

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

Raport z badania klientów indywidualnych

Raport z badania ilościowego
Grudzień 2020



Rzeczpospolita
Polska

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



3	Informacje o badaniu
6	Informacje o respondentach
9	Najważniejsze ustalenia
17	Wyniki szczegółowe
19	Telefonia komórkowa
33	Telefonia stacjonarna
36	Dostęp do internetu
41	Internet stacjonarny
45	Internet mobilny
50	Usługi wiązane
54	Bezpieczeństwo w sieci
62	Usługi „Over-The-Top” (OTT)
69	Usługi Internet of Things (IoT)
73	Sieć 5G
76	Ocena rynku telekomunikacyjnego
82	Wpływ COVID-19 na rynek telekomunikacyjny

Informacje o badaniu

UKE

Podstawowe informacje o badaniu

UKE

Główny cel badania:	Poznanie opinii w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych
Grupa badana:	Klienci indywidualni
Wielkość próby	N=2104
Dobór próby:	Próba losowo-kwotowa, warstwowana ze względu na lokalizację, wiek i płeć
Technika:	CAWI - ankiety internetowe
Termin realizacji:	Listopad 2020 r.
Wykonawca:	ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o.



Uwaga: ze względu na zastosowane zaokrąglenia do pełnych wartości dane na wykresach w pytaniach jednokrotnego wyboru mogą nie sumować się do 100%.



Informacje o respondentach

UKE

Profil społeczno-demograficzny (1/2)

Płeć



Wiek

■ 15-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-65 ■ 66 i więcej



Województwo



Wykształcenie



Wielkość miejscowości zamieszkania

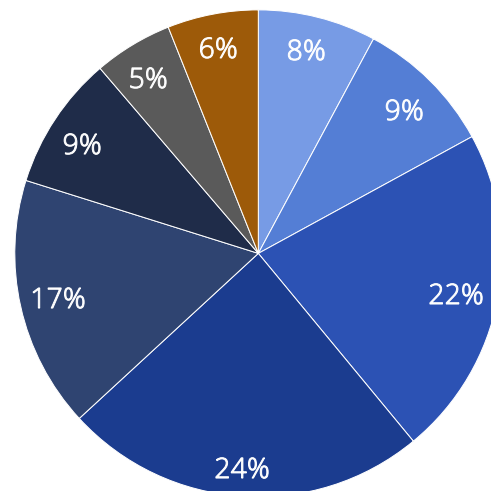
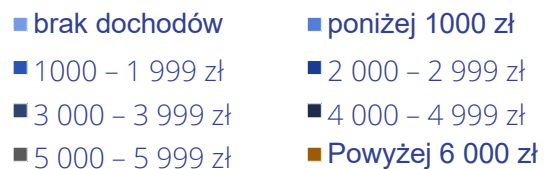


Profil społeczno-demograficzny (2/2)

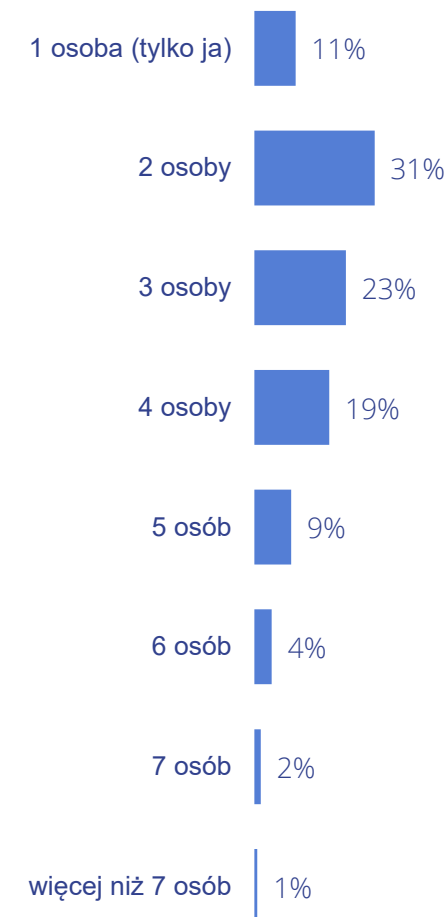
Sytuacja zawodowa



Osobisty miesięczny dochód netto



Wielkość gospodarstwa domowego



Najważniejsze ustalenia

UKE

Najważniejsze ustalenia (1/7)

USŁUGI TELEKOMUNIKACYJNE

- Prawie wszyscy Polacy korzystają z telefonii komórkowej. Aż 97% badanych deklaruje, że korzysta z tej usługi. Najczęściej wybieraną przez badanych ofertą telefonii komórkowej jest abonament. Jedynie nieco ponad ¼ badanych wybiera doładowania pre-paid. Najmniejszą popularnością cieszy się natomiast oferta mix czyli stała opłata miesięczna, po przekroczeniu, której trzeba doładować dodatkową kwotę.
- Aż 92% badanych posiadających telefon komórkowy korzysta za jego pośrednictwem z Internetu. W ponad połowie przypadków jest to internet w ramach abonamentu czyli usługa post-paid. Jedynie 1/5 badanych korzysta z internetu w telefonie wykorzystując doładowania pre-paid.
- Polacy korzystają z internetu w telefonie głównie w celu przeglądania stron internetowych, używania komunikatorów oraz odbierania maili. Najrzadziej natomiast udostępniają w ten sposób treści multimedialne na blogach lub serwisach takich jak YouTube oraz prowadzą sprzedaż przez internet.

KOMUNIKATORY INTERNETOWE

- Komunikatory internetowe cieszą się wśród badanych sporą popularnością. Aż 4/5 Polaków korzystających z telefonów komórkowych używa tego typu aplikacji. Najbardziej popularnymi komunikatorami są Messenger, którego używa 89% osób korzystających z komunikatorów oraz WhatsApp, którego użytkuje 58% badanych.
- Połączenia tradycyjne w sieci ruchomej nadal jednak są najbardziej popularną formą rozmów głosowych. Jedynie 28% badanych przyznaje, że najczęściej wybiera połączenia głosowe realizowane za pośrednictwem komunikatorów internetowych.
- Największą zaletą komunikatorów internetowych według Polaków jest brak opłat związanych z użytkowaniem aplikacji. Zalety, na które zwraca uwagę prawie połowa badanych, korzystających z tych rozwiązań, to stabilne łącze oraz brak konieczności posiadania numeru telefonu rozmówcy.

Najważniejsze ustalenia (2/7)

ROAMING

- Ponad połowa respondentów biorących udział w badaniu deklaruje, że ma świadomość funkcjonowania na obszarze UE/EOG zasady RLAH (Roam Like At Home) od 15 czerwca 2017. Jednocześnie ponad połowa badanych korzystających z telefonii komórkowej nie wie jak sprawdzić wielkość pakietu danych w swoim telefonie.
- 58% osób korzystających z roamingu deklaruje, że zna wielkość pakietu danych jaki ma do wykorzystania w ramach tej usługi.

AUTOMATYCZNE POWIADOMIENIA SMS

- Ponad połowa Polaków korzystających z telefonii komórkowej spotkała się z usługą automatycznych powiadomień SMS. Najczęściej respondenci otrzymują w ten sposób wiadomości systemowe od operatorów sieci komórkowych, alerty RCB oraz powiadomienia od kurierów. Zdecydowana większość osób, które spotkały się z automatycznymi powiadomieniami SMS ocenia je pozytywnie. Najczęściej akceptowalna dzienna liczba powiadomień to od 1 do 3 wiadomości.

TELEFONIA STACJONARNA

- Telefony stacjonarne nie są popularną usługą wśród Polaków. Jedynie 1/5 badanych korzysta z tego rozwiązania.
- Respondenci korzystający z usługi telefonii stacjonarnej najczęściej przyznają, że korzystają z niej dlatego, że otrzymali ją w pakiecie z internetem lub po prostu używają telefonu stacjonarnego z przyzwyczajenia.
- Najbardziej istotnym elementem usługi telefonii stacjonarnej według badanych, którzy korzystają z niej jest jej niezawodność.

DOSTĘP DO INTERNETU

- 85% badanych deklaruje korzystanie z internetu. Osoby, które deklarują, że nie korzystają z internetu najczęściej przyznają, że mają słaby zasięg w miejscu zamieszkania oraz że wystarcza im korzystanie w internecie w miejscu pracy.
- Najbardziej popularnym rodzajem dostępu do internetu jest dostęp stacjonarny, z którego korzysta większość badanych. Ponad połowa osób korzystających z internetu wykorzystuje dostęp mobilny na telefonach komórkowych.

Najważniejsze ustalenia (3/7)

INTERNET STACJONARNY

- 67% klientów indywidualnych w domach korzysta z internetu stacjonarnego, wydając na to przeciętnie niespełna 61 zł. Korzystna cena jest głównym kryterium wyboru oferty (40% wybierając prędkość internetu kieruje się właśnie tym czynnikiem). Ponad połowa użytkowników nie potrafi przy tym określić prędkości posiadanego internetu.
 - Przywiązanie do tego rodzaju dostępu jest ograniczone. Większość (prawie 2/3) użytkowników internetu stacjonarnego nie wyklucza rezygnacji z niego na rzecz internetu mobilnego – kluczowym czynnikiem zmiany byłaby tu korzystniejsza oferta (33%), lub lepszy zasięg. Rezygnacja może być też podyktowana spadkiem zadowolenia z obecnej oferty (gorsza jakość, wyższa cena).
- Jednocześnie prawie co 3 użytkownik internetu mobilnego w Polsce korzysta z niego na komputerze.
 - Średnie miesięczne koszty dostępu są niższe niż w przypadku dostępu stacjonarnego i wynoszą mniej niż 50 zł.
 - Kluczowym argumentem decydującym o wyborze tej formy dostępu jest możliwość korzystania poza domem (45%).
 - Limitowany transfer danych nadal jest standardem, choć 28% użytkowników internetu mobilnego deklaruje brak takiego limitu. Wybór wielkości limitu transferu danych podyktowany jest głównie ceną (42%). Co 4 użytkownik przyznaje, że wyższy limit nie jest mu potrzebny.
 - Podobnie jak w przypadku internetu stacjonarnego, duża część użytkowników (71%) nie wyklucza zmiany rodzaju dostępu. Kluczowymi i niemal równoważnymi czynnikami zmiany są tu: pogorszenie zasięgu, możliwość skorzystania z lepszej jakości łącza w przypadku internetu stacjonarnego, podwyżka ponoszonych kosztów lub po prostu lepsza oferta internetu stacjonarnego.

INTERNET MOBILNY

- Internet mobilny wykorzystywany jest przede wszystkim na urządzeniach mobilnych – w tym głównie telefonach. Część użytkowników (22%) otrzymała internet mobilny w pakiecie ze stacjonarnym.

Najważniejsze ustalenia (4/7)

USŁUGI WIĄZANE

- Usługi wiązane są rozwiązaniem popularnym, choć jeszcze nie powszechnym – korzysta z niego mniej niż połowa Polaków. Średni miesięczny koszt nieznacznie przekracza 120 zł.
- Najczęściej pakiet obejmuje telewizję (75%) oraz internet stacjonarny (67%). Usługi mobilne – telefonię i internet w pakiecie posiada mniej niż połowa użytkowników.
- Większość użytkowników jest zadowolona z usług wiązanych

BEZPIECZEŃSTWO W SIECI

- Polacy dość często korzystają z programów do zabezpieczenia komputerów (75%), jednak przywiązują mniejszą wagę do zabezpieczania telefonów (tu odsetek wynosi 47%).
- Dbłość o aktualność oprogramowania jest zróżnicowana – w zależności od urządzeń – najwyższa dla telefonów komórkowych (87%), najniższa – dla komputerów stacjonarnych (53%).

- Polacy przywiązują dużą wagę do bezpieczeństwa w sieci (95%), choć ma to ograniczone przełożenie na praktykę – niespełna 40% korzysta z rozwiązań zwiększających poziom prywatności – przede wszystkim bezpiecznych przeglądarek (69%) oraz programów antywirusowych (61%).
- Dokładne czytanie regulaminów nie jest powszechnie stosowaną praktyką – jedynie co 3 Polak korzystający z internetu deklaruje takie postępowanie w każdym przypadku.
- Polacy deklarują ostrożne podejście do kwestii udostępniania danych - świadomość udostępniania swoich danych w Internecie (69%) lub brak udostępniania danych (21%). Jednocześnie 18% badanych przyznaje, że padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem danych.
- Świadomość zagrożeń związanych z korzystaniem z sieci jest dość wysoka. Najczęściej wskazywane jest wyłudzenie loginów i haseł (77%) oraz kradzież tożsamości.
- Do zamieszczania zdjęć bliskich w Internecie – przynajmniej czasami – przyznaje się prawie 60% jego użytkowników.

Najważniejsze ustalenia (5/7)

USŁUGI „OVER-THE-TOP” (OTT)

- Choć usługi te są dość często wykorzystywane, samo pojęcie jest praktycznie nieznane (91%).
- Najpowszechniej stosowane są usługi komunikacji internetowej (60%). Co 3 użytkownik internetu korzysta z usług aplikacyjnych, nieco mniej – z wideo oraz wideokonferencji.
- 2/3 osób nie odrzuca zamiany usług tradycyjnych na OTT lub korzystania z obu typów równolegle. Gotowość zamiany dotyczy przede wszystkim połączeń telefonicznych (25%).
- Znaczna grupa (61%) osób korzystając z płatnej telewizji nie zdecydowałaby się na dodatkową subskrypcję wideo OTT.
- Obecnie z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej korzysta 70% Polaków z badanej grupy. Średni miesięczny koszt wynosi prawie 70 zł.
- O wyborze dostawcy usług wideo OTT decyduje głównie cena subskrypcji (67%), na drugim miejscu wskazywany jest контент, istotny dla prawie połowy użytkowników.
- Osoby korzystające z subskrypcji dość rzadko (35%) rozważają całkowitą rezygnację z telewizji kablowej lub satelitarnej.

- Prawie połowa osób, które zdecydowały się na subskrypcję wideo, najczęściej korzysta z niej co najmniej kilka razy w tygodniu. Co 5 osoba – kilka razy w miesiącu. Najczęściej wybierane są filmy (83%) i seriale (69%).

USŁUGI INTERNET OF THINGS (IOT)

- Pojęcie internetu rzeczy jest mało znane - spotkało się z nim tylko 15% Polaków. Najczęściej jest ono kojarzone z zastosowaniem w domach i innych budynkach (71%). Jest to też zastosowanie uważane za najbardziej przydatne (64%), a łatwiejsze zarządzanie domem to w percepcji badanych kluczowa korzyść płynąca z IoT.
- Na kolejnych miejscach, zarówno jeśli chodzi o znajomość, jak i przydatność, znajdują się inteligentne miasta i systemy pomiarowe.
- Oprócz inteligentnych domów, istotnymi korzyściami są: możliwość monitorowania stanu zdrowia, korzystanie z aplikacji powiadomień dotyczących zagrożeń i łatwiejszy dostęp do danych.

Najważniejsze ustalenia (6/7)

SIEĆ 5G

- Pojęcie sieci 5G jest znane większości Polaków (87%).
- Kwestia umieszczenia nadajnika w pobliżu miejsca zamieszkania spotyka się z różnymi postawami, mając prawie tyle samo zwolenników co przeciwników.
- Widoczne jest przekonanie, że pole elektromagnetyczne jest szkodliwe dla zdrowia (67%).
- Użytkownicy telefonii komórkowej są z reguły zadowoleni z parametrów obecnego dostępu.

OCENA RYNKU TELEKOMUNIKACYJNEGO

- Funkcjonowanie rynku telekomunikacyjnego jest raczej pozytywnie oceniane i nie budzi szerszych zastrzeżeń. Najlepiej ocenianymi aspektami usług telekomunikacyjnych jest dostęp do usług (możliwość wyboru), zakres oferowanych na rynku usług do swoich potrzeb oraz ich jakość.
- 28% Polaków dostrzega pozytywne zmiany na rynku w ciągu ostatniego roku – w tym głównie większą liczbę ofert (62%) i dynamiczny rozwój technologii (60%)

- Nieco mniejszy odsetek (18%) dostrzega zmiany negatywne – ze wzrostem cen na pierwszym miejscu (53%)
- Pojęcie PRO speed testu (bezpłatnego certyfikowanego mechanizmu monitorowania jakości dostępu do internetu) nie jest powszechnie znane. Spotkało się z nim 21% Polaków. Osoby te najczęściej stosowały je do pomiaru jakości transferu danych (68%). Inne zastosowania są wykorzystywane znacznie rzadziej.
- UKE nie jest urzędem powszechnie znanym – słyszało o nim 41% Polaków. Większa ich część nie ma wyrobionego zdania o działaniach UKE. Wśród pozostałych osób przeważają pozytywne opinie (26%).

Najważniejsze ustalenia (7/7)

WPŁYW COVID-19 NA RYNEK TELEKOMUNIKACYJNY

- Sytuacja obecnie panującej pandemii COVID-19 odcisnęła piętno na wielu aspektach życia Polaków. Usługi telekomunikacyjne odgrywają w tym szczególnym czasie bardzo istotną rolę gdyż stanowią jedyny substytut dla osobistych kontaktów międzyludzkich.
- Aż połowa Polaków zaobserwowała wzrost zapotrzebowania na usługi telekomunikacyjne w czasie pandemii. Najczęściej wykorzystywanymi usługami były połączenia głosowe oraz komunikatory internetowe wskazywane przez co drugą z tych osób. Prawie co trzecia osoba wymieniała także portale społecznościowe, wiadomości SMS oraz – nieco rzadziej – zakupy online.
- Czas epidemii miał widoczne, choć ograniczone przełożenie na wybór usług – zarówno w przypadku internetu mobilnego, jak i stacjonarnego, dotyczył 20% klientów indywidualnych. Usługi telekomunikacyjne w czasie epidemii były raczej dobrze oceniane, Co najmniej połowa pozytywnie ocenia dostępność usług i jakość połączeń, choć w tym ostatnim przypadku pojawiło się relatywnie sporo zastrzeżeń (15%). Ceny usług pozytywnie ocenia 43% Polaków, natomiast zastrzeżenia zgłasza 13%.
- Epidemia wpłynęła na wydłużenie połączeń głosowych w sieciach stacjonarnych u co 3 Polaka. W nieco mniejszym stopniu wpłynęła na wzrost liczby wysyłanych SMS-ów (27%) i MMS-ów (18%).
- Polacy w czasie pandemii częściej korzystają z komunikatorów internetowych – zmianę taką deklaruje aż 59% z nich, Obserwowany jest też pewien wpływ pandemii na częstość korzystania z narzędzi do wideokonferencji – wzrost częstości korzystania deklaruje 27%.
- Ponad połowa Polaków nie spotkała się z problemami związanymi ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych. Pozostałe osoby najczęściej wskazują na wzrost cen (20%), a w dalszej kolejności – na pogorszenie jakości usług (15%), pogorszenie zakresu ofert (11%) i obsługi klienta (10%).

Wyniki szczegółowe

UKE

Usługi telekomunikacyjne

Prawie wszyscy Polacy korzystają z telefonii komórkowej. Jedynie 15% osób biorących udział w badaniu deklaruje, że nie korzysta z internetu. Natomiast tylko 1/5 Polaków korzysta z telefonów stacjonarnych.

Z których z wymienionych usług telekomunikacyjnych Pan/Pani korzysta?



Telefonia komórkowa **97%**



Internet **85%**



Telefon stacjonarny **20%**





Telefonia komórkowa

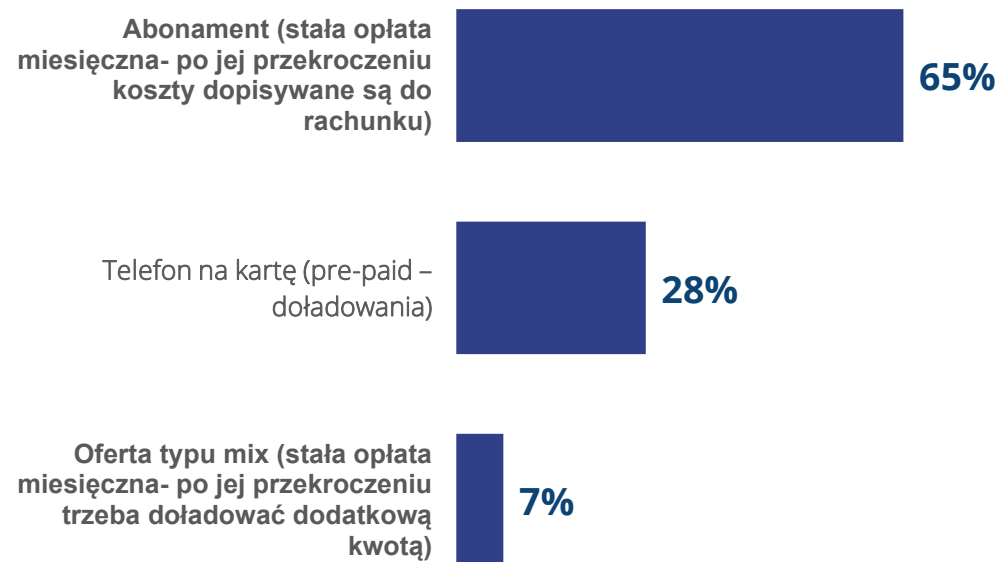
UKE

Warunki oferty

Większość badanych, którzy korzystają z telefonii komórkowej korzysta z oferty abonamentu czyli stałej opłaty miesięcznej.

RODZAJ OFERTY

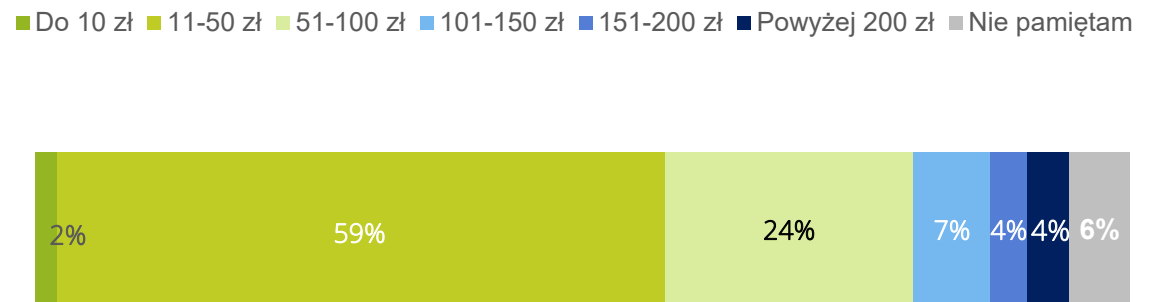
Z jakiego typu oferty komórkowej Pan/Pani korzysta?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z telefonii komórkowej, N=2043

WYSOKOŚĆ MIESIĘCZNEGO RACHUNKU

Ile średnio miesięcznie wydaje Pan/Pani na korzystanie z telefonii komórkowej?



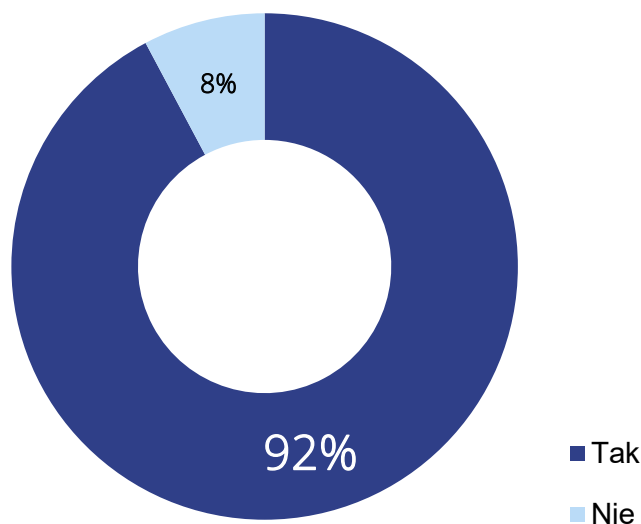
Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z telefonii komórkowej, N=1884

Internet w telefonie

Większość Polaków, którzy używają telefonów komórkowych korzysta również z internetu w telefonie, wykorzystując przy tym najczęściej internet w ramach abonamentu.

UŻYTKOWANIE

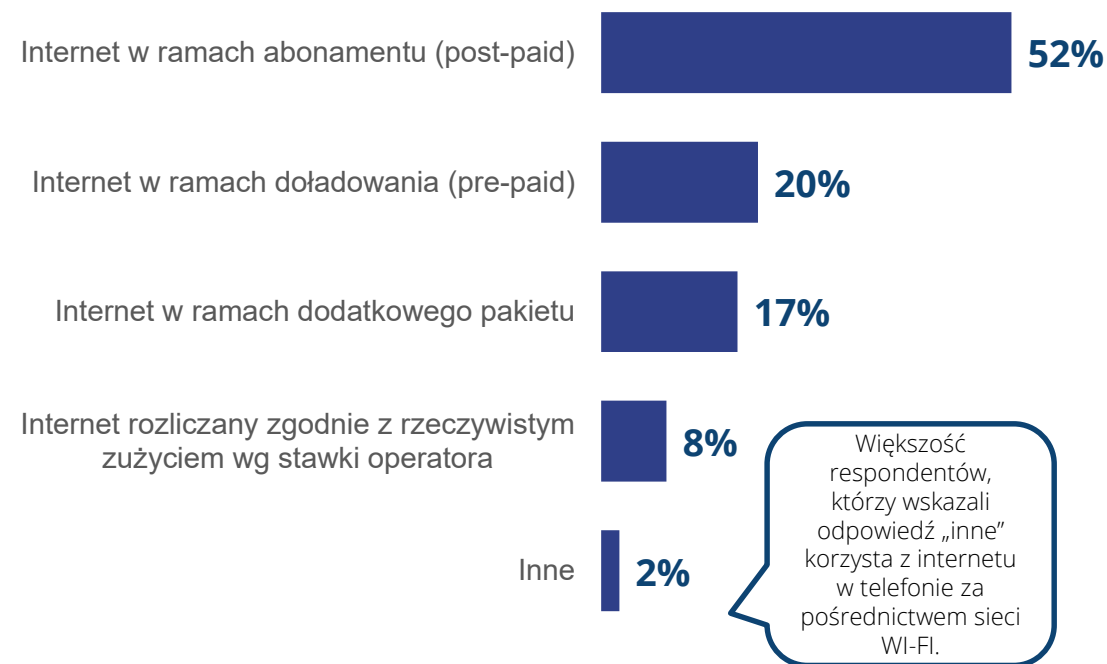
Czy korzysta Pan/Pani z internetu w telefonie?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z telefonii komórkowej, N=2043

RODZAJ INTERNETU

Z jakiego rodzaju dostępu do internetu w telefonie Pan/Pani korzysta?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z internetu w telefonie, N=1907

Internet w telefonie

Polacy korzystają z internetu w telefonie głównie w celu przeglądania stron internetowych, używania komunikatorów oraz odbierania i wysyłania maili. Najczęściej natomiast udostępniają w ten sposób treści multimedialne na blogach lub serwisach takich jak YouTube oraz prowadzą sprzedaż przez internet.

SPOSÓB WYKORZYSTANIA INTERNETU W TELEFONIE

W jakim celu korzysta Pan/Pani z internetu w telefonie?

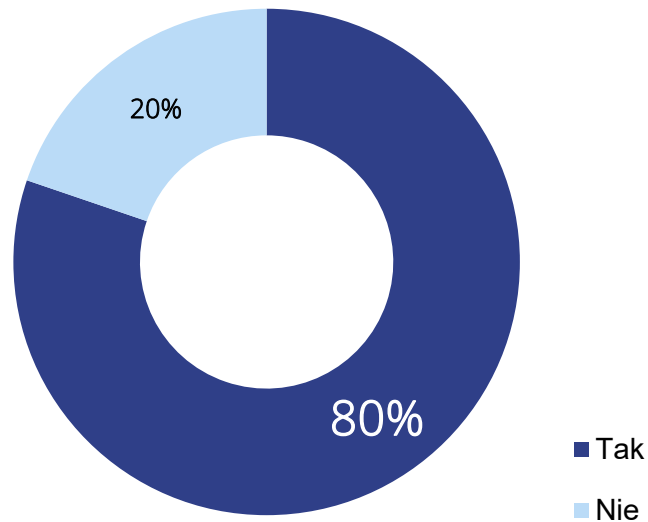


Komunikatory internetowe w telefonie

Aż 4/5 Polaków korzystających z telefonów komórkowych używa komunikatorów internetowych. Najbardziej popularnymi aplikacjami są Messenger, którego używa 89% osób korzystających z komunikatorów oraz WhatsApp, którego użytkuje 58% badanych.

KORZYSTANIE

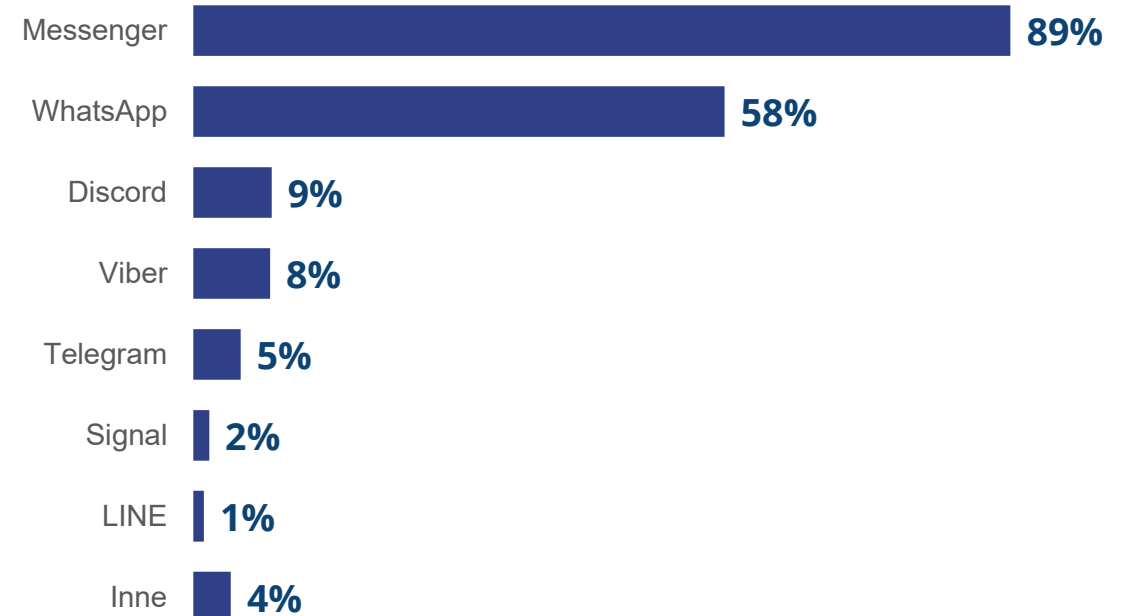
Czy korzysta Pan/Pani z komunikatorów internetowych w telefonie?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z telefonii komórkowej, N=2043

WYKORZYSTYWANE KOMUNIKATORY

Z jakich komunikatorów w telefonie Pan/Pani korzysta?



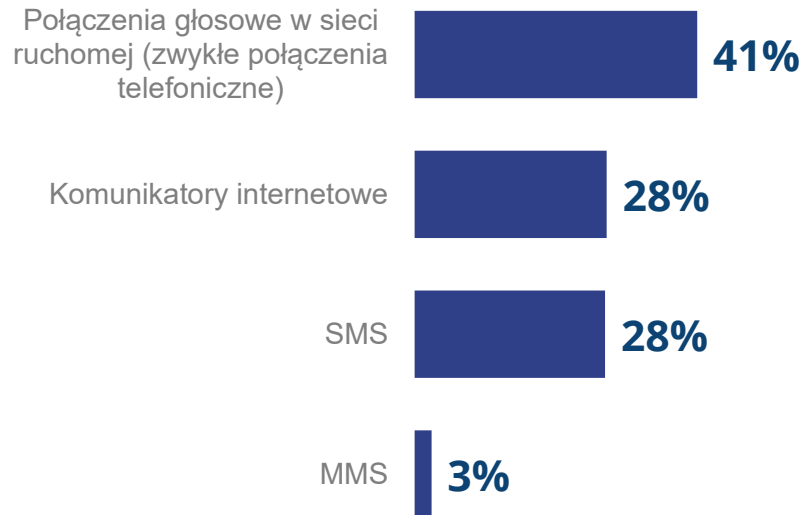
Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający komunikatorów internetowych w telefonie, N=1675

Komunikatory internetowe w telefonie

Najczęściej wybierana usługą wśród tych jakie oferuje telefonia komórkowa są połączenia głosowe w sieci ruchomej.

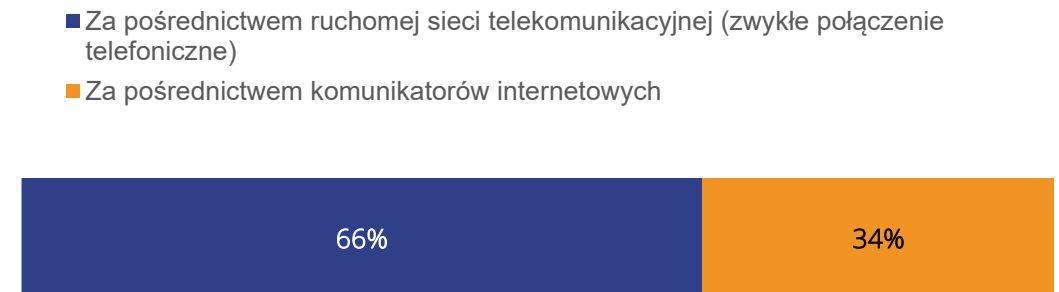
NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE USŁUGI

Proszę wskazać jaką usługę wybiera Pan/i najczęściej



PREFERENCJE DOTYCZĄCE POŁĄCZEŃ GŁOSOWYCH

Czy preferuje Pan/Pani połączenia głosowe wykonywane w sieci ruchomej czy za pośrednictwem aplikacji zainstalowanych na telefonie, tj. komunikatorów internetowych?



Komunikatory internetowe w telefonie

Największą zaletą komunikatorów internetowych według Polaków jest to że można z nich korzystać za pośrednictwem darmowych aplikacji. Zalety, na które zwraca uwagę prawie połowa badanych, korzystających z tych rozwiązań to stabilne łącze oraz brak konieczności posiadania numeru telefonu rozmówcy.

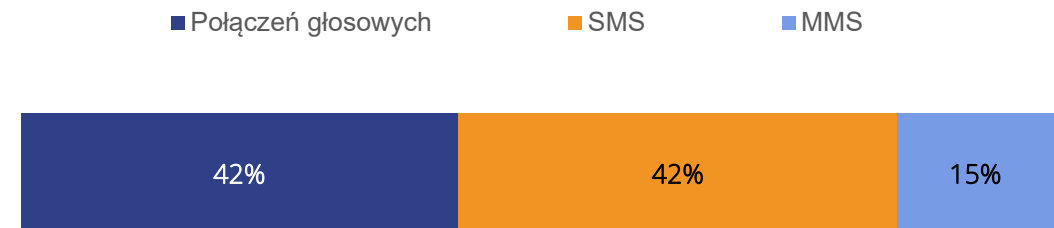
ZALETY KOMUNIKATORÓW INTERNETOWYCH

Jakie zalety widzi Pan/Pani w korzystaniu z komunikatorów internetowych?



USŁUGI, DLA KTÓRYCH KOMUNIKATORY STANOWIĄ NAJWIĘKSZĄ KONKURENCJĘ

Dla której z usług, Pana/Pani zdaniem, komunikatory internetowe stanowią największą konkurencję?



Komunikatory internetowe w telefonie

Wśród osób korzystających z telefonów komórkowych najbardziej popularne są tradycyjne połączenia głosowe. Jedynie 2% osób używających telefonów komórkowych wykonuje rozmowy głosowe tylko po przez komunikatory internetowe.

SPOSÓB KORZYSTANIA Z POŁĄCZEŃ GŁOSOWYCH

Proszę wskazać w jaki sposób najczęściej korzysta Pan/Pani z połączeń głosowych.



Komunikatory internetowe w telefonie

Wiadomości SMS są najbardziej popularne wśród możliwości wysyłania wiadomości tekstowych za pośrednictwem telefonów komórkowych.

SPOSÓB WYSYŁANIA WIADOMOŚCI

Proszę wskazać w jaki sposób korzysta Pan/Pani najczęściej z usługi wysyłania wiadomości..



Komunikatory internetowe w telefonie

Badani najczęściej wysyłają treści multimedialne za pośrednictwem komunikatorów internetowych. W drugiej kolejności wybierają w tym celu usługę wysyłania wiadomości MMS.

SPOSÓB WYSYŁANIA TREŚCI MULTIMEDIALNYCH

Proszę wskazać w jaki sposób najczęściej wysyła Pan/Pani treści multimedialne z telefonu.



Komunikatory internetowe w telefonie

Aż ¼ badanych korzystających z komunikatorów internetowych w telefonie przyznaje, że komunikacja poprzez komunikatory internetowe jest funkcjonalniejsza niż ta wykorzystująca ruchomą sieć telekomunikacyjną.

FUNKcjONALNOŚĆ KOMUNIKACJI POPRZEZ KOMUNIKATORY INTERNETOWE

Czy Pana/Pani zdaniem, funkcjonalniejsza jest komunikacja poprzez komunikatory internetowe czy za pośrednictwem ruchomej sieci telekomunikacyjnej?

■ Komunikacja poprzez komunikatory internetowe ■ Komunikacja za pośrednictwem ruchomej sieci telekomunikacyjnej



Ponad połowa respondentów biorących udział w badaniu deklaruje, że ma świadomość funkcjonowania na obszarze UE/EOG zasady RLAH (Roam Like At Home) od 15 czerwca 2017. Jednocześnie ponad połowa badanych korzystających z telefonii komórkowej nie wie jak sprawdzić wielkość pakietu danych w swoim telefonie.

ZNAJOMOŚĆ WIELKOŚCI PAKIETU DANYCH DO WYKORZYSTANIA

Czy zna Pan/Pani wielkość pakietu danych (Internetu w telefonie) możliwego do wykorzystania podczas podróży zagranicznych na obszarze UE/EOG?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z roamingu, N=673

Czy wie Pan/Pani, jak można sprawdzić wielkość pakietu danych (Internetu w telefonie) możliwego do wykorzystania podczas podróży zagranicznych na obszarze UE/EOG?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

ZNAJOMOŚĆ ZASADY RLAH

Czy ma Pan/Pani świadomość, że od 15 czerwca 2017 podczas podróży zagranicznych na obszarze UE/EOG obowiązuje zasada RLAH (Roam Like At Home)? Reguła RLAH oznacza, że krajowe pakiety usług (minut, SMS) oraz określony pakiet transmisji danych są dostępne na obszarze Unii Europejskiej bez dodatkowych kosztów. Posiadając pakiet 1000 minut można z niego korzystać na takich samych zasadach w kraju jak i przebywając za granicą.

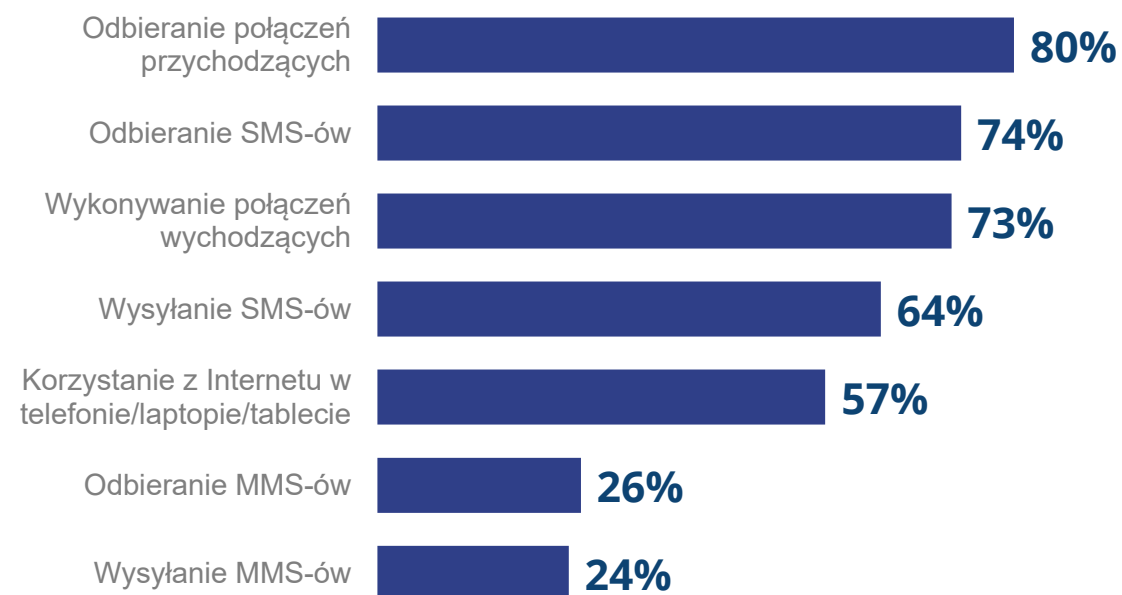


Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

Badani w ramach roamingu najczęściej korzystają z odbierania połączeń przychodzących oraz odbierania wiadomości SMS.

KORZYSTANIE Z USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH W RAMACH ROAMINGU

Z jakich usług telekomunikacyjnych korzystał(a) Pan/pani w roamingu?

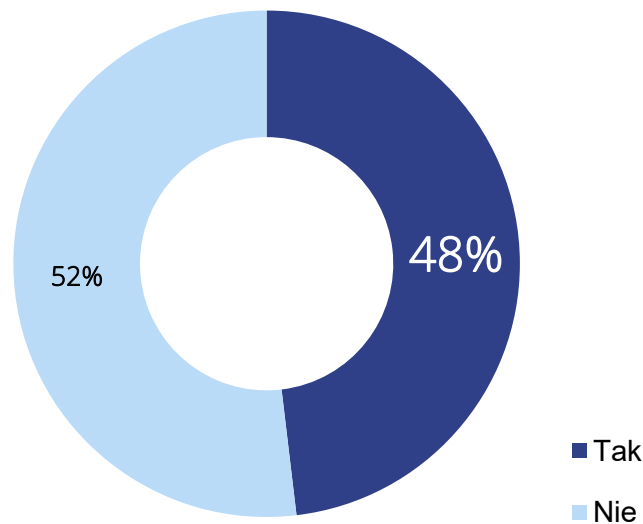


Automatyczne powiadomienia SMS

Ponad połowa Polaków korzystających z telefonii komórkowej spotkała się z usługą automatycznych powiadomień SMS. Najczęściej respondenci otrzymują w ten sposób wiadomości systemowe od operatorów sieci komórkowych, alerty RCB oraz powiadomienia od kurierów.

STYCZNOŚĆ Z AUTOMATYCZNYMI POWIADOMIENIAMI

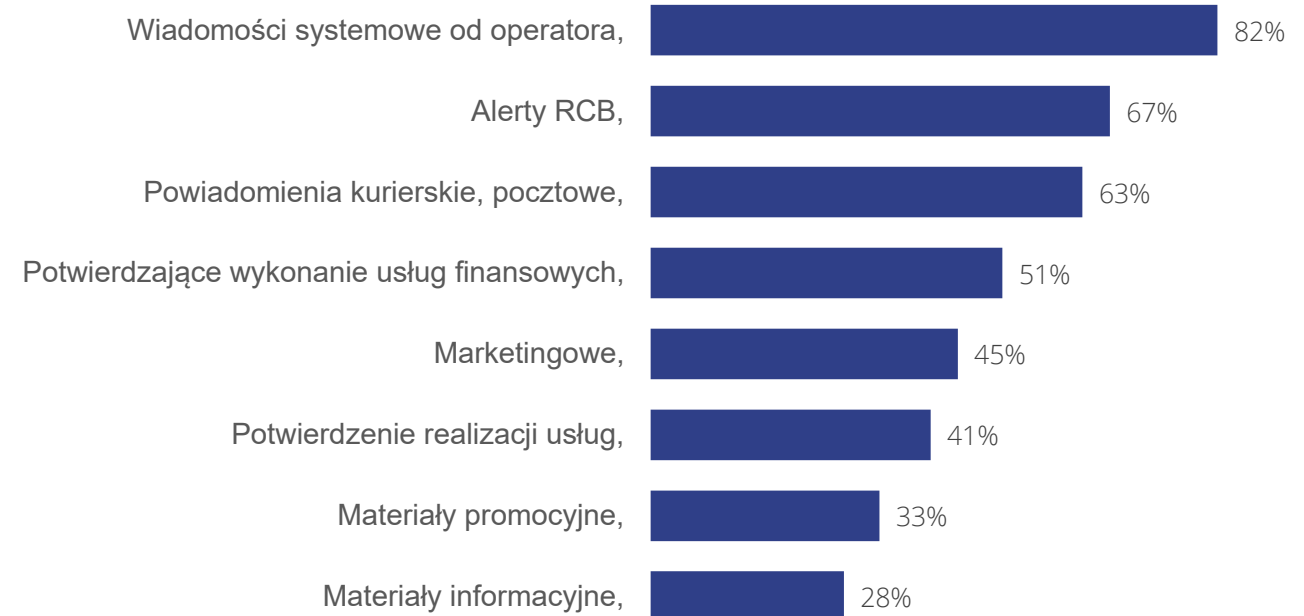
Czy spotkał(a) się Pan/Pani z usługami automatycznych powiadomień SMS



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z telefonii komórkowej, N=2043

RODZAJE OTRZYMYWANYCH POWIADOMIEŃ AUTOMATYCZNYCH

Z jakimi rodzajami automatycznych powiadomień SMS Pan/Pani się spotkał(a)?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy spotkali się z automatycznymi powiadomieniami, N=1042

Automatyczne powiadomienia SMS

Zdecydowana większość osób, które spotkały się z automatycznymi powiadomieniami SMS ocenia je pozytywnie. Najczęściej akceptowalna dzienna liczba powiadomień to od 1 do 3 wiadomości.

OCENA POWIADOMIEŃ SMS A2P

Jak ocenia Pan/Pani tego typu powiadomienia SMS (tzw. SMS A2P), z którymi Pan/Pani styka się na co dzień?

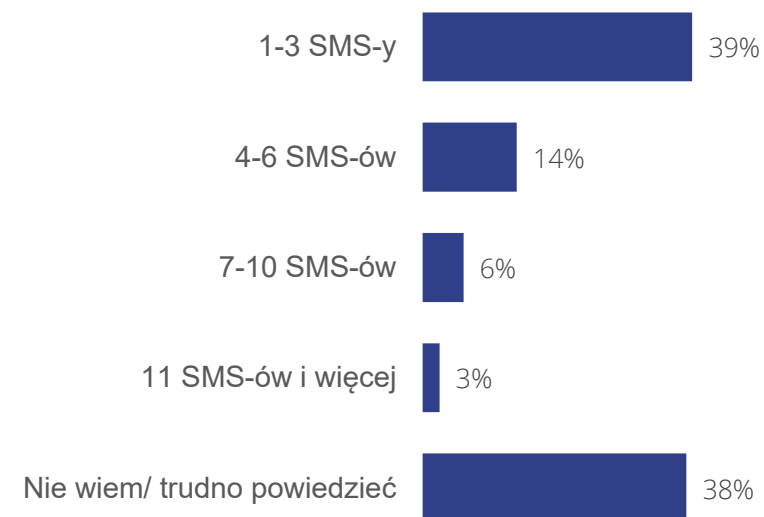
■ Pozytywnie ■ Raczej pozytywnie ■ Negatywnie ■ Raczej negatywnie ■ Nie mam zdania



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy spotkali się z automatycznymi powiadomieniami, N=1042

AKCEPTOWALNA LICZBA POWIADOMIEŃ SMS A2P

Jaka jest maksymalna liczba powiadomień SMS A2P w ciągu dnia, którą był(a)by Pan/Pani w stanie zaakceptować?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104



Telefonia stacjonarna

UKE

Korzystanie z usług

Respondenci korzystający z telefonów stacjonarnych najczęściej przyznają, że korzystają z nich dlatego, że otrzymali je w pakiecie z internetem lub po prostu z przyzwyczajenia.

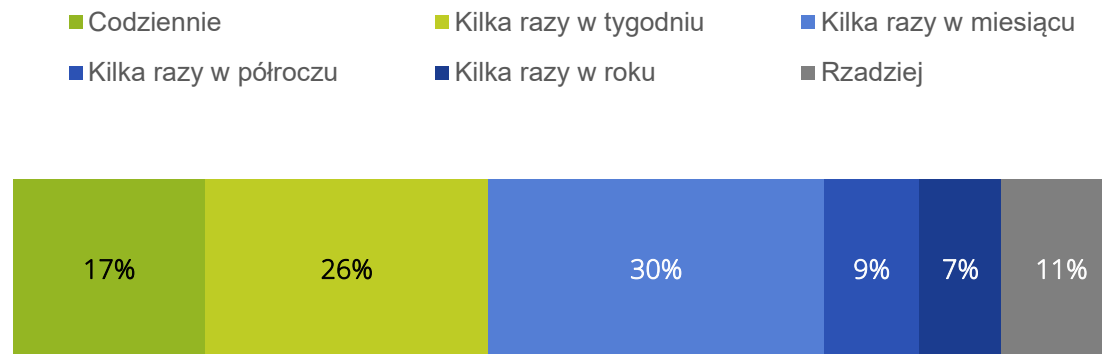
POWODY KORZYSTANIA

Dlaczego posiada Pan/Pani telefon stacjonarny?



CZĘSTOTLIWOŚĆ KORZYSTANIA

Jak często korzysta Pan/Pani z telefonu stacjonarnego

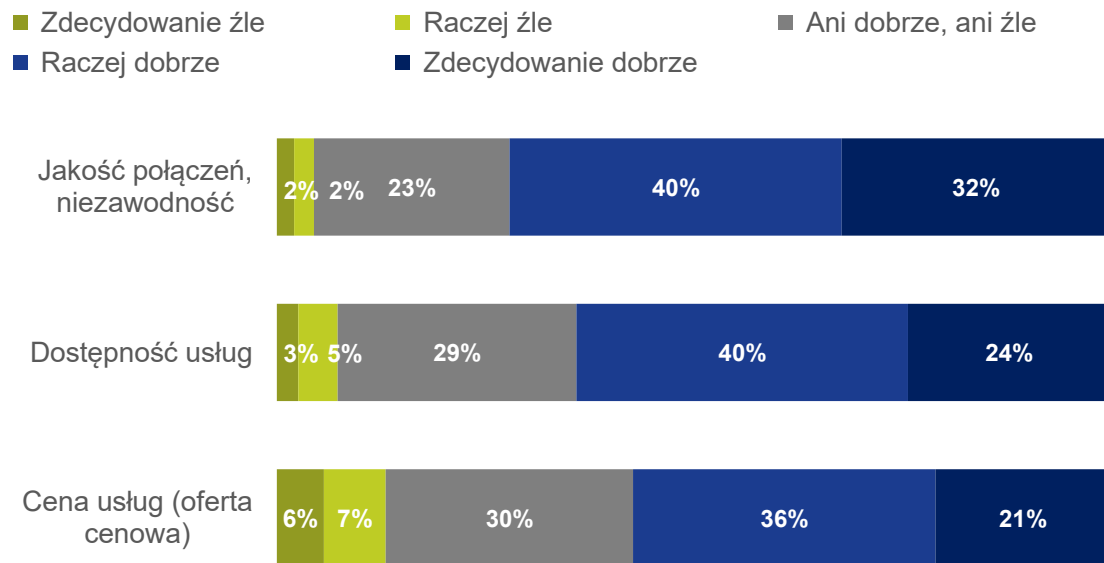


Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy korzystają z telefonii stacjonarnej, N=407

Respondenci korzystający z usług telefonii stacjonarnej najwyżej oceniają niezawodność tej usługi.

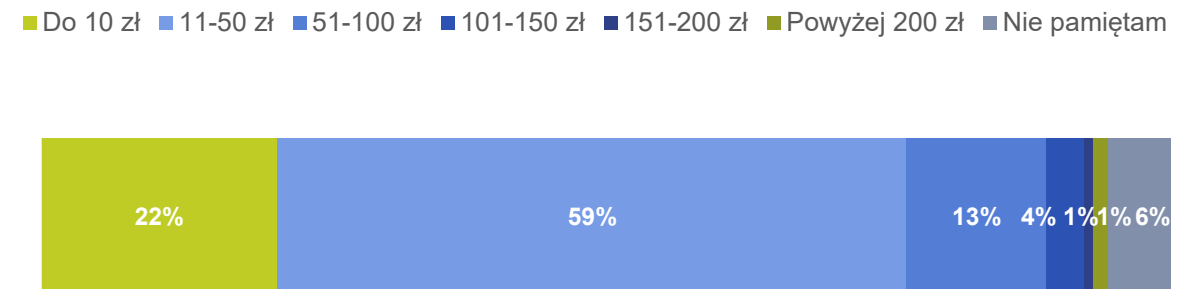
OCENA USŁUG

Jak ocenia Pan/Pani następujące elementy usługi telefonii stacjonarnej?



WYSOKOŚĆ MIESIĘCZNEGO RACHUNKU

Jaka jest przeciętna miesięczna wysokość Pana/Pani rachunku za telefon stacjonarny?





Dostęp do Internetu

UKE

Brak dostępu do internetu

Osoby, które deklarują, że nie korzystają z internetu najczęściej przyznają, że mają słaby zasięg w miejscu zamieszkania oraz że wystarczy im korzystanie z internetu w miejscu pracy.

POWODY BRAKU DOSTĘPU DO INTERNETU

Z jakich powodów nie posiada Pan/Pani dostępu do internetu?

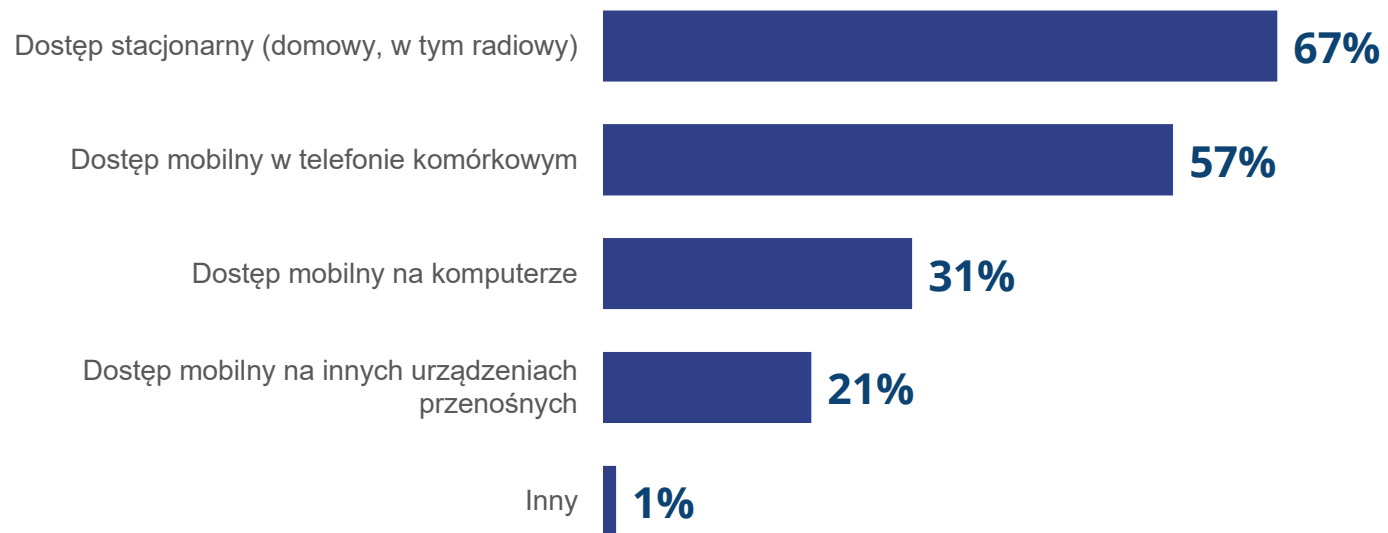


Dostęp do internetu

Najbardziej popularnym rodzajem dostępu do internetu jest dostęp stacjonarny, z którego korzysta większość badanych. Ponad połowa osób korzystających z internetu wykorzystuje dostęp mobilny na telefonach komórkowych.

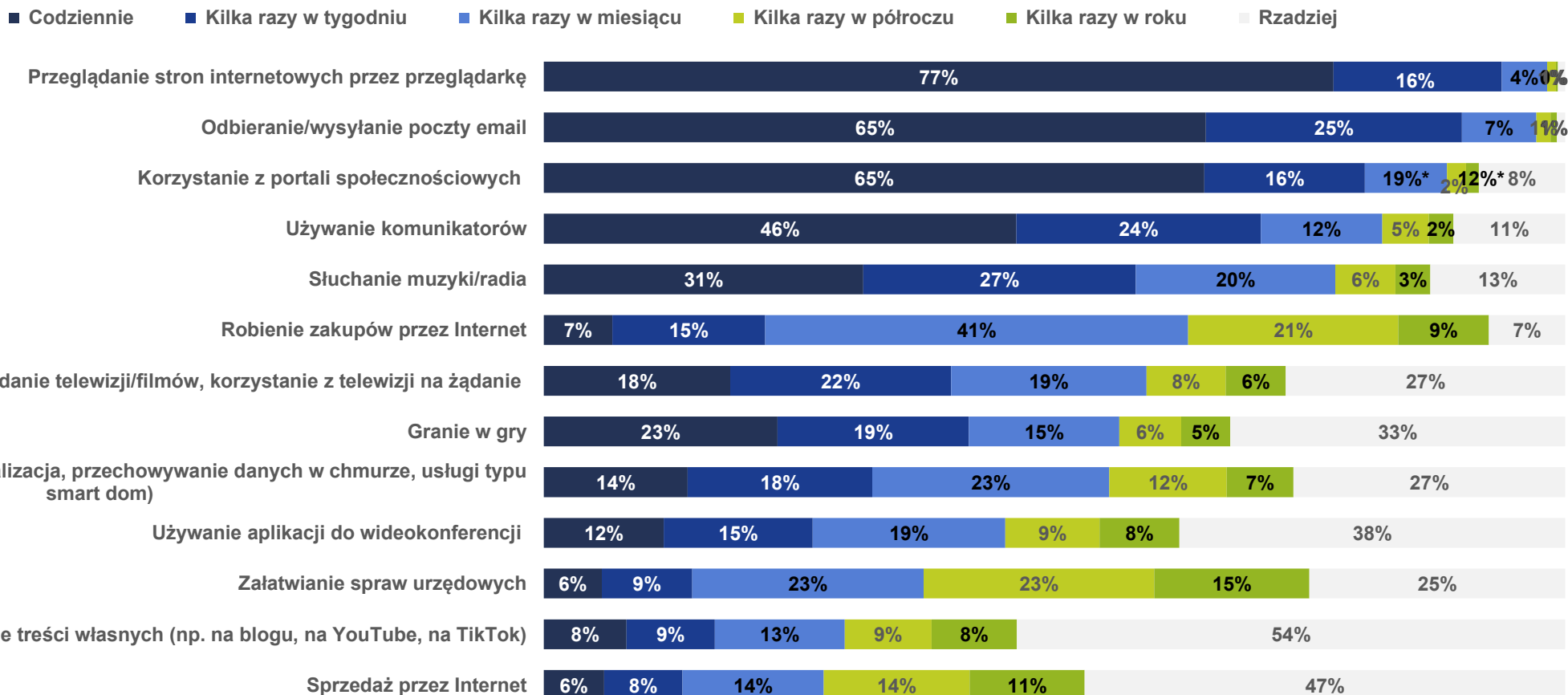
RODZAJ DOSTĘPU

Jakiego rodzaju dostęp do internetu (w domu/ prywatnie) Pan/Pani posiada?



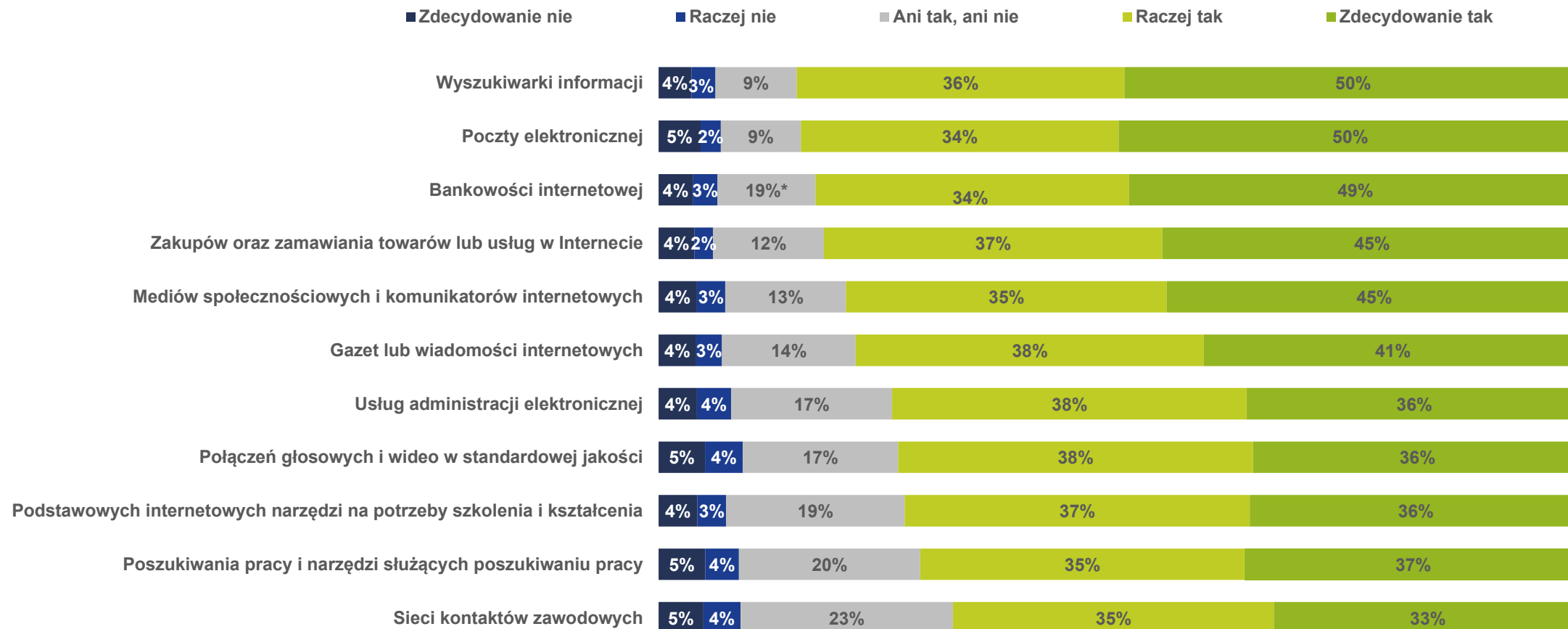
CZĘSTOTLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z USŁUG INTERNETOWYCH

Jak często w ciągu ostatniego roku korzystał(a) Pan/Pani z następujących usług internetowych?



ZADOWOLENIE

Czy uważa Pan/Pani, że posiadany przez Pana/Panią dostęp do internetu (nie dotyczy internetu w telefonie) zapewnia korzystanie z następujących usług na zadowalającym poziomie:





Internet stacjonarny

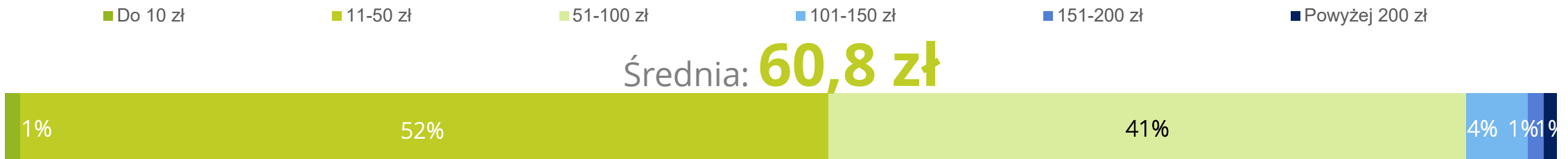
UKE

Wysokość rachunku za internet stacjonarny

Przeciętna miesięczna wysokość rachunku za internet stacjonarny najczęściej waha się w przedziale 11-50 zł (51% respondentów). Kwota ta często (39%) wynosi 51-100 zł. Wysokość rachunku 93% respondentów zamyka się w kwocie 100 zł. Średnia miesięczna wysokość rachunku za internet stacjonarny wszystkich zapytanych o to respondentów wynosi niespełna 61 zł.

WYSOKOŚĆ MIESIĘCZNEGO RACHUNKU

Jaka jest przeciętna miesięczna wysokość Pana/Pani rachunku za internet stacjonarny?



Prędkość internetu stacjonarnego

Duża część respondentów nie wie lub trudno im wskazać, jaką prędkość internetu stacjonarnego posiadają. Najczęstszym powodem wyboru takiej, a nie innej prędkości jest korzystna cena (42%). Niemal co czwartej osobie trudno wskazać taki powód.

PRĘDKOŚĆ INTERNETU

Dlaczego zdecydował/a się Pan/Pani na daną prędkość?

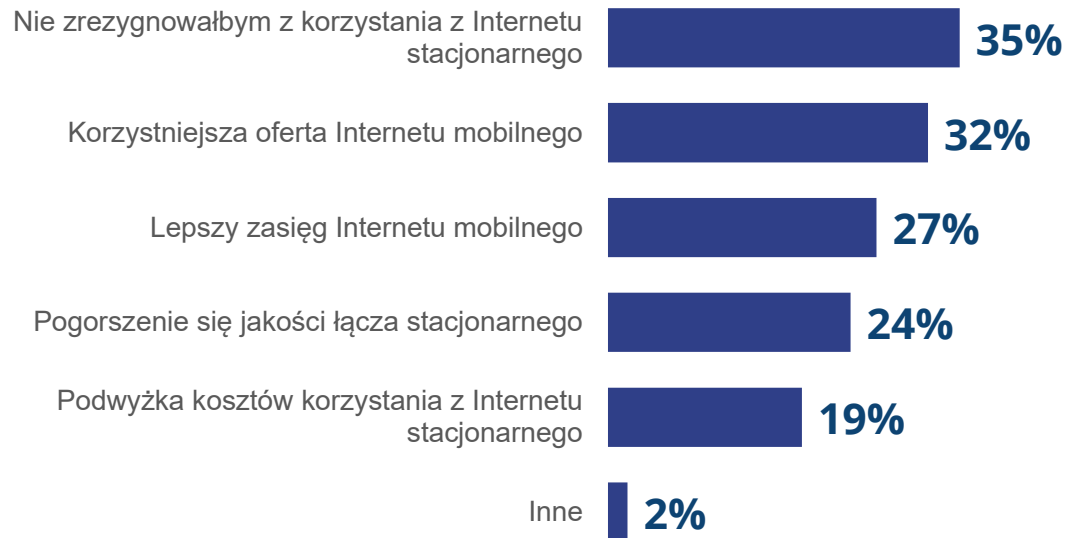


Potencjalna rezygnacja z internetu stacjonarnego na rzecz internetu mobilnego

Czynnikiem, który w największej liczbie przypadków byłby decydujący jeśli chodzi o rezygnację z internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego jest korzystniejsza oferta internetu mobilnego (co trzeci respondent). W dalszej kolejności respondenci wskazują lepszy zasięg internetu mobilnego.

POTENCJALNE POWODY REZYGNACJI Z INTERNETU STACJONARNEGO NA RZECZ INTERNETU MOBILNEGO

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





Internet mobilny

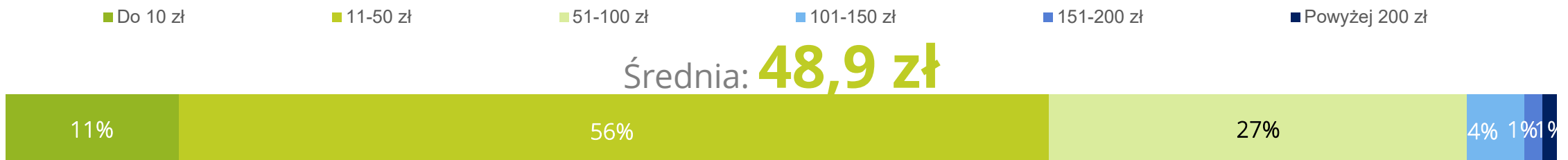
UKE

Wysokość rachunku za internet mobilny

Przeciętna miesięczna wysokość rachunku a internet mobilny w przypadku 94% respondentów wynosi do 100 zł. Najczęściej kwota ta zawiera się w przedziale 11-50 zł (56% respondentów). Średnia wartość miesięcznego rachunku za internet mobilny wynosi 48,9 zł.

WYSOKOŚĆ MIESIĘCZNEGO RACHUNKU

Jaka jest przeciętna miesięczna wysokość Pana/Pani rachunku za internet mobilny?



Prędkość internetu mobilnego

Podobnie, jak w przypadku internetu stacjonarnego, największy odsetek respondentów nie jest w stanie określić, jaki limit transmisji danych posiada. Najczęstszym powodem wyboru posiadanego limitu jest korzystna cena (42%). Ponad 1/5 respondentów wskazuje również fakt, że wyższy limit nie był potrzebny.

PRĘDKOŚĆ INTERNETU

Z jakiego powodu wybrał/a Pan/Pani dany limit transmisji danych?

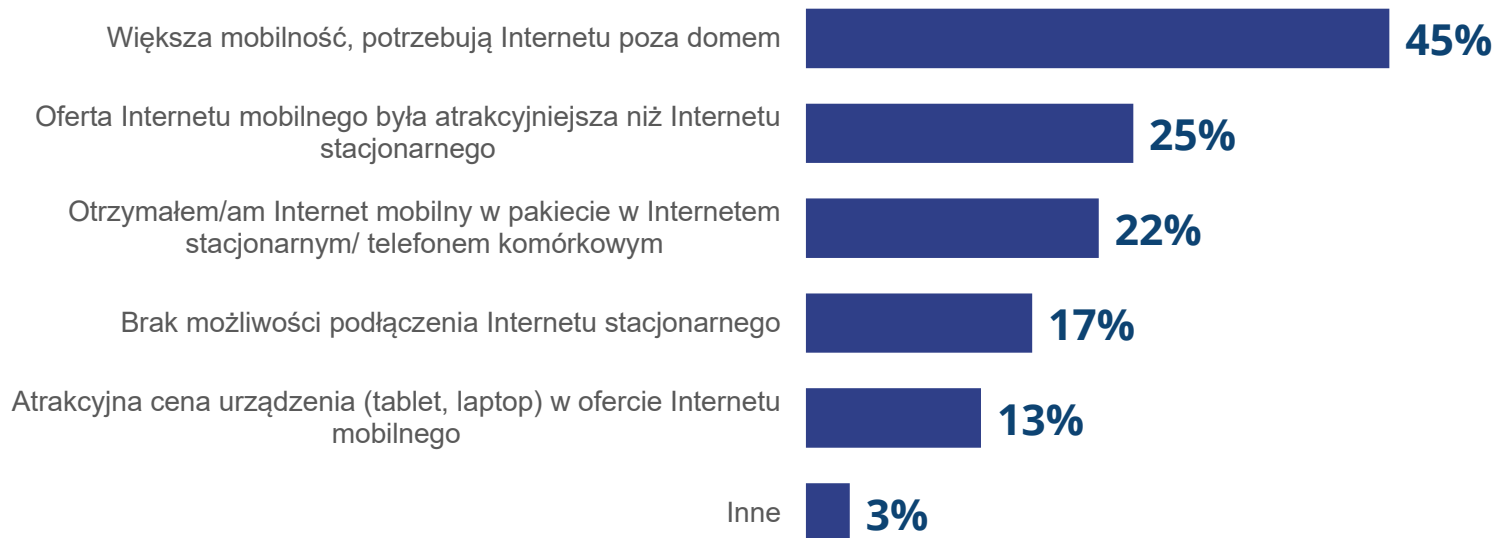


Powody korzystania z internetu mobilnego

Respondenci, jako najczęstszy powód wyboru internetu mobilnego wskazują większą mobilność oraz potrzebę korzystania z internetu poza domem (45%). Co czwarty deklaruje, że oferta internetu mobilnego okazała się atrakcyjniejsza niż stacjonarnego. Ponad 1/5 wskazuje, że otrzymała internet mobilny w pakiecie ze stacjonarnym bądź telefonem komórkowym.

POWODY KORZYSTANIA Z INTERNETU MOBILNEGO

Dlaczego zdecydował(a) się Pan/Pani na korzystanie z internetu mobilnego?

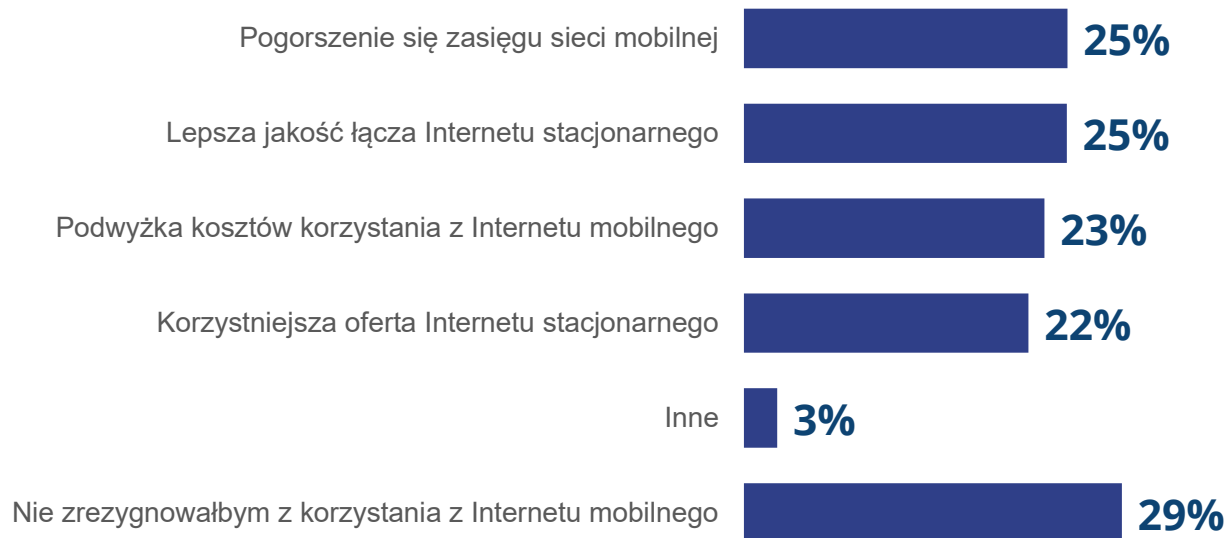


Potencjalna rezygnacja z internetu mobilnego na rzecz internetu stacjonarnego

Co czwarty respondent wskazuje, że aby doszło do zmiany usługi z internetu mobilnego na internet stacjonarny musiałby pogorszyć się zasięg sieci mobilnej lub jakość łącza internetu stacjonarnego musiałaby być lepsza. Niemal 30% nie zrezygnowałoby z internetu mobilnego.

POTENCJALNE POWODY REZYGNACJI Z INTERNETU MOBILNEGO NA RZECZ INTERNETU STACJONARNEGO

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



Usługi wiązane

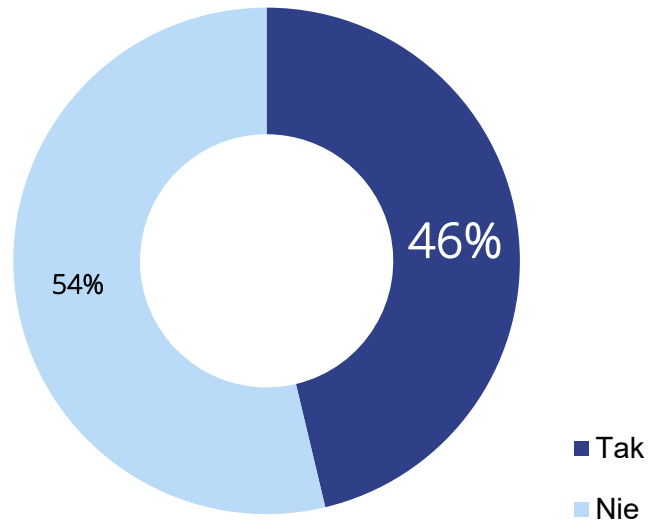
UKE

Korzystanie z usług wiązanych

Niespełna połowa respondentów (46%) korzysta z usług wiązanych. Średnie miesięczne opłaty $\frac{3}{4}$ badanych za takie usługi wynosi 51-150 zł. Średnia wszystkich respondentów to 121,1 zł/miesiąc.

KORZYSTANIE Z PAKIETOWANYCH USŁUG

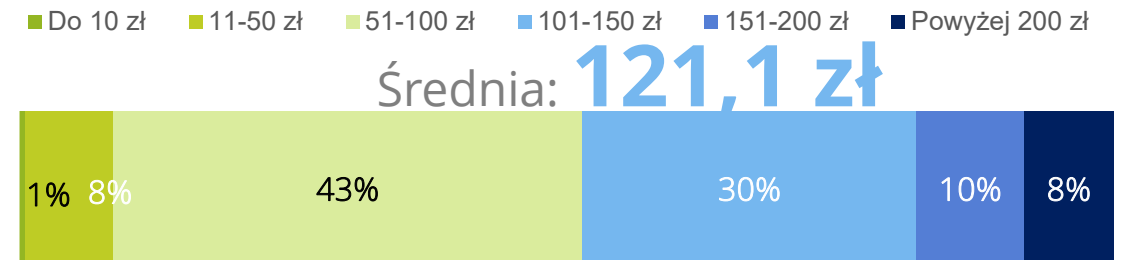
Czy korzysta Pan/Pani w swoim gospodarstwie domowym z pakietu usług wiązanych?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

WYSOKOŚĆ MIESIĘCZNEGO RACHUNKU

Ile średnio wynosi miesięczna wysokość Pana/Pani rachunku za pakiet usług wiązanych?



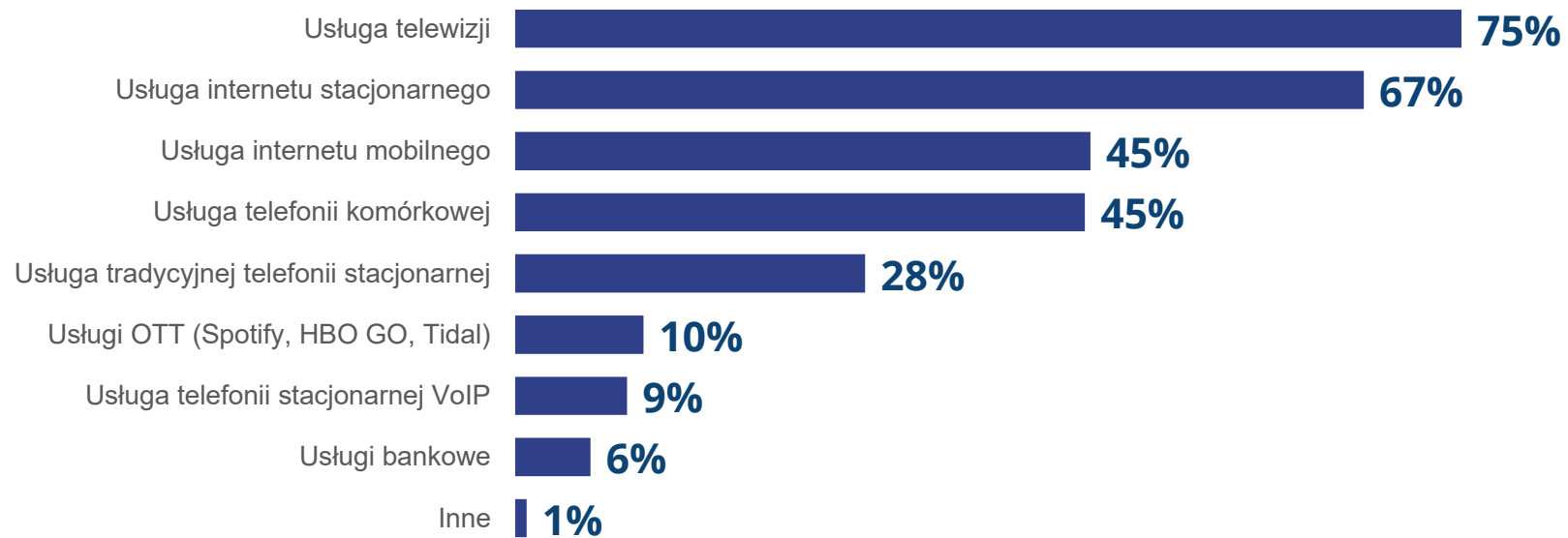
Podstawa procentowania: wszyscy respondenci korzystający z pakietu usług wiązanych (wyłączono odpowiedzi Nie wiem, trudno powiedzieć), N=816

Rodzaj usług wiązanych

Najczęściej posiadaną w pakiecie usługą jest telewizja (3/4 respondentów). Internet stacjonarny zadeklarowało 67% badanych, natomiast internet mobilny oraz telefonię komórkową po 45%.

RODZAJ PAKIETOWANYCH USŁUG

Jakie usługi posiada Pan/Pani w ramach pakietu usług wiązanych?



Poziom zadowolenia

Większość respondentów jest zadowolona z funkcjonowania usług wiązanych. Najniżej oceniana (2/3 zadowolonych respondentów) jest cena pakietu usług wiązanych.

ZADOWOLENIE Z USŁUG

W skali od 1 do 5, proszę ocenić swoje zadowolenie z poniższych aspektów funkcjonowania usług wiązanych? Oceny proszę dokonać na skali od 1 do 5 gdzie 1 oznacza „zdecydowanie niezadowolony”, a 5 „zdecydowanie zadowolony”.





Bezpieczeństwo w sieci

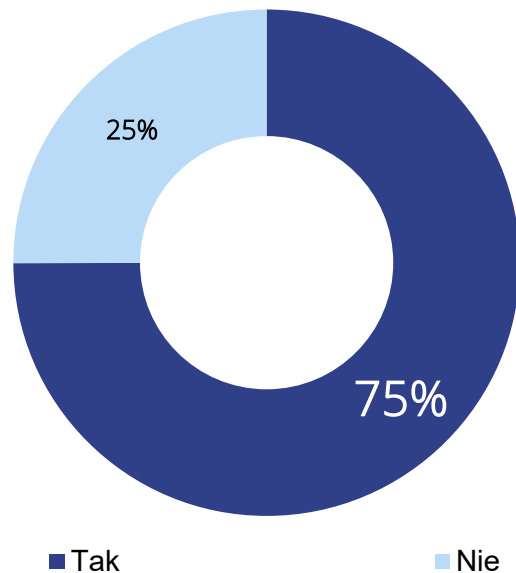
UKE

Programy antywirusowe

$\frac{3}{4}$ respondentów zabezpiecza swój komputer bądź laptop przed zagrożeniami. W przypadku telefonu robi to niecała połowa badanych (47%). Co piąta osoba nie jest w stanie jednoznacznie określić, czy zabezpiecza swój telefon.

ZAPEZPIECZENIE KOMPUTERA/ LAPTOPA

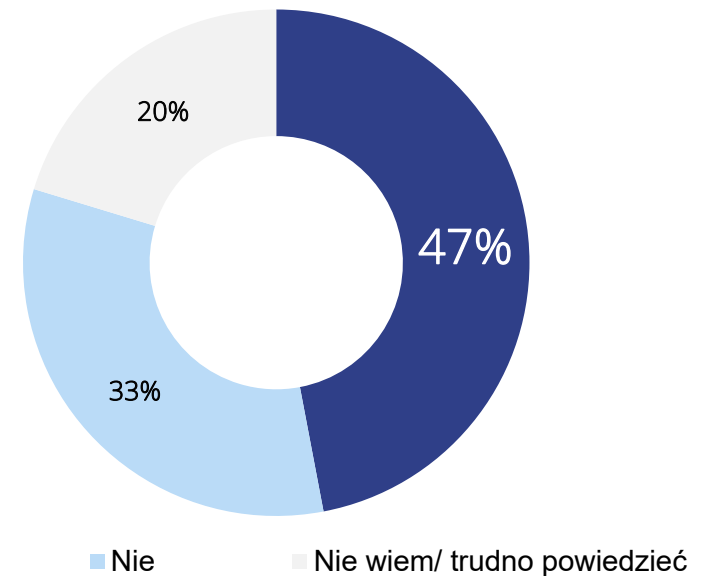
Czy korzysta Pan/Pani z programów antywirusowych, anty spyware lub innych, pozwalających zabezpieczyć komputer czy laptop przed potencjalnymi zagrożeniami?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z internetu, N=1804

ZABEZPIECZENIE TELEFONU

Czy korzysta Pan/Pani z programów antywirusowych, anty spyware lub innych, pozwalających zabezpieczyć telefon komórkowy/smartfona przed potencjalnymi zagrożeniami?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z telefonii komórkowej, N=2043

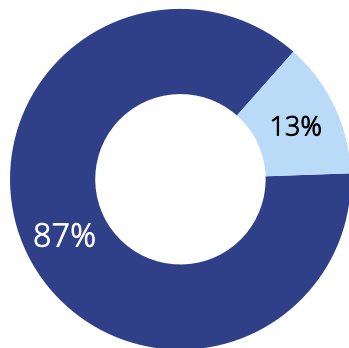
Aktualność oprogramowania i bezpieczne połączenia

Urządzeniem, które najczęściej posiada aktualne oprogramowanie jest telefon (87% respondentów). Najrzadziej zaktualizowanym zaś – komputer stacjonarny (nieco ponad połowa badanych). Ponad połowa (57%) respondentów wie, jak sprawdzić, czy korzysta z bezpiecznego połączenia z internetem.

AKTUALNOŚĆ OPROGRAMOWANIA NA POSZCZEGÓLNYCH URZĄDZENIACH

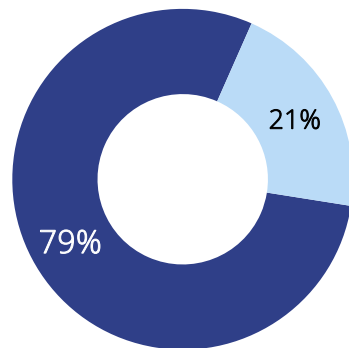
Czy korzysta Pan/Pani z aktualnego oprogramowania?

TELEFONIE KOMÓRKOWY



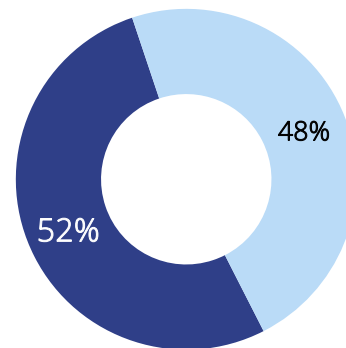
■ Tak ■ Nie

LAPTOP



■ Tak ■ Nie

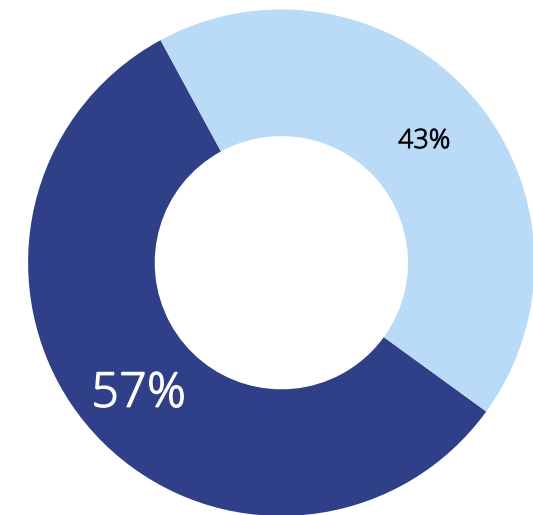
KOMPUTER STACJONARNY



■ Tak ■ Nie

WIEDZA, JAK SPRAWDZIĆ CZY SIĘ KORZYSTA Z BEZPIECZNEGO POŁĄCZENIA

Czy wie Pan/Pani jak sprawdzić czy korzysta Pan/Pani z bezpiecznego połączenia z internetem?

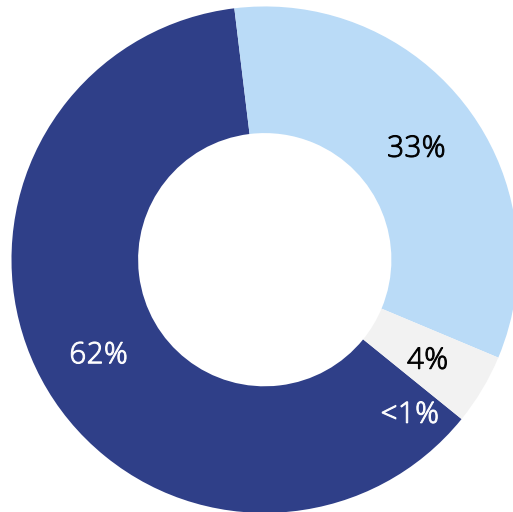


■ Tak ■ Nie

Dla 95% badanych prywatność w Internecie jest znaczącym zagadnieniem. Niemal 40% badanych korzysta z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci, a najczęściej wybieranym w tym celu środkiem jest korzystanie z bezpiecznych przeglądarek (69%) oraz programów antywirusowych (61%).

ZNACZENIE PRYWATNOŚCI W SIECI

Czy prywatność w Internecie ma dla Pana/Pani duże znaczenie?

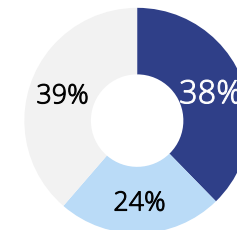


■ Zdecydowanie tak ■ Raczej tak ■ Raczej nie ■ Zdecydowanie nie

Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

KORZYSTANIE Z ROZWIĄZAŃ ZWIĘKSZAJĄCYCH BEZPIECZEŃSTWO W SIECI

Czy korzysta Pan/Pani z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci?



■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem/ trudno powiedzieć

Podstawa procentowania: respondenci korzystający z internetu, N=1804

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



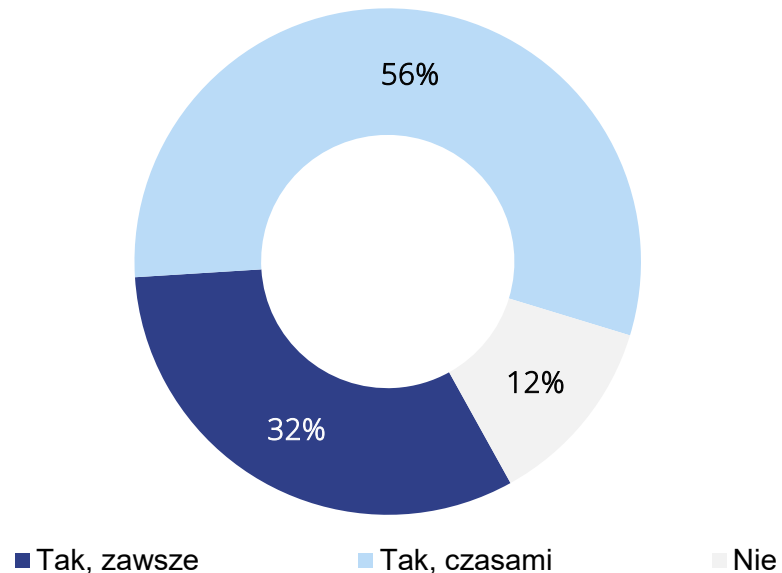
Podstawa procentowania: respondenci korzystający z tych rozwiązań, N=719

Regulaminy i udostępnianie danych

Co trzeci badany deklaruje, że zawsze czyta regulaminy korzystania z usług internetowych przed ich akceptacją. 56% przyznaje, że robi to czasami. Niemal 70% respondentów ma świadomość udostępnianych przez siebie danych, zaś co piąta osoba utrzymuje, że nie udostępnia żadnych danych w Internecie.

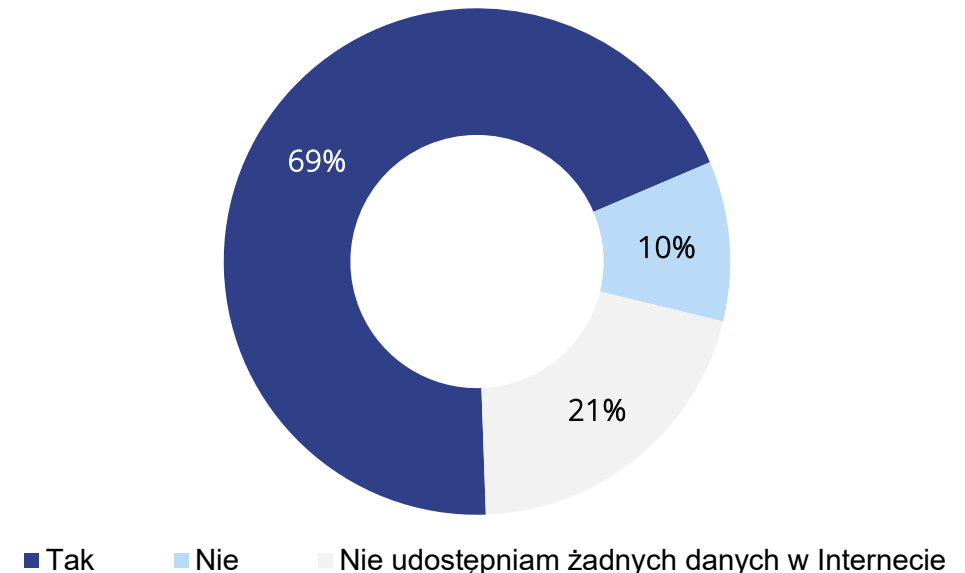
CZYTANIE REGULAMINÓW

Czy czyta Pan/Pani regulaminy korzystania z usług internetowych (poczta, komunikatory, publiczne sieci Wi-Fi) przed ich akceptacją?



ŚWIADOMOŚĆ UDOSTĘPNIONYCH DANYCH

Czy ma Pan/Pani świadomość udostępnionych przez siebie danych? Chodzi o umieszczanie informacji o sobie na różnego rodzaju stronach www w celu np. otrzymania zniżki, rejestracji na forum internetowym itp.

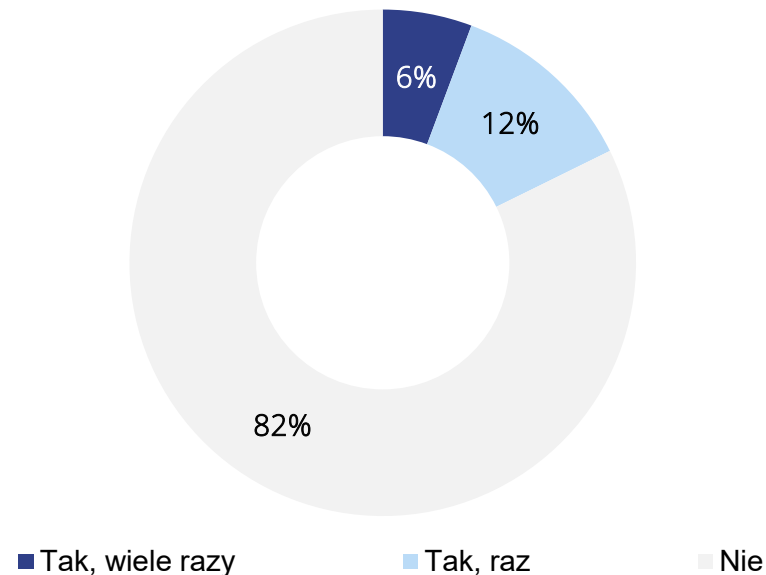


Udostępnianie danych

Większość badanych (82%) nie była nigdy ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych danych. Jednorazowe nadużycie przytrafiło się 12% respondentów. W ciągu ostatniego roku badani najczęściej udostępniali swoje dane osobowe w siebie instytucjom publicznym (39%) oraz sektorowi prywatnemu (30%).

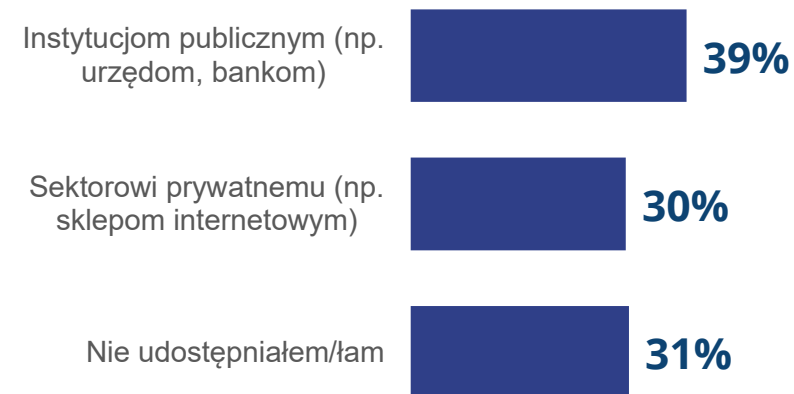
BYCIE OFIARĄ NADUŻYĆ

Czy padł(a) Pan/Pani ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez Pana/Panią danych?



PODMIOTY, KTÓRYM UDOSTĘPNIONO DANE

Komu w okresie ostatniego roku udostępnił(a) Pan/Pani swoje dane osobowe w sieci?

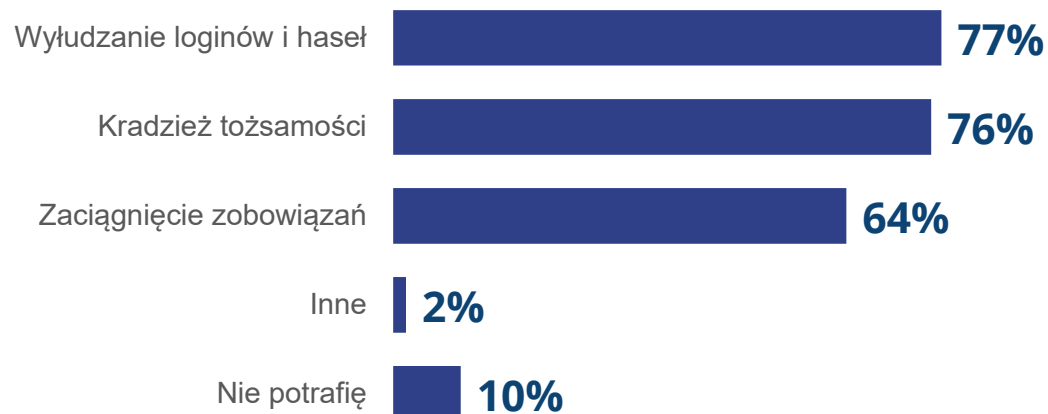


Udostępnianie danych

Ponad ¾ badanych jako niebezpieczeństwo związane z korzystaniem z sieci wskazuje wyłudzenie loginów i haseł oraz kradzież tożsamości. Zaciągnięcie zobowiązań wybrało niemal 2/3 respondentów. Co piąta badana osoba deklaruje, że udostępnia zdjęcia bliskich w Internecie często lub czasami. Po ok. 40% robi to rzadko lub nigdy.

NIEBEZPIECZEŃSTWA W SIECI

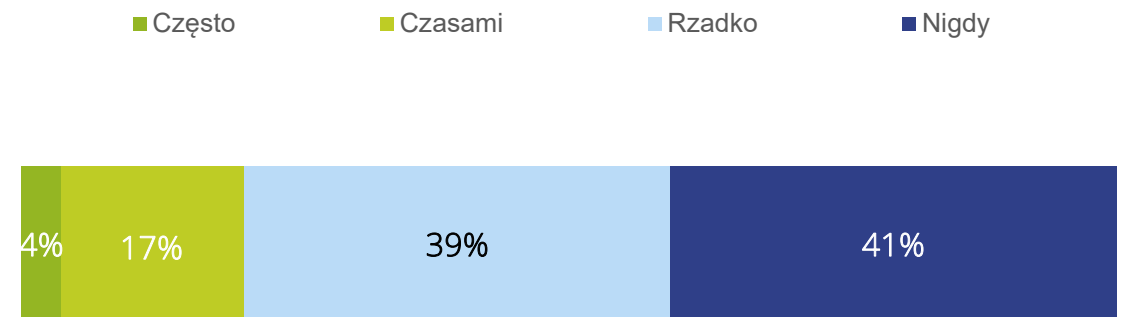
Jakie potrafi Pan/Pani wymienić możliwe niebezpieczeństwa związane z korzystaniem z sieci?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

UDOSTĘPNIANIE ZDJĘĆ BLISKICH

Jak często udostępnia Pan/Pani zdjęcia swoich bliskich w Internecie?



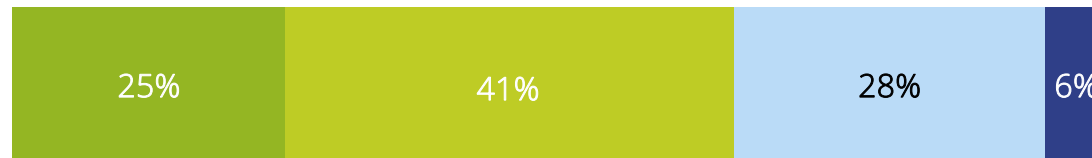
Podstawa procentowania: respondenci korzystający z internetu, N=1804

2/3 respondentów przyznaje, że w Internecie rzeczywiście przedstawia się zbyt dużo treści zawierających przemoc, seks oraz przekleństwa.

TREŚCI ZAWIERAJĄCE PRZEMOC, SEKS, PRZEKLEŃSTWA

Niektórzy twierdzą, że w Internecie pokazane jest zbyt dużo seksu, przemocy i przekleństw. Czy zgadza się Pan/Pani z tą opinią?

■ Zdecydowanie tak ■ Raczej tak ■ Raczej nie ■ Zdecydowanie nie



Usługi „Over-The-Top” (OTT)

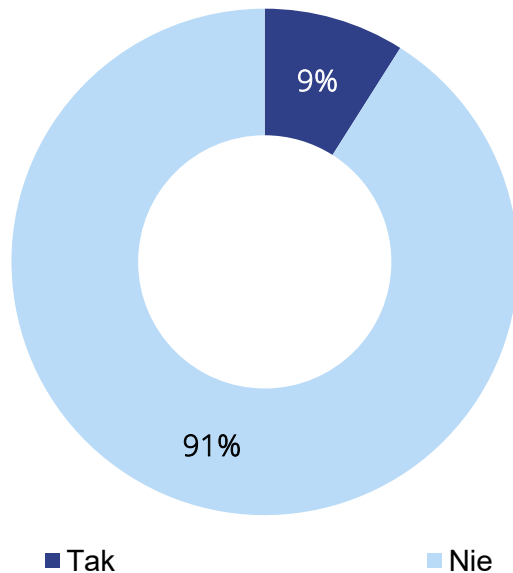
UKE

Powszechność usług

Zdecydowana większość (91%) badanych nigdy nie spotkała się z pojęciem Over-The-Top. Usługą OTT, z której najczęściej korzystają badani są usługi komunikacji internetowej (60%). Co trzeci respondent wskazuje usługi aplikacyjne. 31% nie korzysta z tego typu usług.

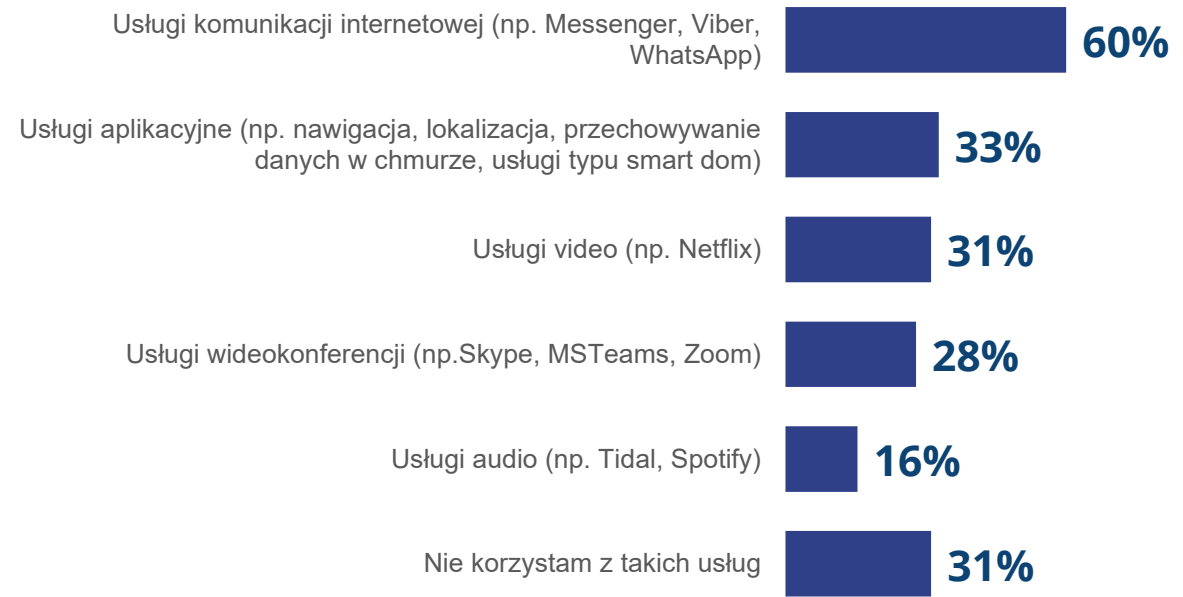
ZNAJOMOŚĆ POJĘCIA

Czy spotkał się Pan/Pani z pojęciem usług Over-The-Top?



KORZYSTANIE Z USŁUG OTT

Z jakich usług OTT Pan/Pani korzysta?

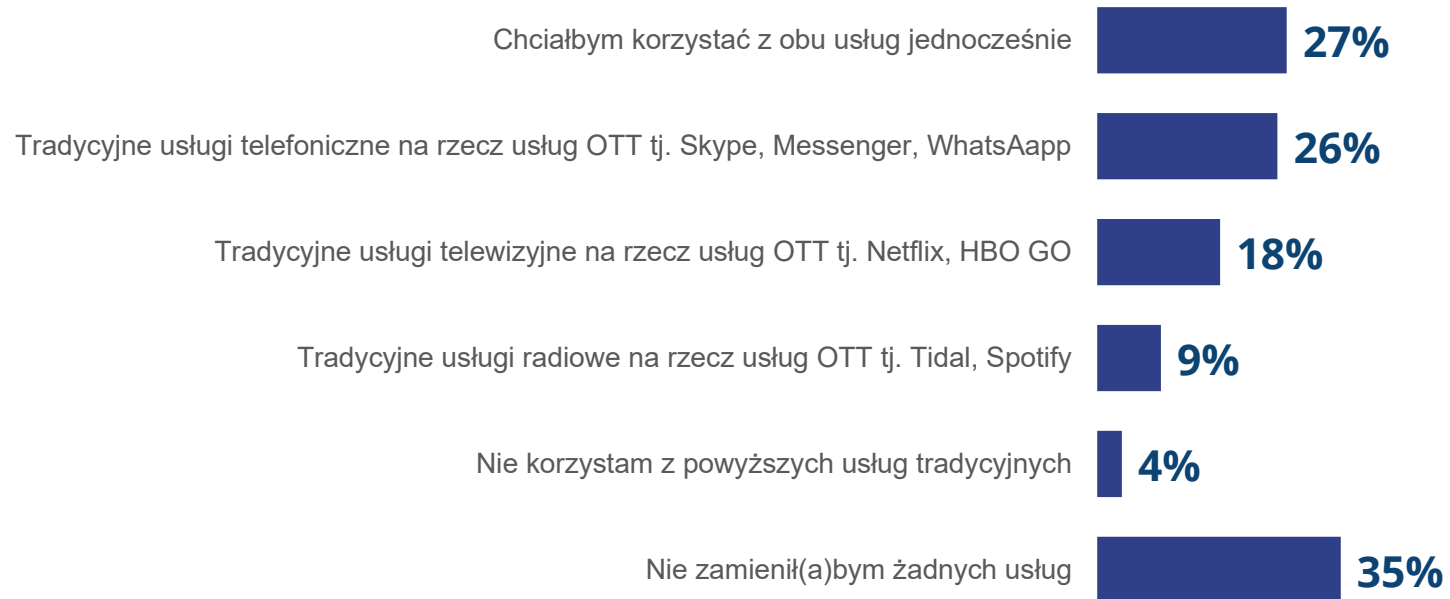


Zainteresowanie usługami

Największy odsetek badanych (35%) deklaruje, że nie zamieniłoby żadnych usług tradycyjnych na usługi OTT. Ci, którzy by to zrobili najchętniej wprowadziliby takie zmiany w zakresie usług telefonicznych. Niemal co czwarty badany chciałby móc korzystać z obu rodzajów usług jednocześnie.

GOTOWOŚĆ ZASTĄPIENIA TRADYCYJNYCH USŁUG USŁUGAMI OTT

Jakie tradycyjne usługi, z których Pan/i korzysta zamienił(a)by Pan/Pani na usługi OTT?

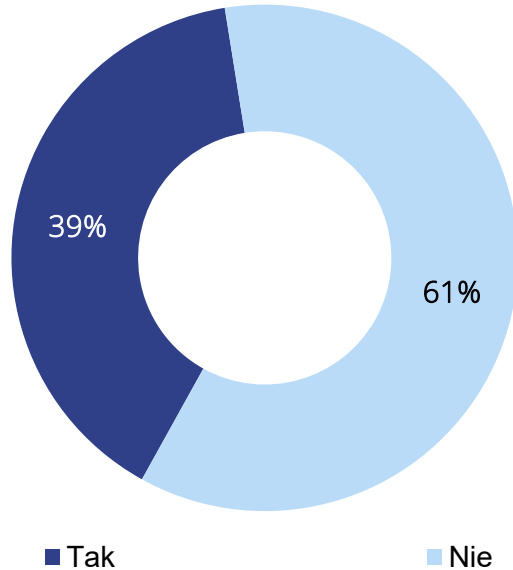


Zainteresowanie usługami video OTT

Większość respondentów (61%), korzystając z płatnej telewizji kablowej, nie zdecydowałaby się na dodatkową subskrypcję video OTT. 70% badanych korzysta z telewizji kablowej/ satelitarnej.

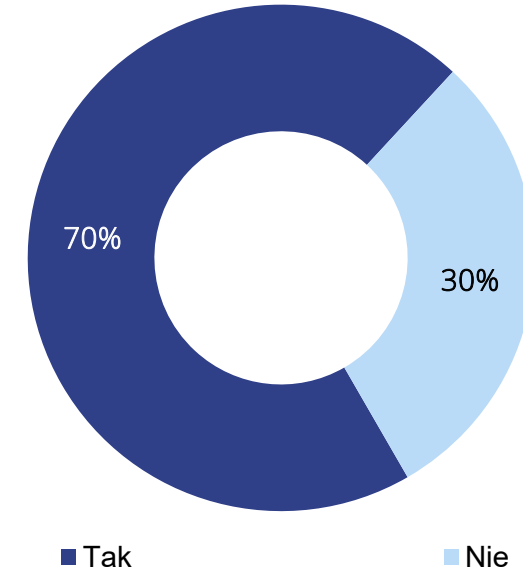
CHĘĆ KORZYSTANIA Z SUBSKRYPCJI VIDEO OTT

Korzystając już z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej czy zdecydował(a)by się Pan/Pani na dodatkową ofertę subskrypcji video OTT (Netflix, HBOGO)?



KORZYSTANIE Z TELEWIZJI KABLOWEJ LUB SATELITARNEJ

Czy korzysta Pan/i z telewizji kablowej/ satelitarnej?

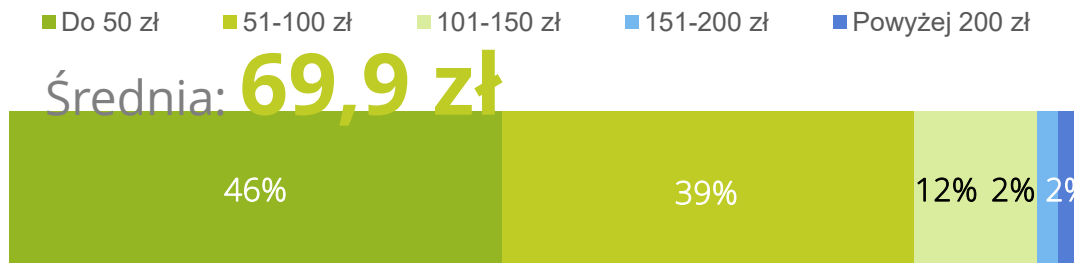


Subskrypcja video OTT

Średnia wysokość miesięcznego rachunku na telewizję kablową wynosi 69,9 zł. Akceptowany przez badanych przedział cenowy kosztu usług subskrypcji video OTT to od 27,4 zł. Do 50,9 zł miesięcznie.

WYSOKOŚĆ MIESIĘCZNEGO RACHUNKU ZA TELEWIZJĘ KABLOWĄ LUB SATELITARNĄ

Ile wynosi średnio miesięczna wysokość Pana/Pani rachunku za telewizję kablową/satelitarną?



AKCEPTOWANY KOSZT SUBSKRYPCJI VIDEO OTT

W przypadku dokupienia pakietu subskrypcji video OTT, to pakiet w jakim zakresie cenowym by Pan/Pani wybrał(a)?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z TV kablowej/satelitarnej (wyłączono odpowiedzi Nie wiem, trudno powiedzieć), N=1453

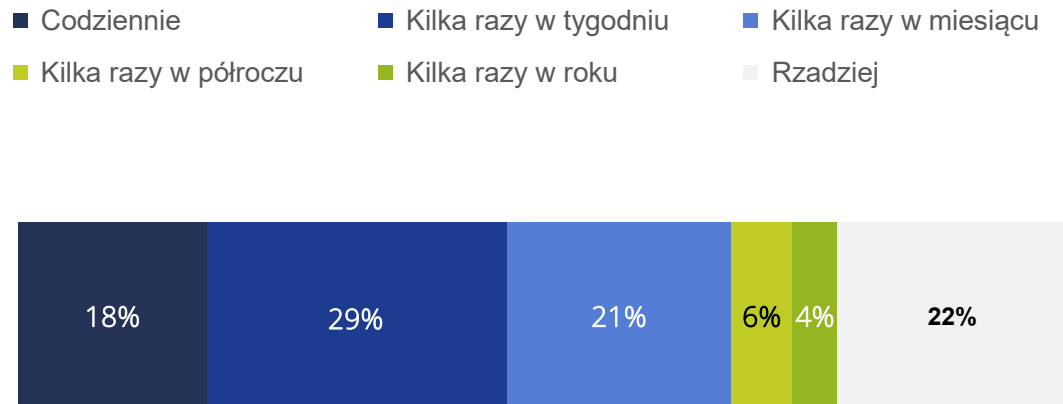
Podstawa procentowania: respondenci korzystający z TV kablowej/satelitarnej, N=1479

Subskrypcja video OTT

Czynniki, które w pierwszej kolejności brane są pod uwagę przy wyborze dostawcy usług wideo OTT to: cena za subskrypcję, oferowane treści oraz dostępność wideo na wielu urządzeniach.

CZĘSTOTLIWOŚĆ KORZYSTANIA

Jak często korzysta Pan/Pani z subskrypcji wideo OTT?



KRYTERIA WYBORU DOSTAWCY

Jakie czynniki bierze Pan/Pani pod uwagę przy wyborze dostawcy usług wideo OTT? Proszę wskazać maksymalnie 3 najważniejsze czynniki.

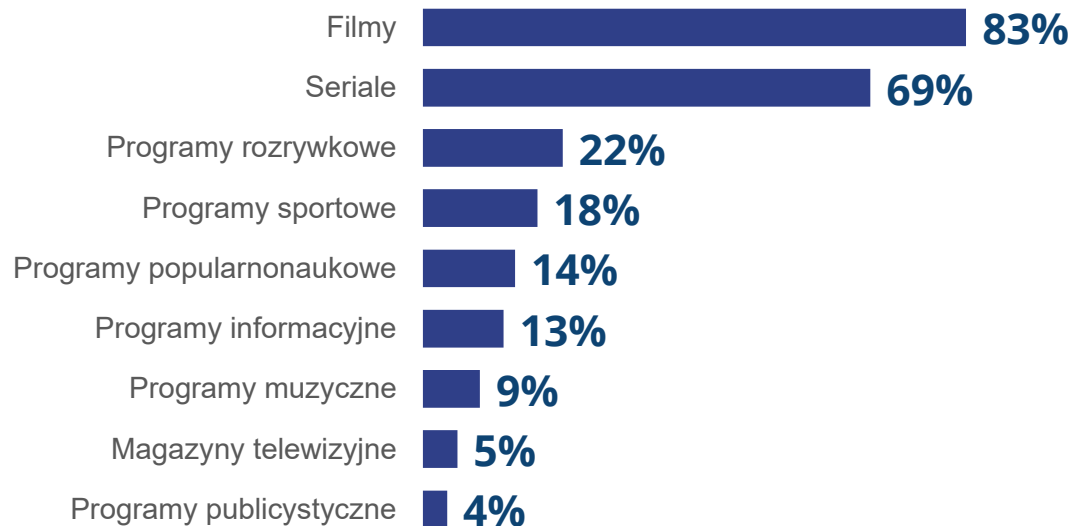


Subskrypcja video OTT

Badani w ramach subskrypcji wideo OTT najczęściej oglądają filmy i seriale. Zdecydowanie rzadziej stawiają na różnego rodzaju programy (rozrywkowe, sportowe czy popularnonaukowe).

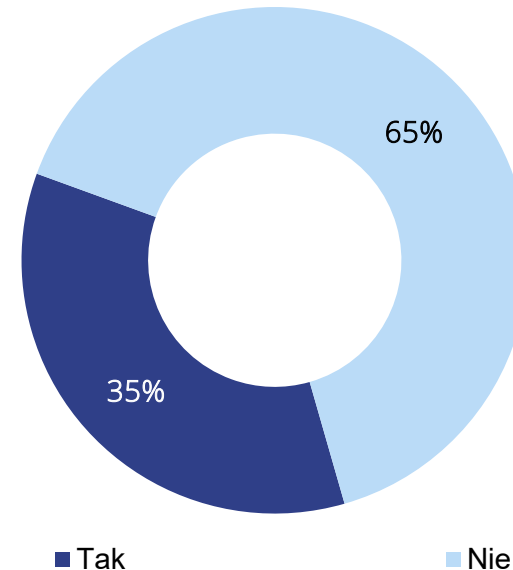
OGŁĄDANE TREŚCI

Jakie treści Pan/Pani najczęściej ogląda w ramach subskrypcji wideo OTT? Proszę wskazać maksymalnie 3 rodzaje programów



CHĘĆ REZYGNACJI Z TELEWIZJI KABLOWEJ LUB SATELITARNEJ

Korzystając z subskrypcji wideo OTT, czy rozważa Pan/Pani całkowitą rezygnację z usług tradycyjnej telewizji kablowej/satelitarnej na rzecz wideo OTT?





Usługi Internet of Things (IoT)

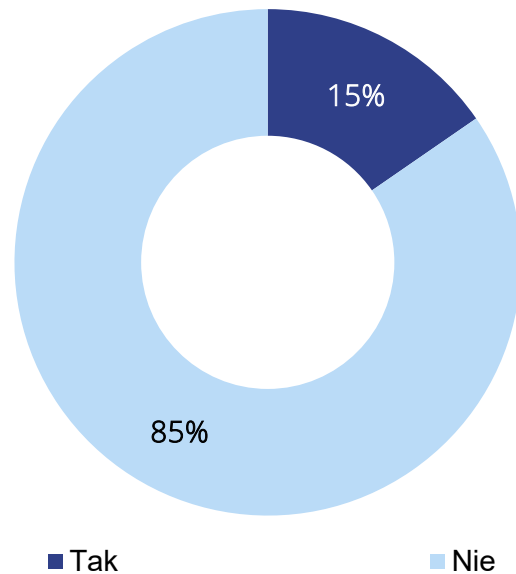
UKE

Znajomość usług

Pojęcie internetu rzeczy nie jest powszechnie znane Polakom. Jedynie 15% osób biorących udział w badaniu przyznała że zna to pojęcie. Badani najczęściej spotkali się z zastosowaniem IoT w domach.

ZNAJOMOŚĆ POJĘCIA

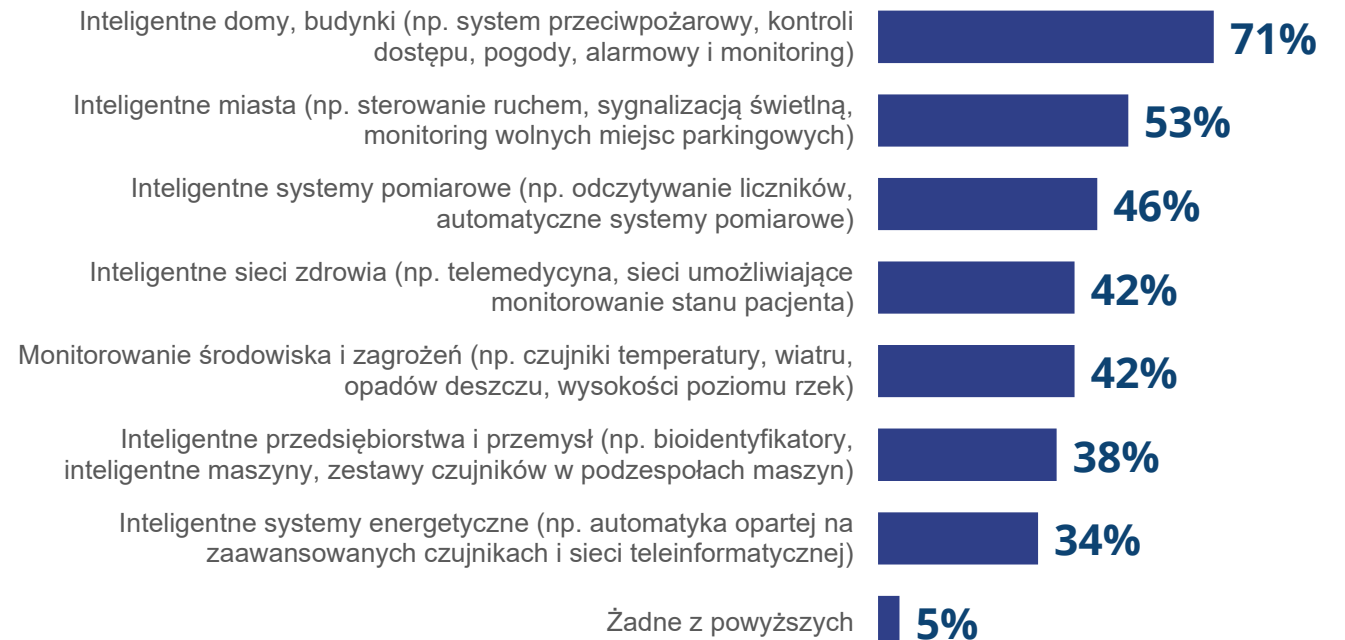
Czy spotkał(a) się Pan/Pani z pojęciem Internet rzeczy (Internet of Things – IoT)?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

ZNAJOMOŚĆ ZASTOSOWAŃ IoT

Z jakimi zastosowaniami IoT się Pan/Pani spotkał(a)?



Podstawa procentowania: respondenci, którzy spotkali się z pojęciem , N=366

Znajomość usług

Według respondentów, którym znane jest pojęcie IoT największe zastosowanie może on mieć w domach czyli systemach przeciwpożarowych, kontroli dostępu, pogody, alarmowych i monitoringu.

PRZYDATNOŚĆ ZASTOSOWAŃ IoT

Które z zastosowań wykorzystania IoT uważa Pan/Pani za przydatne?

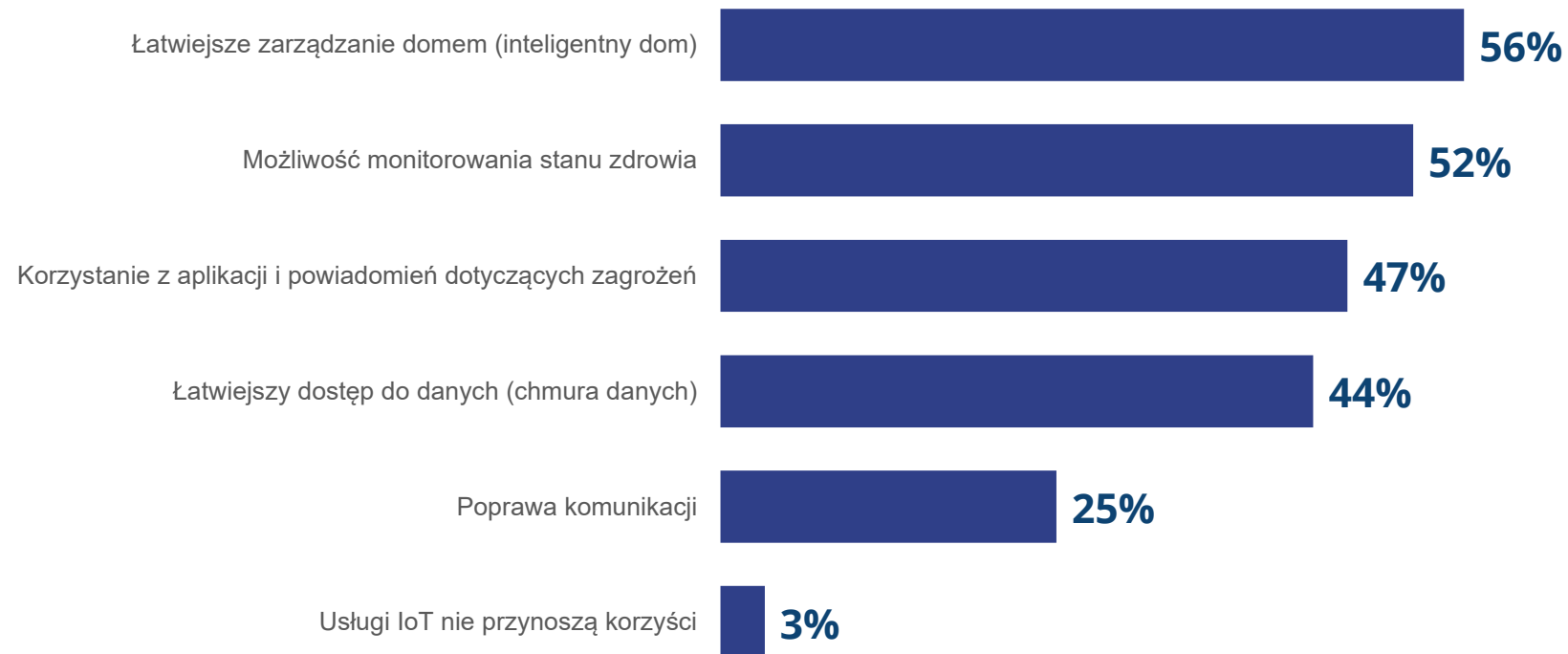


Przydatność

Łatwiejsze zarządzanie domem, możliwość monitorowania stanu zdrowia oraz korzystanie z aplikacji i powiadomień dotyczących zagrożeń to największe korzyści jakie niesie ze sobą zjawisko internetu rzeczy.

KORZYŚCI

Proszę wskazać Pana/Pani zdaniem największe korzyści płynące z IoT. Maksymalnie 3.





Sieć 5G

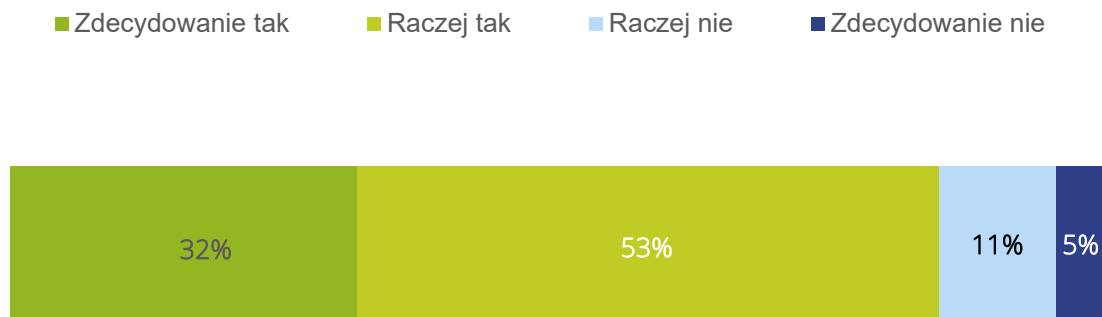
UKE

Ocena parametrów obecnego dostępu oraz znajomość pojęcia sieci 5G

Pojęcie sieci 5G znane jest zdecydowanej większości Polakom. Jedynie 13% badanych twierdzi, że nie spotkało się wcześniej z tym pojęciem. Osoby korzystające z telefonii komórkowej w większości przypadków są zadowolone z parametrów sieci, z której korzystają.

ZADOWOLENIE Z PARAMETRÓW DOSTĘPU DO SIECI KOMÓRKOWEJ

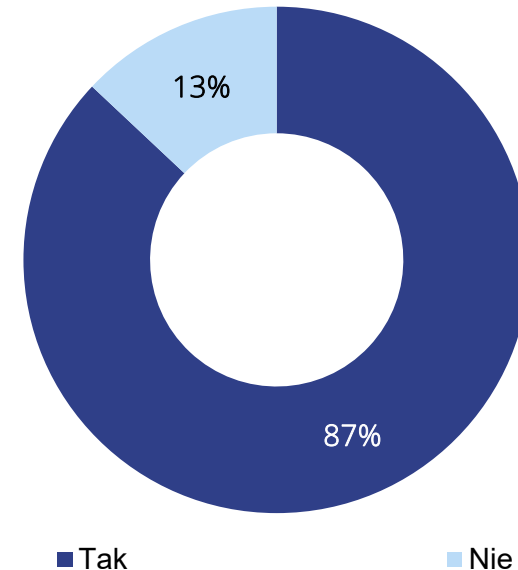
Czy parametry obecnego dostępu do sieci komórkowej są dla Pana/Pani wystarczające?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z telefonii komórkowej, N=2043

ZNAJOMOŚĆ POJĘCIA

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



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

Poziom akceptacji dla sieci 5G

Polacy podzieleni są w kwestii akceptacji dla nadajnika sieci 5G obok miejsca swojego zamieszkania. 49% badanych deklaruje, że zgodziłaby się na postawienie takiego nadajnika blisko swojego domu. Większość badanych twierdzi jednak, że pole elektromagnetyczne ma negatywny wpływ na zdrowie człowieka.

AKCEPTACJA DLA NADAJNIKA BLISKO DOMU

Czy zgodziłby/a się Pan/Pani na postawienie stacji bazowej (nadajnik) blisko swojego domu, jeżeli dzięki temu Twój telefon nadawałby z mniejszą mocą?

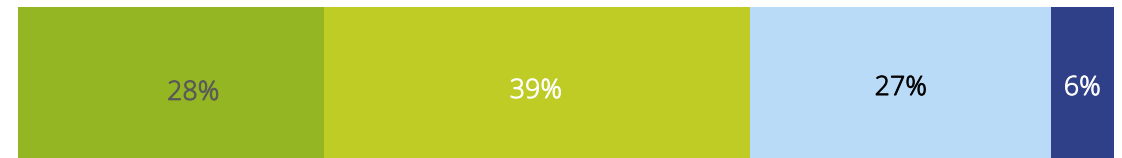
■ Zdecydowanie tak ■ Raczej tak ■ Raczej nie ■ Zdecydowanie nie



WPŁYW POLA ELEKTROMAGNETYCZNEGO NA ZDROWIE

Czy uważa Pan/Pani, że pole elektromagnetyczne ma negatywny wpływ na zdrowie człowieka?

■ Zdecydowanie tak ■ Raczej tak ■ Raczej nie ■ Zdecydowanie nie



Ocena rynku telekomunikacyjnego

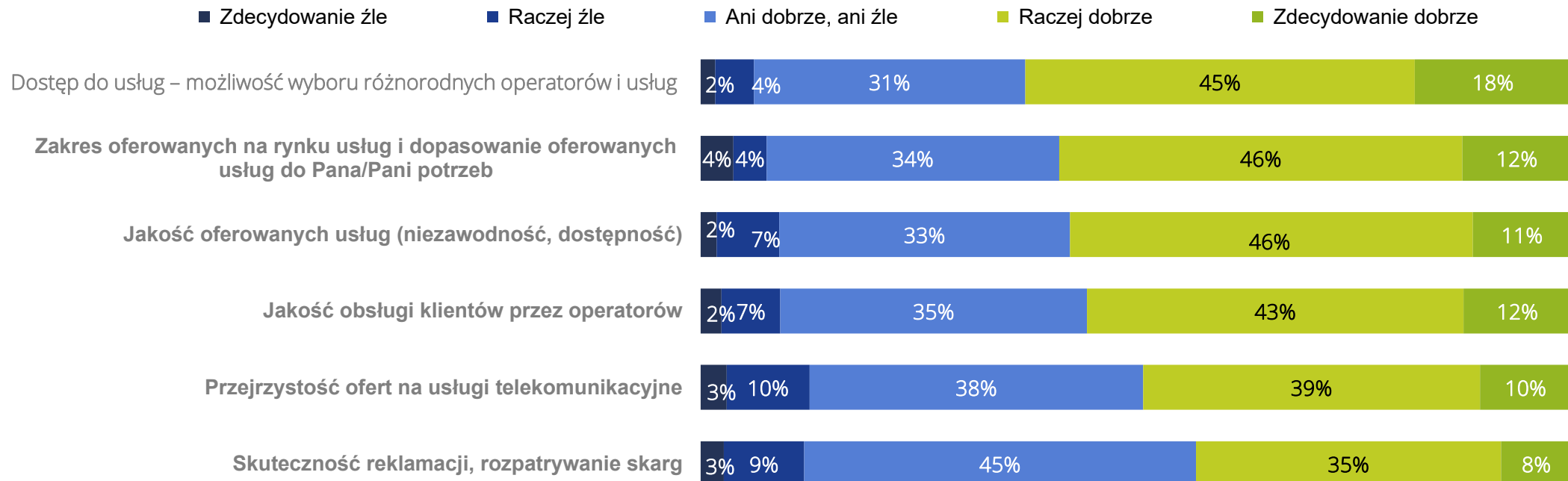
UKE

Ocena rynku telekomunikacyjnego

Najlepiej ocenianymi przez Polaków aspektami usług telekomunikacyjnych jest dostęp do usług czyli możliwość wyboru różnorodnych i usług, zakres oferowanych na rynku usług do swoich potrzeb oraz ich jakość.

OCENA POSZCZEGÓLNYCH ASPEKTÓW FUNKCJONOWANIA RYNKU TELEKOMUNIKACYJNEGO

Proszę ocenić poniższe aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce? Oceny proszę dokonać na skali od 1 do 5 gdzie 1 oznacza „bardzo źle”, a 5 „bardzo dobrze”.

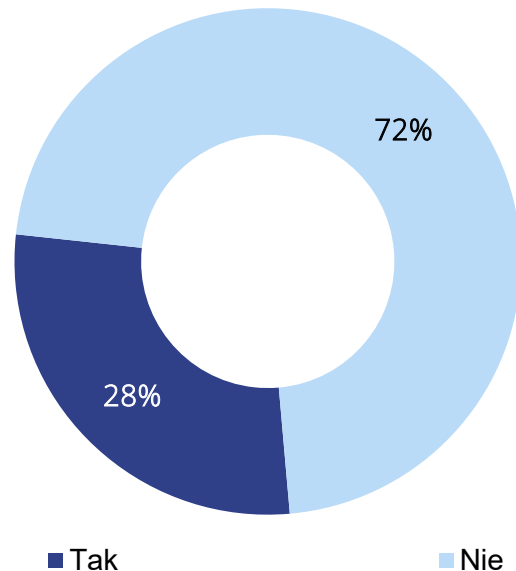


Dostrzegane zmiany

Jedynie nieco ponad ¼ badanych dostrzega pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych. Badani wśród pozytywnych zmian głównie wskazują większą liczbę ofert dostępnych na rynku, dynamiczny rozwój technologii oraz obniżkę cen.

DOSTRZEGANIE POZYTYWNYCH ZMIAN

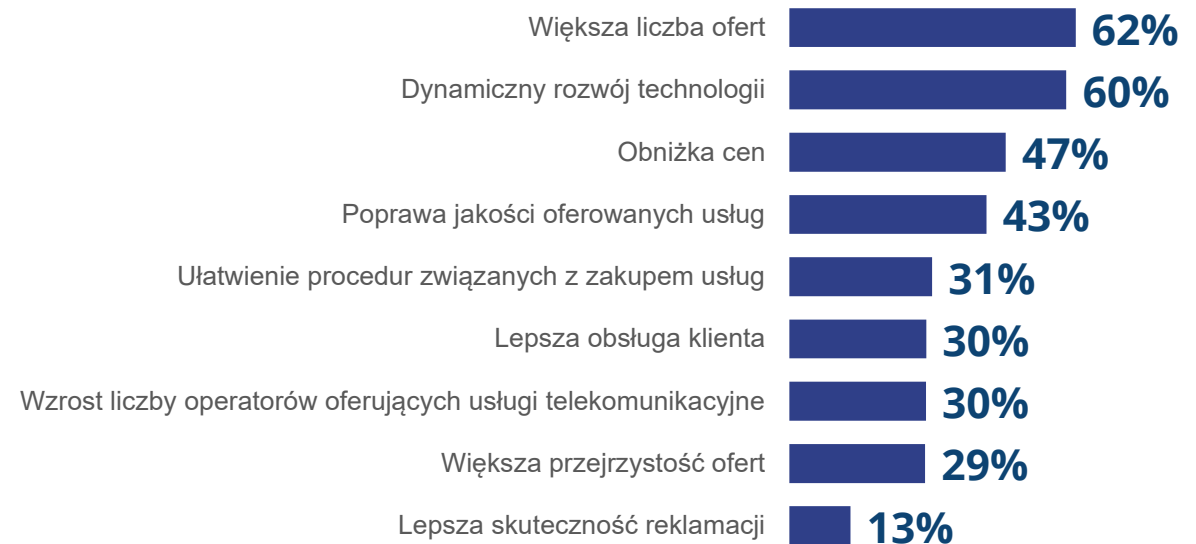
Czy w ciągu ostatniego roku zauważył(a) Pan/Pani jakieś pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

DOSTRZEGANE POZYTYWNE ZMIANY

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



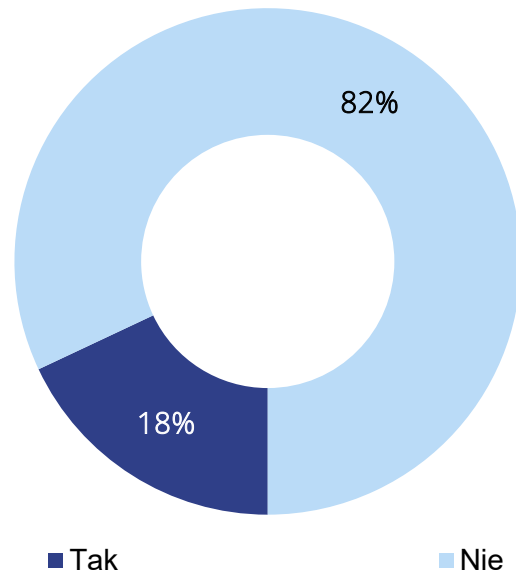
Podstawa procentowania: respondenci, którzy dostrzegają pozytywne zmiany, N=609

Dostrzegane zmiany

Tylko 18% badanych dostrzega negatywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym. Badani, którzy dostrzegają negatywne zmiany najczęściej wskazują wzrost cen usług, pogorszenie jakości oferowanych usług oraz gorszy zakres ofert.

DOSTRZEGANIE NEGATYWNYCH ZMIAN

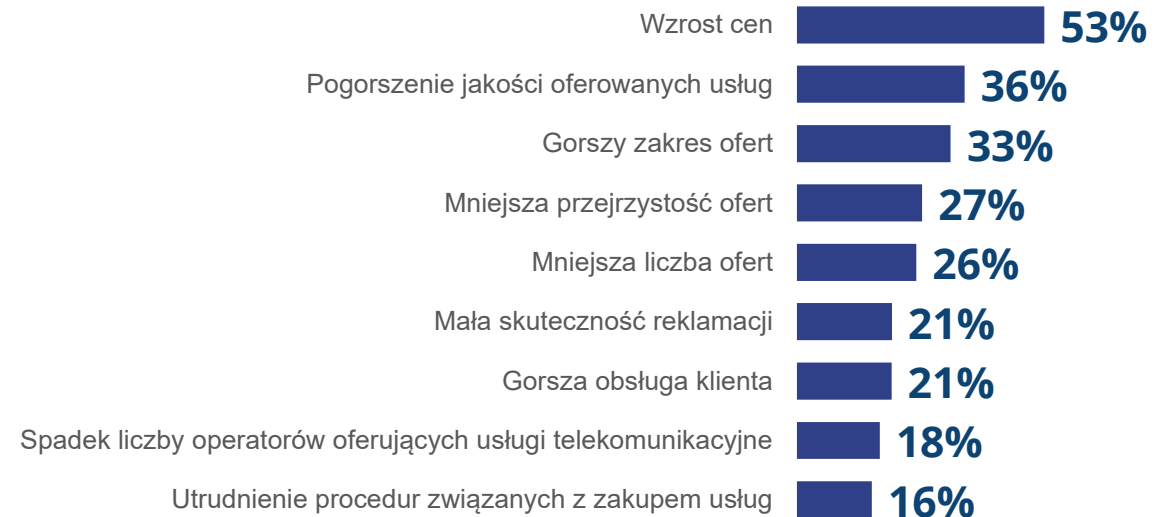
Czy w ciągu ostatniego roku zauważył(a) Pan/Pani jakieś negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

DOSTRZEGANE NEGATYWNE ZMIANY

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



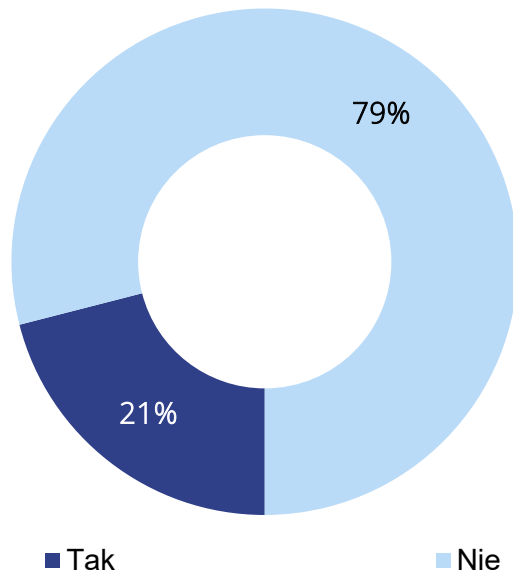
Podstawa procentowania: respondenci, którzy dostrzegają negatywne zmiany, N=397

PRO Speed Test

Pojęcie PRO Speed Testu czyli bezpłatnego certyfikowanego mechanizmu monitorowania jakości dostępu do internetu nie jest powszechnie znane Polakom. Jedynie nieco ponad 1/5 badanych zna to pojęcie.

ZNAJOMOŚĆ ROZWIĄZANIA

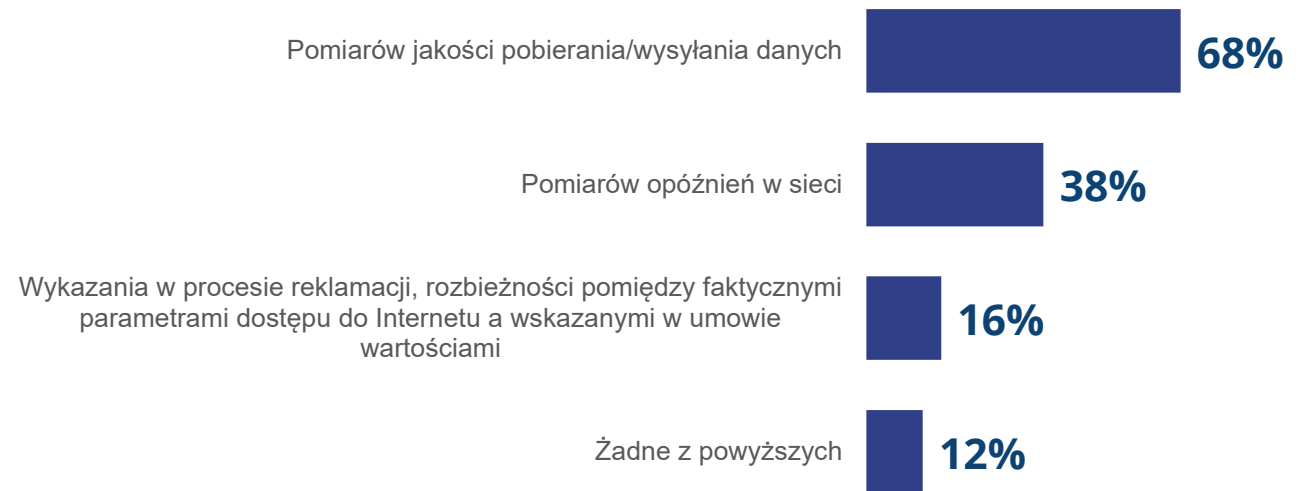
Czy słyszał(a) Pan/Pani o bezpłatnym certyfikowanym mechanizmie monitorowania jakości dostępu do internetu – PRO Speed Test?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

SPOSÓB WYKORZYSTANIA PRO SPEED TESTU

Czy wykorzystywał(a) Pan/Pani PRO Speed Test do:



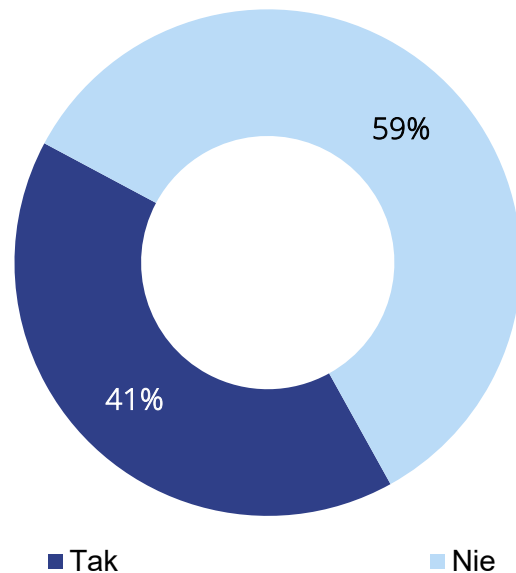
Podstawa procentowania: respondenci, którzy slyszezi o PRO Speed Test, N=470

Ocena działań UKE

41% Polaków słyszała o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej. W większości przypadków badani oceniają działalność Urzędu Komunikacji Elektronicznej neutralnie.

ZNAJOMOŚĆ UKE

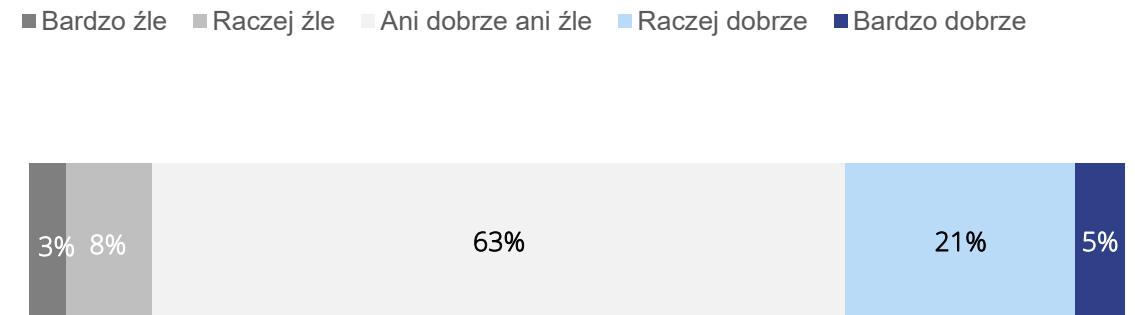
Czy słyszał(a) Pan/Pani o działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

SPOSÓB WYKORZYSTANIA PRO SPEED TESTU

Jak ocenia Pan/Pani dotychczasowe działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



Podstawa procentowania: respondenci, którzy słyszeli o działalności UKE, N=861



Wpływ COVID-19 na rynek telekomunikacyjny

UKE

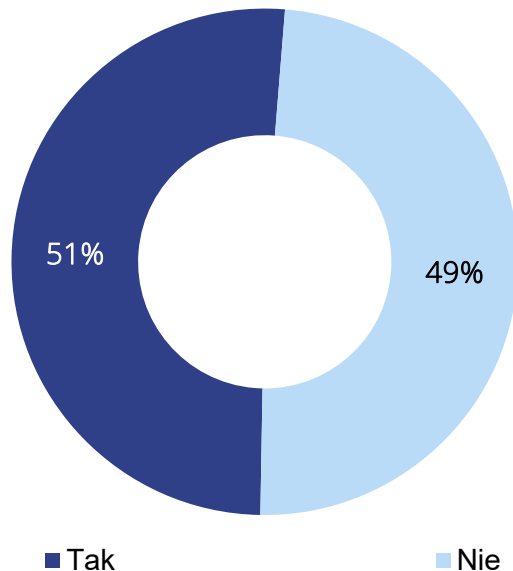
COVID-19 a korzystanie z usług telekomunikacyjnych

Aż połowa Polaków zaobserwowała wzrost zapotrzebowania na usługi telekomunikacyjne w czasie pandemii.

Najczęściej wykorzystywanymi usługami były połączenia głosowe oraz komunikatory internetowe wskazywane przez co drugą z tych osób. Prawie co trzecia osoba wymieniała także portale społecznościowe, wiadomości SMS oraz – nieco rzadziej – zakupy online.

WZROST ZAPOTRZEBOWANIA NA USŁUGI TELEKOMUNIKACYJNE

Czy w czasie stanu epidemicznego wzrosło Pan/Pani zapotrzebowanie na usługi telekomunikacyjne?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

NAJCZĘŚCIEJ WYKORZYSTYWANE USŁUGI

Z jakich usług korzystał Pan/Pani najczęściej podczas stanu epidemicznego? Proszę wskazać maksymalnie 3.



Podstawa procentowania: respondenci, obserwujący wzrost zapotrzebowania na usługi, N=1101

COVID-19 a korzystanie z internetu

Podczas pandemii średni dzienny czas spędzany w Internecie wzrósł z 4 do 5,5 godziny.

Aktywność związana z zakupami i rozrywką zajmowała najwięcej czasu – średnio 2,4h, Na drugim miejscu znajdują się aktywności związane z pracą (1,4 h), Nauka i szkolenia średnio pochłaniały 1,1 godziny

CZAS SPĘDZANY W INTERNECIE PRZED EPIDEMIĄ

Ile średnio godzin dziennie spędzał(a) Pan/Pani w Internecie przed epidemią?

Podstawa procentowania: respondenci korzystający z internetu (wyłączono odpowiedzi Nie wiem, trudno powiedzieć), N=1789

4,0
godzin

CZAS SPĘDZANY W INTERNECIE PODCZAS EPIDEMII

Ile średnio godzin dziennie spędzał(a) Pan/Pani w Internecie podczas epidemii?

Podstawa procentowania: respondenci korzystający z internetu (wyłączono odpowiedzi Nie wiem, trudno powiedzieć), N=1795

5,5
godzin

DZIENNA AKTYWNOŚĆ W TRAKCIE EPIDEMII W ROZBICIU NA POSZCZEGÓLNE AKTYWNOŚCI

Jak wyglądał dzienny podział czasu spędzonego w Internecie podczas epidemii w rozbiciu na poszczególne aktywności:

Aktywność związana z zakupami, rozrywką

2,4
godzin

Aktywność związana z nauką/szkoleniami

1,1
godziny

Aktywność związana z pracą

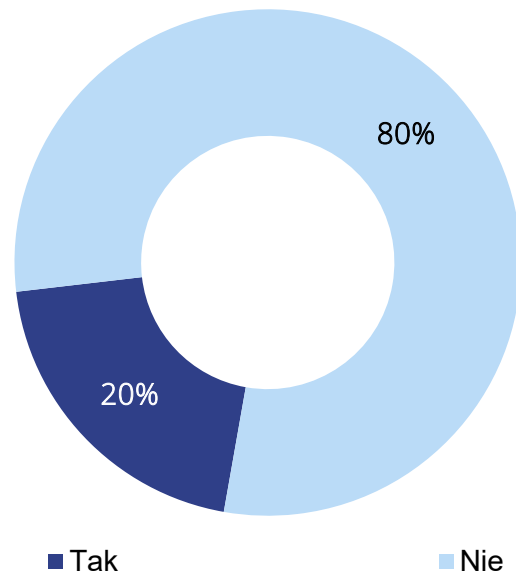
1,4
godziny

COVID-19 a korzystanie z internetu

Czas epidemii miał widoczne, choć ograniczone przełożenie na wybór usług – zarówno w przypadku internetu mobilnego, jak i stacjonarnego, dotyczył 20% klientów indywidualnych.

WYBÓR USŁUG INTERNETU STACJONARNEGO

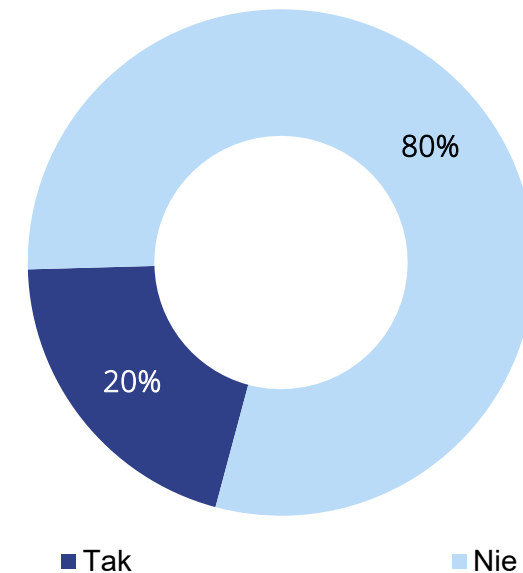
Czy okres epidemiczny ma wpływa na wybór przez Pana/Panią usług internetu stacjonarnego?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z internetu, N=1803

WYBÓR USŁUG INTERNETU MOBILNEGO

Czy okres epidemiczny ma wpływa na wybór przez Pana/Panią usług internetu mobilnego?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z internetu, N=1804

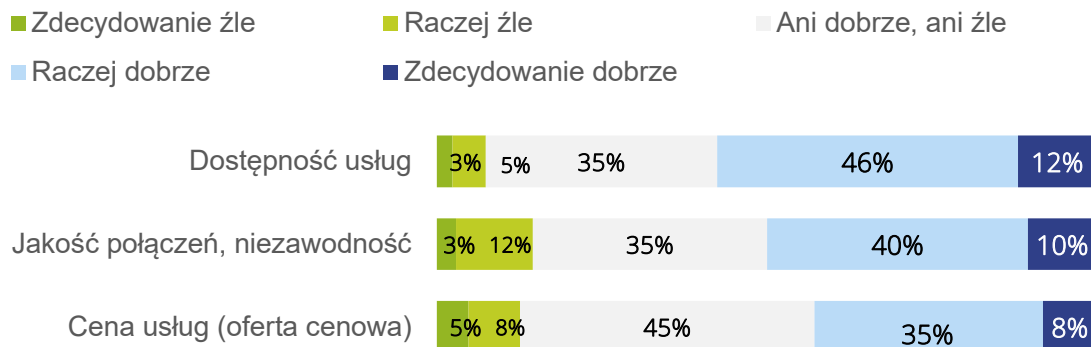
COVID-19 a usługi telekomunikacyjne

Usługi telekomunikacyjne w czasie epidemii były raczej dobrze oceniane, Co najmniej połowa pozytywnie ocenia dostępność usług i jakość połączeń, choć w tym ostatnim przypadku pojawiło się relatywnie sporo zastrzeżeń (15%). Ceny usług pozytywnie ocenia 43% Polaków, natomiast zastrzeżenia zgłasza 13%.

Epidemia ma ograniczony wpływ na wybór lub zmianę oferty telekomunikacyjnej – deklaruje go 14% Polaków,

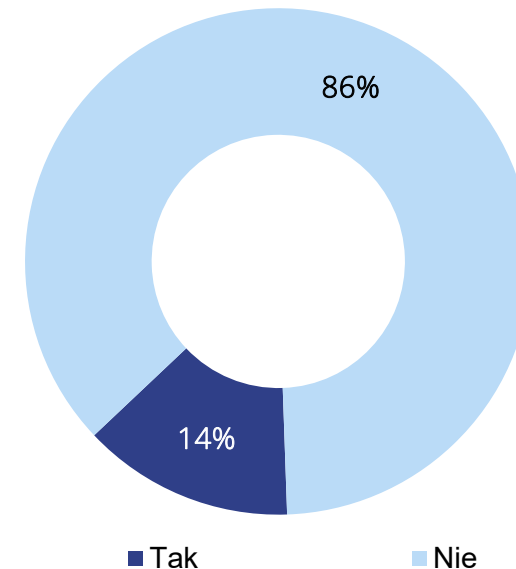
OCENA WYBRANYCH ELEMENTÓW USŁUG PODCZAS PANDEMII

Jak ocenia Pan/Pani następujące elementy usług telekomunikacyjnych podczas epidemii?



WPRZYW PANDEMII NA WYBÓR LUB ZMIANĘ OFERTY

Czy COVID-19 ma wpływ na wybór lub zmianę przez Pana/Panią oferty telekomunikacyjnej?

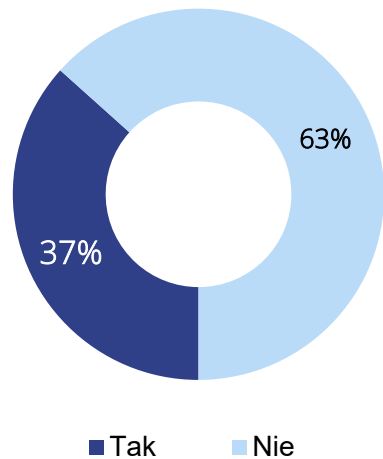


COVID-19 a korzystanie z usług telekomunikacyjnych

Epidemia wpłynęła na wydłużenie połączeń głosowych w sieciach stacjonarnych u co 3 Polaka. W nieco mniejszym stopniu wpłynęła na wzrost liczby wysyłanych SMS-ów (27%) i MMS-ów (18%).

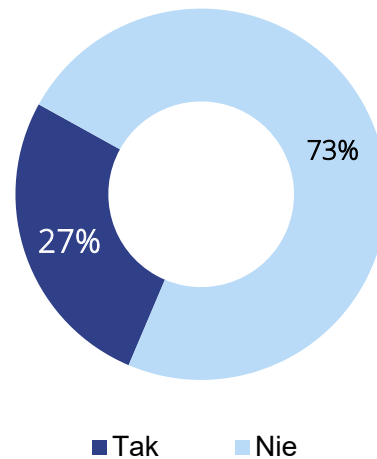
POŁĄCZENIA GŁOSOWE

Czy połączenia głosowe jakie Pan/i wykonuje w sieciach stacjonarnych trwają dłużej niż w okresie przed epidemią?



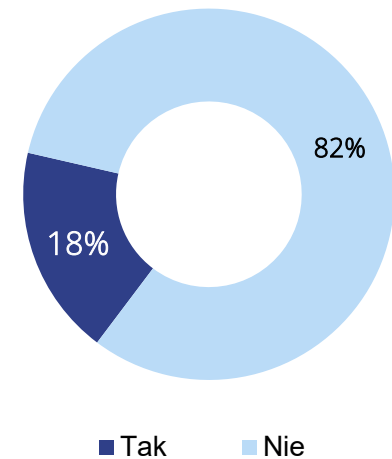
SMS

Czy wysyła Pan/Pani więcej SMS-ów niż przed epidemią?



MMS

Czy wysyła Pan/Pani więcej MMS-ów niż przed epidemią?



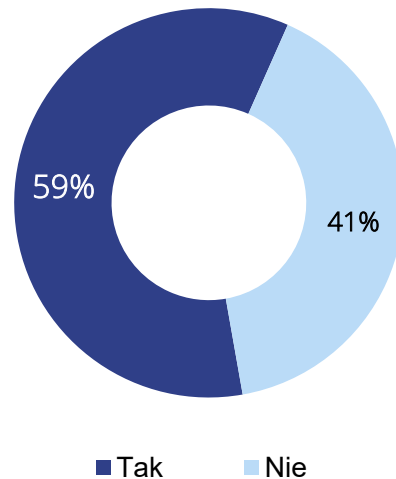
COVID-19 a korzystanie z komunikatorów i wideokonferencji

Polacy w czasie pandemii częściej korzystają z komunikatorów internetowych – zmianę taką deklaruje aż 59% z nich,

Obserwowany jest też pewien wpływ pandemii na częstość korzystania z narzędzi do wideokonferencji – wzrost częstości deklaruje 27%. Co 3 osoba nie odnotowuje tego wpływu.

KOMUNIKATORY INTERNETOWE

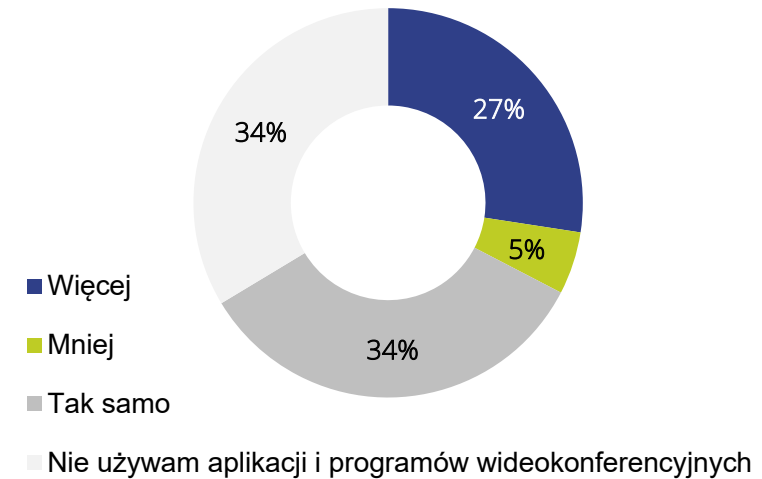
Czy częściej korzysta Pan/Pani z komunikatorów internetowych (np. WhatsApp, Messenger, Viber) niż przed epidemią?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z komunikatorów internetowych, N=1675

PROGRAMY DO WIDEOKONFERENCJI

Czy w czasie trwania epidemii korzysta Pan/Pani więcej z aplikacji i programów wideokonferencyjnych?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

Problemy

Ponad połowa Polaków nie spotkała się z problemami związanymi ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych. Pozostałe osoby najczęściej wskazują na wzrost cen (20%), a w dalszej kolejności – na pogorszenie jakości usług (15%), pogorszenie zakresu ofert (11%) i obsługi klienta (10%)

PROBLEMY ZE ŚWIADCZENIEM USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH W CZASIE PANDEMII

Z jakimi problemami w związku z świadczeniem usług telekomunikacyjnych spotkał(a) się Pan/Pani podczas epidemii COVID-19

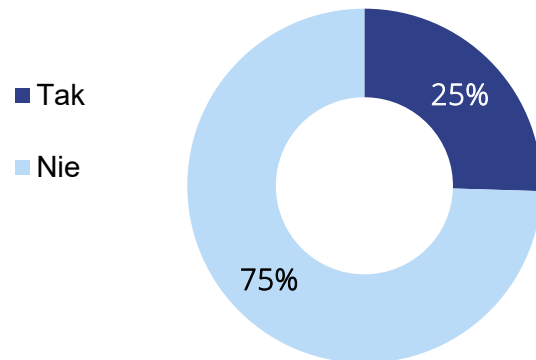


Praca zdalna a ocena usług telekomunikacyjnych

Co 4 Polak wykonywał pracę zdalną, z czego prawie połowa w niepełnym zakresie (do 10 dni roboczych). Jakość usług telekomunikacyjnych w czasie pracy zdalnej jest z reguły oceniana pozytywnie. Zastrzeżenia zgłasza 12% osób pracujących zdalnie

PRACA ZDALNA

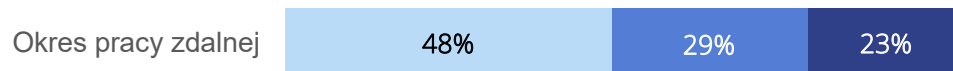
Czy podczas trwania epidemii świadczył(a) Pan/Pani pracę zdalną?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

W jakim wymiarze w skali miesiąca świadczył(a) Pan/Pani pracę zdalną?

■ Do 10 dni roboczych ■ 10-20 dni roboczych ■ 20-30 dni roboczych

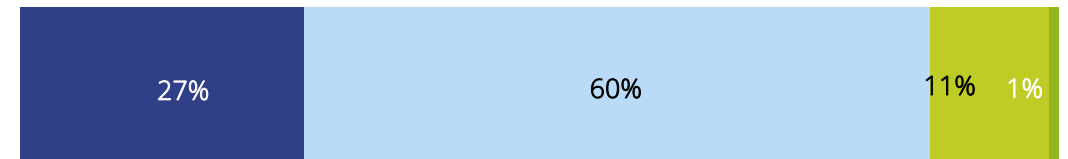


Podstawa procentowania: respondenci wykonujący pracę zdalną, N=609

OCENA USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH W CZASIE PRACY ZDALNEJ

Jak ocenia Pan/Pani jakość świadczonych usług telekomunikacyjnych podczas pracy zdalnej?

■ Zdecydowanie dobrze ■ Raczej dobrze ■ Raczej źle ■ Zdecydowanie źle



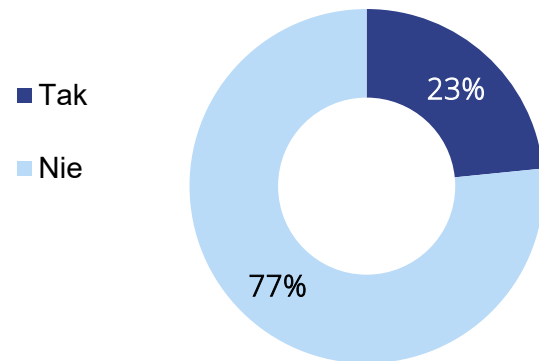
Podstawa procentowania: respondenci którzy pracowali zdalnie, N=609

E-learning a ocena usług telekomunikacyjnych

23% Polaków podczas epidemii korzystała z nauki online. Co 5 z tych osób negatywnie ocenia jakość usług telekomunikacyjnych w czasie e-learningu. Najczęstszymi problemami, jakich doświadczają osoby uczące się online były problemy techniczne związane z aplikacjami oraz przerwy w dostępie do internetu – obie kwestie dotyczyły połowy z nich.

KORZYSTANIE Z E-LEARNINGU

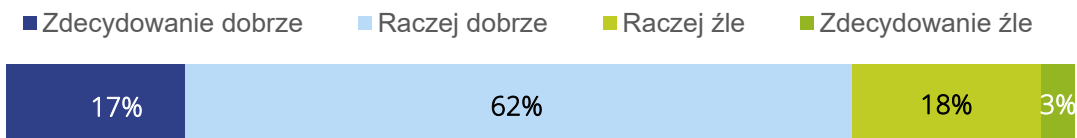
Czy podczas trwania epidemii korzysta Pan/Pani z e-learningu (szkolenia on-line)?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2104

OCENA USŁUG W CZASIE E-LEARNINGU

Jak ocenia Pan/Pani jakość świadczonych usług telekomunikacyjnych podczas e-learningu?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy korzystali z e-learningu N=552

PROBLEMY W CZASIE E-LEARNINGU

Z jakimi problemami podczas e-learningu (szkolenia on-line) się Pan/Pani spotkał(a)?



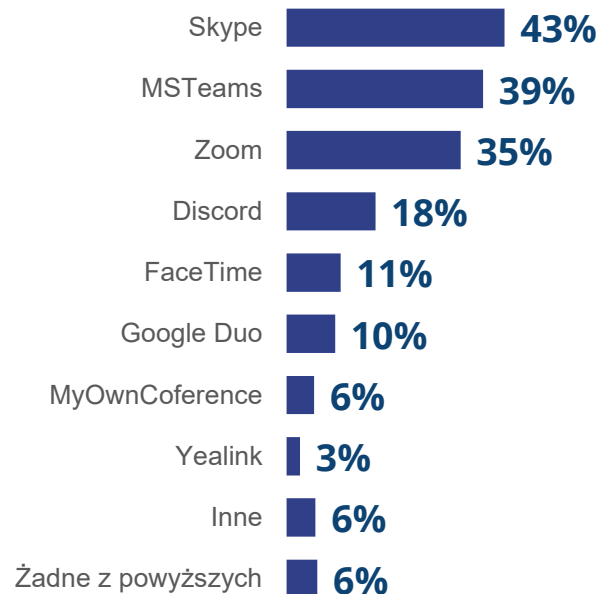
Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, którzy korzystali z e-learningu N=552

Wideokonferencje

Najczęściej wykorzystywanymi narzędziami do wideokonferencji są: Skype (43%), MSTeams (39%) oraz Zoom (35%).

APLIKACJE I PROGRAMY WIDEOKONFERENCYJNE

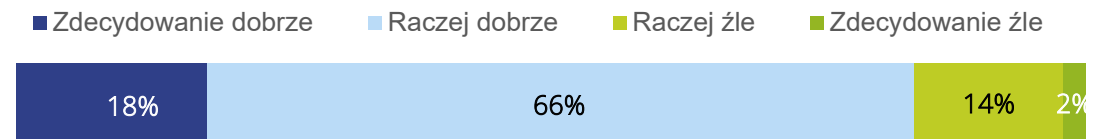
Z jakich aplikacji i programów wideokonferencyjnych Pan/Pani korzysta?



Podstawa procentowania: respondenci, którzy pracowali zdalnie albo korzystali z e-learningu, N=735

JAKOŚĆ POŁĄCZEŃ W CZASIE WIDEOKONFERENCJI

Jak ocenia Pani/Pan jakość połączenia podczas korzystania z programów do wideokonferencji?



Podstawa procentowania: respondenci korzystający z programów/ aplikacji do wideokonferencji N=690

E-LEARNING: WIDEOKONFERENCJE A SPOTKANIA OSOBISTE

Jak ocenia Pani/Pan kontakty poprzez wideokonferencje, a spotkania osobiste?



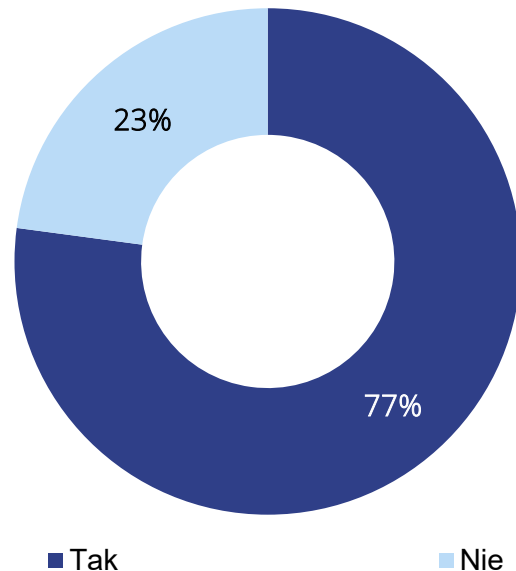
Podstawa procentowania: respondenci, którzy pracowali zdalnie albo korzystali z e-learningu, N=735

Pandemia a e-handel

Z handlu elektronicznego w czasie epidemii korzystało prawie 8 na 10 Polaków z badanej grupy. Prawie połowa z nich – kilka razy w miesiącu, a prawie co 4 – co najmniej kilka razy w tygodniu.

KORZYSTANIE Z E-HANDLU

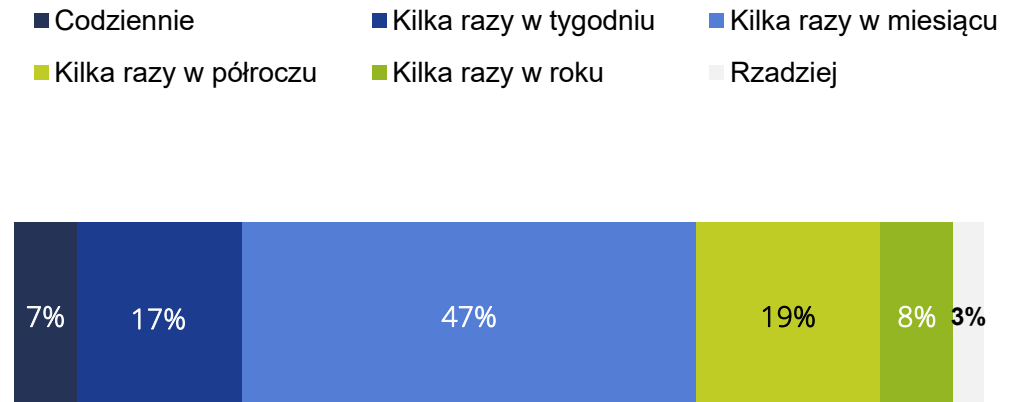
Czy podczas trwania epidemii korzysta Pan/Pani z handlu elektronicznego (sprzedawanie i kupowanie przez internet)?



Podstawa procentowania: wszyscy respondenci, N=2100

INTENSYWNOŚĆ KORZYSTANIA Z E-HANDLU

Ile średnio poświęca Pan/Pani na handel elektroniczny (sprzedawanie i kupowanie przez internet) podczas trwania epidemii?



Podstawa procentowania: respondenci którzy korzystali z e-handlu, N=1654

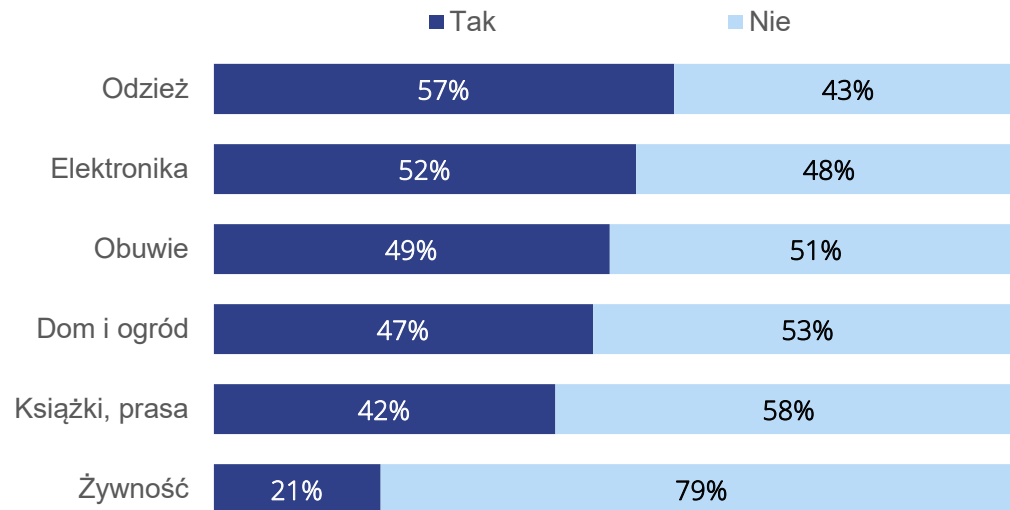
Pandemia a e-handel

Ponad połowa osób deklaruje wzrost częstości wykorzystania internetu do nabywania odzieży i elektroniki. Prawie 50% – obuwia oraz artykułów do domu i ogrodu, nieco mniejszy odsetek – książek i prasy. Co 5 Polak z badanej grupy w czasie epidemii częściej kupuje żywność online.

Kluczowymi motywacjami do zakupów w sieci są: niższe ceny, oszczędność czasu (ponad połowa). Polacy doceniają też duży wybór (46%), bezpieczeństwo zakupów (44%) oraz dostępność towarów (42%)

WPŁYW PANDEMII NA CZĘSTOŚĆ ZAKUPÓW ONLINE W POSZCZEGÓLNYCH KATEGORIACH

Czy dokonując zakupów wymienionych kategorii produktów, częściej wykorzystuje Pan/Pani internet niż w okresie sprzed epidemii?



Podstawa procentowania: respondenci którzy korzystali z e-handlu, N=1654

MOTYWACJE DO ZAKUPÓW W SIECI

Co sprawiło, że zdecydował/a się Pan/Pani na zakupy w sieci? (Proszę wskazać maksymalnie 3 powody)

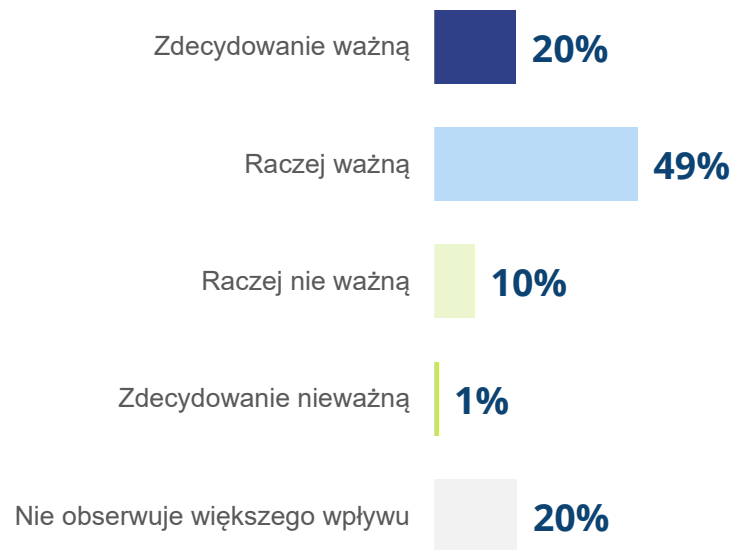


Rola usług telekomunikacyjnych w życiu codziennym

Pandemia nieco zwiększyła rolę przypisywaną usługom telekomunikacyjnym w codziennym życiu. Obecnie częściej jest ona określana jako zdecydowanie ważna (32% vs 20% przed pandemią).

PRZED PANDEMIĄ

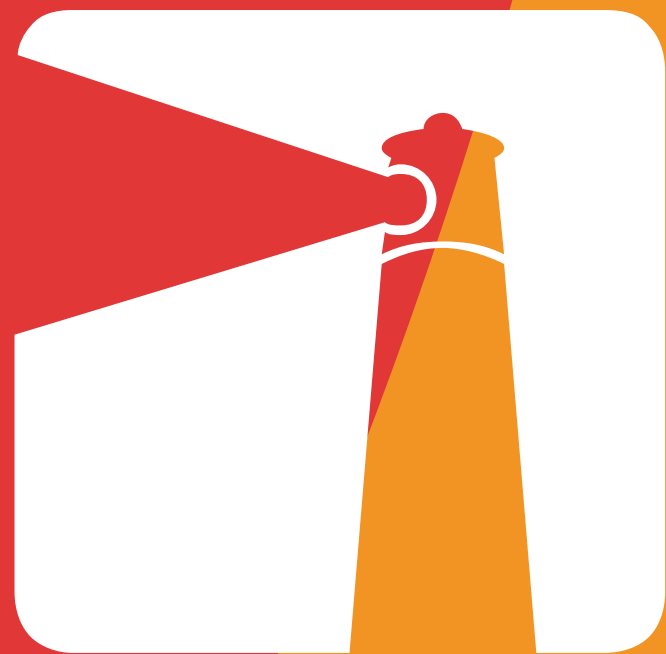
Proszę powiedzieć, jaką rolę pełniły usługi telekomunikacyjne w Pani/Pana życiu codziennym przed epidemią?



PODCZAS PANDEMII

Proszę powiedzieć, jaką rolę pełniły usługi telekomunikacyjne w Pani/Pana życiu podczas epidemii?





arc
rynek i opinia

ARC Rynek i Opinia Sp. z o. o.

ul. Juliusza Słowackiego 12

01-627 Warszawa

tel.: +48 22 584 85 00

fax.: +48 22 584 85 01