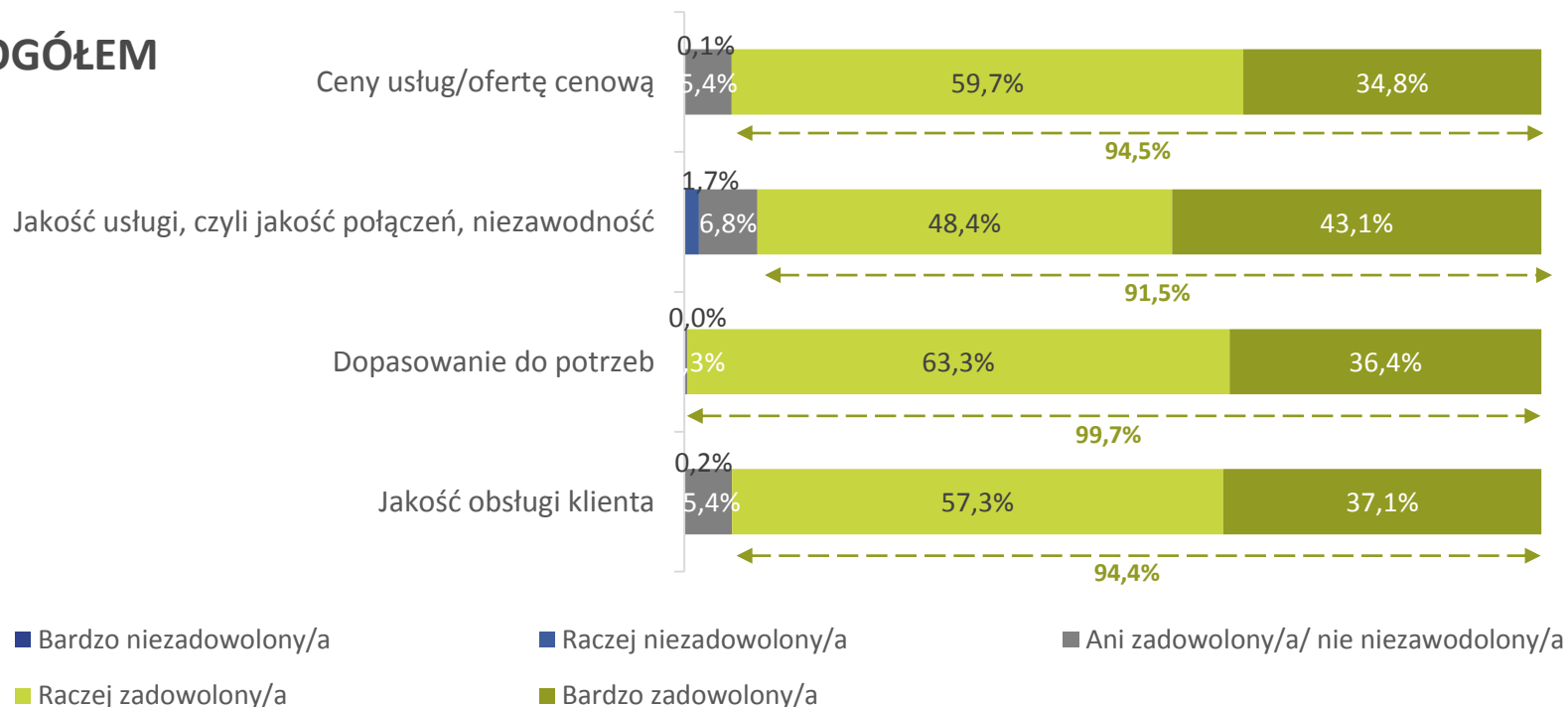
*wyjaśnienie dotyczące wskaźnika NPS znajduje się w nocie metodologicznej

Podstawa: Korzystający z telefonu stacjonarnego, N=138 (z analizy wyłączono odpowiedzi „nie wiem, trudno powiedzieć”)

Ocena usług operatora

Posługując się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę powiedzieć jak ocenia Pan/Pani usługi operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty:

OGÓŁEM



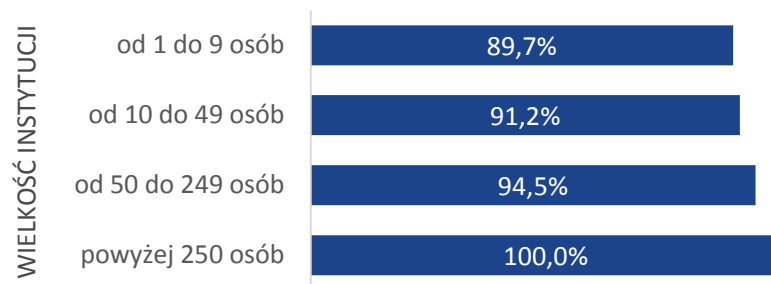
Firmy korzystające z usług telefonii komórkowej wysoko oceniają dostawców usług w każdym z analizowanych aspektów. Najwięcej pozytywnych wskazań odnotowano w przypadku dopasowania usługi do potrzeb (99,7%). Na zbliżonym poziomie oceniono również jakość obsługi klienta (94,4%), cenę (94,5%) i jakość usług (91,5%).

Dostęp do internetu

Dostęp do internetu

Dostęp do internetu

Czy Pana/Pani firma posiada dostęp do internetu?

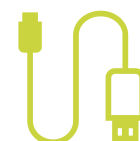


9 na 10 firm posiada dostęp do internetu. Najwięcej, 67,8% z nich posiada dostęp do internetu mobilnego w telefonie. Ponad połowa deklaruje, że jest to dostęp stacjonarny. Blisko 3 na 10 podmiotów wskazało na internet mobilny.

Odsetek firm posiadających dostęp do internetu wzrasta wraz z wielkością instytucji.

Rodzaj dostępu

Jakiego rodzaju dostęp do internetu Pan/Pani posiada?



Internet stacjonarny

52,1%



Internet mobilny

28,4%



Internet mobilny w telefonie

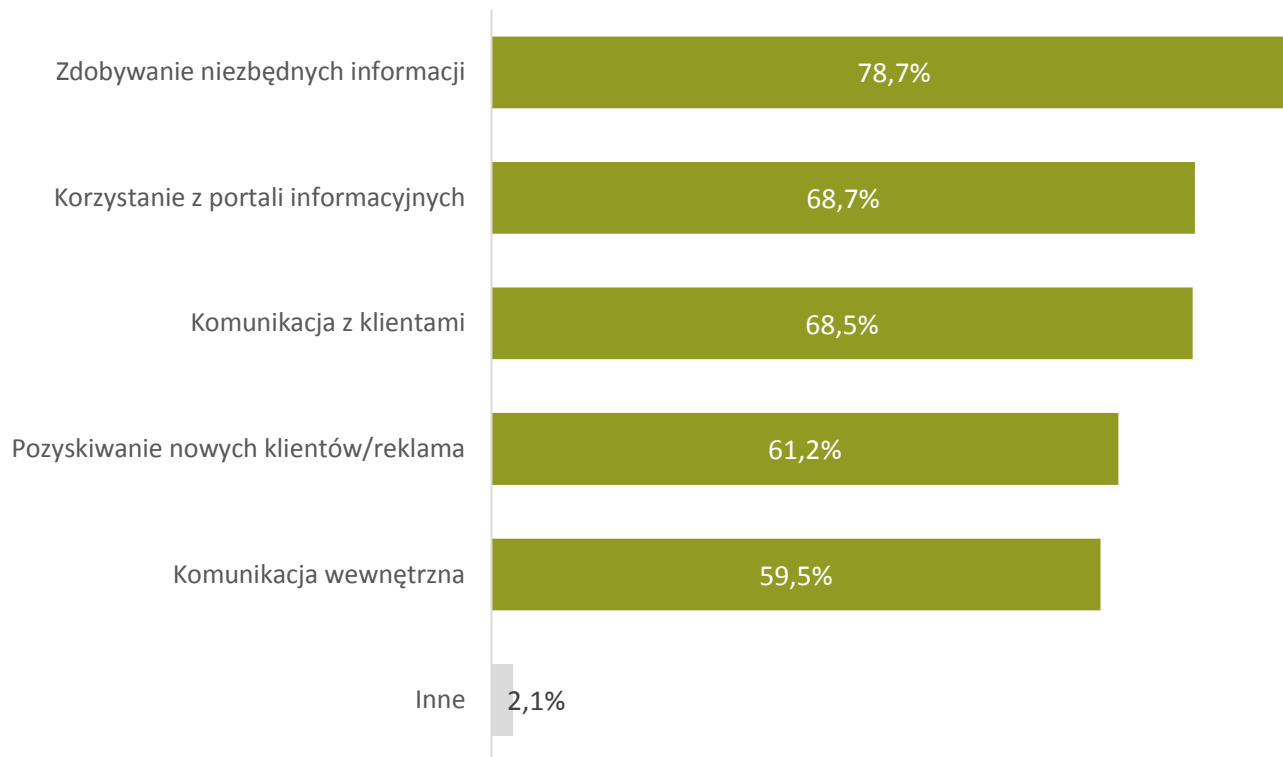
67,8%

Inne

0,3%

Korzystanie z internetu

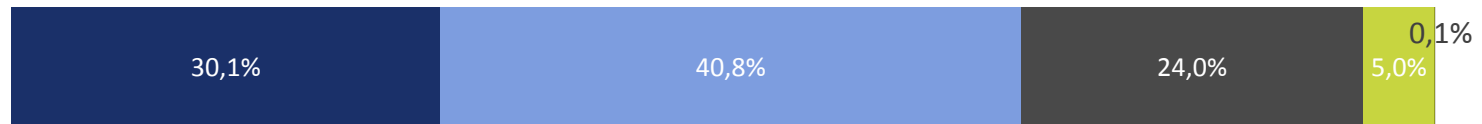
W jakim celu wykorzystywany jest internet w Pana/Pani firmie?



Większość firm posiadających dostęp do internetu wykorzystuje go w celu zdobywania niezbędnych informacji (78,7%). Dwie trzecie firm deklaruje korzystanie z portali informacyjnych, także dwie trzecie - komunikuje się za pośrednictwem internetu z klientami. Niewiele mniej badanych pozyskuje dzięki internetowi nowych klientów (61,2%) czy prowadzi komunikację wewnętrzną (59,5%).

Znaczenie korzystania z internetu

Jakie jest znaczenie korzystania z internetu w funkcjonowaniu Pana/Pani firmy?



- Jest narzędziem kluczowym, niezbędnym dla podstawowej działalności naszej firmy
- Jest ważnym narzędziem, ale ma charakter pomocniczy dla podstawowej działalności naszej firmy
- Jest potrzebny, ale nie jest bezpośrednio związany z działalnością naszej firmy
- Ma znikome znaczenie
- W ogóle nie ma znaczenia dla działalności naszej firmy
- Inne

4 na 10 badanych posiadających dostęp do internetu, podkreśla, iż jest to ważne narzędzie pracy, lecz ma charakter pomocniczy wobec podstawowej działalności firmy. Tymczasem 3 na 10 podmiotów wskazało, że jest to narzędzie kluczowe z perspektywy prowadzonej działalności gospodarczej. 24% badanych firm wskazało zaś, że choć internet jest potrzebny, to nie jest związany bezpośrednio z działalnością firmy. Dla 5% badanych ma on natomiast znikome znaczenie w perspektywie prowadzonej działalności.

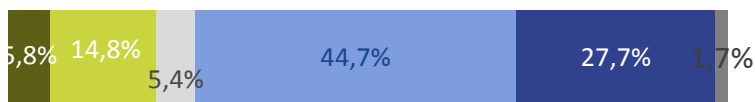
Dostęp do internetu

Koszty dostępu

Czy uważa Pan/Pani, że koszty dostępu do poniższych usług są dużym obciążeniem wśród miesięcznych kosztów działania Pana/-i firmy?

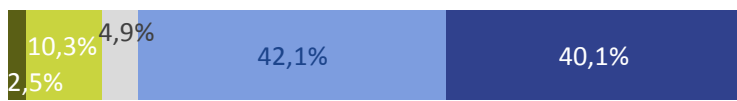
- Zdecydowanie tak
- Raczej tak
- Nie mam zdania
- Raczej nie
- Zdecydowanie nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

TELEFON KOMÓRKOWY



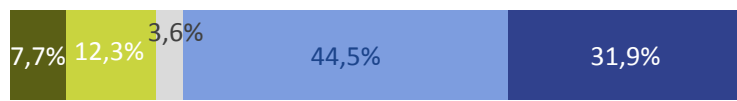
Podstawa: Firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=391

TELEFON STACJONARNY



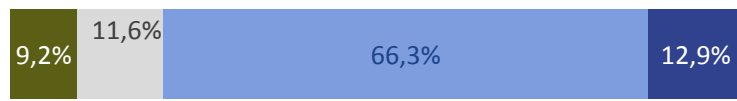
Podstawa: Firmy korzystające z telefonu stacjonarnego, N=143

INTERNET



Podstawa: Firmy korzystające z internetu, N=336

PŁATNA TELEWIZJA KABLOWA LUB SATELITARNA



Podstawa: Firmy korzystające z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej, N=15

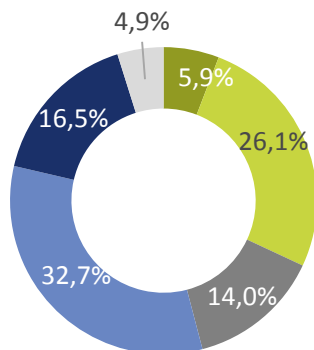
Firmy korzystające z poszczególnych usług zwykle uważają, że koszty dostępu do nich nie są dużym obciążeniem wśród miesięcznych kosztów działania.

Największym obciążeniem jest telefonia komórkowa oraz internet. Co piąta firma korzystająca z tych usług przyznała, że koszty te są dużym obciążeniem. W przypadku telefonu stacjonarnego było to 12,8% badanych przedsiębiorstw, a w przypadku płatnej telewizji – 9,2%.

Dostęp do internetu

Zakup pakietu

Czy zdecydowałby/-aby się Pan/-i na zakup pakietu składającego się z telefonu stacjonarnego oraz dostępu do internetu zapewniającego korzystanie z podstawowych usług, jeśli jego cena nie byłaby wygórowana?

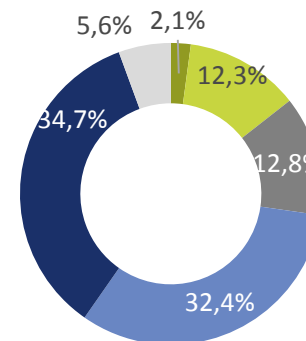


- Zdecydowanie tak
- Nie mam zdania
- Zdecydowanie nie
- Raczej tak
- Raczej nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Blisko co trzecia badana firma zdecydowałaby się na zakup pakietu składającego się z telefonu stacjonarnego oraz dostępu do internetu zapewniającego korzystanie z podstawowych usług, jeśli jego cena nie byłaby wygórowana. Podczas gdy, niemal połowa zadeklarowała, że nie zdecydowałaby się na zakup takiego pakietu. Poza tym, 14,0% badanych nie miało zdania w tym zakresie, a 4,9% wskazało na odpowiedź *nie wiem, trudno powiedzieć*.

Rezygnacja z internetu

Czy zrezygnowałby/-aby Pan/Pani z podłączenia do internetu, jeśli zachowany zostałby dostęp do telefonu stacjonarnego a koszty tej usługi także by spadły (bez znaczenia, w jakiej technologii świadczone były te dwie usługi)?

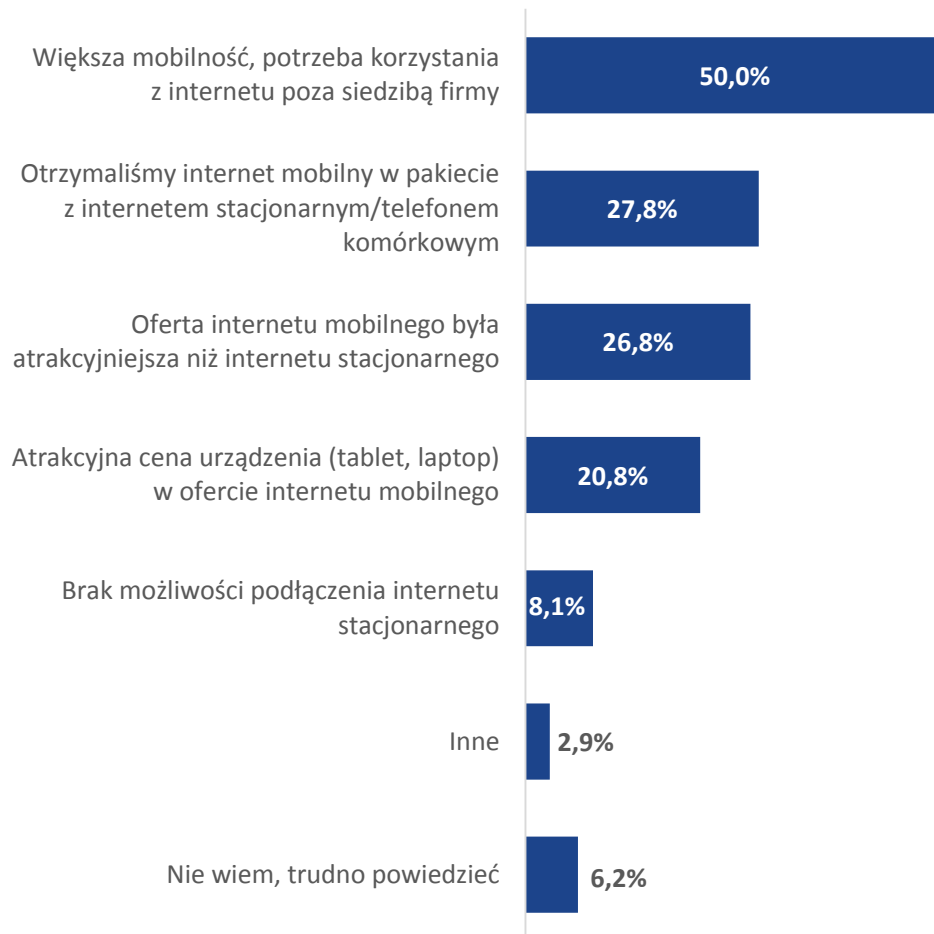


- Zdecydowanie tak
- Nie mam zdania
- Zdecydowanie nie
- Raczej tak
- Raczej nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Przeważająca część badanych firm (67,1%) nie zrezygnowałaby z podłączenia do internetu, jeśli zachowany zostałby dostęp do telefonu stacjonarnego, a koszty tej usługi by spadły. Jedynie 14,4% instytucji przyznało, że byłyby skłonne na taką zmianę.

Powody korzystania z internetu mobilnego

Dlaczego Pana/Pani firma zdecydowała się na korzystanie z internetu mobilnego?



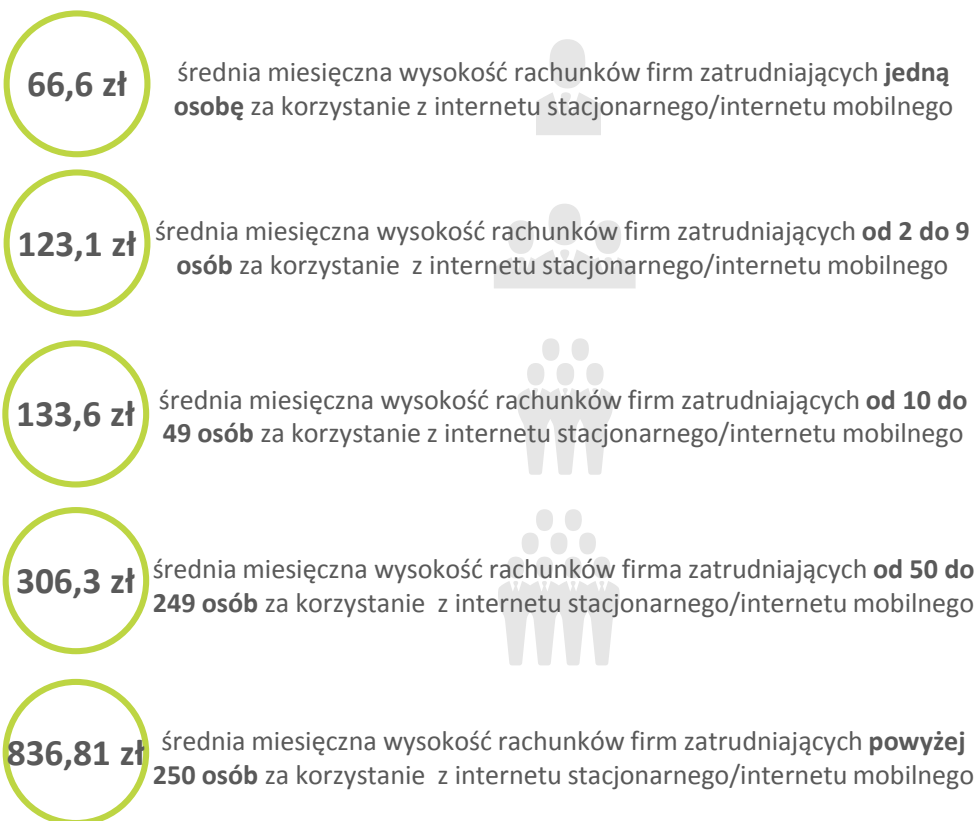
Spośród firm posiadających dostęp do internetu mobilnego, połowa z nich wskazuje, że wybrała ten rodzaj połączenia głównie z uwagi na potrzebę większej mobilności, korzystania z internetu poza siedzibą firmy.

27,8% firm otrzymało internet mobilny w pakiecie z internetem stacjonarnym bądź telefonem komórkowym, a 26,8% wymieniło jako powód korzystania z łącza mobilnego korzystniejszą ofertę internetu mobilnego w stosunku do oferty internetu stacjonarnego.

Co piąty podmiot wskazał, że o wyborze internetu mobilnego zdecydowała atrakcyjna cena urządzenia (tablet, laptop) w ofercie internetu mobilnego, podczas gdy 8,1% firm podjęło decyzję o skorzystaniu z oferty internetu mobilnego z uwagi na brak możliwości podłączenia internetu stacjonarnego.

Koszt korzystania z internetu stacjonarnego

Ile średnio wynosi miesięczna łączna wysokość rachunków Pana/Pani firmy za korzystanie z internetu stacjonarnego?



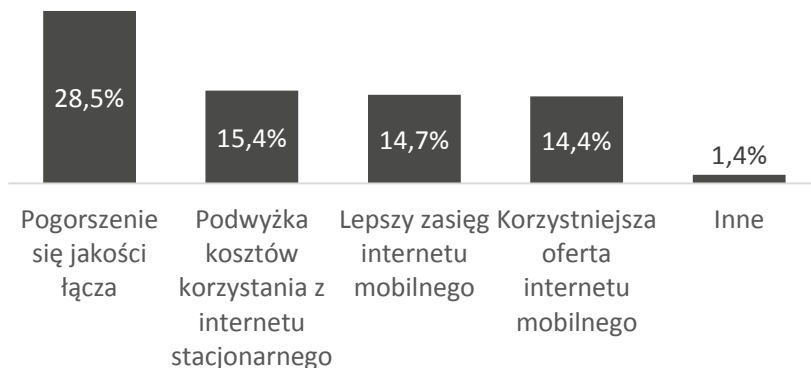
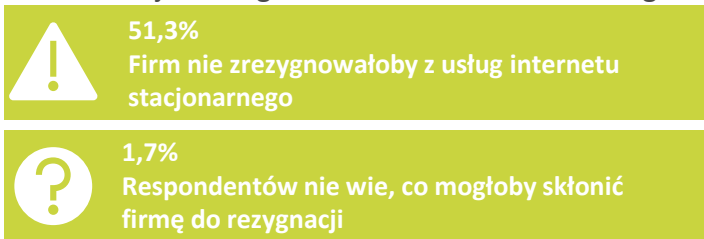
Koszt korzystania z internetu mobilnego

Ile średnio wynosi miesięczna łączna wysokość rachunków Pana/Pani firmy za korzystanie z internetu mobilnego?



Rezygnacja z internetu stacjonarnego

Co skłoniłoby Pana/Pani firmę do rezygnacji z korzystania z internetu stacjonarnego na rzecz internetu mobilnego?

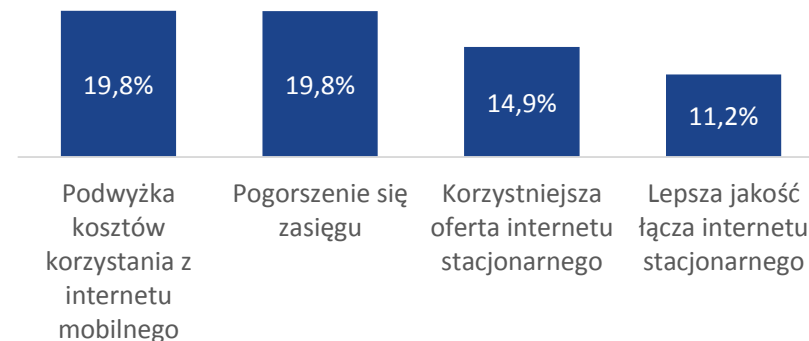
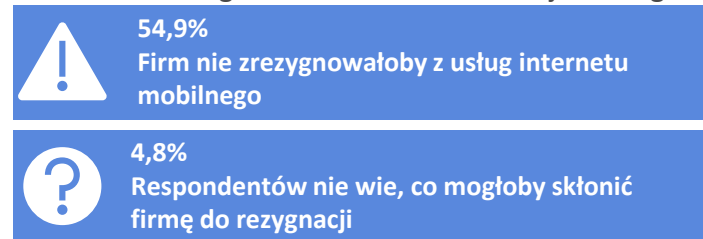


Ponad połowa firm posiadających dostęp do internetu stacjonarnego nie zrezygnowałyby z usług internetu stacjonarnego na rzecz internetu mobilnego. Tymczasem niemal 3 na 10 odpowiadających podmiotów rozważyłoby rezygnację z internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego, gdyby pogorszyła się jakość łącza. Podwyżka kosztów korzystania z internetu stacjonarnego skłoniłaby 15,4% firm, lepszy zasięg internetu mobilnego – 14,7%, zaś korzystniejsza oferta internetu mobilnego – 14,4%.

Podstawa: Firmy korzystające z internetu stacjonarnego, N=215

Rezygnacja z internetu mobilnego

Co skłoniłoby Pana/Pani firmę do rezygnacji z korzystania z internetu mobilnego na rzecz internetu stacjonarnego?

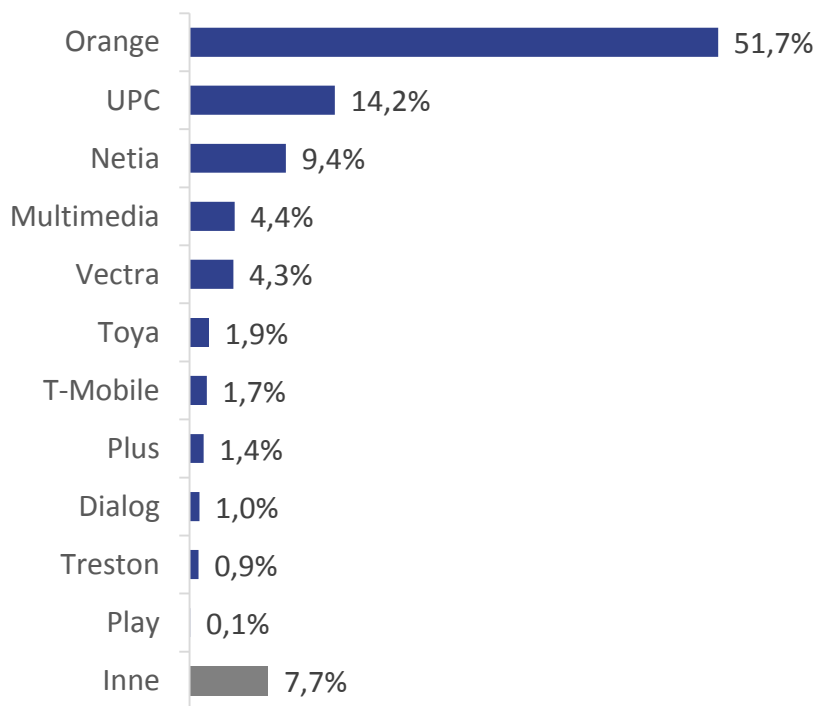


Ponad połowa podmiotów posiadających dostęp do internetu mobilnego deklaruje, że nie zrezygnowałyby z usług internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego. Tymczasem co piąta firma rozważyłaby rezygnację z internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego, gdyby wzrosły koszty korzystania z niego lub w przypadku pogorszenia się zasięgu. Korzystniejsza oferta internetu stacjonarnego skłoniłaby 14,9% podmiotów, a lepsza jakość łącza internetu mobilnego – 11,2%.

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu mobilnego, N=253

Dostawcy internetu stacjonarnego

Z usług jakiego dostawcy internetu stacjonarnego Pan/Pani korzysta?



Liderem wśród dostawców internetu stacjonarnego jest Orange. Z jego usług korzysta ponad połowa firm. Na drugim miejscu, ze znacznie mniejszym wynikiem uplasowała się firma UPC (14,2%), zaś na trzecim Netia (9,4%). Pozostali dostawcy nie cieszą się dużą popularnością wśród klientów instytucjonalnych.

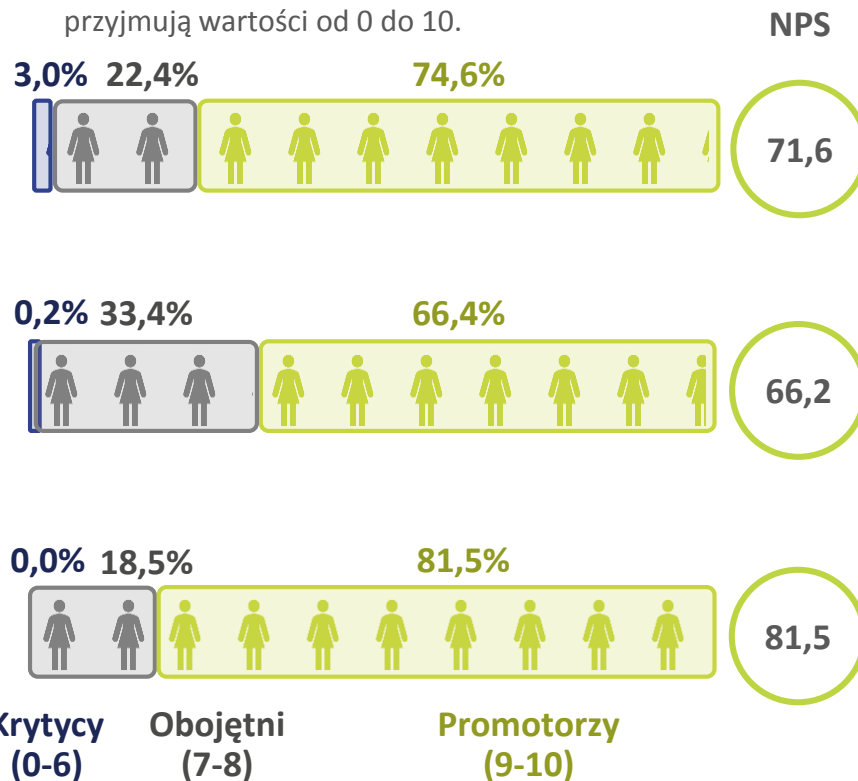
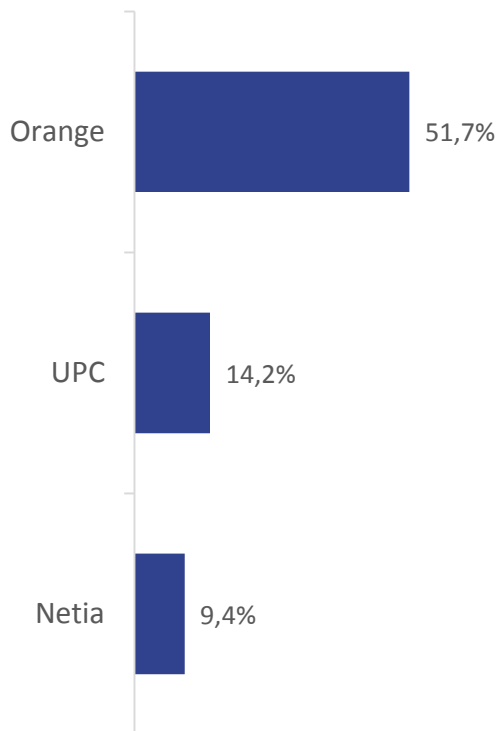
Dostawcy internetu stacjonarnego

Wskaźnik NPS

Z usług jakiego dostawcy internetu stacjonarnego Pan/Pani korzysta?

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani tego operatora przedstawicielom z innych firm? Odpowiedzi przyjmują wartości od 0 do 10.

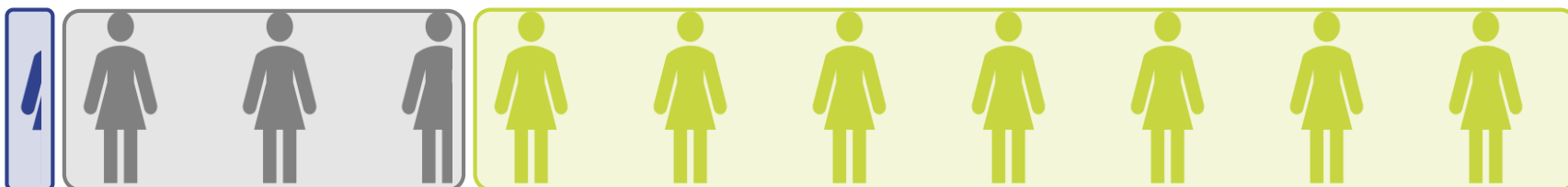
TOP 3



W przypadku trzech najpopularniejszych dostawców usług internetu stacjonarnego dominują promotorzy, czyli osoby skłonne do polecenia operatora przedstawicielom z innych firm (odpowiedzi 9 i 10). Wskaźnik poleceń NPS jest bardzo wysoki, co świadczy o wysokiej jakości świadczonych usług. Największy wskaźnik NPS zaobserwowano w przypadku Netii – 81,5. Orange uzyskało wynik 71,6, zaś UPC – 66,2.

Wskaźnik Net Promoter Score (NSP) Ogólna ocena operatora internetu stacjonarnego

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani tego operatora przedstawicielom z innych firm? Odpowiedzi przyjmują wartości od 0 do 10.



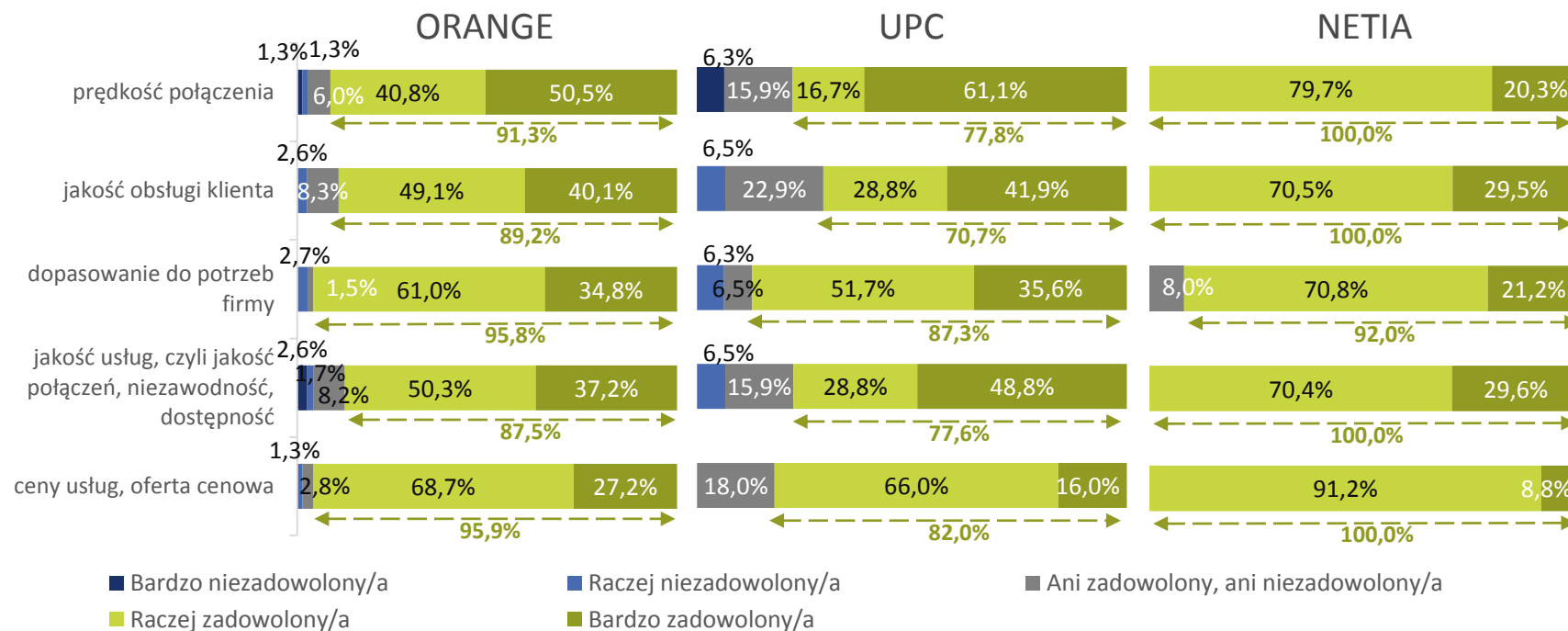
$$\% \text{ promotorów} - \% \text{ krytyków} = \text{NPS}^* \mathbf{66,3\%}$$

Wskaźnik NPS na poziomie całego rynku internetu stacjonarnego wynosi 66,3%. Krytycy, niechętnie polecający swojego operatora, stanowią jedynie 3,9%. 7 na 10 firm poleciłoby usługi swojego dostawcy innym, zaś co czwartej badanej organizacji jest to obojętne.

*wyjaśnienie wskaźnika NPS znajduje się w nocie metodologicznej

Ocena elementów internetu stacjonarnego

W skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę ocenić z perspektywy firmy usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty?

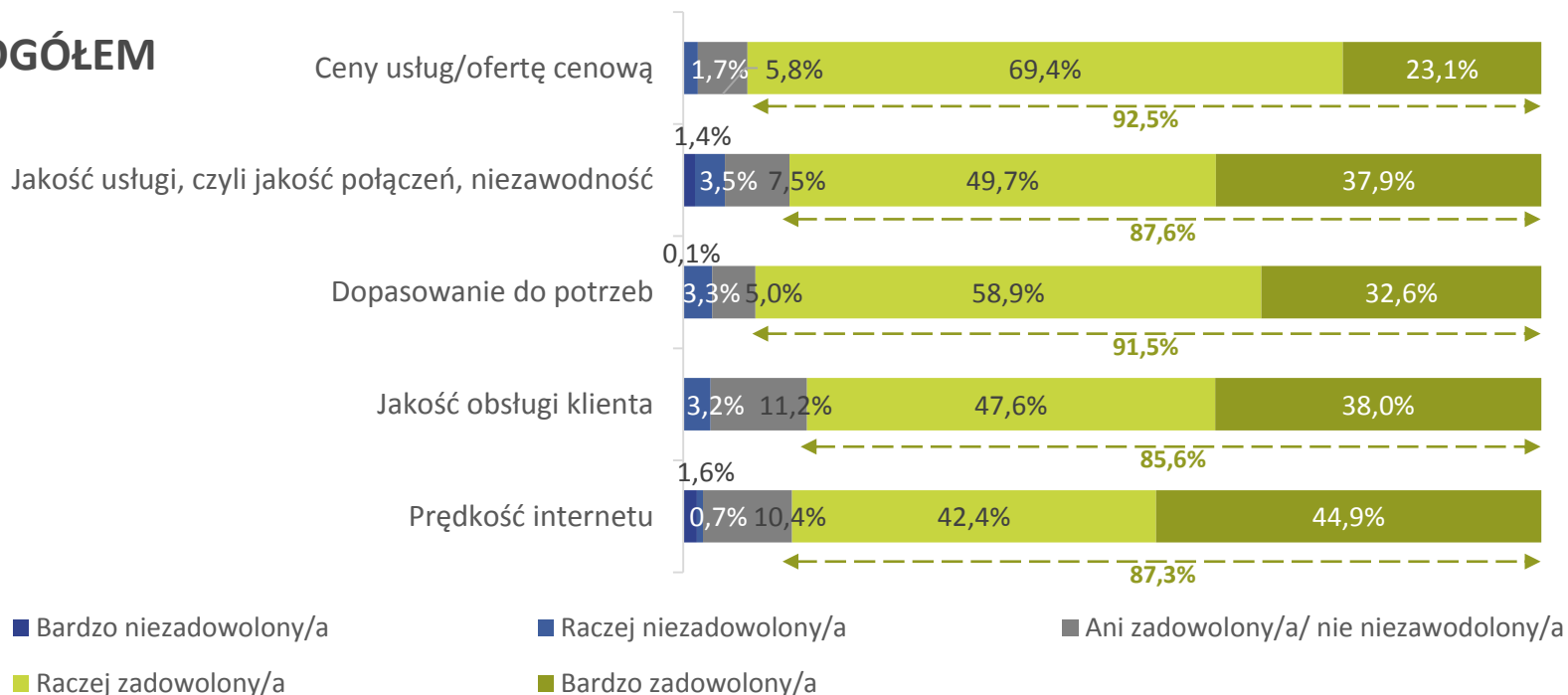


Badane przedsiębiorstwa, które korzystają z internetu stacjonarnego prowadząc działalność gospodarczą, oceniają usługi operatora dobrze pod względem wszystkich wymienionych aspektów: prędkość połączenia, jakość obsługi klienta, dopasowanie do potrzeb firmy, jakość usług oraz ceny usług. Odsetek firm niezadowolonych z operatora jest niewielki.

Ocena elementów internetu stacjonarnego

W skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę ocenić z perspektywy firmy usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty?

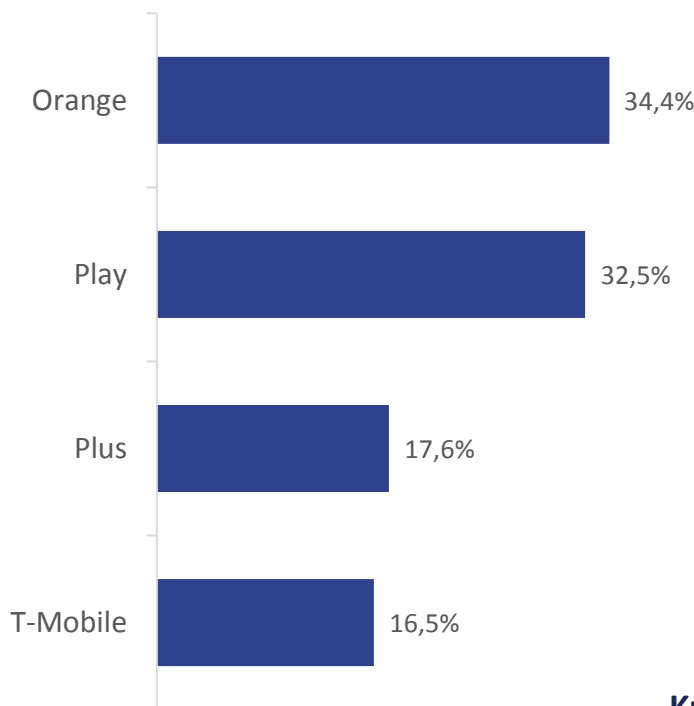
OGÓŁEM



Badane przedsiębiorstwa, które korzystają z internetu stacjonarnego prowadząc działalność gospodarczą, oceniają usługi operatorów na wysokim poziomie pod kątem wszystkich aspektów. Niemniej jednak najwięcej wskazań pozytywnych odnotowano na cenę usługi/ofertę cenową (92,5%) oraz dopasowanie do potrzeb (91,5%). Pozostałe aspekty również zostały ocenione wysoko i uzyskały powyżej 80% pozytywnych odpowiedzi.

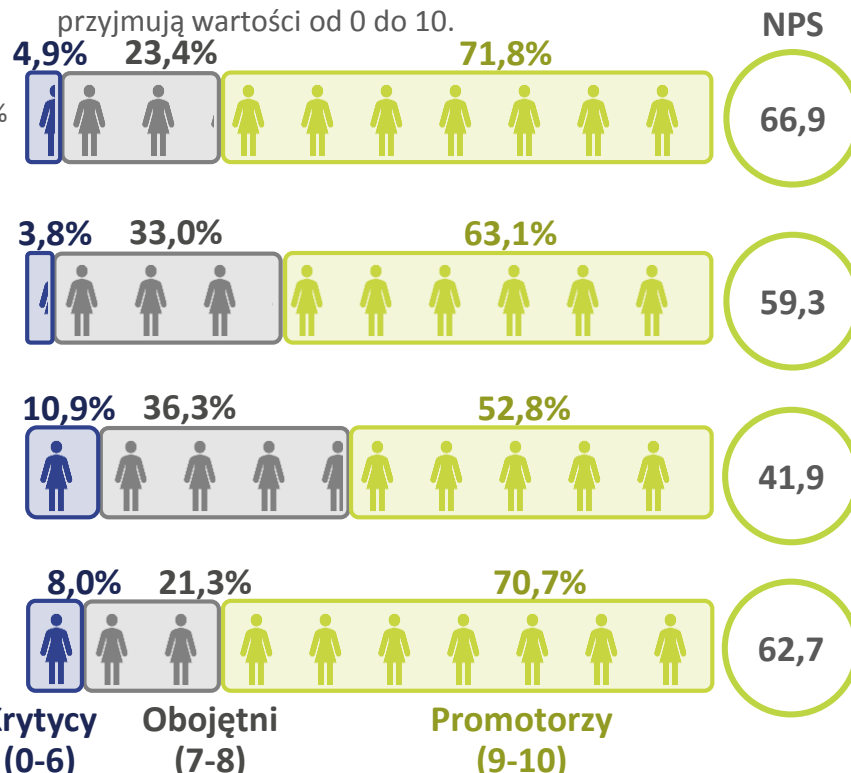
Dostawcy internetu mobilnego

Z usług jakiego dostawcy internetu mobilnego Pan/Pani korzysta?



Wskaźnik NPS

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani tego operatora przedstawicielom z innych firm? Odpowiedzi przyjmują wartości od 0 do 10.

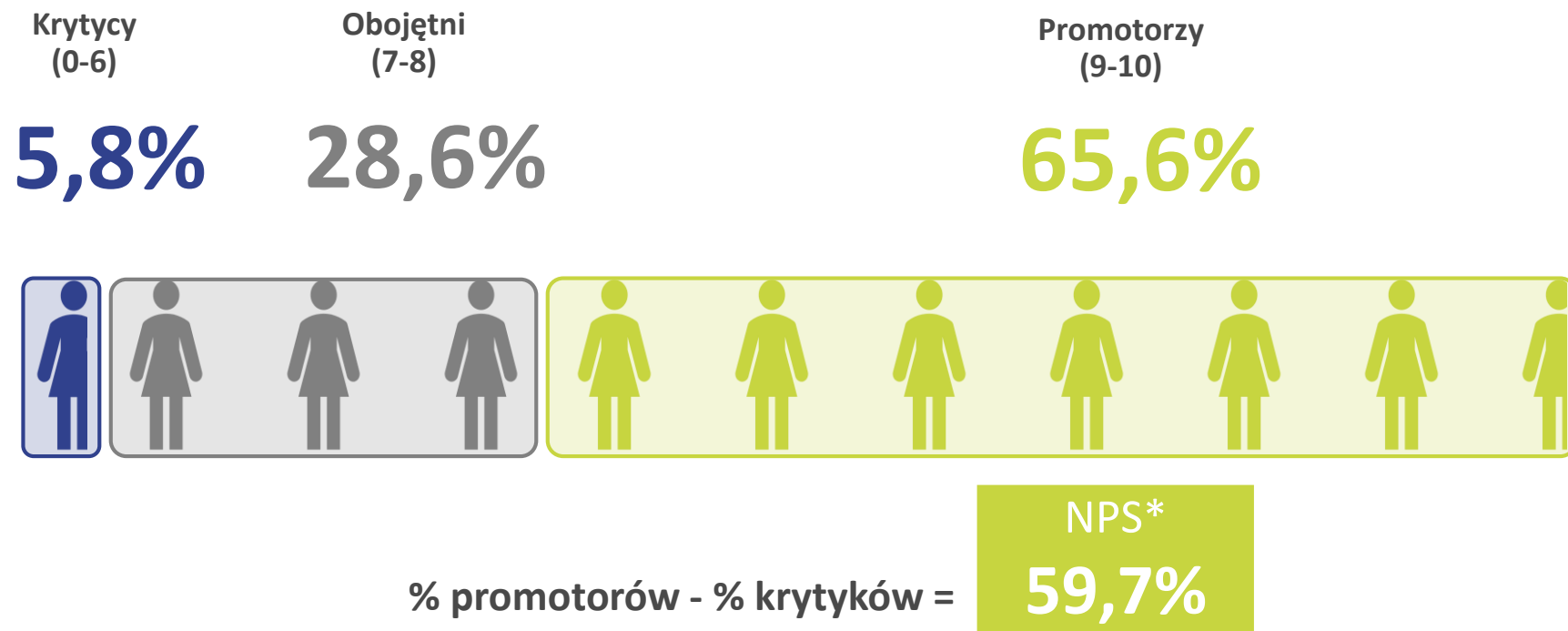


Najpopularniejszymi dostawcami internetu mobilnego są Orange (34,7%) i Play (32,8%). Poza tym, badane firmy korzystały z usług Plusa (17,8%) oraz T-Mobile (16,6%). W przypadku każdego z dostawców dominują promotorzy, czyli osoby skłonne do polecenia operatora przedstawicielom z innych firm (odpowiedzi 9 i 10). Wskaźnik poleceń NPS jest bardzo wysoki, co świadczy o wysokiej jakości świadczonych usług. Największy wskaźnik NPS zaobserwowano w przypadku Orange (66,9) oraz T-Mobile (62,7). Play uzyskało wynik 59,3, zaś Plus – 41,9.

Podstawa: Firmy korzystające z internetu mobilnego, N=253

Wskaźnik Net Promoter Score (NSP) Ogólna ocena operatora internetu mobilnego

Na ile prawdopodobne jest, że poleci Pan/Pani tego operatora przedstawicielom z innych firm? Odpowiedzi przyjmują wartości od 0 do 10.

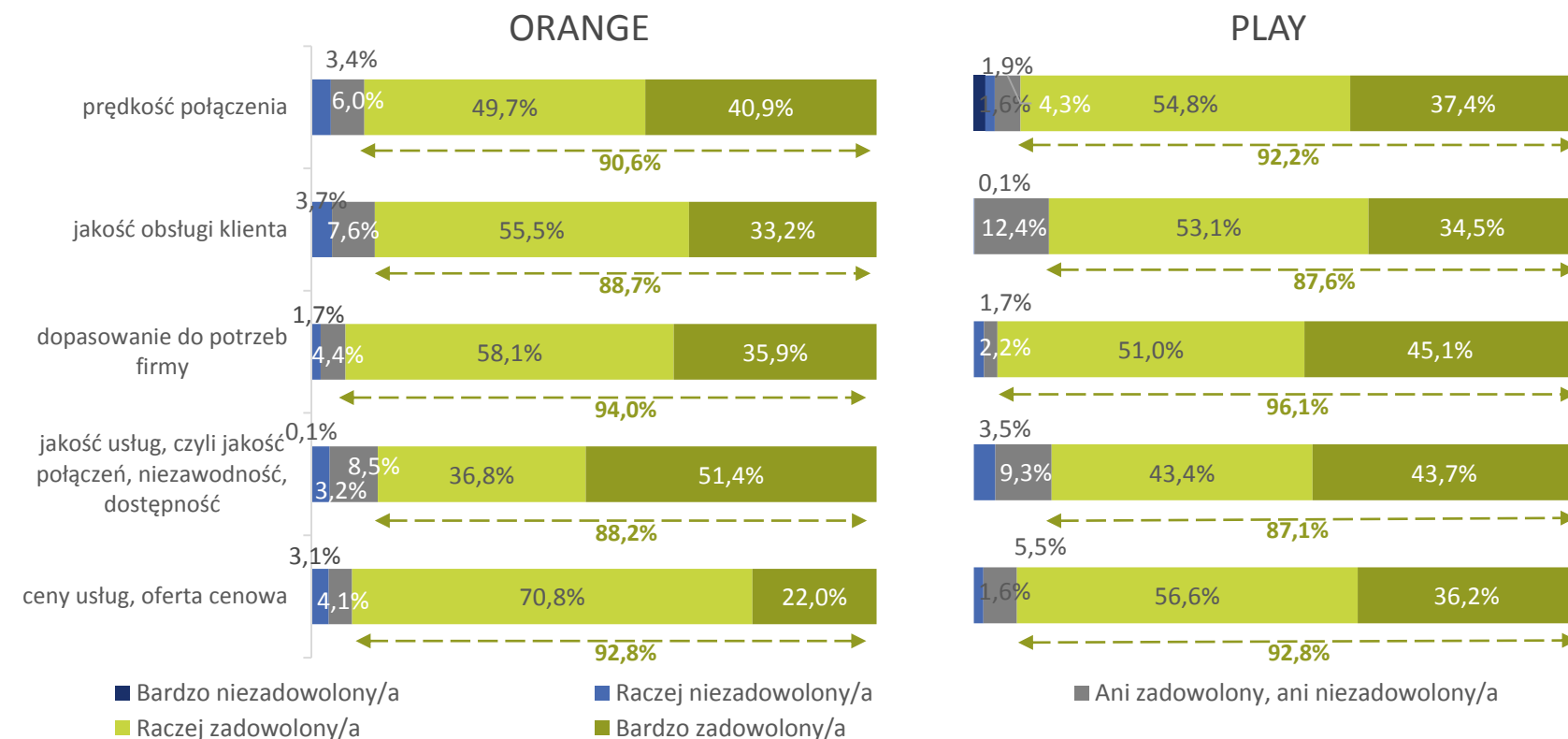


Wskaźnik NPS na poziomie całego rynku internetu mobilnego wynosi 59,7%. Krytycy, niechętnie polecający swojego operatora, stanowią jedynie 5,8%. Dwie trzecie firm poleciłoby usługi swojego dostawcy przedstawicielom innych firm, zaś blisko 3 na 10 firm określić można jako „obojętną”.

*wyjaśnienie wskaźnika NPS znajduje się w nocie metodologicznej

Ocena elementów internetu mobilnego

W skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę ocenić z perspektywy firmy usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty?

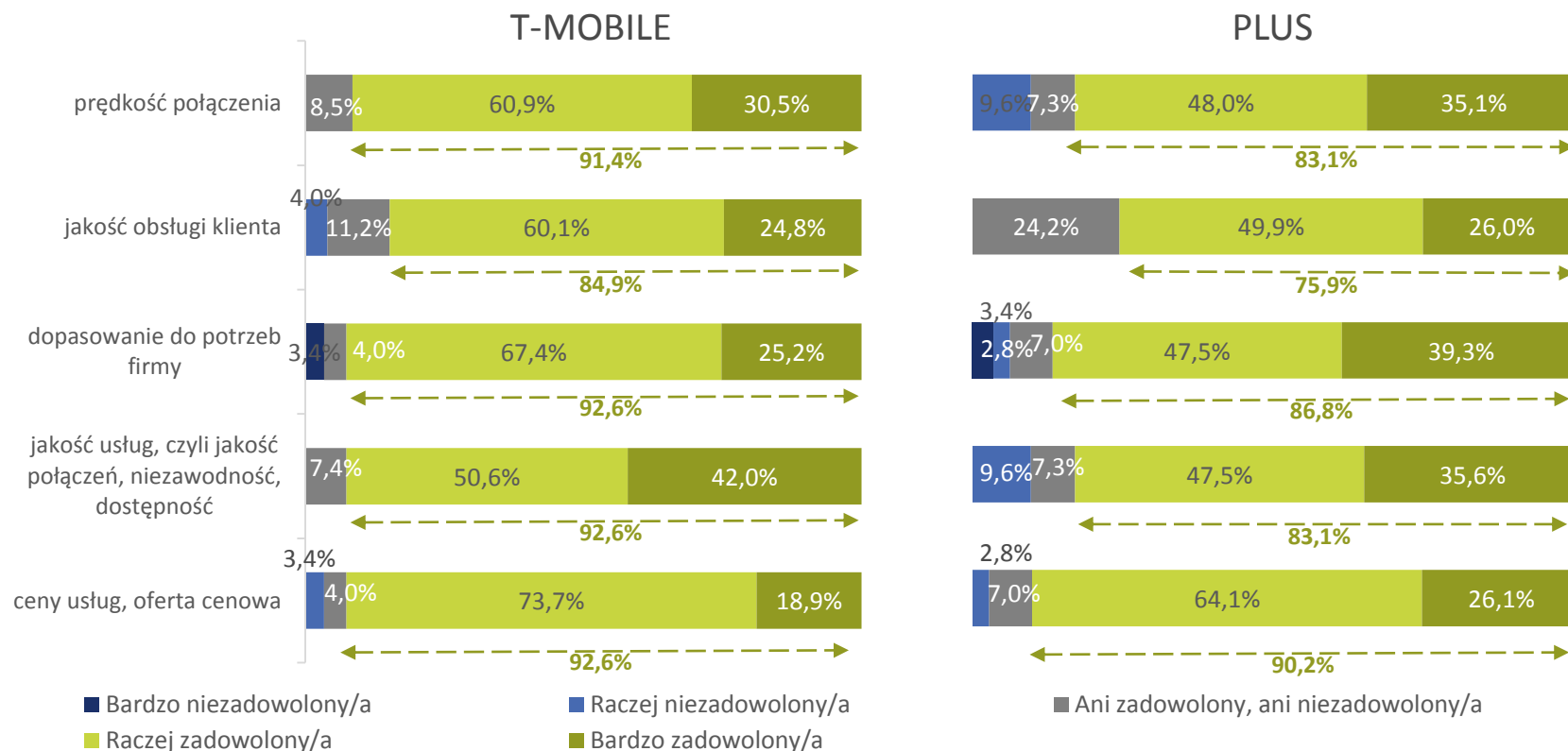


Badane przedsiębiorstwa, które korzystają z internetu mobilnego prowadząc działalność gospodarczą, oceniają usługi operatora dobrze pod względem wszystkich wymienionych aspektów: prędkość połączenia, jakość obsługi klienta, dopasowanie do potrzeb firmy, jakość usług oraz ceny usług. Odsetek firm niezadowolonych z operatora jest niewielki.

Podstawa: Firmy korzystające z poszczególnych dostawców internetu mobilnego: Orange - N=87, Play - N=69

Ocena elementów internetu mobilnego

W skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę ocenić z perspektywy firmy usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty?



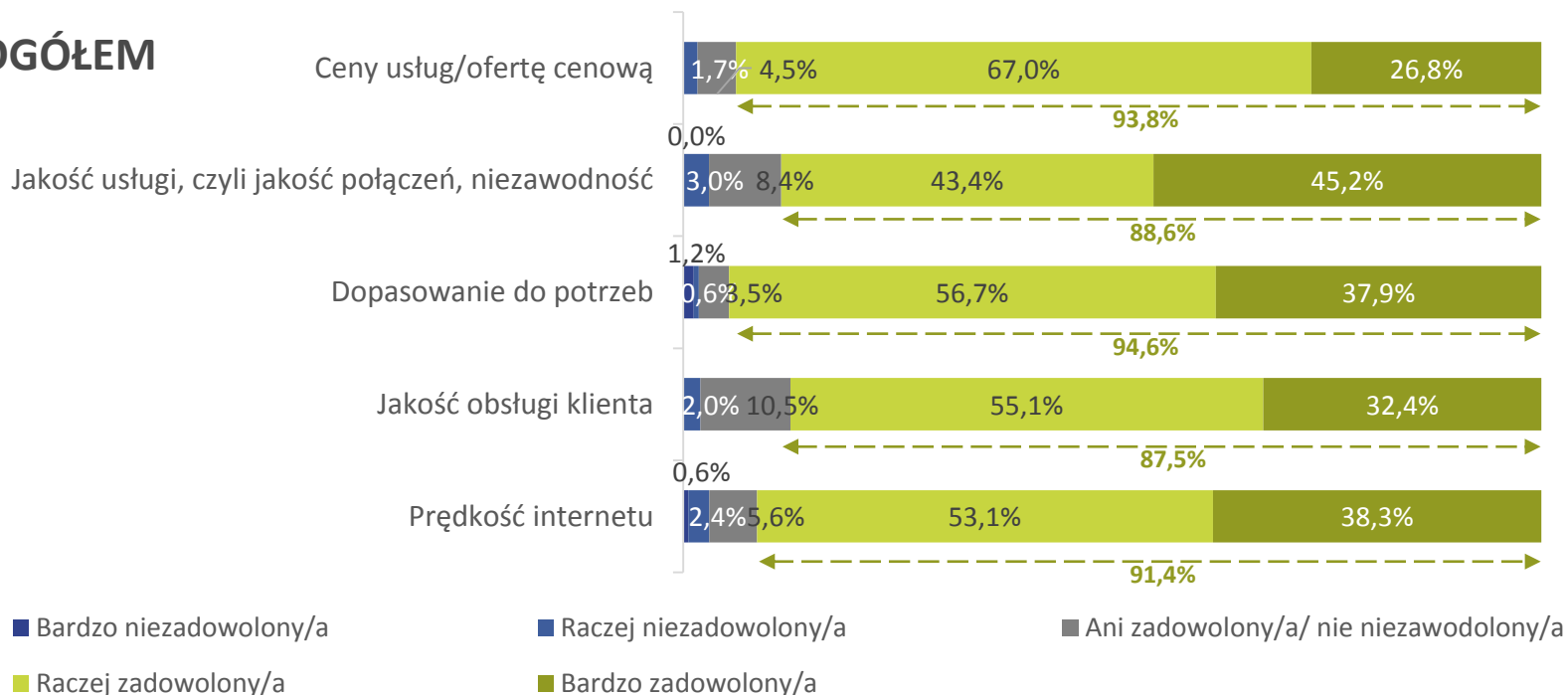
Badane przedsiębiorstwa, które korzystają z internetu mobilnego prowadząc działalność gospodarczą, oceniają usługi operatora dobrze pod względem wszystkich wymienionych aspektów: prędkość połączenia, jakość obsługi klienta, dopasowanie do potrzeb firmy, jakość usług oraz ceny usług. Odsetek firm niezadowolonych z operatora jest niewielki.

Podstawa: Firmy korzystające z poszczególnych dostawców internetu mobilnego: T-Mobile - N=42, Plus - N=40

Ocena elementów internetu mobilnego

W skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niezadowolony/a, a 5 bardzo zadowolony/a, proszę ocenić z perspektywy firmy usługi tego operatora, biorąc pod uwagę następujące aspekty?

OGÓŁEM



Przedsiębiorstwa korzystające z internetu mobilnego oceniają usługi świadczone przez operatorów na wysokim poziomie. Najwięcej wskazań pozytywnych odnotowano na kwestie takie jak dopasowanie oferty do potrzeb (94,6%), cena/oferta cenowa (93,8%) oraz prędkość internetu (91,4%).

Usługi Over-The-Top (OTT)

Korzystanie z Over-The-Top

Czy Pana/Pani firma korzysta z usług „Over-The-Top”?



Usługi Over-The-Top (OTT) - dostarczanie treści, usług lub aplikacji przez Internet bez bezpośredniego udziału operatora sieci lub dostawcy usług internetowych. Przykładami usług OTT są: Skype (połączenia głosowe i wideo), WhatsApp (wiadomości), Google (wyszukiwanie), Spotify (muzyka) i Netflix (treści wideo).

Korzystanie z usług OTT zadeklarowało 36,1% badanych firm. Sześciu na dziesięciu respondentów przyznało, że rozwój usług OTT poprawił komunikację w firmie (62,8%). Jedna czwarta stwierdziła natomiast, że usługi OTT w żaden sposób nie wpłynęły na funkcjonowanie firmy, w której pracują (24,1%). Wśród najczęściej wskazywanych odpowiedzi znalazła się również korzyść związana z ograniczeniem kosztów (20,0%).

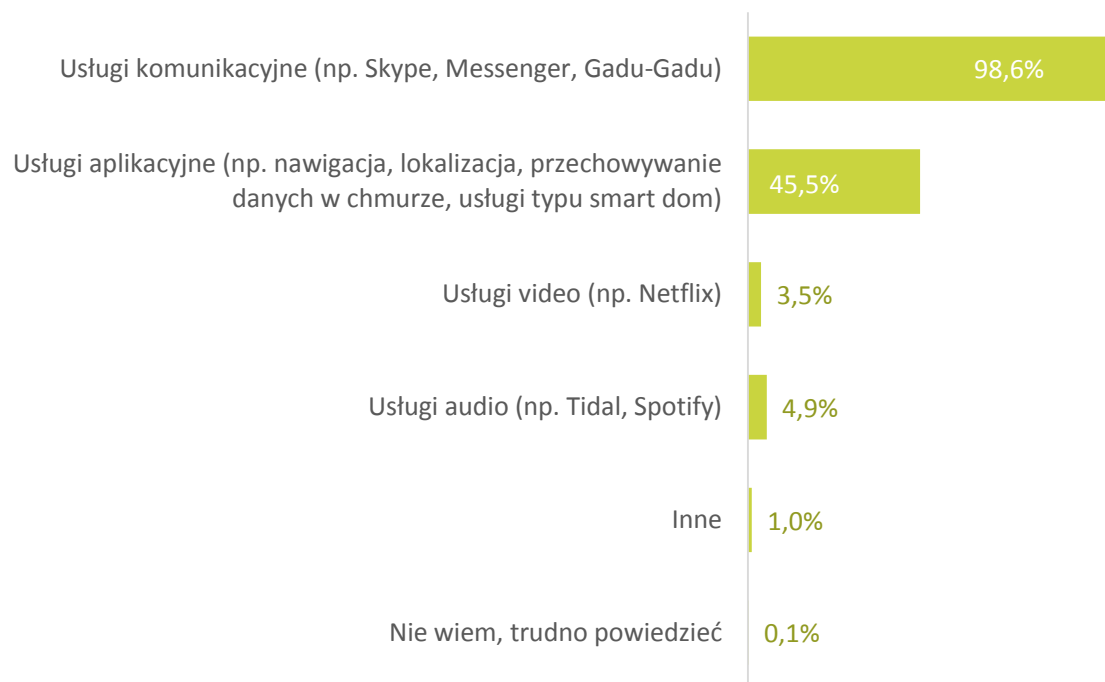
Wpływ Over-The-Top

W jaki sposób rozwój usług OTT wpłynął na Państwa firmę?



Korzystanie w firmie

Z jakich usług Over-The-Top Pan/Pani korzysta?



Z przeprowadzonego badania wynika, że respondenci zdecydowanie najczęściej korzystają z OTT w postaci usług komunikacyjnych (98,6%). Stosunkowo dużą popularnością cieszą się również usługi aplikacyjne takie jak np. nawigacja czy przechowywanie danych w chmurze – ich użytkowanie wskazało 45,5% z nich. Zdecydowanie rzadziej badani decydują się na usług video czy audio.

Rezygnacja z usług telekomunikacyjnych

Czy Pana/Pani firma jest lub był(a)by w stanie zrezygnować z dotychczasowych usług telekomunikacyjnych w firmie na rzecz rozwiązań OTT?



- Zdecydowanie nie
- Raczej nie
- Ani tak, ani nie
- Raczej tak
- Zdecydowanie tak
- Nie wiem, trudno powiedzieć

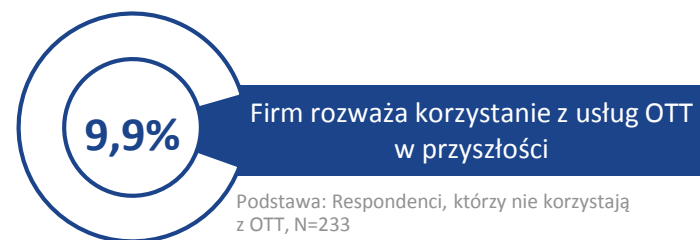
Ponad połowa badanych osób, których firma nie korzysta z OTT, nie byłaby w stanie zrezygnować z usług telekomunikacyjnych na rzecz OTT (60,1%). Tylko 9% respondentów byłoby w stanie zmienić usługi telekomunikacyjne w firmie na rozwiązania OTT.

Niespełna 10% przedsiębiorstw dotychczas niekorzystających z usług OTT rozważa korzystanie z nich w przyszłości. Respondenci wskazali, że planują korzystać głównie z usług komunikacyjnych i aplikacyjnych. Usługi video i audio wskazywane były rzadziej.

Podstawa: Respondenci, którzy nie korzystają z OTT, N=233

Korzystanie z usług w przyszłości

Czy jako firma rozważają Państwo korzystanie z tego typu usług w przyszłości?



Z jakich usług tego typu planują Państwo korzystać w przyszłości?



Usługi komunikacyjne



Usługi aplikacyjne



Usługi video



Usługi audio

Podstawa: Respondenci, którzy rozważają korzystanie z OTT, N=23

Sieć 5G

Znajomość sieci 5G

Czy z perspektywy firmy spotkał(a) się Pan/Pani z pojęciem „sieci 5G”?

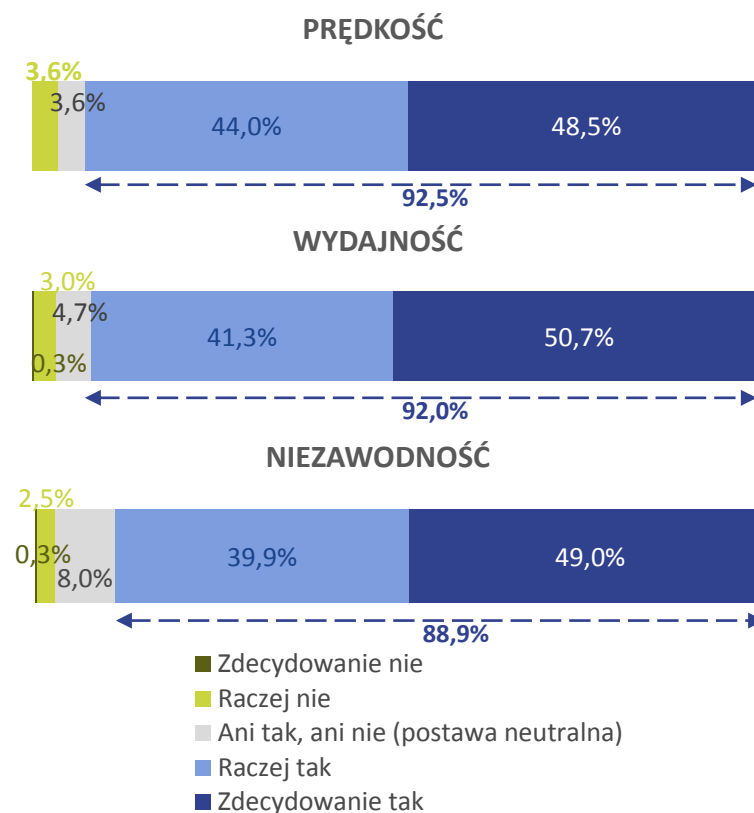


Ponad 60% respondentów jest zaznajomionych z pojęciem „sieci 5G”.

Zdecydowana większość badanych potwierdza, że aktualne parametry dostępu do internetu w ich firmie są wystarczające do prowadzenia działalności. Dotyczy to takich aspektów jak prędkość (92,5%), wydajność (92%) i niezawodność (88,9%).

Ocena parametrów dostępu do Internetu

Czy Pana/Pani zdaniem na dzień dzisiejszy aktualne parametry dostępu do internetu w Pana/Pani firmie są wystarczające do prowadzenia działalności firmy?



Bezpieczeństwo w sieci

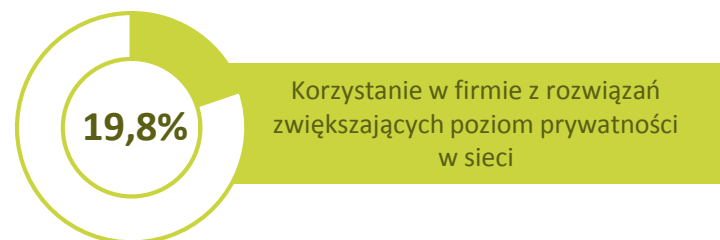
Korzystanie z zabezpieczeń



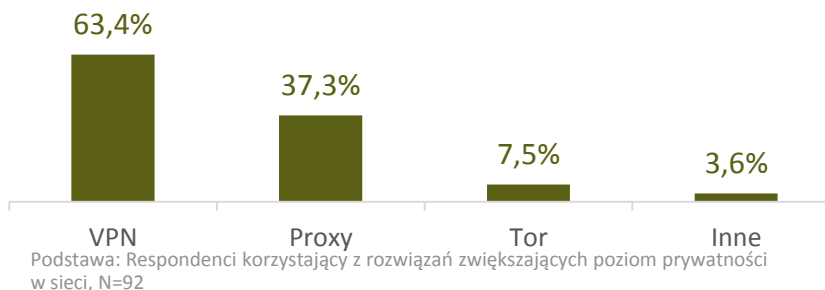
Ponad 70% wszystkich badanych firm korzysta z programów antywirusowych, anty spyware lub innych tego typu, a ponad 80% zadeklarowało korzystanie z aktualnego oprogramowania. W jednej piątej firm korzysta się również z rozwiązań zwiększających poziom prywatności sieci. Najpopularniejszym tego typu rozwiązań jest VPN (63,4%), znacznie rzadziej wykorzystuje się proxy (37,3%). Zgodnie z deklaracjami firmy rzadko korzystają z sieci Tor (7,5%).

Prywatność

Czy w Pana/Pani firmie korzysta się z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci?

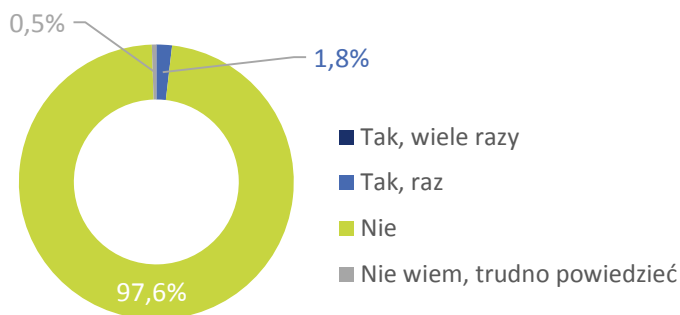


Z jakich rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci Pan/Pani korzysta?



Udostępnianie danych

Czy Pana/Pani firma padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez firmę danych?



Zdecydowana większość badanych respondentów nigdy nie padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnianych przez nich danych (97,6%).

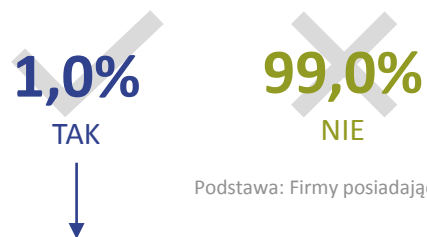
W przeciągu ostatniego roku jedynie 1% z nich spotkało się z próbą wyłudzenia danych, które dotyczyły zarówno pracowników, jak i klientów.

Spośród firm posiadających dostęp do internetu, niemal 16% zatrudnia osobę odpowiedzialną za zabezpieczenie sieci i bezpieczeństwo danych w firmie.

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu, N=361

Wyłudzenia danych

Czy w okresie ostatniego roku w Pana/Pani firmie miały miejsce próby wyłudzenia danych osobowych pracowników lub klientów?

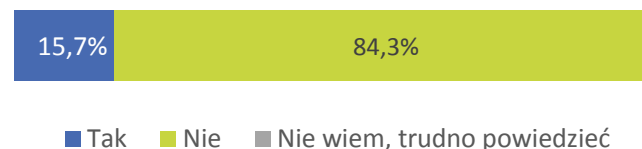


Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu, N=361

PRÓBA WYŁUDZENIA DOTYCZYŁA ZARÓWNO PRACOWNIKÓW, JAK I KLIENTÓW

Podstawa: Respondenci, w których firmach miała miejsce próba wyłudzenia, N=8, zbyt mała N do przedstawienia danych w %

Czy Pana/Pani firma zatrudnia osoby odpowiedzialne za zabezpieczenie sieci i bezpieczeństwo danych?

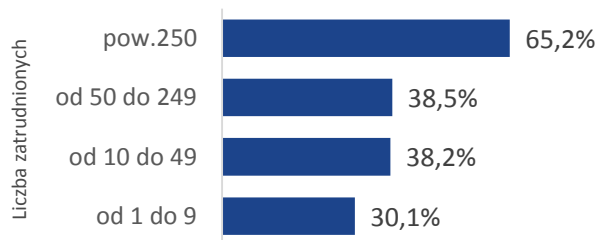


Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu, N=361

Przetwarzanie wielkich zbiorów danych – Big Data

Znajomość

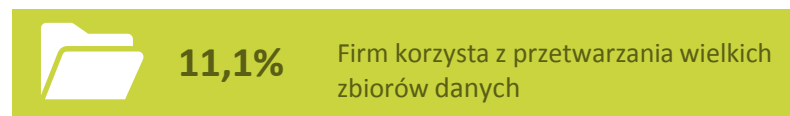
Czy z perspektywy firmy spotkał(a) się Pan/Pani z pojęciem „Big Data”?



30% respondentów spotkało się z pojęciem przetwarzania wielkich zbiorów danych (Big Data). Zaobserwowano, iż wiedza respondentów wzrasta wraz z wielkością firmy, w której pracują. Ponad 11% spośród wszystkich przedsiębiorstw mających dostęp do internetu korzysta z Big Data. Firmy korzystają jednak częściej z własnej infrastruktury niż z infrastruktury zewnętrznej.

Korzystanie


Czy korzystają Państwo w firmie z przetwarzania wielkich zbiorów danych?



Przetwarzanie wielkich zbiorów danych

Korzyści

Jakie widzi Pan/Pani korzyści związane z usługami Big Data w kontekście Pana/Pani firmy?


 **67,5%** osób dostrzega korzyści związane z korzystaniem Big Data w firmie

Podstawa: Wszyscy respondenci, których firma korzysta z Big Data, N=40

77,8% Wiarygodność danych 

37,0% Obniżenie kosztów 

37,0% Pogłębiona analiza rynku produktów lub usług 

33,3% Wzrost satysfakcji klientów końcowych – zrozumienie ich potrzeb 

25,9% Poprawa systemu zarządzania w firmie 

18,5% Precyzyjne planowanie strategii firmy 

Zagrożenia

Jakie są Pana/Pani zdaniem ewentualne zagrożenia związane z usługami Big Data w kontekście Pana/Pani firmy?

7,5% osób dostrzega zagrożenia związane z korzystaniem Big Data w firmie

Podstawa: Wszyscy respondenci, których firma korzysta z Big Data, N=40



Spośród korzystających z Big Data, 7,5% dostrzega zagrożenia. Wskazywane ewentualne zagrożenia to:

- ▲ naruszenia prywatności,
- ▲ ryzyko błędów,
- ▲ ryzyko nadużyć wśród dysponentów danych.

Ponad 67% respondentów dostrzega korzyści z korzystaniem Big Data w firmie. Najczęściej wymieniane korzyści to wiarygodność danych (77,8%), obniżenie kosztów i pogłębiona analiza rynku produktów (po 37,0%) oraz wzrost satysfakcji klientów końcowych (33,3%).

Przetwarzanie danych w chmurze

Przetwarzanie danych w chmurze

Znajomość

Czy z perspektywy firmy spotkał(a) się Pan/Pani z pojęciem przetwarzania danych w chmurze (Cloud)?

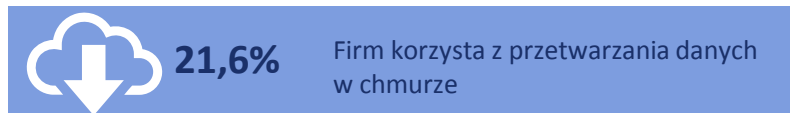


Ponad połowa respondentów (52%) spotkała się z pojęciem „Cloud” lub przetwarzania danych w chmurze.

Wśród firm korzystających z internetu 21,6% korzysta również z przetwarzania danych w chmurze. Nieznacznie częściej wykorzystywana jest zewnętrzna infrastruktura, aniżeli własna (10% vs. 11,6%).

Korzystanie

Czy korzystają Państwo w firmie z przetwarzania danych w chmurze?



10% Korzysta z własnej infrastruktury




11,6% Korzysta z zewnętrznej infrastruktury

Przetwarzanie danych w chmurze

Korzyści

Jakie widzi Pan/Pani korzyści związane z przetwarzaniem danych w chmurze w kontekście Pana/Pani firmy?

 **93,7%** osób dostrzega korzyści związane z przetwarzaniem danych w chmurze

Podstawa: Wszyscy respondenci, których firma korzysta z przetwarzania danych w chmurze, N=79

71,6% Bezpieczeństwo przed utratą danych



52,7% Oszczędność kosztów



51,4% Wydajność i niezawodność



43,2% Łatwość obsługi



37,8% Bieżący monitoring procesów



Niemal 94% respondentów dostrzega korzyści z przetwarzania danych w chmurze. Najczęściej wskazywano na takie zalety jak bezpieczeństwo przed utratą danych (71,6%), oszczędność kosztów (52,7%) oraz wydajność i niezawodność (51,4%).

Jedna piąta badanych dostrzega jednak również zagrożenia wynikające z wykorzystania chmury. W tym kontekście najczęściej wskazywano na ryzyko dotyczące wycieku danych na skutek awarii, potencjalny wgląd w dane czy zróżnicowany poziom dostępności do usług w chmurze.

Zagrożenia

Jakie są Pana/Pani ewentualne zagrożenia związane z wykorzystaniem chmury w kontekście Pana/Pani firmy?

20,3% osób dostrzega zagrożenia związane z przetwarzaniem danych w chmurze

Podstawa: Wszyscy respondenci, których firma korzysta z przetwarzania danych w chmurze, N=79



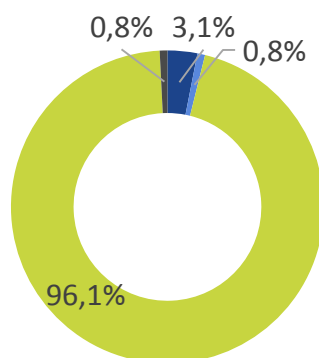
- ▲ wyciek danych na skutek awarii,
- ▲ potencjalny wgląd w dane przez właściciela usługi lub podmioty trzecie,
- ▲ zróżnicowany poziom dostępności usług na chmurze, zależny od jej operatora,
- ▲ wyciek danych na skutek włamań hakerów,
- ▲ ryzyko dotyczące prywatności i bezpieczeństwa chmury związane z niedostatecznym prawnym uregulowaniem tych kwestii.

Jednolity rynek cyfrowy

Sprzedaż na rynkach zagranicznych

Czy Państwa firma sprzedaje towary lub świadczy usługi na rynkach zagranicznych?

- Tak, dla odbiorców z krajów UE
- Tak, dla odbiorców spoza UE
- Nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

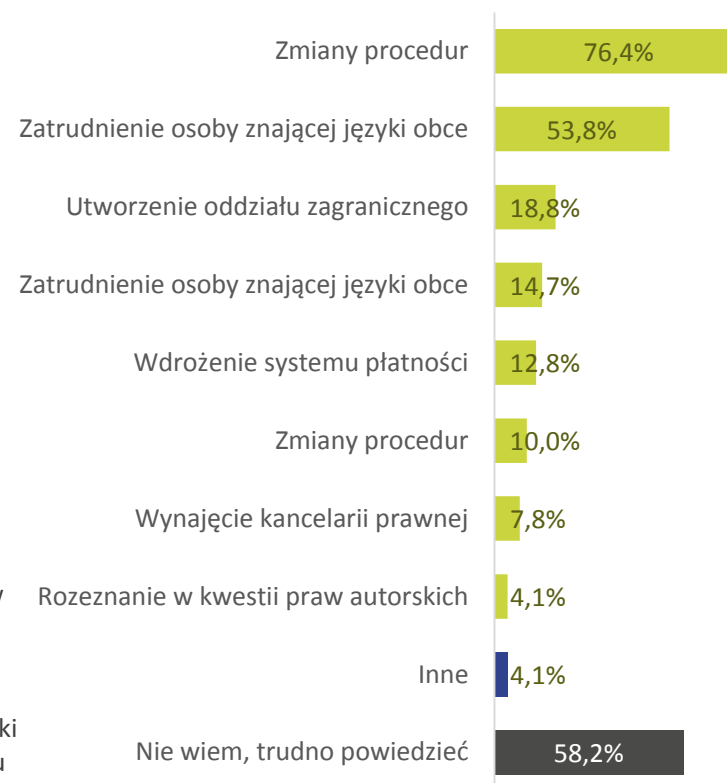


Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw nie sprzedaje towarów ani też nie świadczy swoich usług na rynkach zagranicznych (96,1%). Badani w tej grupie podkreślają, że aby mogli oni obsługiwać odbiorców zagranicznych w ich firmie musiałyby zmienić się przede wszystkim procedury (76,4%) oraz konieczne byłoby zatrudnienie osoby znającej języki obce (53,8%). Ponad połowa badanych nie potrafiła podać, jakiego rodzaju zmiany byłyby do tego potrzebne.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=400

Zmiany w celu obsługi odbiorców zagranicznych

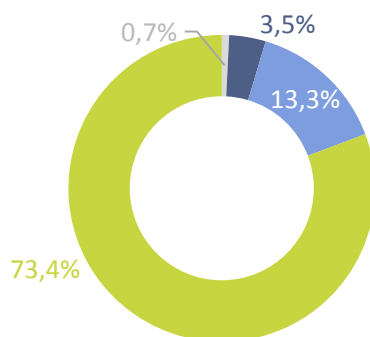
Jakiego rodzaju zmiany musiałyby nastąpić w Państwa firmie, by mogła ona obsługiwać odbiorców zagranicznych?



Podstawa: Respondenci, których firma nie sprzedaje towarów lub nie świadczy usług na rynkach zagranicznych, N=376

Sprzedaż przez internet w innych krajach UE

Czy Pana/Pani przedsiębiorstwo kiedykolwiek sprzedawało, próbowało sprzedawać lub brało pod uwagę sprzedaż swoich produktów oraz/lub usług przez internet w innych krajach UE?



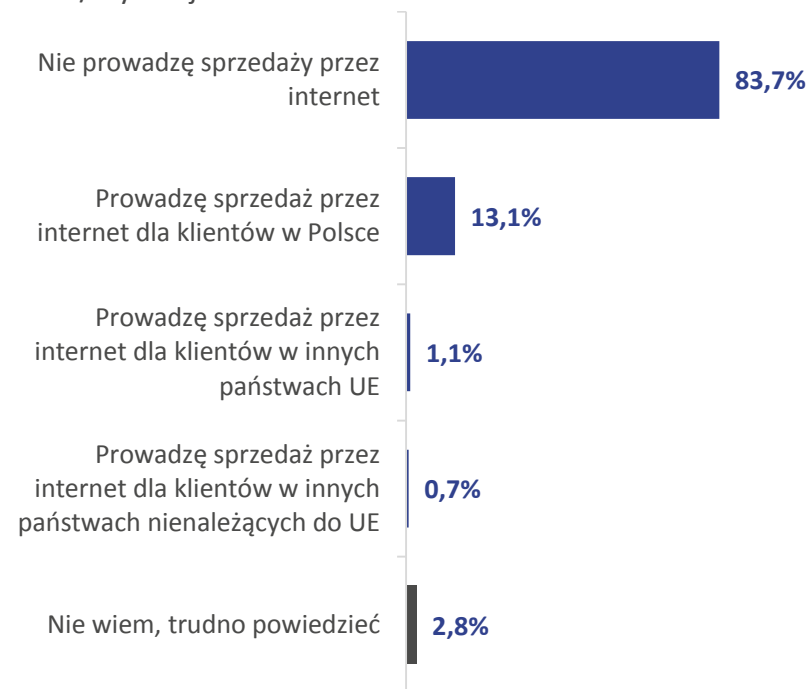
- Kiedyś prowadziło internetową sprzedaż towarów dla klientów z innych krajach UE, ale przestało
- Planowało, ale zrezygnowało
- Obecnie rozważa taką możliwość
- Raczej nigdy nie będzie sprzedawało swoich produktów oraz/lub usług przez internet w innych krajach UE

Ponad 73% badanych raczej nigdy nie będzie sprzedawało swoich produktów oraz/lub usług przez internet w innych krajach UE. Około 13% obecnie rozważa natomiast taką możliwość. Firmy, które sprzedają towary bądź świadczą usługi zagranicą posiadają swoich odbiorców średnio od 6 lat. Około 84% badanych nie prowadzi sprzedaży przez internet.

Podstawa: Respondenci, których firma nie sprzedaje towarów lub usług na rynkach zagranicznych lub też sprzedaje czy świadczy je, ale tylko dla odbiorców spoza UE, N=381

Sprzedaż przez internet na świecie

Proszę powiedzieć, które z następujących stwierdzeń dotyczą Pana/i sytuacji:



Podstawa: Wszyscy respondenci, N=400

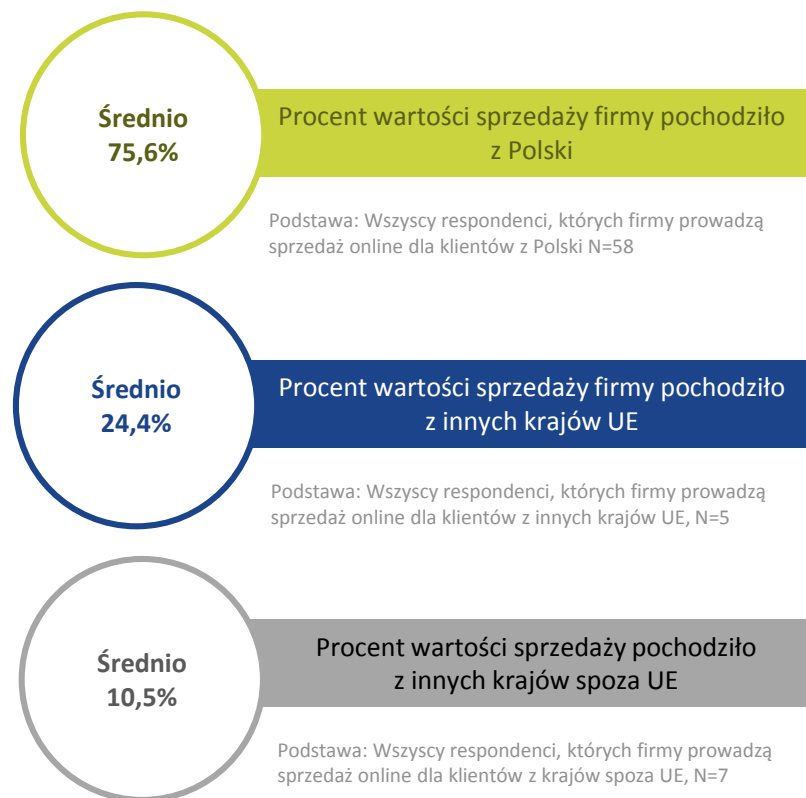
średnio od 6 lat

Firmy posiadają odbiorców za granicą

Podstawa: Respondenci, których firma sprzedaje towary lub świadczy usługi na rynkach zagranicznych, N=14

Wartość sprzedaży

Jaki procent wartości sprzedaży internetowej Pana/i przedsiębiorstwa w 2019 roku pochodził z?



Kraje sprzedaży online



Niemcy



Wielka Brytania



Białoruś



Czechy



Słowacja

Podstawa: Respondenci, których firmy prowadzą sprzedaż online dla klientów w innych państwach UE oraz w państwach spoza UE, N=12

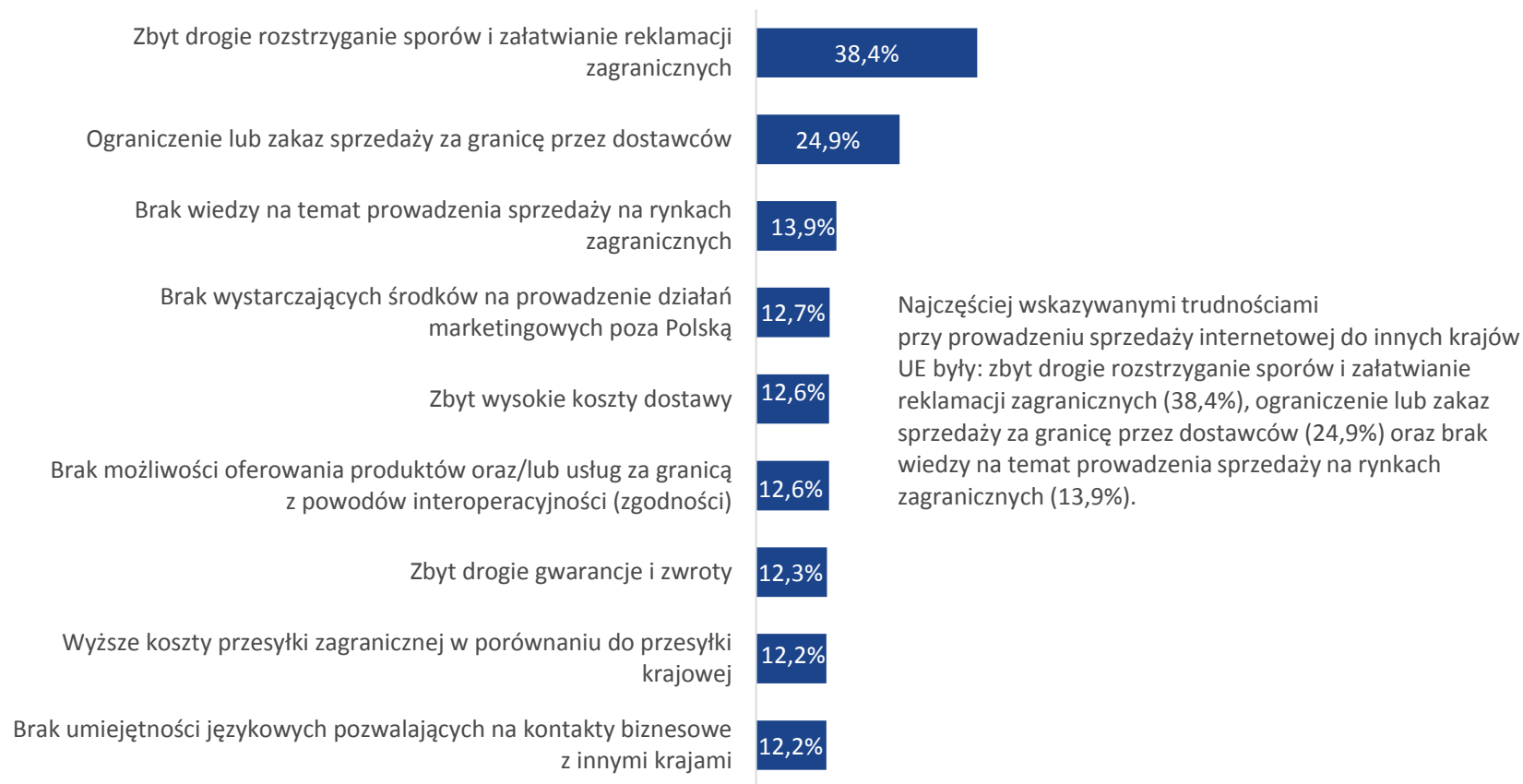
Firmy prowadzące sprzedaż online osiągają blisko 76% wartości sprzedaży od odbiorców z Polski.

Z krajów UE jest to jedynie 24,4% wartości sprzedaży, a w przypadku firm sprzedających poza UE jest to 10,5% wartości sprzedaży internetowej.

Firmy prowadzą sprzedaż internetową głównie do Niemiec i Wielkiej Brytanii, a także takich krajów, jak Białoruś, Czechy, Słowacja.

Trudności przy sprzedaży online – w przyszłości

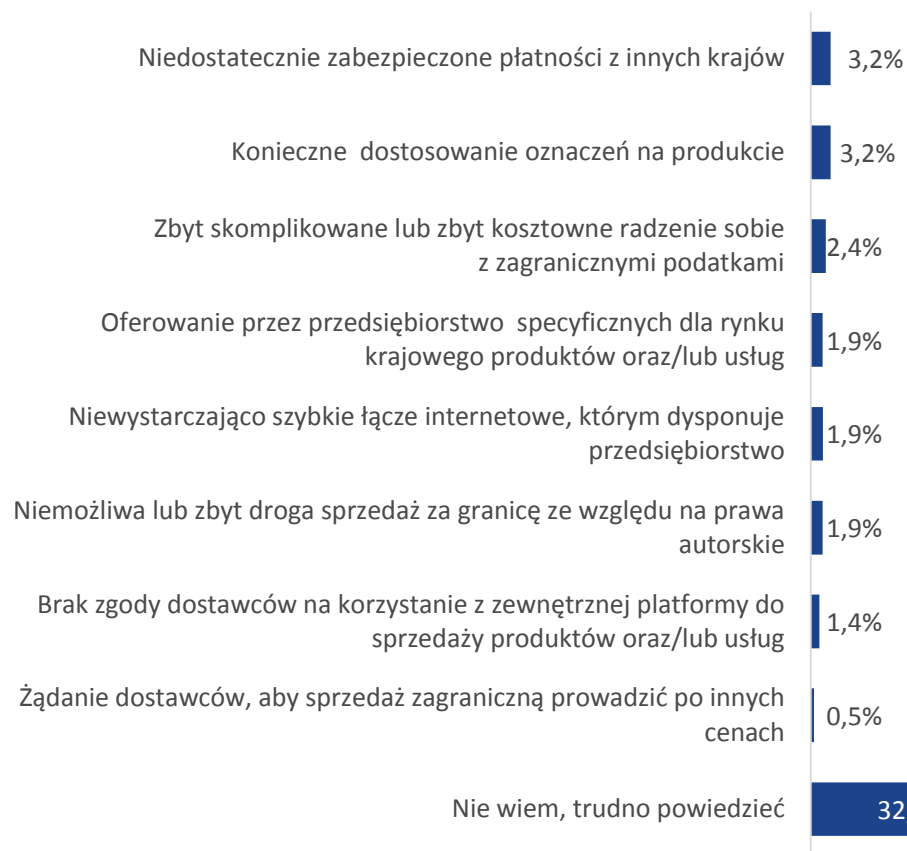
Przy każdej z następujących trudności, które mogą się pojawić przy prowadzeniu sprzedaży internetowej do innych krajów UE lub próbach takiej sprzedaży, proszę powiedzieć, czy dana rzecz stanowi problem? *(Druga część wykresu na kolejnym slajdzie)*



Trudności przy sprzedaży online – w przyszłości

(druga część wykresu)

Przy każdej z następujących trudności, które mogą się pojawić przy prowadzeniu sprzedaży internetowej do innych krajów UE lub próbach takiej sprzedaży, proszę powiedzieć, czy dana rzecz stanowi problem?



Najbardziej wskazywanymi trudnościami przy prowadzeniu sprzedaży internetowej do innych krajów UE był: brak zgody dostawców, aby sprzedaż zagraniczną prowadzić po innych cenach (0,5%), brak zgody dostawców na korzystanie z zewnętrznej platformy do sprzedaży produktów oraz/lub usług (1,4%), a także niemożliwa lub zbyt droga sprzedaż za granicę ze względu na prawa autorskie, niewystarczająco szybkie łącze internetowe, którym dysponuje przedsiębiorstwo, oferowanie przez przedsiębiorstwo specyficznych dla rynku krajowego produktów oraz/lub usług (po 1,9%).

Trudności przy sprzedaży online – w przyszłości

Gdyby we wszystkich państwach członkowskich UE obowiązywały te same zasady handlu internetowego między Pana/i przedsiębiorstwem a klientem, to czy sądzi Pan/i, że Pana/i przedsiębiorstwo zaczęłoby prowadzić sprzedaż lub zwiększyło sprzedaż do innych krajów UE?

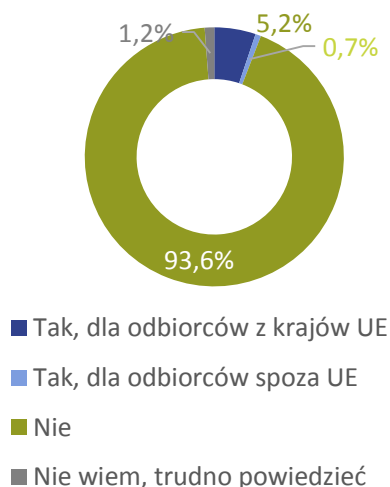


■ Zdecydowanie nie ■ Raczej nie ■ Ani tak, ani nie ■ Raczej tak ■ Zdecydowanie tak ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Według deklaracji respondentów, gdyby we wszystkich krajach członkowskich UE obowiązywały te same zasady handlu internetowego ponad połowa badanych nie zdecydowałaby się na sprzedaż do UE lub zwiększenie tej sprzedaży (56,2%).

Sprzedaż zagraniczna

Czy Państwa firma dokonała w ostatnim roku zakupu towarów od dostawcy zagranicznego?



Zdecydowana większość firm w ostatnim roku nie dokonała zakupu towarów ani usług na rynku zagranicznym (93,6%).

Średnio 22,8% firm w 2019 r. dokonało zakupu usług lub towarów przez internet w krajach spoza UE. Natomiast średnio ok. 27% towarów i/lub usług zostało zakupionych w krajach członkowskich.

Średnio od 5 lat firmy dokonują zakupów towarów lub usług za granicą.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=400

Średnio
22,8%

towarów oraz/lub usług zakupionych przez przedsiębiorstwa przez internet w 2019 roku został zakupiony w innych krajach UE

Średnio
26,6%

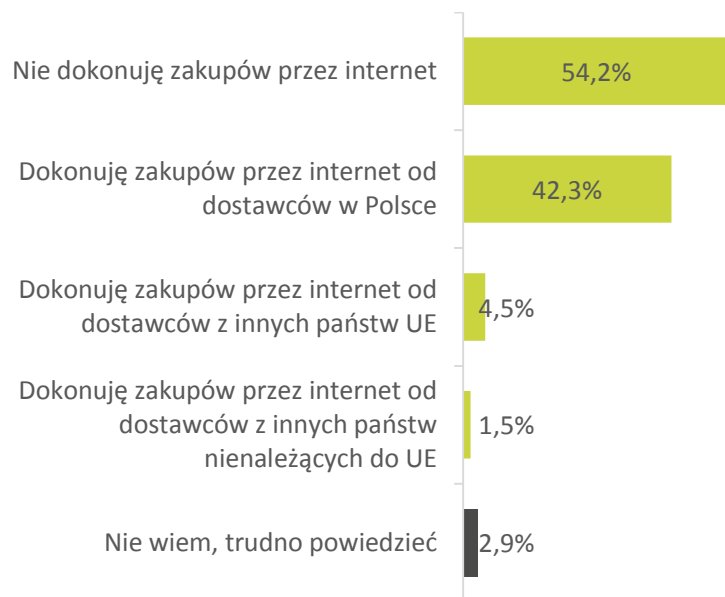
towarów oraz/lub usług zakupionych przez przedsiębiorstwa przez internet w 2019 roku został zakupiony w krajach spoza UE



Firmy dokonują zakupu towarów lub usług za granicą **średnio od 5 lat.**

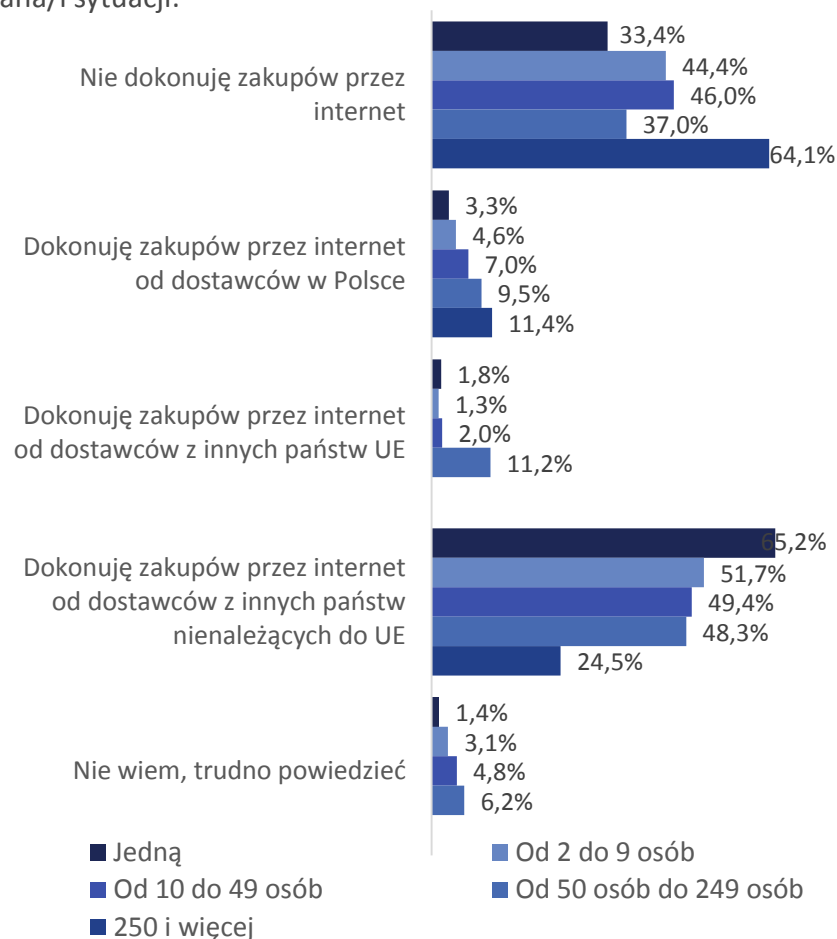
Zakup przez internet

Proszę powiedzieć, które z następujących stwierdzeń dotyczą Pana/i sytuacji:



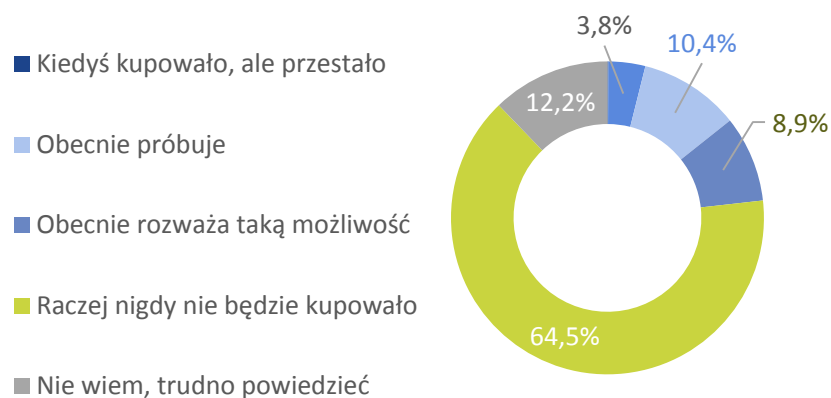
Ponad połowa (54,2% wskazań) respondentów reprezentujących dane przedsiębiorstwa deklaruowała, że ich firma nie dokonuje zakupów przez internet. 42,3% badanych kupowało przez internet od dostawcy z Polski.

Zauważyć należy, że firmy zatrudniające 250 osób i więcej znacznie częściej deklarują niedokonywanie zakupów przez internet. Wraz ze zmniejszaniem się liczby pracowników wzrasta natomiast dokonywanie zakupów od dostawców spoza UE.



Zakupy przez internet

Czy Pana/i przedsiębiorstwo kiedykolwiek kupowało, próbowało kupić lub brało pod uwagę zakup produktów oraz/lub usług przez internet w innych krajach UE?



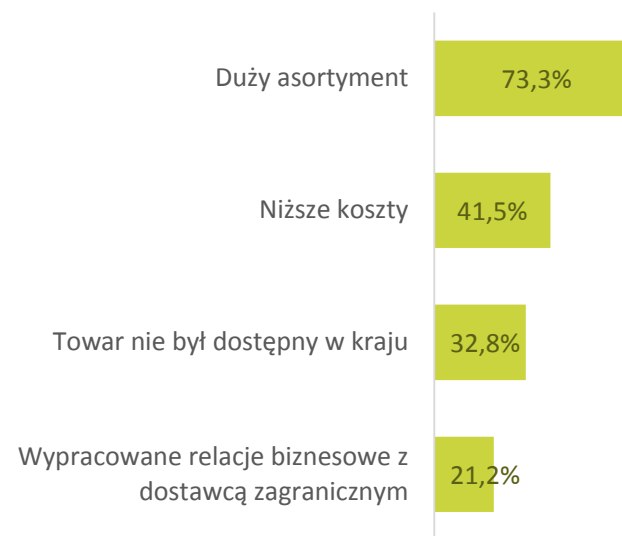
Podstawa: Wszyscy respondenci, których firmy nie kupują przez internet, N=381

64,5% respondentów, którzy nie kupują przez Internet deklarowało, że ich przedsiębiorstwo raczej nigdy nie będzie kupowało swoich produktów usług przez internet, 8,9% badanych stwierdziło, że firma obecnie rozważa taką możliwość, a 10,4% obecnie próbuje.

Przedsiębiorstwa, które zdecydowały się zakupić coś przez internet w innym kraju UE najczęściej zrobiły to ze względu na duży asortyment (73,3% wskazań) oraz niższe koszty (41,5% wskazań).

Powody zakupu od dostawcy z innego kraju UE

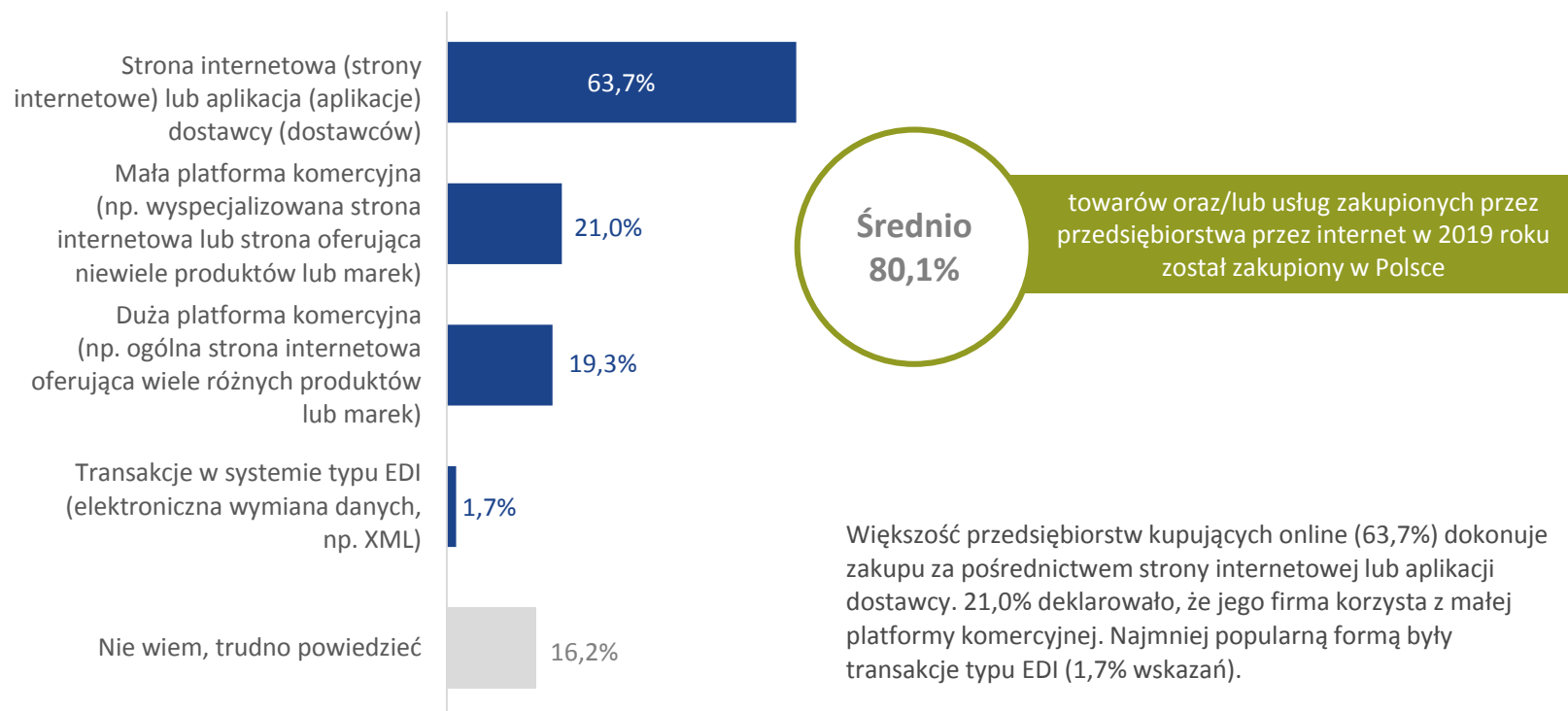
Dlaczego Państwa firma zdecydowała się dokonać zakupu przez internet od dostawcy znajdującego się w innym kraju UE niż Polska?



Podstawa: Wszyscy respondenci, których firma zdecydowała się dokonać zakupu przez internet od dostawcy znajdującego się w innym kraju UE niż Polska, N=22

Przedsiębiorstwa, które kupują online

Które spośród następujących możliwości wykorzystuje Pana/i przedsiębiorstwo przy zakupie produktów oraz/lub usług przez internet?



Trudności przy zakupach online

Przy każdej z następujących trudności, które mogą się pojawić przy dokonywaniu zakupów przez internet z innych krajów UE lub przy próbach dokonywania takich zakupów proszę powiedzieć, czy dana rzecz stanowiła problem?

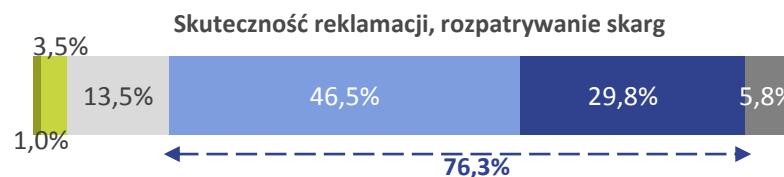
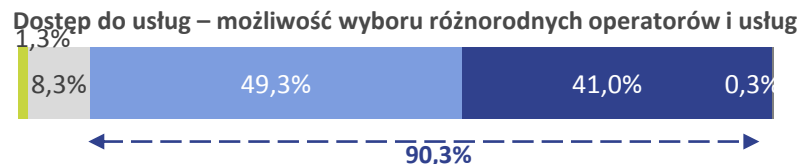
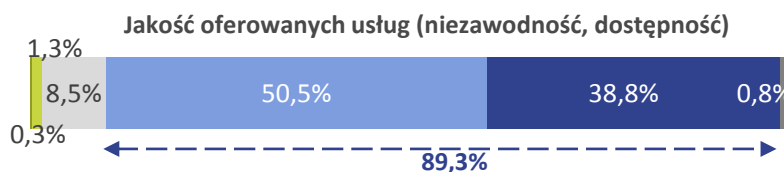


Ogólna ocena rynku telekomunikacyjnego

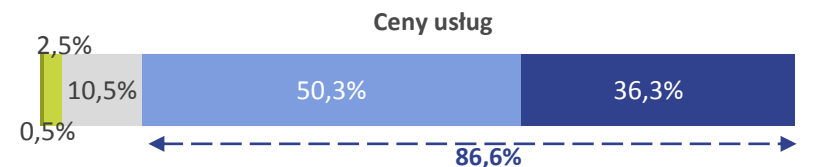
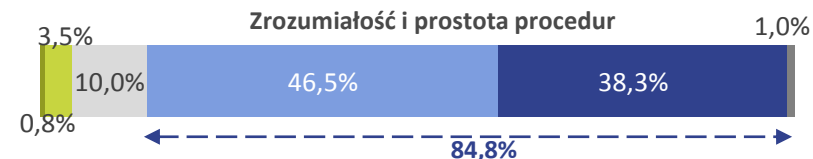
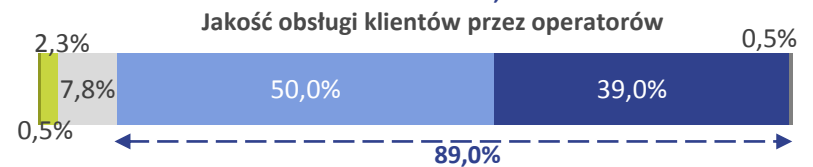
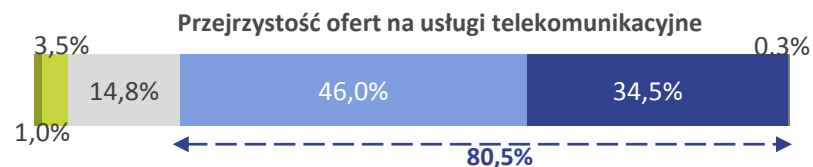
Ocena funkcjonowania

Proszę ocenić aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce

Zakres oferowanych na rynku usług i dopasowanie oferowanych usług do potrzeb



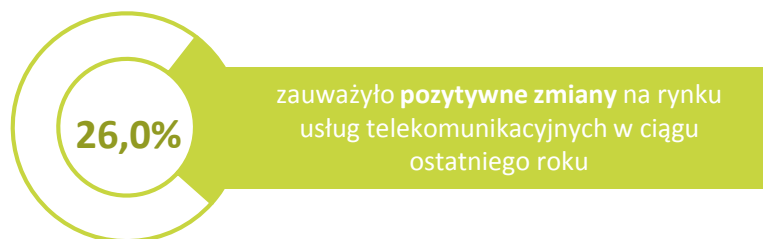
- Bardzo źle
- Ani dobrze, ani źle
- Bardzo dobrze
- Raczej źle
- Raczej dobrze
- Nie wiem, trudno powiedzieć



Badane firmy pozytywnie oceniają wskazane aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce. Najwyżej ocenianym aspektem funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego jest dopasowanie do potrzeb (91,8%) i dostęp (90,3%).

Pozytywna ocena rynku

Czy w ciągu ostatniego roku zauważył(a) Pan/Pani z perspektywy firmy jakieś pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych?



26% respondentów zauważyło pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku.

Pozytywne zmiany, które zauważono to głównie obniżka cen (41,3%), dynamiczny rozwój technologii (41,3%), większa liczba ofert (36,5%), jak również lepszy zakres ofert (36,5%).

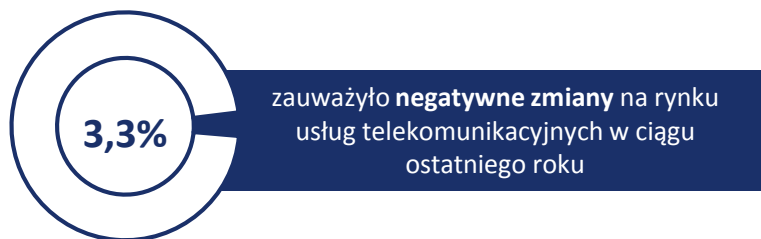
Pozytywne zmiany

Jakie pozytywne zmiany z perspektywy firmy na rynku usług telekomunikacyjnych zauważył(a) Pan/Pani w ciągu ostatniego roku?



Negatywna ocena rynku

Czy w ciągu ostatniego roku zauważył(a) Pan/Pani z perspektywy firmy jakieś negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych?



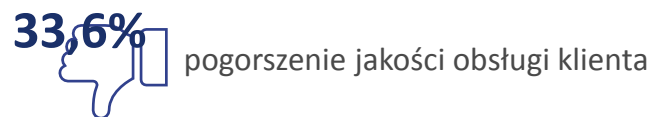
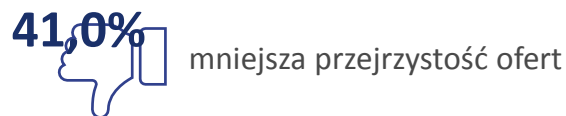
Tylko 3,3% respondentów zauważyło negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku.

Negatywne zmiany, które zauważono to głównie wzrost cen, pogorszenie jakości obsługi klienta i gorszy zakres ofert.

Negatywne zmiany

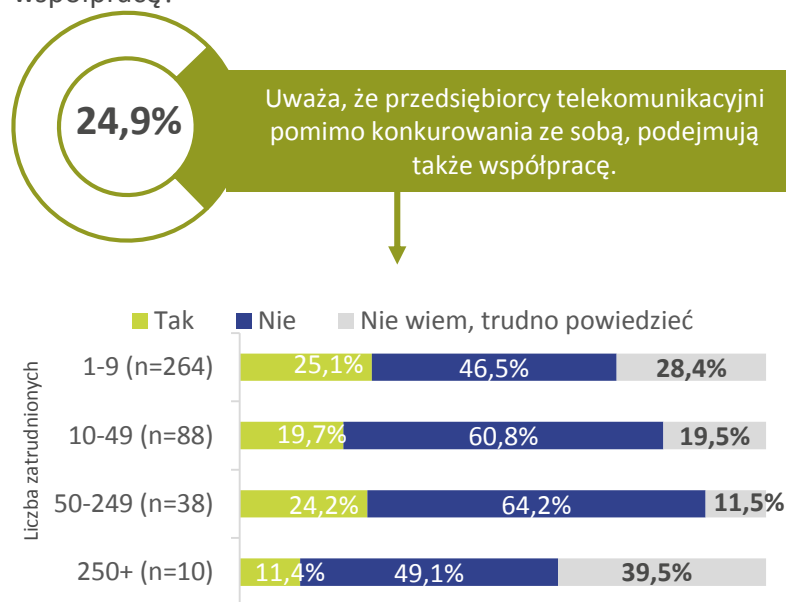
Jakie negatywne zmiany z perspektywy firmy na rynku usług telekomunikacyjnych zauważył(a) Pan/Pani w ciągu ostatniego roku?

Najczęściej wskazywane:



Współpraca przedsiębiorców

Czy w Pana/Pani ocenie przedsiębiorcy telekomunikacyjni, którzy na co dzień ze sobą konkurują podejmują także współpracę?



Co czwarty badany przedsiębiorca wskazuje, że operatorzy komunikacyjni, którzy na co dzień ze sobą konkurują, podejmują także współpracę. Chodzi tu zwykle o łączenie produktów lub usług w pakiety (46,7%) bądź wprowadzanie do oferty nowych usług (41,3%). Przy czym większość badanych firm ocenia te działania dobrze, wskazując iż umożliwiają one lepszą reakcję na potrzeby konsumentów (73,9%).

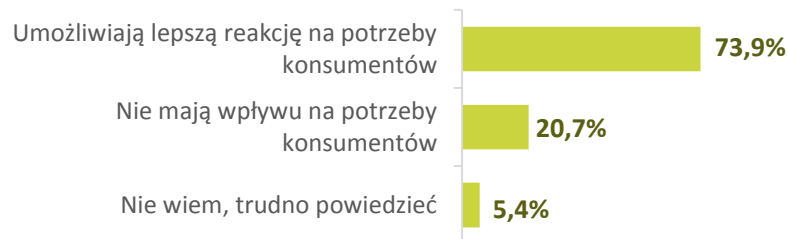
Podstawa: Wszyscy respondenci, N=400

Współpraca przedsiębiorców

W jakim zakresie odbywa się taka współpraca?



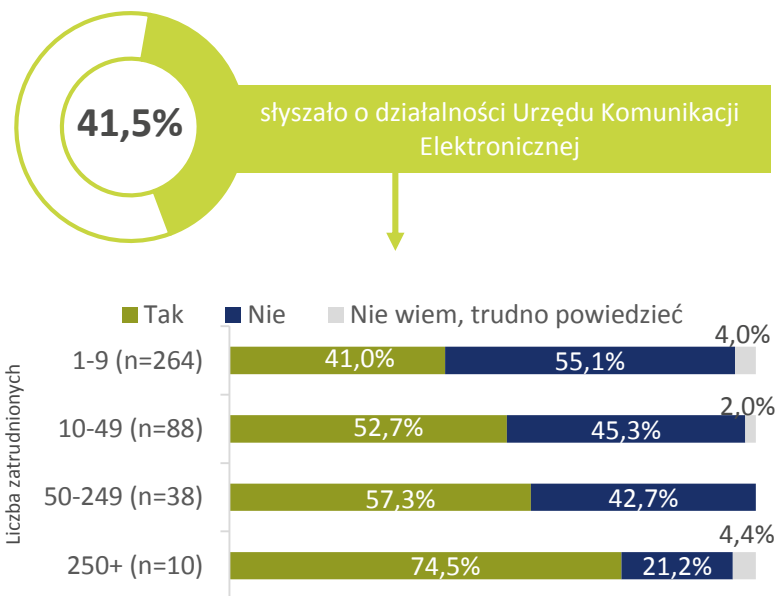
Czy Pana/Pani zdaniem takie działania?



Podstawa: Respondenci, którzy uważają, że przedsiębiorcy telekomunikacyjni ze sobą współpracują, N=92

Znajomość UKE

Czy z perspektywy firmy słyszał(a) Pan/Pani o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



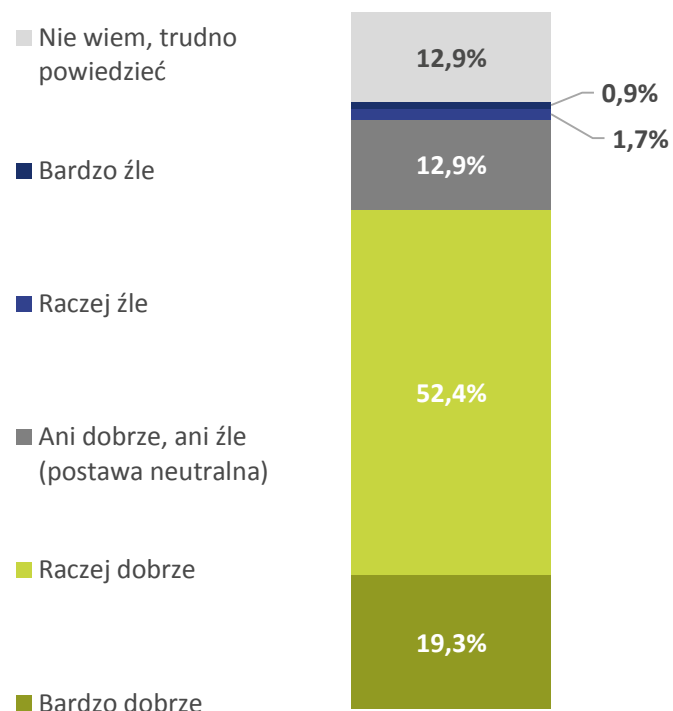
Prawie 42% respondentów słyszało o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

Zdecydowana większość badanych (71,7%) pozytywnie ocenia dotychczasowe działania UKE. Niemal 13% respondentów przyjmuje postawę neutralną („ani dobrze, ani źle”). Tylko 2,5% negatywnie ocenia podejmowane działania. O działalności UKE słyszą najczęściej firmy zatrudniające ponad 250 pracowników (74,5%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=400

Ocena UKE

Jak ocenia Pan/Pani dotychczasowe działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



Podstawa: Wszyscy respondenci, którzy słyszeli o działalności UKE N=179

Podsumowanie



Telefonia komórkowa

zazwyczaj dysponują nie więcej niż 4 aktywnymi kartami SIM (38,6% - 1 karta i 27,9% - 2 karty i 3-4 karty 22,4%). Średnia miesięczna wysokość rachunków za korzystanie z usług telefonii komórkowej wzrasta z liczbą pracowników.

Firmy korzystające z telefonii komórkowej wysoko oceniają operatorów pod względem świadczonych usług. Najwyższe noty przypisano cenie usług oraz dopasowaniu do potrzeb.



Telefonia stacjonarna

Niemal 36% firm korzysta z telefonii stacjonarnej. Połowa z nich podkreśla, że numer stacjonarny zwiększa wiarygodność firmy. Natomiast 49,3% twierdzi, że ta telefonia ułatwia funkcjonowanie firmy.

Aż 51,4% wskazało, że nie zrezygnowałoby z korzystania z usług telefonii stacjonarnej na rzecz telefonii komórkowej.

Firmy korzystające z usług telefonii stacjonarnej wysoko oceniają operatorów pod względem wszystkich aspektów. Niemniej jednak najwyższe noty odnotowano w przypadku dopasowaniu oferty do potrzeb – pozytywnie na to stwierdzenie odpowiedzieli niemal wszyscy badani (99,7%). Aspekty takie jak oferta cenowa, jakość obsługi czy usługi uzyskały powyżej 90% pozytywnych wskazań.



Dostęp do internetu

9 na 10 firm posiada dostęp do internetu. Najwięcej, 67,8% z nich posiada dostęp do internetu mobilnego w telefonie. Ponad połowa deklaruje, że jest to dostęp stacjonarny. Blisko 3 na 10 podmiotów wskazało na internet mobilny.

Internetu jest wykorzystywany przede wszystkim w celu zdobywania niezbędnych informacji, korzystania z portali informacyjnych oraz komunikacji z klientami. Internet w funkcjonowaniu firm jest najczęściej narzędziem ważnym o charakterze pomocniczym (40,8%) lub narzędziem kluczowym, niezbędnym dla podstawowej działalności firmy (30,1%).

Firmy korzystające z usług telekomunikacyjnych zwykle uważają, że koszty dostępu do nich nie są dużym obciążeniem wśród miesięcznych kosztów działania.

Podmioty gospodarcze decydują się na korzystanie z internetu mobilnego głównie z uwagi na potrzebę większej mobilności, korzystania z Internetu poza siedzibą firmy.

Firmy zazwyczaj są zadowolone z usług wybranego operatora zarówno internetu stacjonarnego, jak i mobilnego.



NPS

Sześć na dziesięć badanych firm byłoby skłonnych polecić swojego operatora sieci komórkowej rodzinie lub znajomym (59,7%). W przypadku telefonii stacjonarnej odnotowano nieco wyższy wynik – siedem na dziesięć firm uznać należy za promotorów w tym zakresie (69,1%).

W przypadku dostawców internetu wśród ich odbiorców również dominują promotorzy, czyli osoby skłonne do polecenia operatora przedstawicielom z innych firm. Wskaźnik NPS dla operatorów internetu stacjonarnego wyniósł 66,3%, natomiast dla internetu mobilnego 59,7%.



Bezpieczeństwo w sieci

Ponad połowa respondentów korzysta z programów antywirusowych, anty spyware i innych. W ponad 80% badanych firm użytkuje się również aktualne oprogramowanie, natomiast jedynie w 19,8% wprowadza się rozwiązania zwiększające poziom prywatności w sieci.

Zdecydowana większość badanych nigdy nie padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnianych przez nich danych. Jednocześnie firmy zwykle nie zatrudniają osób odpowiedzialnych za zabezpieczenie sieci i bezpieczeństwo danych, jedynie 15,7% z nich ma osoby zatrudnione na tego typu stanowiskach.



Usługi Over-The-Top

Ponad 60% badanych respondentów przyznało, że rozwój usług Over-The-Top (OTT) poprawił komunikację w firmie. Z kolei niemal jedna czwarta stwierdziła, że usługi OTT w żadnej sposób nie wpłynęły na funkcjonowanie firmy w której pracują.

Firmy najczęściej korzystają z usług komunikacyjnych i aplikacyjnych. Spośród używanych większość z nich nie wiąże się z dodatkowymi opłatami.

60% badanych osób, których firma nie korzysta usług OTT, nie byłaby w stanie zrezygnować z usług telekomunikacyjnych na rzecz OTT w przedsiębiorstwie. Tylko 9% badanych miało odmienne zdanie.

Jedynie 9,9% przedsiębiorstw dotychczas niekorzystających z usług OTT rozważa korzystanie z nich w przyszłości. Respondenci wskazali, że planują korzystać przede wszystkim z usług komunikacyjnych i aplikacyjnych.

5G Sieć 5G

Ponad 60% respondentów jest zaznajomionych z pojęciem „sieci 5G”.

Przedsiębiorcy potwierdzają, że aktualne parametry dostępu do Internetu w ich firmie są wystarczające do prowadzenia działalności firmy zarówno pod względem prędkości (92,5%), wydajności (92%), jak i niezawodności (88,9%).



Przetwarzanie wielkich zbiorów danych

Około 30% respondentów spotkało się z pojęciem Big Data. Ponad 11% spośród wszystkich przedsiębiorstw mających dostęp do Internetu korzysta z Big Data.

Ponad 67% respondentów dostrzega korzyści z korzystaniem Big Data w firmie. Do korzyści tych zaliczyć należy: wiarygodność danych (77,8%), obniżenie kosztów i pogłębiona analiza rynku produktów (po 37,0% wskazań) oraz wzrost satysfakcji klientów końcowych (33,3%).



Przetwarzanie danych w chmurze

Ponad połowa badanych spotkała się z pojęciem „Cloud” lub przetwarzania danych w chmurze.

Wśród firm korzystających z internetu 10% użytkuje również przetwarzanie danych w chmurze. Nieznacznie częściej wykorzystywana jest zewnętrzna infrastruktura, aniżeli własna.

Niemal 94% respondentów dostrzega korzyści z przetwarzaniem danych w chmurze. Najczęściej wskazywano na bezpieczeństwo przed utratą danych, oszczędność kosztów oraz wydajność i niezawodność.

Jedna piąta spośród korzystających z Cloud zauważa zagrożenia związane z przetwarzaniem danych w chmurze.



Jednolity Rynek Cyfrowy

Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw nie sprzedaje towarów ani też nie świadczy swoich usług na rynkach zagranicznych (96,1%). Badani w tej grupie podkreślają, że aby mogli oni obsługiwać odbiorców zagranicznych w ich firmie musiałyby zmienić się przede wszystkim procedury (76,4%).

Ponad 73% badanych raczej nigdy nie będzie sprzedawało swoich produktów oraz/lub usług przez internet w innych krajach UE.

Około 84% badanych nie prowadzi sprzedaży przez internet.

Firmy prowadzące sprzedaż online osiągają blisko 76% wartości sprzedaży od odbiorców z Polski. Z krajów UE jest to jedynie 24% wartości sprzedaży, a w przypadku firm sprzedających poza UE jest to 10,5% wartości sprzedaży internetowej.

Najczęściej wskazywaną trudnością przy prowadzeniu sprzedaży internetowej do innych krajów UE były zbyt drogie rozstrzygnięcie sporów i załatwianie reklamacji zagranicznych (38,4%).

Zdecydowana większość firm w ostatnim roku nie dokonała zakupu towarów ani usług na rynku zagranicznym (93,6%).

Podsumowanie



Ogólna ocena rynku telekomunikacyjnego

Badane firmy pozytywnie oceniają funkcjonowanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce. Najwyżej ocenianym aspektem funkcjonowania tego rynku jest dopasowanie do potrzeb (91,8%) i dostępność (90,3%).

26% respondentów zauważyło pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku. Pozytywne zmiany, które zauważono to głównie obniżka cen (41,3%), dynamiczny rozwój technologii (41,3%), większa liczba ofert (36,5%), jak również lepszy zakres ofert (36,5%).

Co czwarty badany przedsiębiorca wskazuje, że operatorzy komunikacyjni, którzy na co dzień ze sobą konkurują, podejmują także współpracę. Chodzi tu zwykle o łączenie produktów lub usług w pakiety (46,7%) bądź wprowadzanie do oferty nowych usług (41,3%).

Zdecydowana większość badanych (71,7%) pozytywnie ocena dotychczasowe działania UKE.

Objaśnienia

Nota metodologiczna

- Zaprezentowane w raporcie dane zostały poddane procedurze ważenia analitycznego, mającego na celu korektę struktury zrealizowanej próby względem populacji.
- Dane procentowe zaprezentowane w raporcie są wartościami ważonymi. Dane liczbowe (N) to dane nieważone.
- Wyjątek od powyższego stanowią dane metryczkowe (społeczno-demograficzne), w których wartości procentowe również są danymi nie poddanymi ważeniu.
- Na wykresach kolumnowych i słupkowych, suma wartości może przekraczać 100% - możliwe było wskazanie więcej niż jednej pasującej odpowiedzi.
- Na wykresach kołowych oraz wykresach skumulowanych suma poszczególnych wartości procentowych może wynosić 99,9% lub 100,1%. Jest to wynikiem stosowanych zaokrągleń w wartościach liczbowych po przecinku.
- Net Promoter Score (NPS) – narzędzie oceny lojalności klientów danej firmy. Żeby wyliczyć wskaźnik, należy zagregować oceny 0-6 oraz 9-10. Wynik to różnica między zagregowaną oceną 9-10 oraz 0-6.

uke.gov.pl