

Analiza funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce oraz ocena preferencji konsumentów. 2022 rok.

Badanie klientów indywidualnych

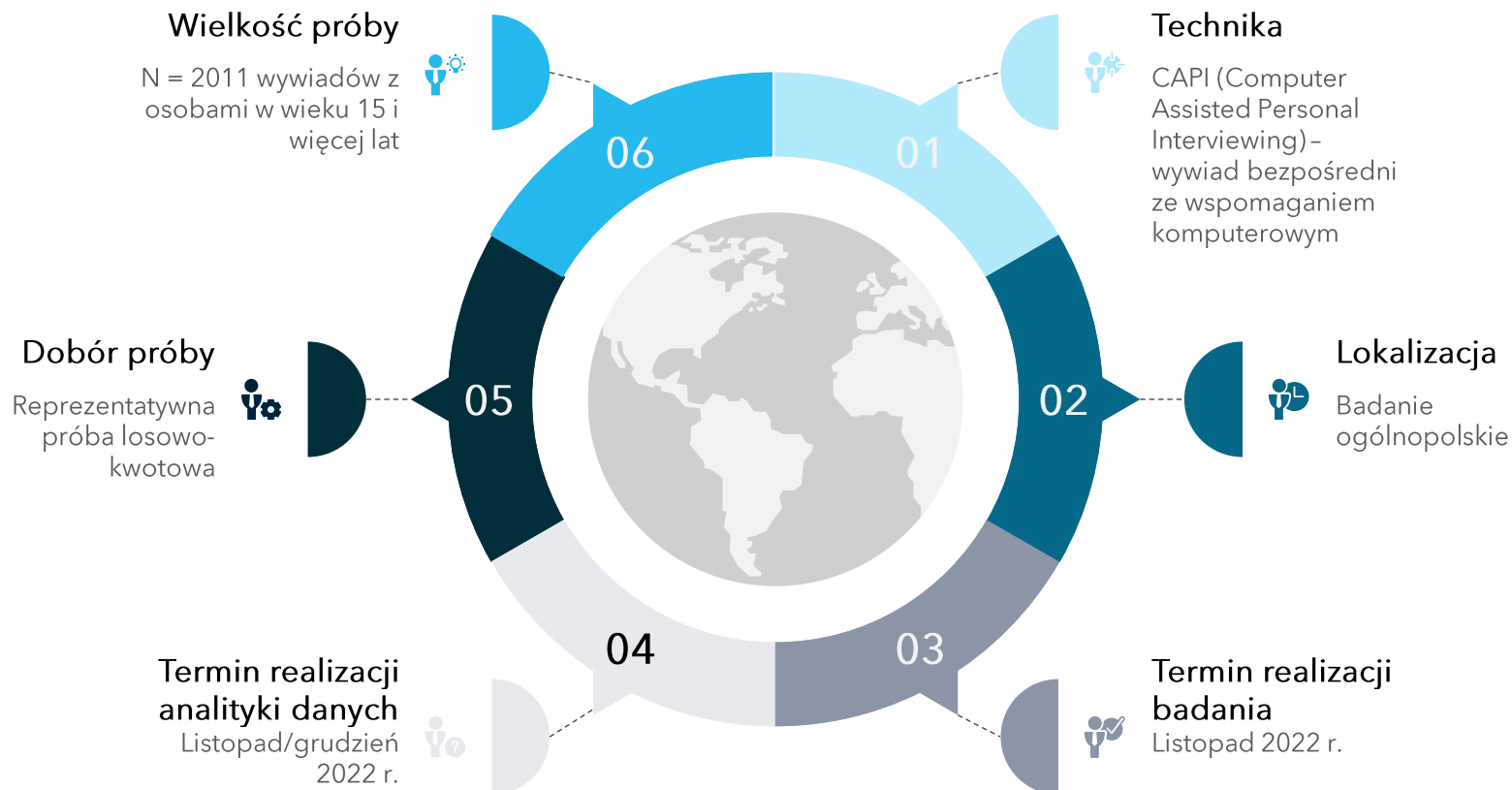
IBC Advisory S.A.
Sektor Publiczny

15.11.2022

Agenda

01. Informacje o projekcie
02. Techniczne aspekty gromadzenia danych
03. Kluczowe wnioski
04. Charakterystyka próby
05. Telefonia mobilna
06. Automatyczne powiadomienia
07. Roaming
08. Telefonia stacjonarna
09. Internet
10. Usługi wiązane
11. Bezpieczeństwo w sieci
12. Usługi telewizyjne
13. Usługi „Over the Top”
14. Sieć 5G
15. Usługi IoT
16. PRO speed test
17. Ocena rynku telekomunikacyjnego
18. Najważniejsze ustalenia

Informacje o projekcie



W opisie danych przedstawiono informacje o tych zależnościach, które po przeprowadzonych testach statystycznych okazały się istotne.

Techniczne aspekty gromadzenia danych

Start projektu poprzedzony był szkoleniem dla koordynatorów oraz rozdystrybuowaniem informacji o głównych założeniach projektu, jak również obszernej instrukcji zawierającej wszystkie informacje dotyczące badania.

Dla koordynatorów i ankieterów udostępniono help desk w postaci dwóch pracowników w centrali, pracownika merytorycznego odpowiedzialnego za pomoc w sprawach związanych z zawartością kwestionariusza oraz koordynatora w centrali rozwiązującego problemy organizacyjne.



Pracownik centrali wyznaczył koordynatorom punkty kontrolne (od dwóch do kilkunastu). W procesie realizacji projektu bardzo istotne było przestrzeganie spływów minimalnych wyznaczonych na punkty kontrolne. Brak lub spływ mniejszej ilości ankiet, niż wyznaczone przez pracownika centrali limity, byłby pierwszym symptomem, że należy podjąć kroki naprawcze.

Niezależnie od punktów kontrolnych, każdy ankieter miał obowiązek codziennej synchronizacji i zsyłania zrealizowanych wywiadów w celu ich weryfikacji. W momencie braku synchronizacji od jakiegokolwiek ankietera, otrzymywałby on ostrzeżenie, a w przypadku powtórzenia się takiej sytuacji zostałyby odsunięty od badania i zastąpiony nowym.

Kluczowe wnioski

01

Z usług telefonii mobilnej korzystali prawie wszyscy respondenci.

Zdecydowana większość badanych użytkowników telefonii komórkowej korzystało z tych usług za pomocą smartfona.

Prawie ¾ badanych użytkowników telefonii komórkowej korzystała z możliwości połączeń w ramach abonamentu.

Nieco więcej niż 1/3 respondentów wyjeżdżała w ciągu ostatniego roku zagranicę, a prawie wszyscy spośród tych, którzy wyjechali, **korzystali w trakcie wyjazdu z telefonu komórkowego z polską kartą SIM.**

W próbie badawczej znalazło się 247 respondentów korzystających z telefonii stacjonarnej (stanowiących 12,3% wszystkich osób badanych).

Najczęściej wymienianą przez respondentów przyczyną korzystania z telefonii stacjonarnej było przyzwyczajenie.

02

Internet to trzecia pod względem częstotliwości wykorzystywana (po telefonii mobilnej i telewizji) usługa telekomunikacyjna.

Dostęp do Internetu (w jakiegokolwiek formie) **posiadało 79,1% respondentów.**

Usługą internetową najczęściej wykorzystywaną przez osoby badane było **przeglądanie stron internetowych przez przeglądarkę** (z wyłączeniem portali i serwisów informacyjnych).

Ponad połowa respondentów codziennie również odbierała/wysyłała pocztę e-mail, korzystała z portali i serwisów społecznościowych i czytała portale i serwisy informacyjne lub korzystała z aplikacji informacyjnych.

Zdecydowanie **większy odsetek osób badanych korzystał z programów antywirusowych i antyspiegowskich** zabezpieczających komputery niż telefony komórkowe.

03

W ramach pakietów usług związanych z respondencją **najczęściej korzystali z telefonii komórkowej, telewizji, oraz Internetu mobilnego i Internetu stacjonarnego.**

Najmniejsza część osób badanych wskazała na usługi sprzedaży energii elektrycznej jako element wykorzystywanych usług związanych.

Najczęściej wykorzystywanym rodzajem usług telewizyjnych był **streaming video**, z którego korzystało 41,7% respondentów i naziemna telewizja cyfrowa (33,2%).

Podstawowym urządzeniem odbiorczym naziemnej telewizji cyfrowej dla ponad połowy respondentów był **dekoder DVB-T2.**

04

Korzystanie z usług OTT było wśród respondentów **bardziej rozpowszechnione, niż świadomość, że usługi tego typu** łącznie sklasyfikowane są do kategorii "Over-the-Top".

Jedynie 1/5 osób badanych była zaznajomiona z tym pojęciem chociaż aż 90,1% z nich korzystało.

16,0% respondentów spotkało się z pojęciem „Internet rzeczy”. Wszystkie wskazane obszary zastosowań technologii IoT przez większość respondentów ocenione zostały jako przydatne. Najbardziej przydatnymi obszarami były **inteligentne systemy energetyczne i miasta.**

18,9% respondentów słyszało o PRO speed test. Ponad 80% z tych, którzy o teście słyszeli, miało okazję również go wykorzystywać do pomiarów parametrów Internetu.

05

Funkcjonowanie polskiego rynku telekomunikacyjnego ocenione zostało dobrze. Relatywnie najwyżej oceniony został dostęp do usług telekomunikacyjnych.

43,8% osób badanych była zdania, że rozwój usług telekomunikacyjnych ma **pozytywny wpływ na relacje międzyludzkie.**

Prawie co czwarta pytana osoba zauważyła **pozytywne zmiany** na rynku usług telekomunikacyjnych w przeciągu ostatniego roku. Najczęściej zauważany był **dynamiczny rozwój technologii** oraz **zwiększenie liczby ofert** dostępnych dla klientów.

O działalności UKE **słyszało 46,5% osób badanych.** Ponad połowa respondentów nie posiadała wyrobionej opinii na temat działań Urzędu Komunikacji Elektronicznej, a blisko 1/3 **pozytywnie oceniła działania UKE.**

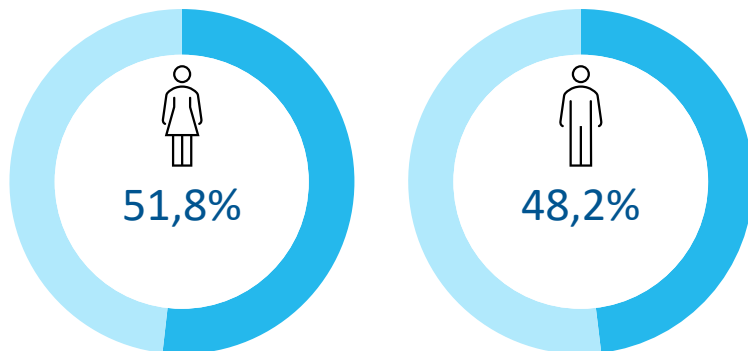




Charakterystyka próby

Badanie klientów indywidualnych

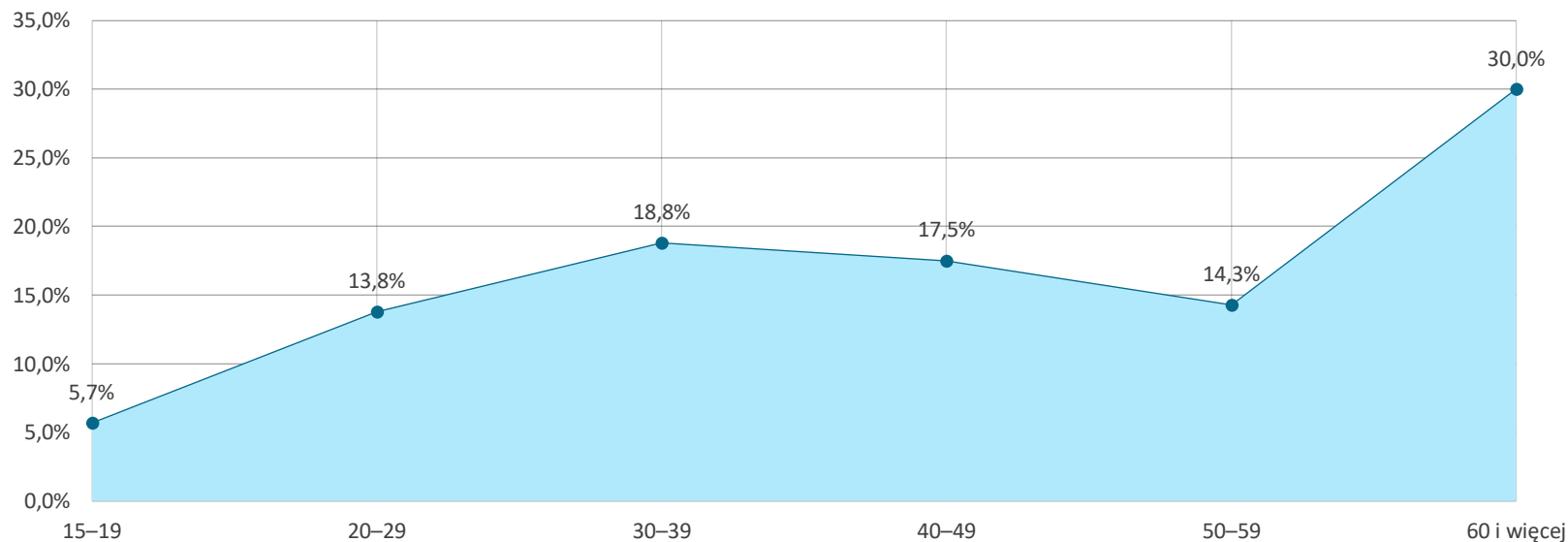
Charakterystyka próby



W badaniu wzięło udział 2011 osób, wśród których znalazło się 1041 kobiet i 970 mężczyzn. Średnia wieku badanych osób to 46 lat., przy czym połowa respondentów w próbie badawczej jeszcze tego wieku nie osiągnęła, a połowa już go przekroczyła.

Najmłodsza odpowiadająca na pytania osoba była w wieku lat 15, a najstarsza - 82. Nastolatki stanowiły 5,7% próby, dwudziestolatkowie - 13,8%, trzydziestolatkowie - 18,8% czterdziestolatkowie - 17,5%. Osób, które ukończyły 60 -ty rok życia było łącznie 30,0%.

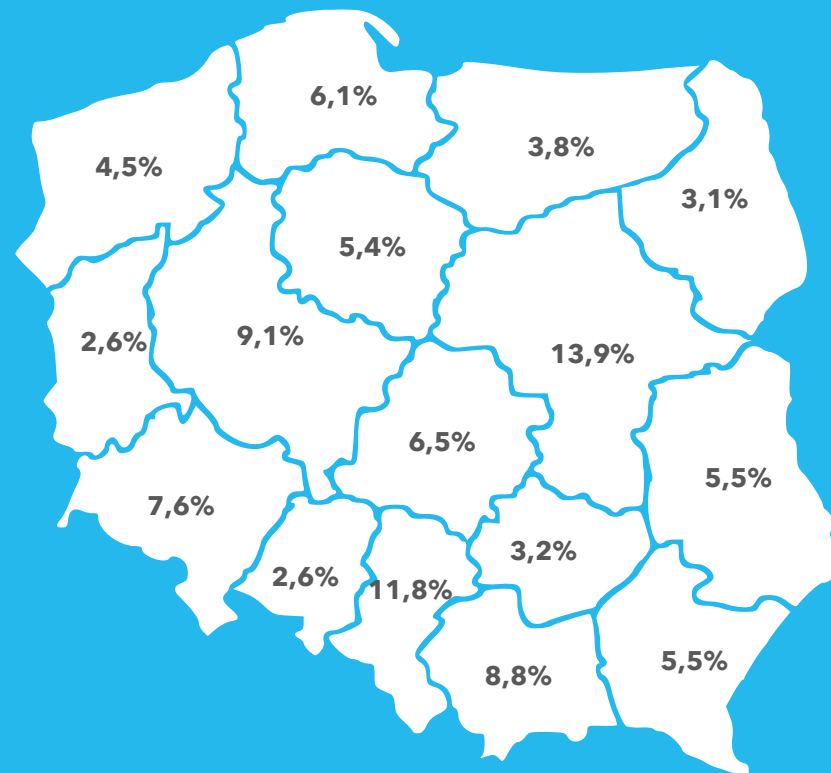
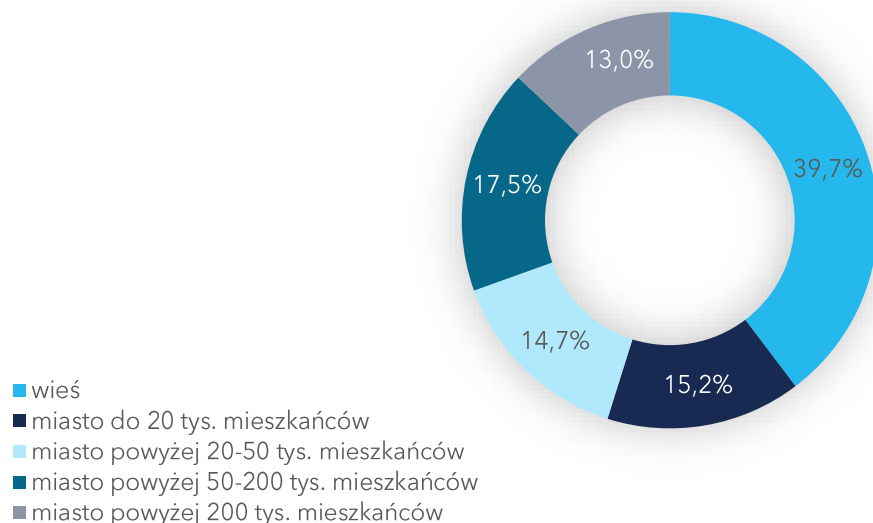
Grupa wiekowa



Charakterystyka próby

Badaniem klientów indywidualnych objęto próbę osób zamieszkujących wszystkie 16 województw Polski. Próba dobrana została w sposób zapewniający reprezentatywność wyników. Odsetek respondentów z poszczególnych województw w próbie odpowiadała rozkładowi populacyjnemu, tak więc 13,9% z nich mieszkało w województwie mazowieckim, 11,8% - w śląskim, a kolejne 9,1% - wielkopolskim. Najmniej wywiadów przeprowadzono z mieszkańcami województw: podlaskiego, opolskiego i lubuskiego.

Wielkość miejscowości zamieszkania

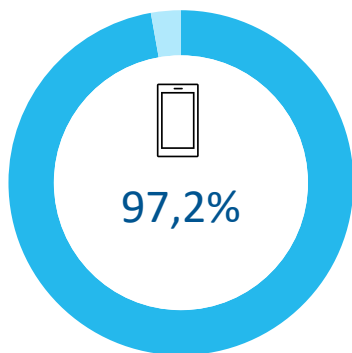


Prawie 40% osób badanych mieszkało na wsi, a kolejne 15,2% - w małych miastach (o wielkości do 20 tys. mieszkańców). W miastach liczących więcej niż 200 tys. mieszkańców zamieszkiwało 13,0% ankietowanych.

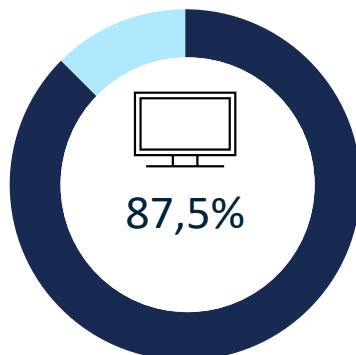
N = 2011

Korzystanie z usług telekomunikacyjnych

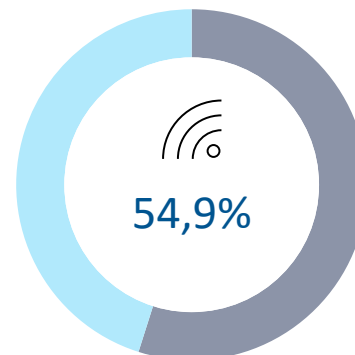
Telefonia mobilna



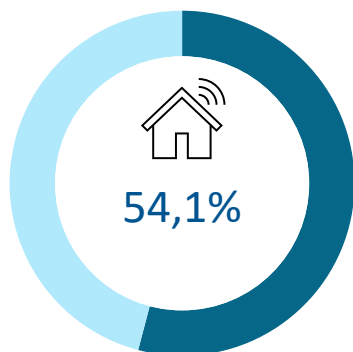
Usługi telewizyjne



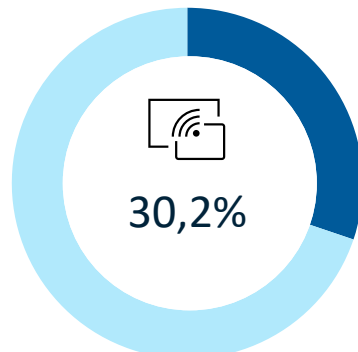
Internet mobilny



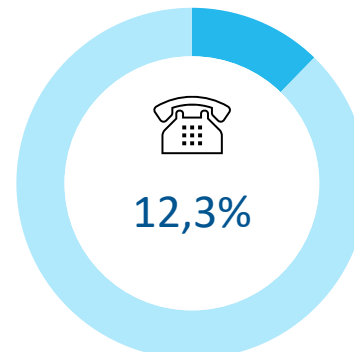
Internet stacjonarny



Usługi wiązane



Telefonia stacjonarna



Prawie wszystkie badane osoby korzystały z usług telefonii mobilnej – „komórek” nie użytkowało jedynie 56 respondentów. Drugie - pod względem rozpowszechnienia wśród badanych osób - miejsce zajęły usługi telewizyjne. Nieco ponad połowa pytanых korzystała z usługi Internetu mobilnego, a podobny odsetek - z Internetu stacjonarnego. W próbie znalazło się także 608 użytkowników usług wiązanych oraz jedynie 247 użytkowników telefonii stacjonarnej.



Telefonia mobilna

Badanie klientów indywidualnych

Korzystanie z telefonii mobilnej

Z usług telefonii mobilnej korzystali prawie wszyscy respondenci, jednak odsetek ten był wyższy wśród mężczyzn (98,4%) niż kobiet (96,2%). Zdecydowana większość badanych użytkowników telefonii komórkowej korzystała z tych usług za pomocą smartfona. Jedynie 6,9% respondentów posiadała tradycyjny telefon komórkowy.

Prawie $\frac{3}{4}$ badanych użytkowników telefonii komórkowej korzystała z możliwości połączeń w ramach abonamentu, a blisko $\frac{1}{4}$ - z usług typu pre-paid. Najmniejszą popularnością cieszyły się oferty typu mix.

Osoby badane ponosiły z tytułu użytkowania telefonii komórkowej wydatki w przeciętnej miesięcznej wysokości równej 46,82 zł.

Telefon na kartę (pre-paid - doładowania)

24,5%

Abonament (stała opłata miesięczna - po jej przekroczeniu koszty dopisywane są do rachunku)

72,4%

Oferta typu mix (stała opłata miesięczna - po jej przekroczeniu trzeba doładować dodatkową kwotą)

3,1%

91,6% | Smartfon



6,9% | Telefon tradycyjny



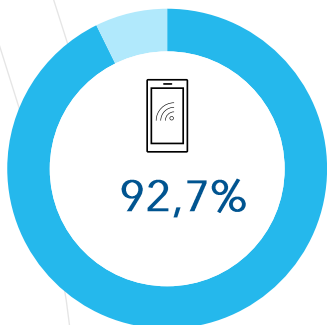
1,6% | Oba rodzaje telefonów



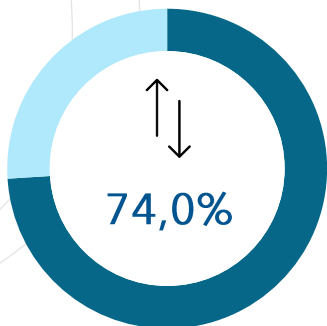
Średnie miesięczne wydatki na korzystanie z telefonii komórkowej.

46,82
PLN

Korzystanie z Internetu w telefonie



Użytkowników telefonii komórkowej korzysta z Internetu w telefonie.

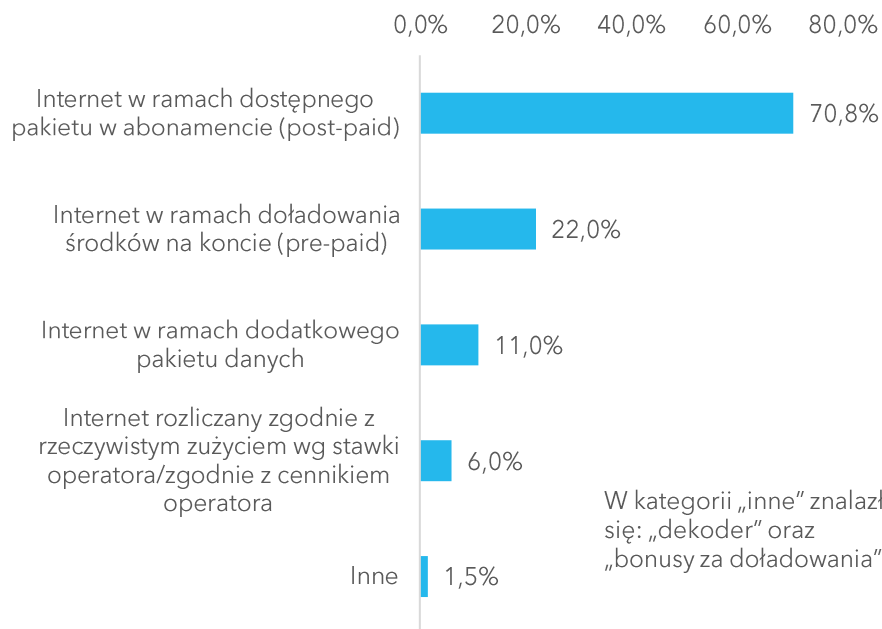


Użytkowników telefonii komórkowej zna wielkość swojego pakietu danych internetowych w ramach umowy/w telefonie.

Osoby badane najczęściej wykorzystywały Internet w telefonach w celu przeglądania stron internetowych i serwisów społecznościowych, odbierania lub wysyłania e-maili oraz wiadomości przez komunikatory internetowe.

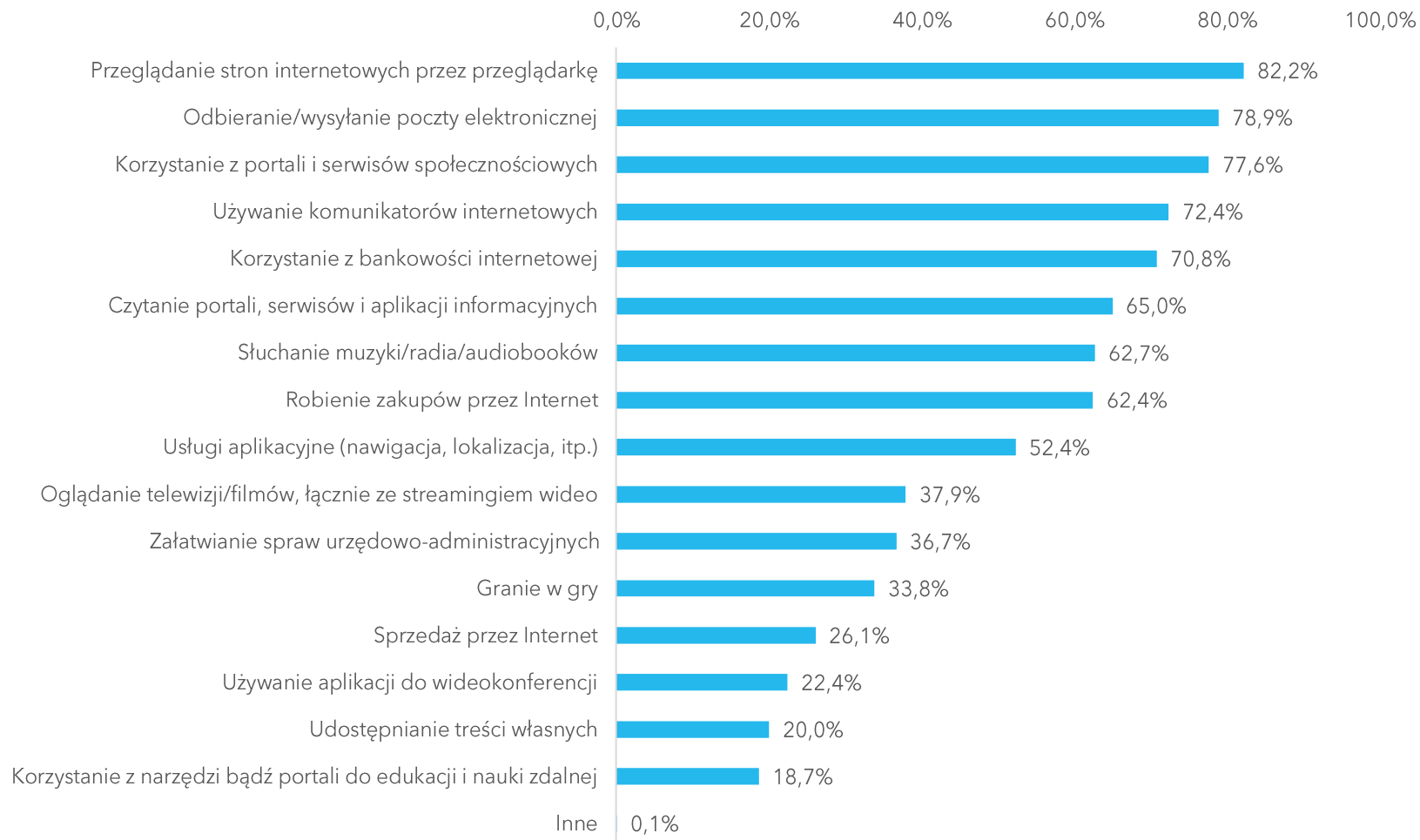
Prawie wszyscy użytkownicy telefonii komórkowej korzystali z usług internetowych w telefonie, jednak tylko $\frac{3}{4}$ z nich znało wielkość swojego pakietu danych internetowych w ramach umowy. Respondenci korzystający z Internetu w telefonie byli średnio o 7 lat młodsi od tych, którzy z Internetu w telefonie nie korzystali. Nieco ponad 70,8% badanych użytkowników korzystało z Internetu w ramach oferty typu post-paid, zaś 22,0% w ramach usługi typu pre-paid.

Z jakiego rodzaju dostępu do Internetu w telefonie Pan(i) korzysta?

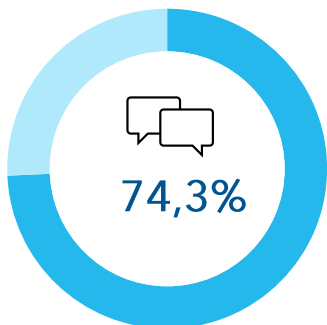


Korzystanie z Internetu w telefonie

W jakim celu korzysta Pan(i) z Internetu w telefonie?



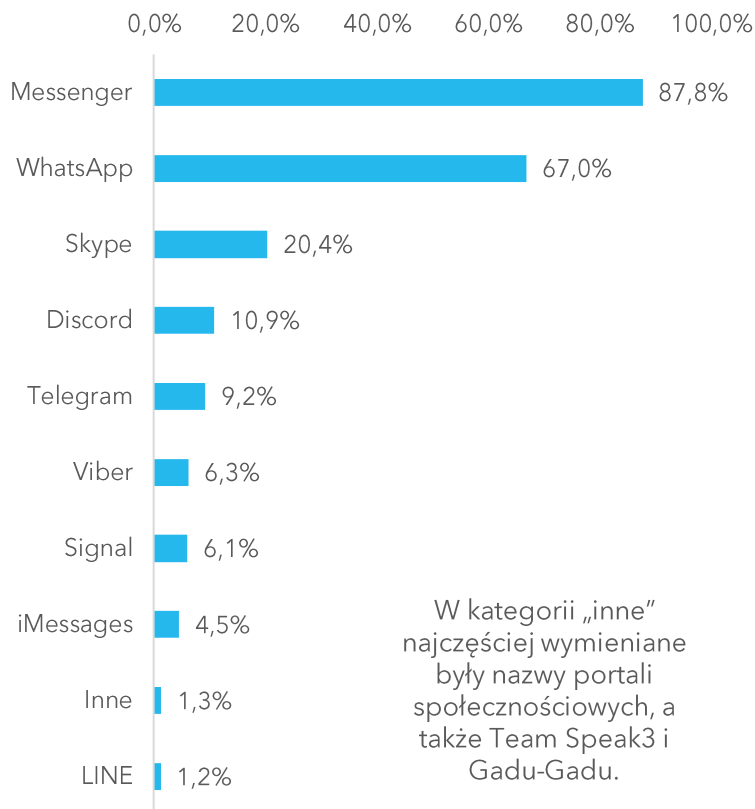
Komunikatory internetowe w telefonie



Użytkowników telefonii komórkowej korzysta z komunikatorów internetowych w telefonie.

Prawie $\frac{3}{4}$ użytkowników telefonii komórkowej korzystało z komunikatorów internetowych zainstalowanych w telefonie. Średnia wieku osób korzystających z komunikatorów była ponad 6 lat niższa, niż osób z nich niekorzystających. Najczęściej wykorzystywanym (i wskazanym przez 87,8% pytanych) komunikatorem był Messenger, a w dalszej kolejności WhatsApp (67,0% wskazań). Pozostałe komunikatory użytkowane były przez znacznie mniejszą grupę osób badanych: korzystanie ze Skype zadeklarował co piąty respondent, z Discord – co dziesiąty. Telegram, Viber, Signal, iMessages i Line cieszyły się jeszcze mniejszą popularnością.

Z jakich komunikatorów w telefonie Pan(i) korzysta?



W kategorii „inne” najczęściej wymieniane były nazwy portali społecznościowych, a także Team Speak3 i Gadu-Gadu.

Komunikatory internetowe w telefonie

82,3% | Brak opłat

54,9% | Jakość i stabilność połączenia

39,0% | Dodatkowe funkcje

2,7% | Inne zalety

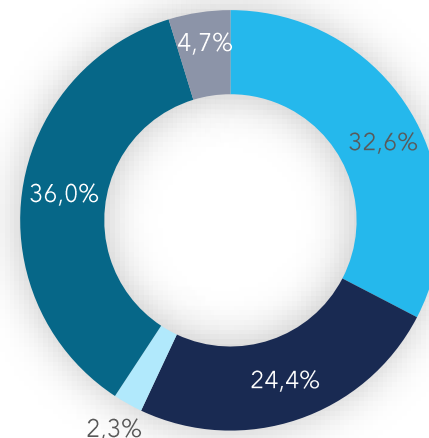
N = 1433

Komunikatory internetowe cieszyły się wśród osób badanych większą popularnością niż połączenia głosowe w sieci mobilnej, SMS-y i MMS-y. Dla 36,0% respondentów komunikatory były najczęściej wybieraną usługą, podczas gdy połączenia głosowe w sieci mobilnej stanowiły najczęstszy wybór dla 32,6%. Co czwarty pytany najczęściej komunikował się za pośrednictwem krótkich wiadomości tekstowych SMS.

Komunikatory cenione były przede wszystkim za brak opłat. Co drugi respondent wśród ich zalet wymienił również jakość i stabilność połączenia, a 39,0% wskazało na dodatkowe funkcje i możliwości.

2,7% osób badanych wśród korzyści związanych z korzystaniem z komunikatorów internetowych wymieniło także inne ich pozytywne cechy, takie jak: szybkość, wygoda, możliwość tworzenia grup (prowadzenia konwersacji zbiorowych), możliwość uzyskania informacji o tym, czy wysłana wiadomość została odczytana przez adresata oraz możliwość przekazywania plików multimedialnych w wysokiej jakości.

Którą z wymienionych usług wybiera Pan(i) najczęściej?



N = 1453

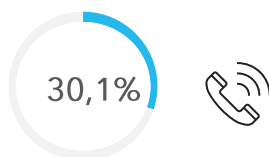
- Połączenia głosowe w sieci
- SMS
- MMS
- Komunikatory internetowe
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Połączenia głosowe i komunikacja

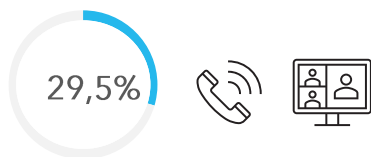
Komunikatory internetowe nie stanowiły według użytkowników indywidualnych poważnej konkurencji dla tradycyjnych rozmów głosowych. Prawie 1/3 respondentów w celu realizacji rozmów głosowych praktycznie zawsze korzystała z połączeń tradycyjnych i prawie taka sama część, mimo korzystania w tym celu niekiedy z komunikatorów internetowych, częściej wybierała połączenia tradycyjne. Jedynie 3,0% osób badanych, aby zadzwonić, wybierała przede wszystkim komunikatory. Połowa osób badanych uznała natomiast, że komunikatory są najbardziej konkurencyjne względem SMS-ów.

Czy częściej korzysta Pan(i) z tradycyjnych rozmów głosowych za pośrednictwem sieci mobilnej czy rozmów przez komunikatory?

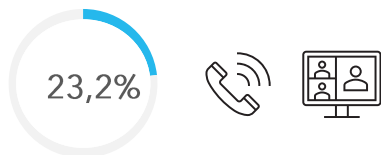
Praktycznie zawsze korzystam z tradycyjnych rozmów głosowych



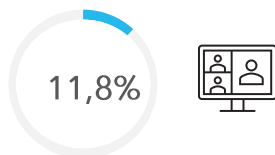
Częściej korzystam z tradycyjnych rozmów głosowych, jednak również rozmawiam przez komunikatory



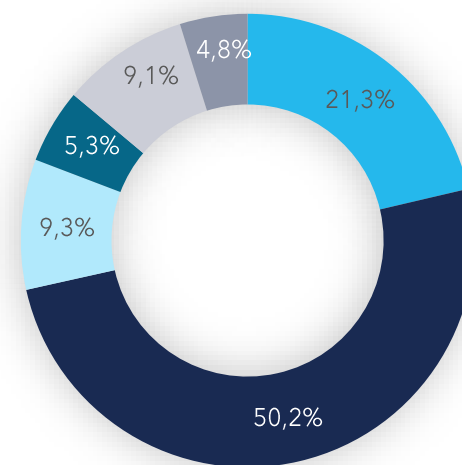
Równie często korzystam z tradycyjnych rozmów głosowych co z rozmów przez komunikatory



Częściej korzystam z rozmów przez komunikatory, jednak korzystam również z tradycyjnych rozmów telefonicznych



Dla której z usług, Pana(i) zdaniem, komunikatory internetowe stanowią większą konkurencję?



- Połączenia głosowe
- SMS
- MMS
- E-mail
- Nie stanowią konkurencji dla żadnej z wymienionych usług
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Preferencje wysyłania wiadomości

Wśród badanych użytkowników komunikatorów internetowych zainstalowanych w telefonie, częstotliwość ich wykorzystywania w celu wysyłania wiadomości tekstowych i multimedialnych przewyższała częstotliwość korzystania z usług SMS i MMS. Jedynie 12,4% użytkowników komunikatorów w celu wysyłania wiadomości tekstowej zawsze wykorzystywało usługę tradycyjną, a 2,0% nie potrafiła tego ocenić. Analogiczne odsetki w odniesieniu do wiadomości multimedialnych wyniosły 9,3% oraz 0,2%.

Czy częściej korzysta Pan(i) z usługi SMS czy wysyłania wiadomości przez komunikatory?

Częściej korzystam z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory, jednak korzystam również z usługi SMS

28,6%

Równie często korzystam z usługi SMS co z wysyłania wiadomości przez komunikatory

24,2%

Częściej korzystam z usługi SMS, jednak wysyłam również wiadomości przez komunikatory

20,4%

Praktycznie zawsze korzystam z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory

12,5%

Praktycznie zawsze korzystam z usługi SMS

12,4%

Czy częściej korzysta Pan(i) z usługi MMS (wiadomości multimedialnych) czy wysyłania wiadomości przez komunikatory?

Częściej korzystam z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory, jednak korzystam również z usługi MMS

31,7%

Praktycznie zawsze korzystam z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory

28,6%

Równie często korzystam z usługi MMS co z wysyłania wiadomości przez komunikatory

18,4%

Częściej korzystam z usługi MMS, jednak wysyłam również wiadomości przez komunikatory

11,8%

Praktycznie zawsze korzystam z usługi MMS

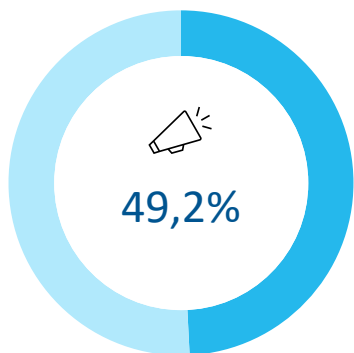
9,3%



Automatyczne powiadomienia

Badanie klientów indywidualnych

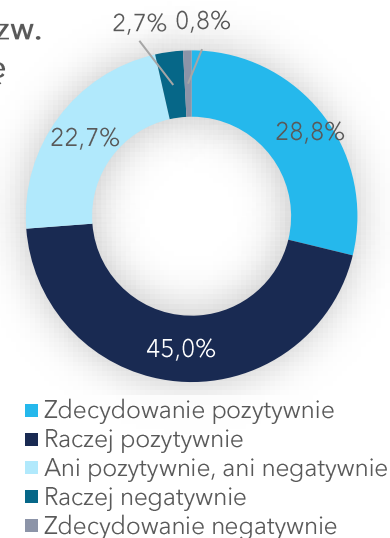
Automatyczne powiadomienia



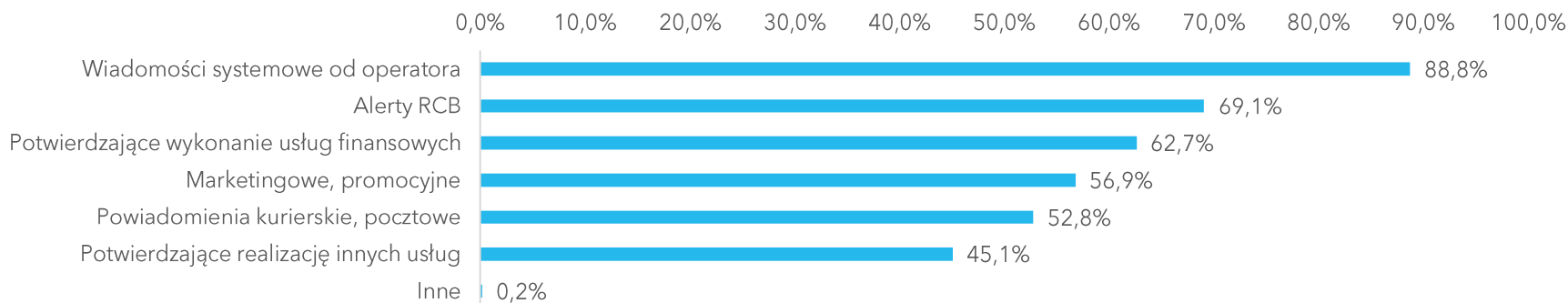
Respondentów spotkało się z usługami automatycznych powiadomień SMS wysyłanych przez aplikacje/systemy informatyczne.

Blisko połowa użytkowników telefonii komórkowej spotkała się z usługami automatycznych powiadomień SMS wysyłanymi przez aplikacje/systemy informatyczne, a nieco ponad 1/4 nie była pewna, co się pod tym pojęciem kryje. Użytkownicy indywidualni telefonii komórkowej najczęściej mieli kontakt z wiadomościami systemowymi od operatorów, a w dalszej kolejności z alertami RCB i wiadomościami potwierdzającymi wykonanie usług finansowych. Blisko 3/4 osób badanych było zadowolonych z powiadomień, z którymi miało do czynienia.

Jak ocenia Pan(i) te powiadomienia SMS (tzw. SMS A2P), z którymi się Pan(i) spotkał(a)?



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



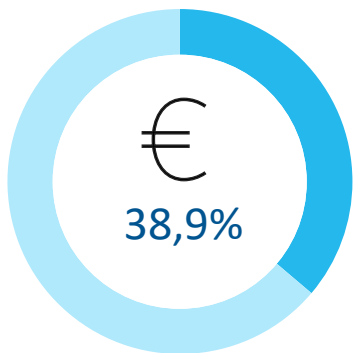


Roaming

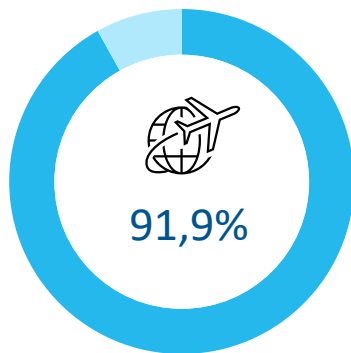
Badanie klientów indywidualnych



Korzystanie z roamingu



Respondentów wyjeżdżało do innych krajów UE w ciągu ostatniego roku.



Respondentów korzystało z roamingu wśród tych, którzy wyjeżdżali do innych krajów UE w ciągu ostatniego roku.

N = 727

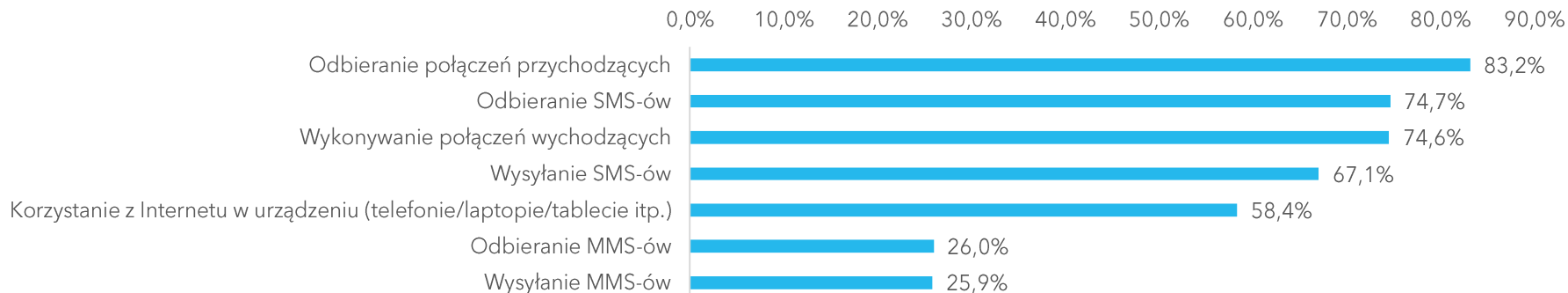


Średnia liczba wyjazdów zagranicznych do innych krajów UE

Nieco więcej niż 1/3 respondentów wyjeżdżała w ciągu ostatniego roku zagranicę, a prawie wszyscy spośród tych, którzy wyjechali, korzystali w trakcie wyjazdu z telefonu komórkowego z polską kartą SIM. Średnio na 1 osobę badaną przypadał 1 zagraniczny wyjazd w roku, bo choć większość osób nie miała okazji wyjeżdżać, niektóre z pozostałych wyjeżdżały za granicę wielokrotnie (rekordziści nawet po 60 razy).

W trakcie wyjazdów zagranicznych respondenci korzystający z roamingu najczęściej robili to w celu odbierania połączeń przychodzących, odbierania SMS-ów i wykonywania połączeń.

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



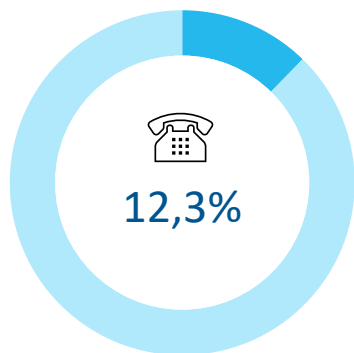
N = 668



Telefonia stacjonarna

Badanie klientów indywidualnych

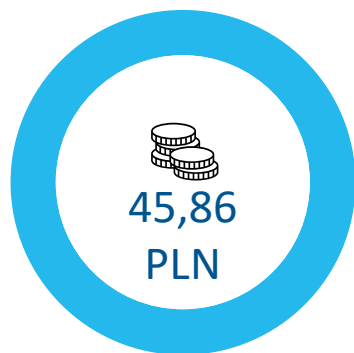
Koszt i częstotliwość korzystania z telefonii stacjonarnej



W próbie badawczej znalazło się 247 respondentów korzystających z telefonii stacjonarnej (stanowiących 12,3% wszystkich osób badanych). 168 osób znało wysokość swoich miesięcznych rachunków za telefon stacjonarny i ponosiło z tego tytułu wydatki w średniej miesięcznej kwocie 45,86 zł. Koszty miesięczne korzystania z telefonii stacjonarnej cechowała wysoka rozpiętość – od 10 zł do nawet 300 zł. Połowa osób badanych płaciła za telefon nie więcej niż 30 zł co miesiąc.

1/3 badanych użytkowników telefonii stacjonarnej, korzystała z jej usług przynajmniej kilka razy na tydzień, a blisko 2/3 - przynajmniej kilka razy w miesiącu.

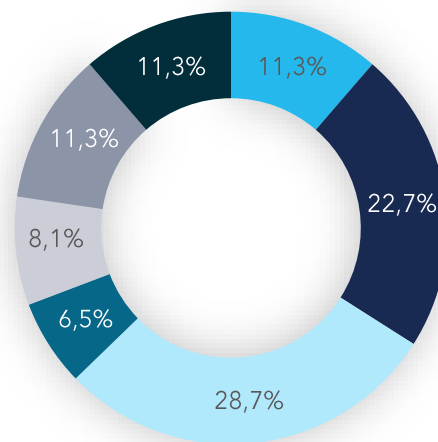
Z usług telefonii stacjonarnej częściej korzystali mężczyźni (13,9% z nich), niż kobiety (10,8%).



N = 168

Jak często korzysta Pan(i) z telefonu stacjonarnego?

- Codziennie
- Kilka razy w tygodniu
- Kilka razy w miesiącu
- Kilka razy w półroczu
- Kilka razy w roku
- Najwyżej raz w roku lub rzadziej
- Nie wiem, trudno powiedzieć

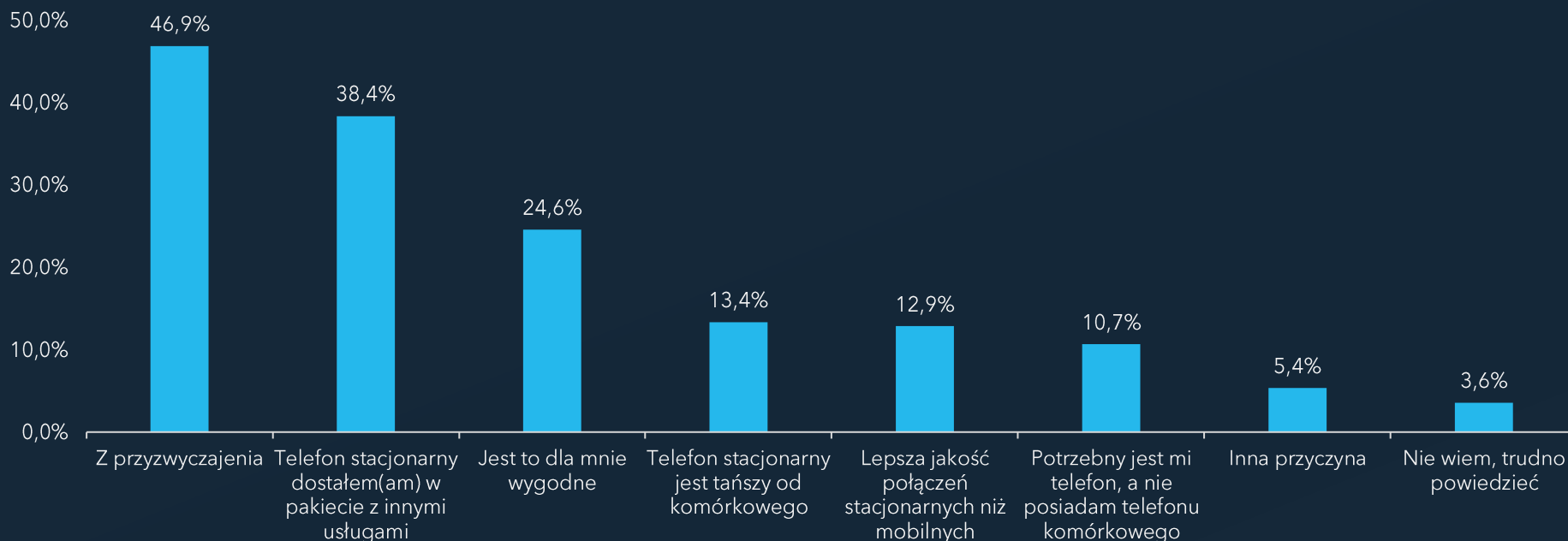


N = 247

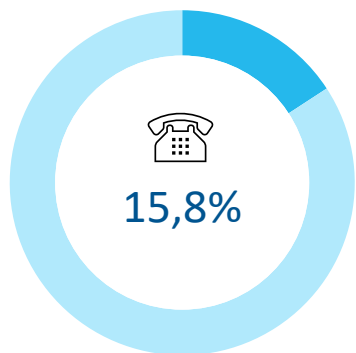
Przyczyny korzystania z telefonii stacjonarnej

Najczęściej wymienianą przez respondentów przyczyną korzystania z telefonii stacjonarnej było przyzwyczajenie (wskazane przez niemal co drugiego użytkownika telefonu stacjonarnego), a 38,4% osób badanych korzystało z niej ze względu, że usługa telefonii stacjonarnej wchodziła ona w pakiet usług wiązanych wraz z inną zakupioną usługą lub usługami. Dla co czwartej osoby telefon stacjonarny był też po prostu wygodny. Wśród innych, niewymienionych w kafeterii odpowiedzi, przyczyn dominowały przede wszystkim korzystne warunki cenowe połączeń międzynarodowych z USA i Kanadą oraz z numerami stacjonarnymi bliskich osób nieposiadających telefonu komórkowego, a także brak zasięgu sieci mobilnej w miejscu zamieszkania.

Z jakiego powodu posiada Pan(i) telefon stacjonarny?

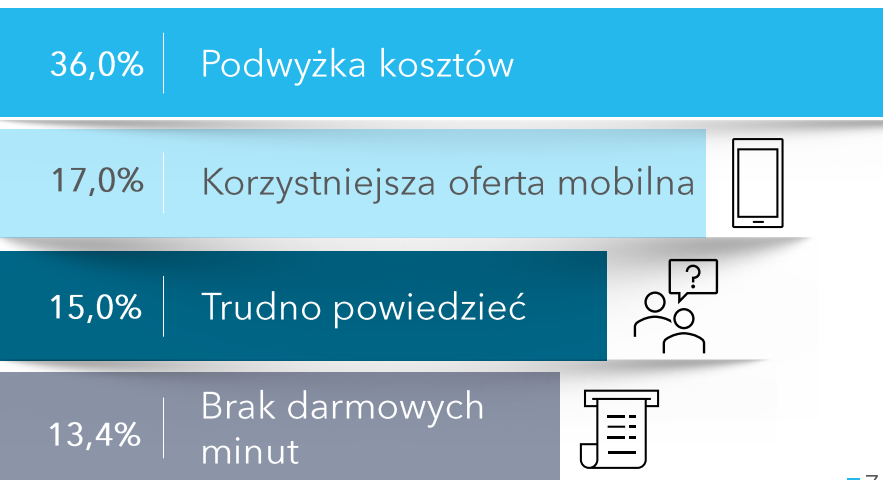


Rezygnacja z telefonii stacjonarnej

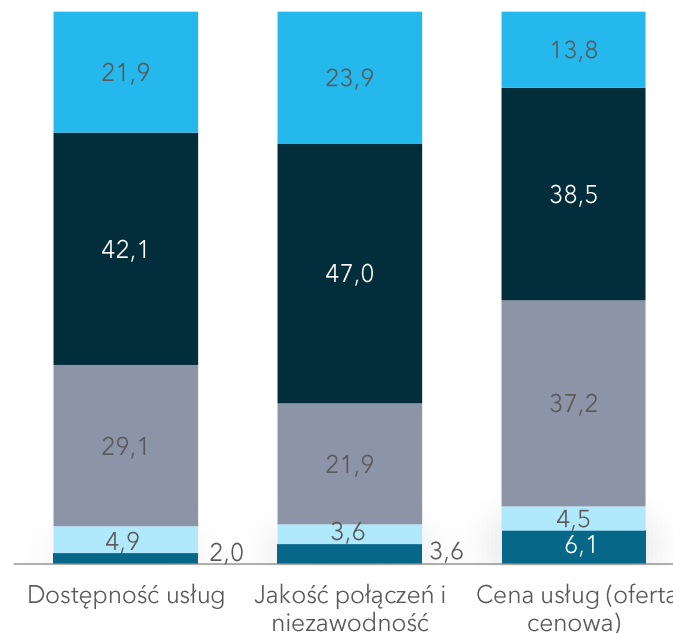


Respondentów nie zrezygnowałoby z usług telefonii stacjonarnej na rzecz telefonii komórkowej.

Jedynie 15,8% osób badanych zadeklarowało, że nie byłoby skłonnych zrezygnować z korzystania z usług telefonii stacjonarnej. Ponad 1/3 respondentów zrezygnowałaby z zakupu takich usług w przypadku, gdyby ich koszt wzrósł. Wśród ocenianych aspektów usług telefonii stacjonarnej, najwyższą notę wystawiono jakości i niezawodności połączeń – raczej dobrze lub zdecydowanie dobrze została ona oceniona przez 70,9% osób.



Jak ocenia Pan(i) następujące elementy usługi telefonii stacjonarnej? (w %)



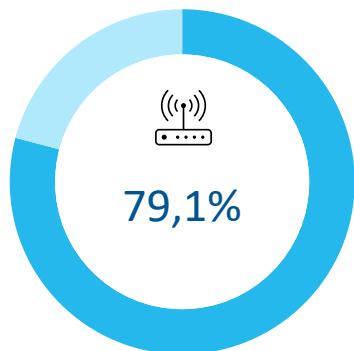
- Zdecydowanie dobrze
- Raczej dobrze
- Ani dobrze, ani źle
- Raczej źle
- Zdecydowanie źle



Internet

Badanie klientów indywidualnych

Dostęp do Internetu

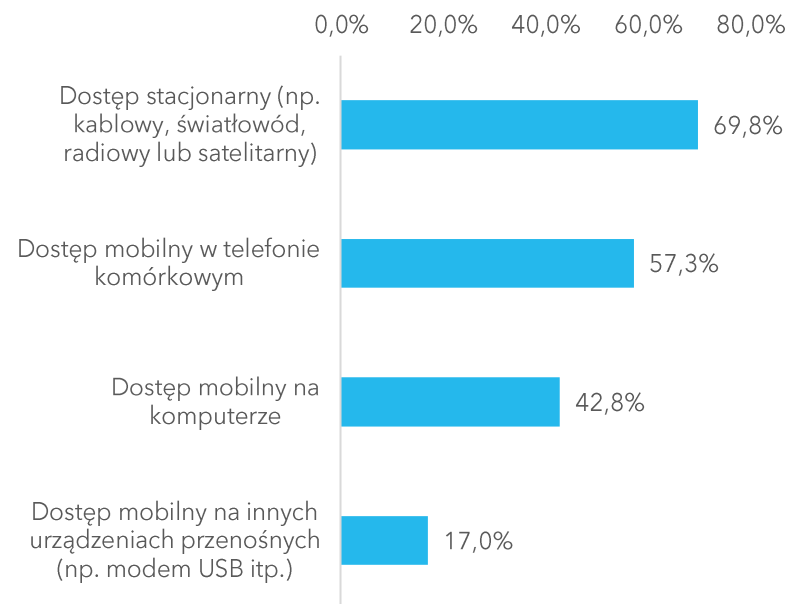


Respondentów posiadało dostęp do Internetu (w jakiegokolwiek formie).

Internet to trzecia pod względem częstotliwości wykorzystywania (po telefonii mobilnej i telewizji) usługa telekomunikacyjna.

69,8% spośród respondentów z dostępem do Internetu, posiadała go w formie dostępu stacjonarnego (kablowego, światłowodowego, radiowego lub satelitarnego), a 57,3% - w formie mobilnej, w telefonie komórkowym.

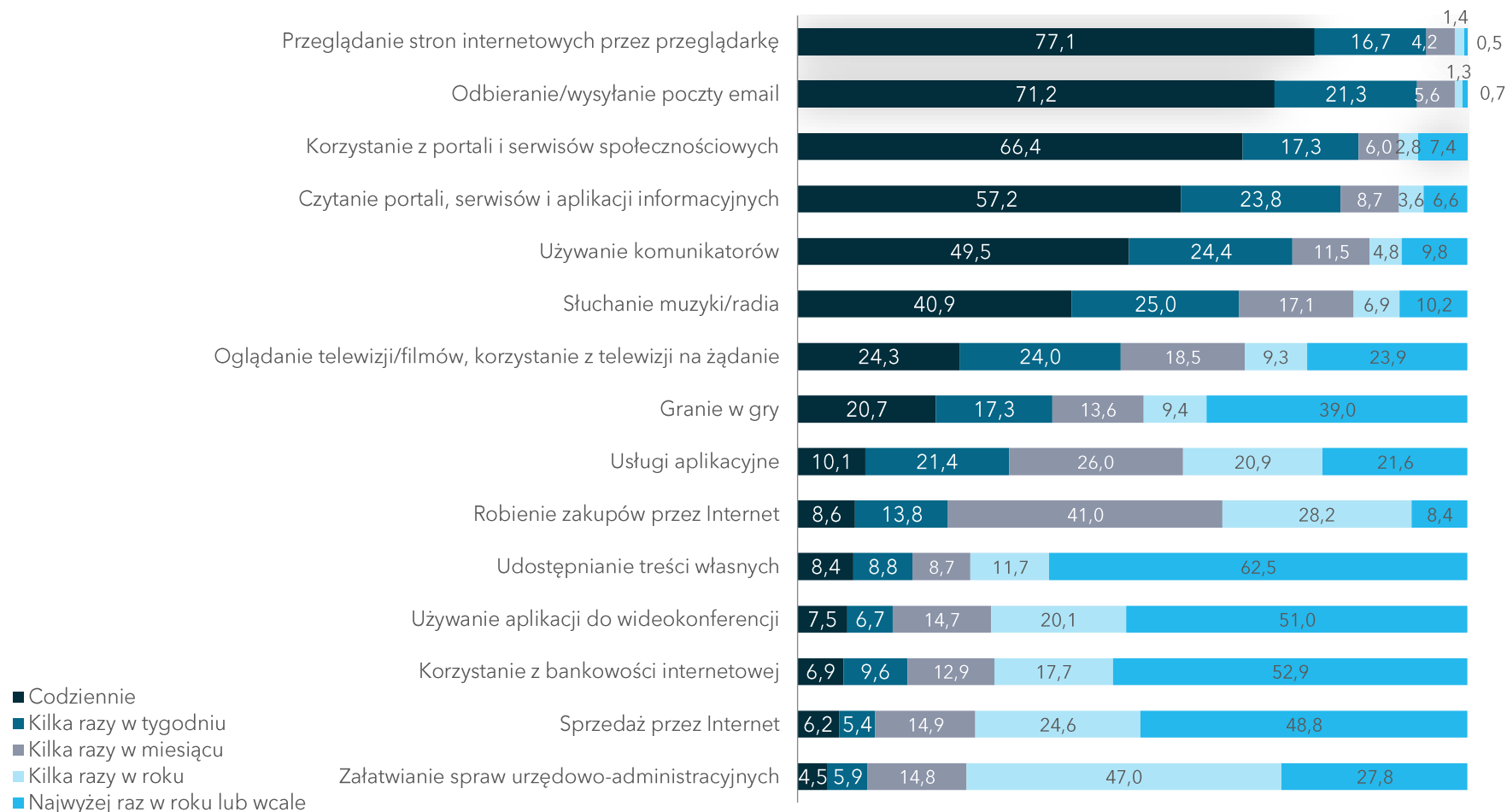
Jakiego rodzaju dostęp do Internetu Pan(i) posiada?



Usługą internetową najczęściej wykorzystywaną przez osoby badane było przeglądanie stron internetowych przez przeglądarkę (z wyłączeniem portali i serwisów informacyjnych). Ponad połowa respondentów codziennie również odbierała/wysyłała pocztę e-mail, korzystała z portali i serwisów społecznościowych i czytała portale i serwisy informacyjne lub korzystała z aplikacji informacyjnych. Natomiast wśród usług internetowych, z których ponad połowa pytanym korzystała najwyżej raz w roku lub wcale znajdowały się: udostępnianie treści własnych (np. na blogu, na YouTube, na TikTok), korzystanie z bankowości internetowej i prowadzenie wideokonferencji (przez MS Teams, Zoom itp.).

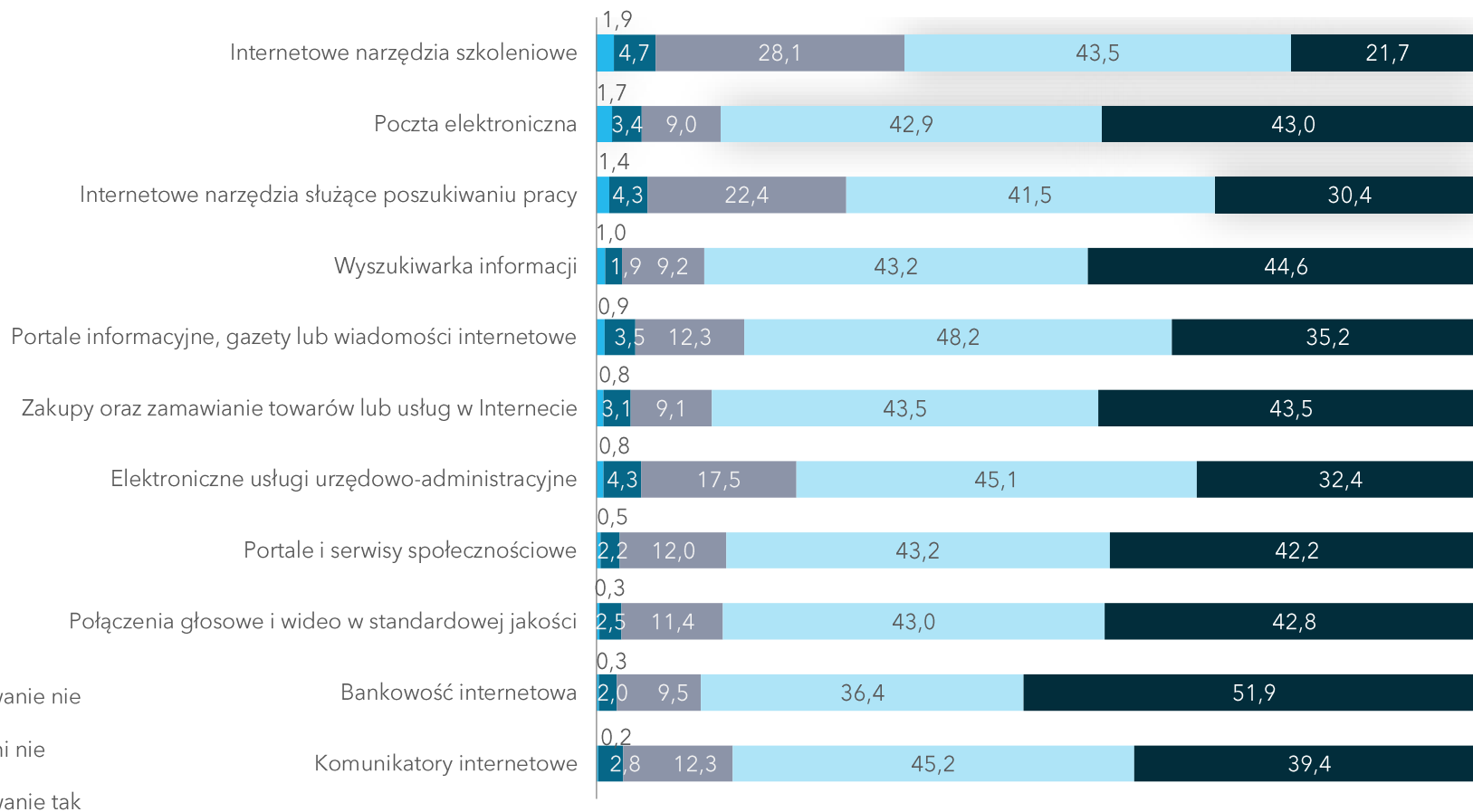
Dostęp do Internetu

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



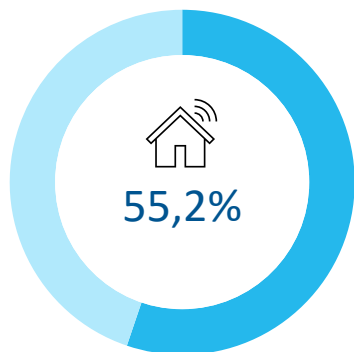
Dostęp do Internetu

Czy uważa Pan(i), że posiadany przez Pana(nią) dostęp do Internetu umożliwia korzystanie z następujących usług na zadawalającym poziomie? (w %)



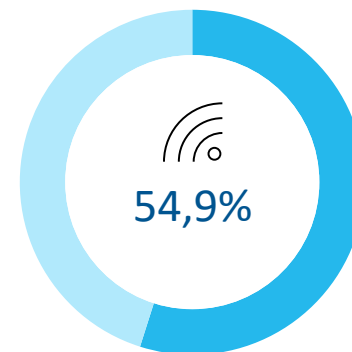
N = 1591

Internet stacjonarny i mobilny



Respondentów posiada
dostęp do Internetu
stacjonarnego

Respondentów posiada
dostęp do Internetu
mobilnego



N = 2011

Ponad połowa respondentów posiadała dostęp do Internetu w formie stacjonarnej i zbliżona ich liczba posiadała dostęp do Internetu mobilnego. 634 spośród 2011 osób badanych, czyli 31,5% dysponowała jednocześnie dostępem do Internetu w obu formach. Z usług Internetu stacjonarnego istotnie częściej korzystali mężczyźni (60,4% z nich), niż kobiety (48,2%). Ta sama tendencja widoczna była w odniesieniu do Internetu mobilnego (z którego korzystało 58,5% mężczyzn i 51,7% kobiet). Respondenci korzystający z Internetu stacjonarnego byli średnio o 5 lat młodszy od tych, którzy z niego nie korzystali, a ci korzystający z Internetu mobilnego – o 7 lat młodszy od niekorzystających.

Przeciętny miesięczny rachunek za korzystanie z Internetu stacjonarnego był wyższy o 12,74 zł niż rachunek za Internet mobilny. Rachunki za Internet mobilny cechowała jednak większa rozpiętość. W przypadku Internetu stacjonarnego zadeklarowane opłaty wahały się w granicach 10,00 – 200,00 zł, zaś w przypadku Internetu mobilnego w granicach 0,00 – 390,00 zł.

Średnia miesięczna
wysokość rachunków
za korzystanie z usług
Internetu
stacjonarnego

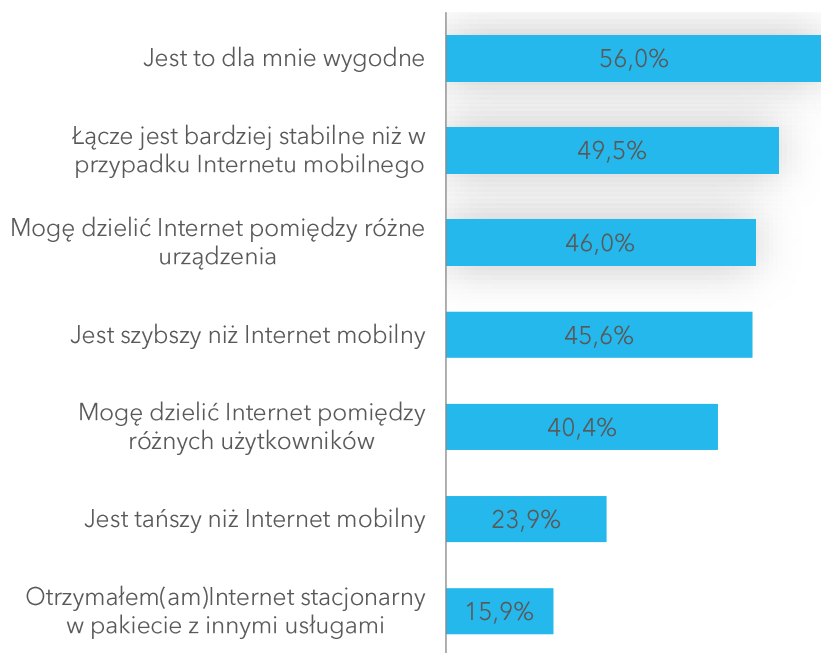


Średnia miesięczna
wysokość rachunków
za korzystanie z usług
Internetu mobilnego



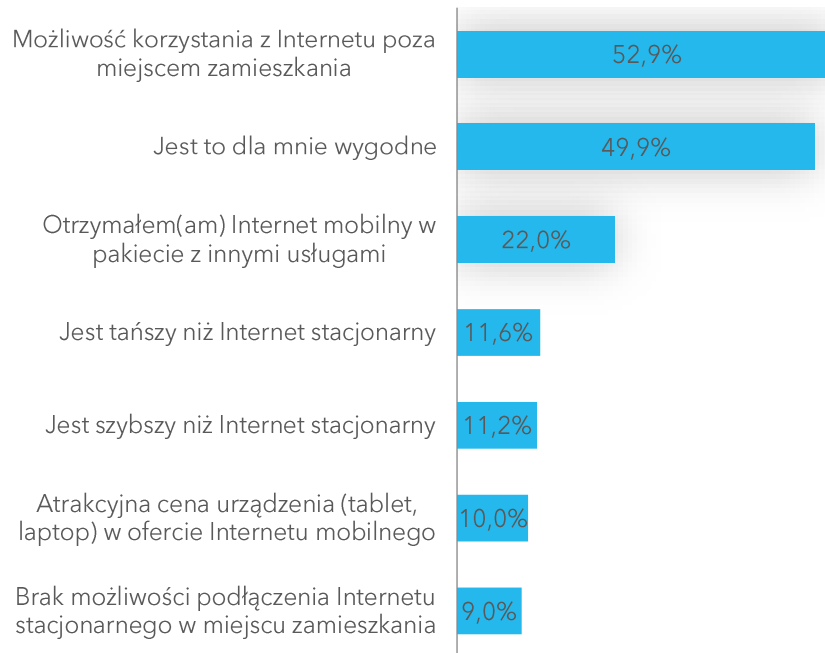
Internet stacjonarny i mobilny

Z jakiego powodu posiada Pan(i) Internet stacjonarny (w domu)?



N = 1066

Z jakiego powodu zdecydował(a) się Pan(i) na korzystanie z Internetu mobilnego?



N = 1105

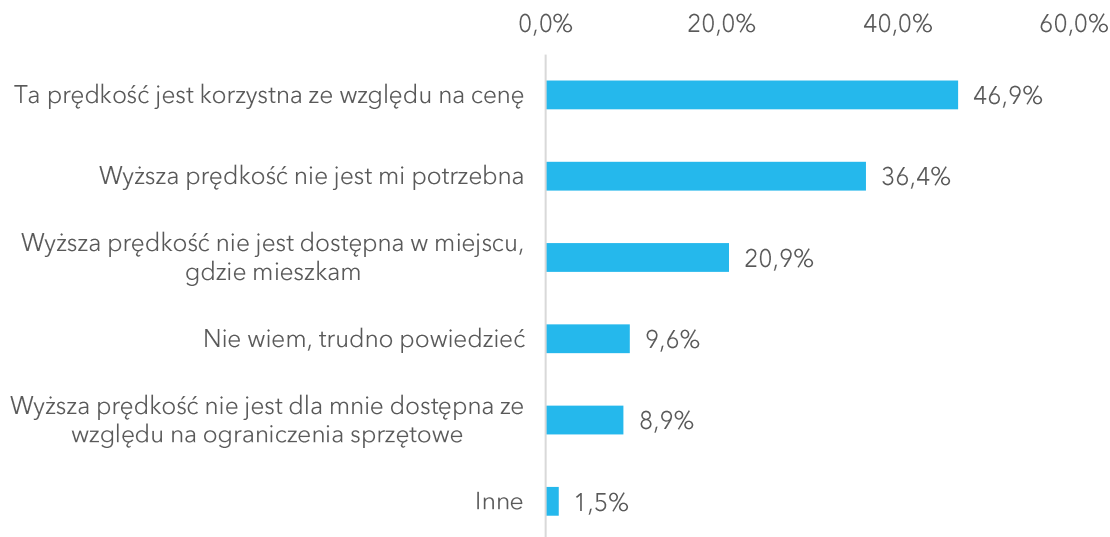
Najczęściej wymienianą przyczyną posiadania Internetu stacjonarnego w domu była wygoda (wskazana przez 56,0% odpowiadających), stabilne łącze oraz możliwość dzielenia transferu między różne urządzenia. Natomiast podstawową zaletę Internetu mobilnego według osób badanych stanowiła możliwość korzystania z Internetu poza miejscem zamieszkania oraz – ponownie – wygoda.

Internet stacjonarny

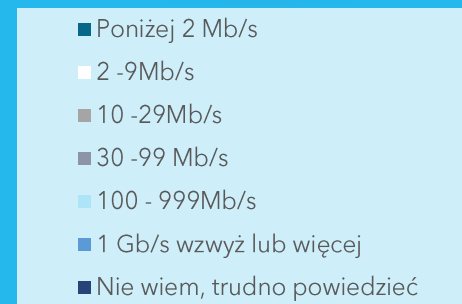
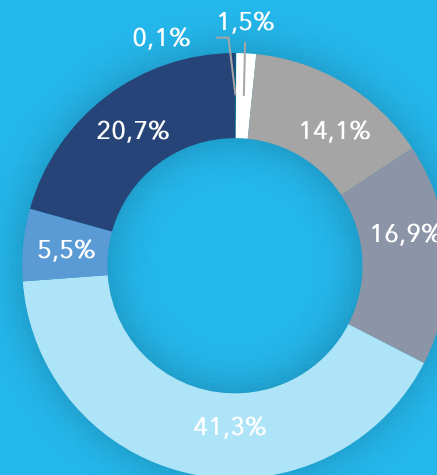
Co trzecia badana osoba (32,6%), posiadająca dostęp do Internetu stacjonarnego, dysponuje łączem o prędkości mniejszej niż 100 Mb/s, a 41,3% - o prędkości 100 – 999 Mb/s. Jedynie 5,5% respondentów posiada łącza o prędkości przynajmniej 1 Gb/s. Co piąty pytany nie wie, jaką prędkość ma łącze, z którego korzysta.

Blisko połowa respondentów wybierając prędkość łącza internetowego kieruje się przede wszystkim kryterium cenowym, zaś 36,4% uważa, że nie potrzebuje łącza o wyższej prędkości. Co piąta osoba stwierdziła, że w jej miejscu zamieszkania nie jest dostępne łącze o lepszych parametrach.

Z jakiego powodu zdecydował(a) się Pan(i) na daną prędkość?

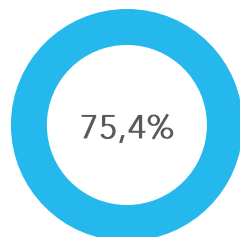


Jaką posiada Pan(i) prędkość Internetu stacjonarnego?

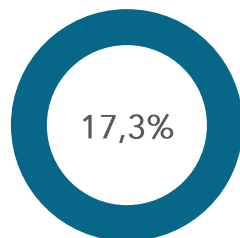


Internet mobilny

Respondentów zna wielkość swojego pakietu danych internetowych w ramach umowy (abonament post-paid) lub usługi na kartę (pre-paid)



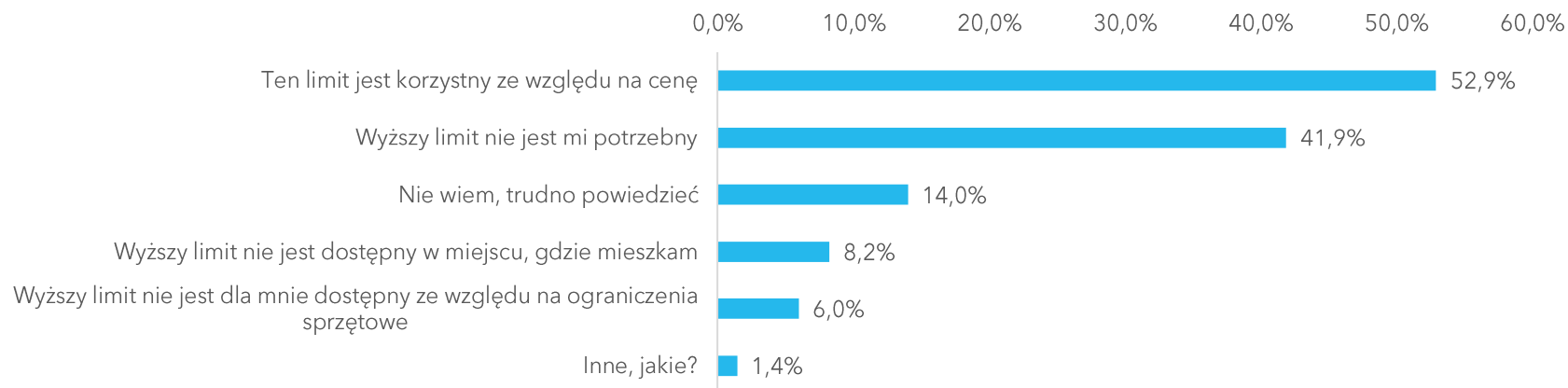
Respondentów posiada Internet bez limitu danych w ramach umowy (abonament post-paid) lub usługi na kartę (pre-paid).



Trzy na cztery badane osoby (75,4%) korzystające z Internetu mobilnego znały wielkość swojego pakietu danych internetowych w ramach umowy (abonamentu post-paid) lub usługi na kartę (pre-paid). Wielkość pakietu znało więcej mężczyzn (78,3%) niż kobiet (69,8%). 17,3% respondentów zadeklarowało dysponowanie dostępem do Internetu mobilnego bez limitu danych.

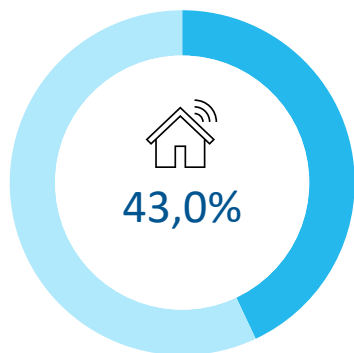
Tak jak w przypadku prędkości łącza Internetu stacjonarnego, podstawowym kryterium wyboru danego limitu transferu danych (dla 52,9% osób) była cena. 41,9% osób badanych twierdziło, że wyższy limit danych nie był im potrzebny, a 8,2% wskazała na brak dostępu do Internetu o wyższym limicie dostępu w miejscu zamieszkania jako główną przyczynę posiadania danego limitu.

Z jakiego powodu wybrał(a) Pan(i) dany limit transferu danych?



N = 1105

Rezygnacja z Internetu stacjonarnego



Respondentów nie zrezygnowałoby z korzystania z Internetu stacjonarnego na rzecz Internetu mobilnego.

27,7% | Lepsza oferta mobilna



27,7% przedsiębiorstw zrezygnowałoby z korzystania z usług Internetu stacjonarnego w przypadku otrzymania korzystniejszej oferty Internetu mobilnego.

27,6% | Gorsza jakość łącza



27,6% Prawie tak samo liczną grupę respondentów skłoniłoby do zmiany rodzaju dostępu do Internetu pogorszenie się jakości łącza stacjonarnego.

25,7% | Lepszy zasięg mobilny



25,7% respondentów rozważałoby rezygnację z usług Internetu stacjonarnego, gdyby mieli lepszy zasięg Internetu mobilnego.

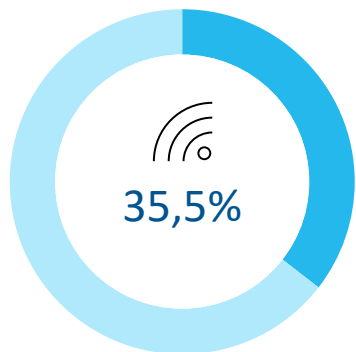
23,2% | Podwyżka kosztów



23,2% respondentów zrezygnowałoby z usług Internetu stacjonarnego na rzecz mobilnego w przypadku podwyżki kosztów.

Relatywnie większa część użytkowników Internetu stacjonarnego, niż mobilnego, nie byłaby w stanie z niego zrezygnować na rzecz innej formy dostępu do Internetu. Wśród najczęściej wymienianych potencjalnych przyczyn dokonania zmiany użytkownicy Internetu stacjonarnego wymienili korzystniejszą ofertę i pogorszenie się jakości łącza, a użytkownicy Internetu mobilnego – podwyżkę kosztów.

Rezygnacja z Internetu mobilnego



Respondentów nie zrezygnowałoby z korzystania z Internetu mobilnego na rzecz Internetu stacjonarnego.

26,7% | Podwyżka kosztów



26,7% przedsiębiorstw zrezygnowałoby z korzystania z usług Internetu mobilnego w przypadku podwyżki kosztów korzystania z Internetu mobilnego.

25,1% | Lepsze łącze



25,1% przedsiębiorstw skłoniłaby do zmiany lepsza jakość łącza Internetu mobilnego.

25,1% | Gorszy zasięg



25,1% respondentów rozważałoby rezygnację z usług Internetu mobilnego w przypadku pogorszenia się zasięgu sieci mobilnej.

22,8% | Korzystniejsza oferta stacjonarna



22,8% respondentów zrezygnowałoby z usług Internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego w przypadku otrzymania korzystniejszej oferty Internetu stacjonarnego.

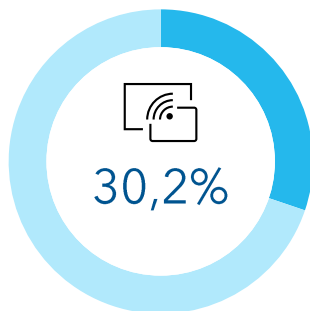


Usługi wiązane

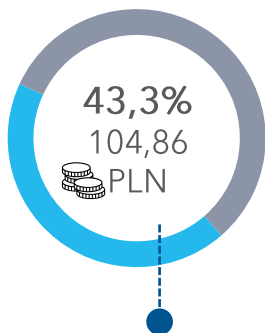
Badanie klientów indywidualnych

Korzystanie z usług wiązanych

Respondentów korzysta z usług wiązanych.

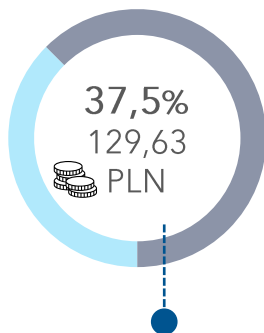


Respondenci korzystający z usług wiązanych byli średnio o 2 lata młodszy od tych, którzy z nich nie korzystali.



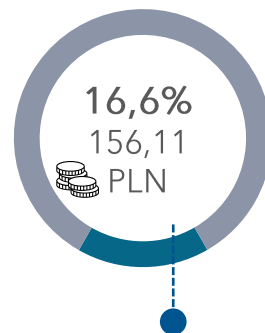
Double play

% respondentów korzystających z pakietu 2 usług (wśród korzystających z usług wiązanych) oraz ich średni miesięczny koszt



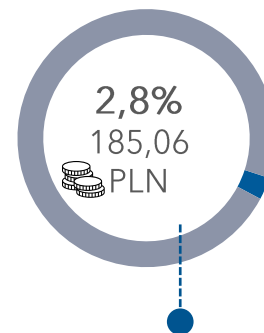
Triple play

% respondentów korzystających z pakietu 3 usług (wśród korzystających z usług wiązanych) oraz ich średni miesięczny koszt



Quadruple play

% respondentów korzystających z pakietu 4 usług (wśród korzystających z usług wiązanych) oraz ich średni miesięczny koszt

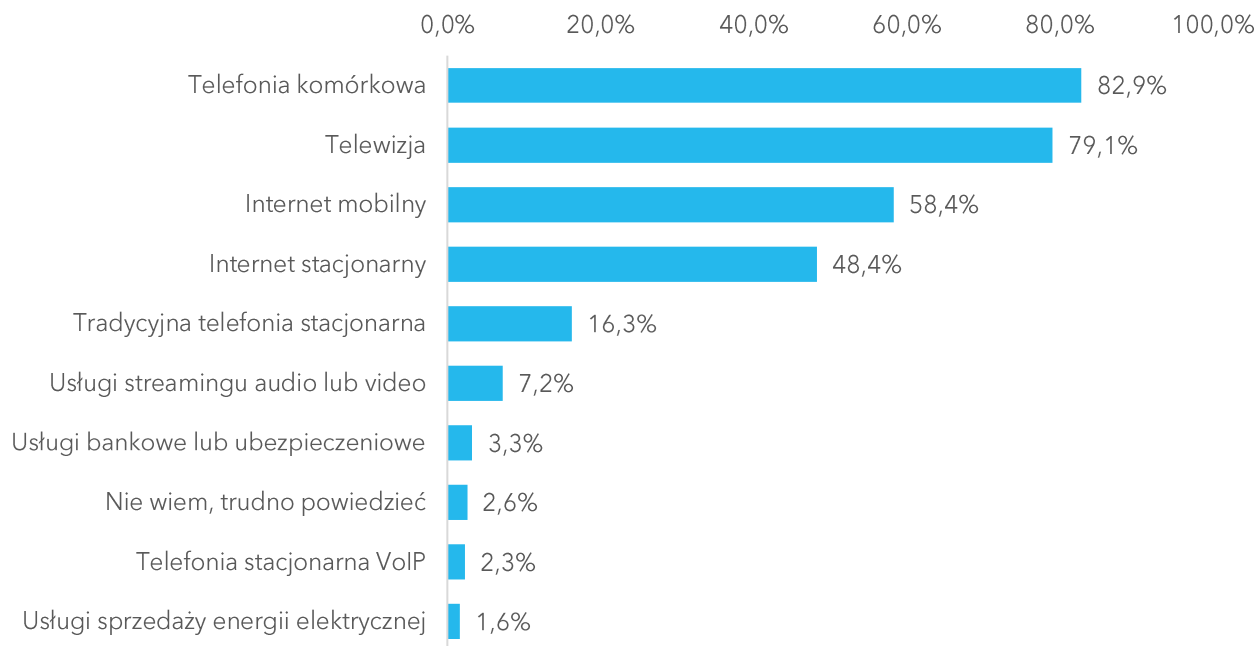


Quintuple play

% respondentów korzystających z pakietu 5 usług (wśród korzystających z usług wiązanych) oraz ich średni miesięczny koszt

Rodzaje usług w ramach pakietu usług wiązanych

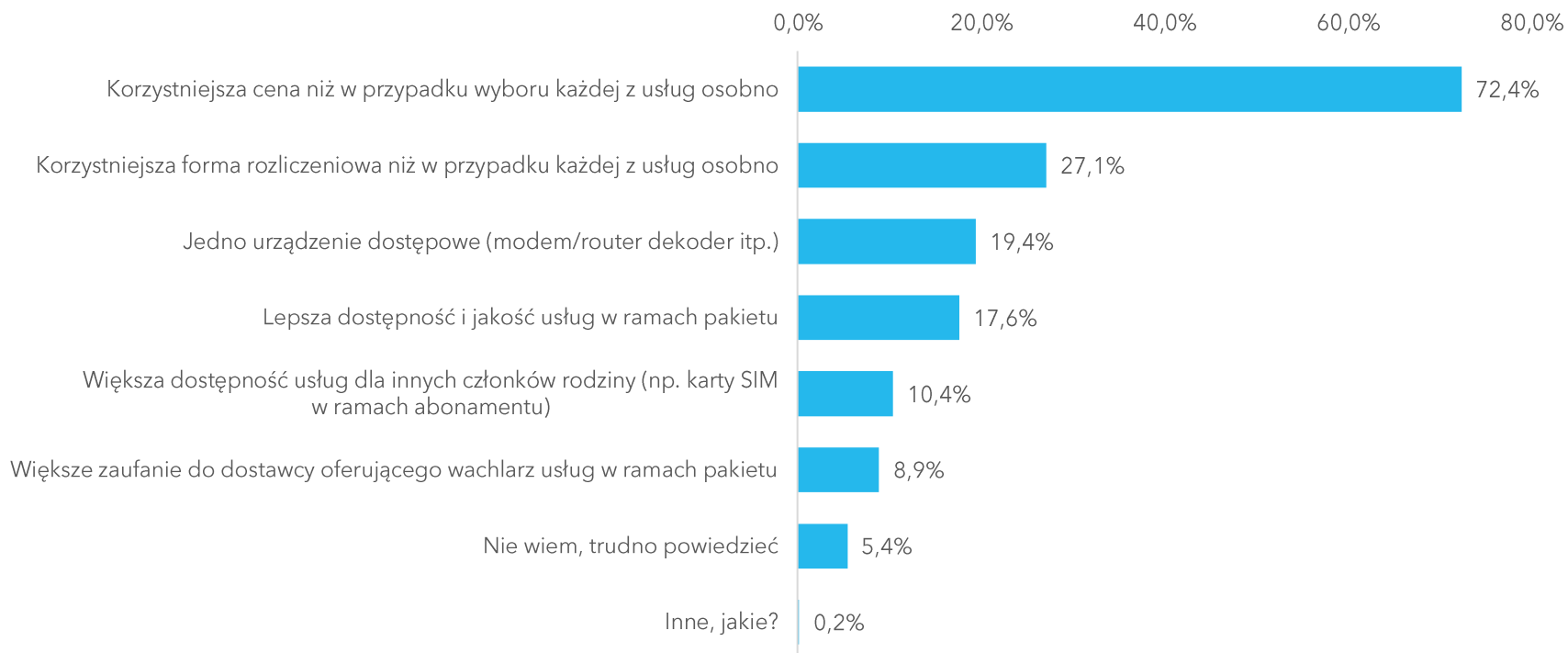
Z jakich usług Pan(i) korzysta w ramach pakietu usług wiązanych?



W ramach pakietów usług wiązanych respondenci najczęściej korzystali z telefonii komórkowej (82,9% osób), telewizji (79,1%), oraz - nieco rzadziej już - Internetu mobilnego (58,4%) i Internetu stacjonarnego (48,4%). Najmniejsza część osób badanych wskazała na usługi sprzedaży energii elektrycznej jako element wykorzystywanych usług wiązanych.

Przyczyny korzystania z usług wiązanych

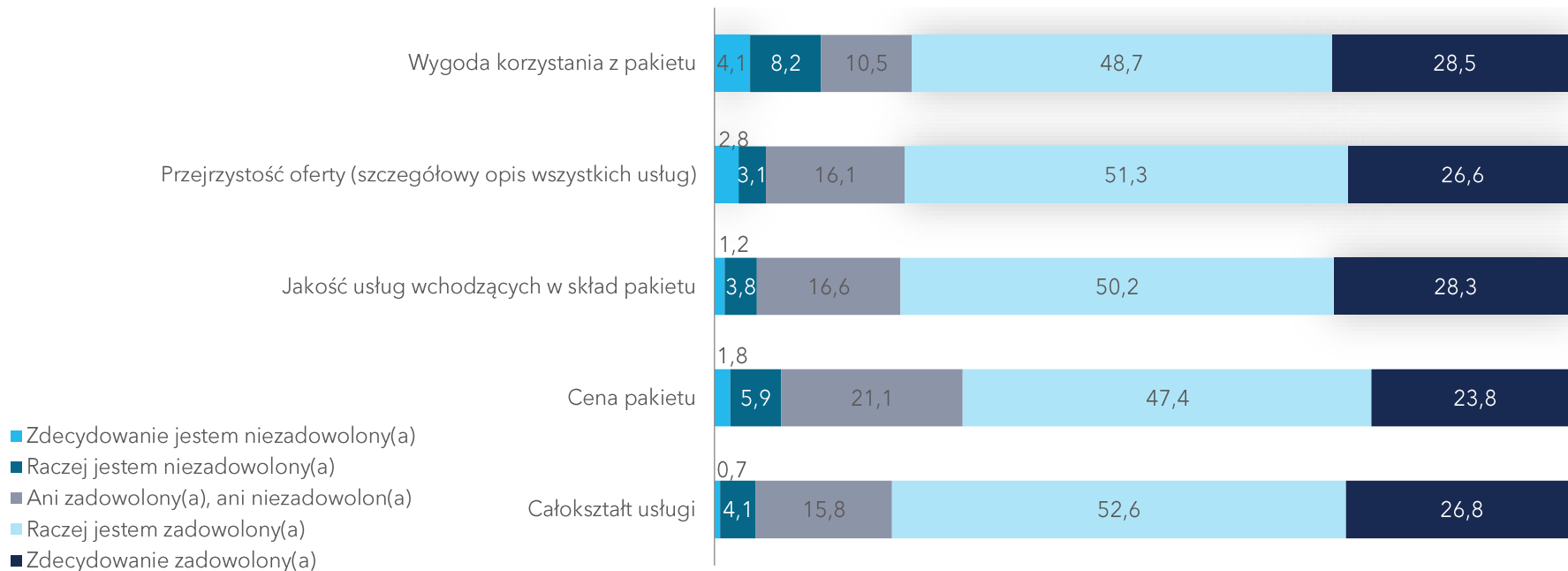
Z jakiego powodu wybrał(a) Pan(i) pakiet usług wiązanych?



Najważniejszą przyczyną wyboru pakietu usług wiązanych (wskazaną przez blisko $\frac{3}{4}$ respondentów) była korzystniejsza cena usług w pakiecie w stosunku do usług kupowanych osobno. Osoby badane dzięki usługom wiązanim zyskiwały także korzystniejszą formę rozliczeniową z operatorem (27,1% z nich). Usługi wiązane dla 19,4% osób badanych, które wskazały na jedno urządzenie dostępne jako powód wyboru usług wiązanych, oznaczały możliwość zaoszczędzenia nie tylko pieniędzy, ale również miejsca w domu. Ponadto 17,6% respondentów wśród powodów decyzji zakupowej wymieniła lepszą jakość usług w ramach pakietu.

Zadowolenie z usług wiązanych

Proszę ocenić swoje zadowolenie z aspektów funkcjonowania usług wiązanych (w %)



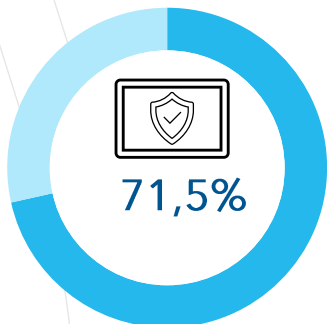
Osoby badane były ogólnie zadowolone ze wszystkich aspektów funkcjonowania usług wiązanych – w przypadku każdego z nich łączny odsetek raczej i zdecydowanie zadowolonych przekroczył 70,0%. Relatywnie najbardziej zadowoleni (biorąc pod uwagę stosunek osób zadowolonych do niezadowolonych) respondenci byli z całokształtu usługi – odsetek opinii wyrażających ogólne niezadowolenie był niemal siedemnastokrotnie niższy niż odsetek osób zadowolonych. Zadowoleni mieli nad niezadowolonymi szesnastokrotną przewagę liczebną w odniesieniu do jakości usług wchodzących w skład pakietu i trzynastokrotną w aspekcie oceny przejrzystości oferty. Najmniejszą przewagę zadowoleni mieli w kwestii ceny pakietu i wygody korzystania z niego, choć cena stanowiła główną przyczynę podejmowania decyzji o zakupie usług wiązanych.



Bezpieczeństwo w sieci

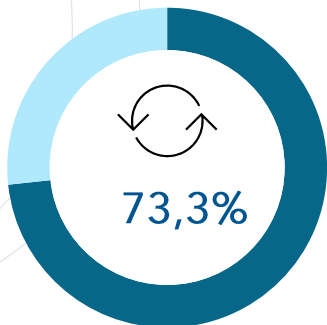
Badanie klientów indywidualnych

Oprogramowanie



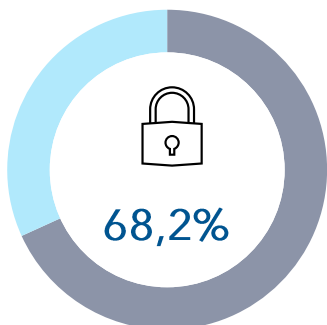
Respondentów korzysta z programów antywirusowych, anty spyware

lub innych, pozwalających zabezpieczyć komputer czy laptop przez potencjalnymi zagrożeniami

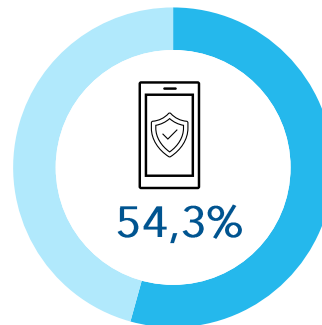


Respondentów korzysta ze zaktualizowanego oprogramowania

(systemu operacyjnego, programów antywirusowych itp.)



Respondentów potrafi sprawdzić, czy korzysta z bezpiecznego połączenia z Internetem

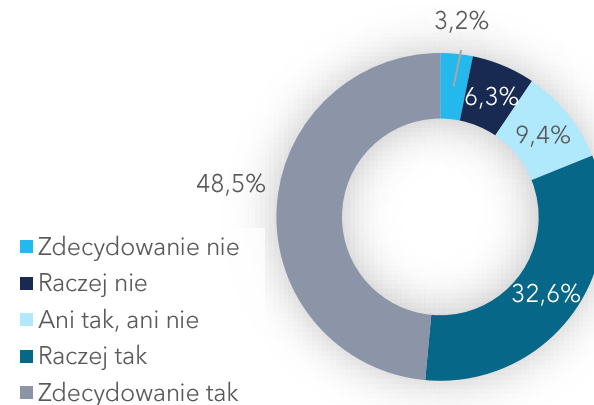


Respondentów korzysta z programów antywirusowych, anty spyware lub innych, pozwalających zabezpieczyć smartfona przez potencjalnymi zagrożeniami

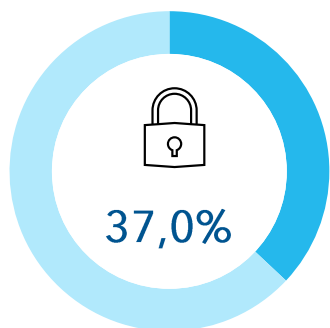
Zdecydowanie większy odsetek osób badanych korzystał z programów antywirusowych i anty szpiegowskich zabezpieczających komputery niż telefony komórkowe. Nieco ponad 2/3 respondentów wiedziało, jak sprawdzić, czy połączenie internetowe jest bezpieczne (osoby potrafiące były średnio 4 lata młodsze od tych, które tego nie potrafiły) i nieco więcej korzystało z aktualnych wersji oprogramowania swoich urządzeń.

81,1% respondentów deklarowało, że prywatność w Internecie miała dla nich raczej lub zdecydowanie duże znaczenie. Kwestia ta nie stanowiła wartości dla blisko co dziesiątej osoby badanej. Podobna liczba osób badanych nie wyraziła zdania na ten temat.

Czy prywatność w Internecie ma dla Pana(i) duże znaczenie?



Oprogramowanie



Respondentów korzysta z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci

37,0% osób badanych korzystała z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci, 32,2% - nie korzystała, a 30,8% respondentów nie potrafiła odpowiedzieć na tak zadane pytanie. Wśród najczęściej wykorzystywanych rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci znalazły się programy antywirusowe (wykorzystywane przez 2/3 odpowiadających), bezpieczne przeglądarki (wskazane przez ponad połowę z nich) i dwustopniowe logowanie. Nieco mniejszą popularnością cieszyły się VPN i manager haseł. 1/4 osoby szyfrowała wiadomości i połączenia, a 1/5 badanych korzystała z proxy. Jedna osoba uznała też system operacyjny Linux za rozwiązanie zwiększające poziom prywatności w sieci, a kolejna - własny DNS.

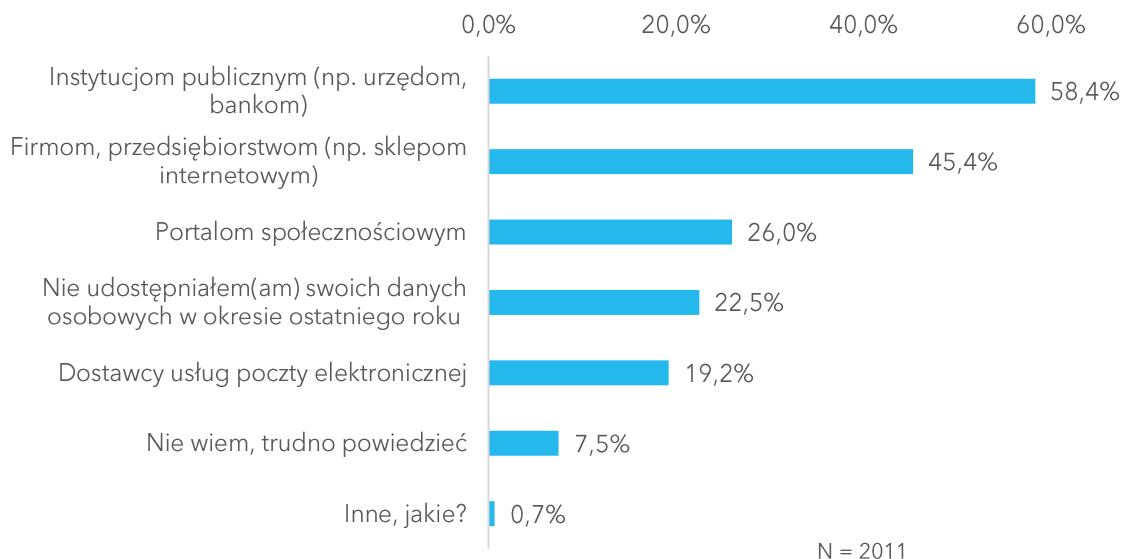
Z jakich rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci Pan(i) korzysta?



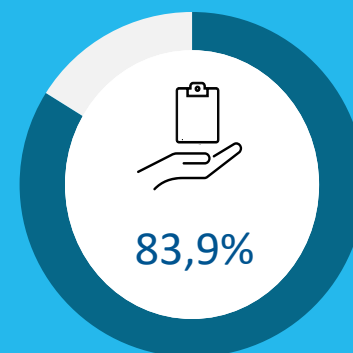
Umieszczanie swoich danych

Zdecydowana większość osób badanych posiadała świadomość, że umieszczanie informacji o sobie w Internecie to udostępnianie danych osobowych, jednak 16,1% respondentów tego nie wiedziało. Ponadto co piąty pytany nie czytał regulaminów korzystania z usług internetowych (takich jak poczta, komunikatory, publiczne sieci Wi-Fi) przed ich akceptacją, a ponad połowa robiła to tylko czasami. Ponad połowa respondentów w ciągu ostatniego roku udostępniła swoje dane instytucjom publicznym, a 45,4% różnego typu przedsiębiorstwom. Co czwarta osoba badana w ciągu ostatniego roku zamieściła swoje dane w portalach społecznościowych, a jedynie 22,5% w ogóle tego nie robiło.

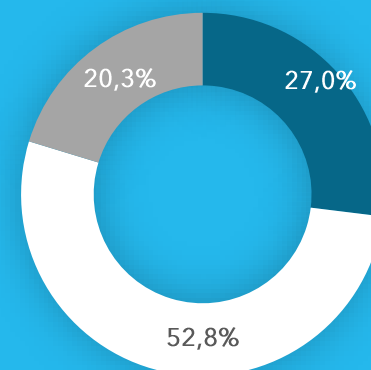
Komu w okresie ostatniego roku udostępnił(a) Pan(i) swoje dane osobowe w sieci?



Respondentów ma świadomość, że umieszczając informacje o sobie na różnego rodzaju stronach udostępnia swoje dane osobowe w sieci

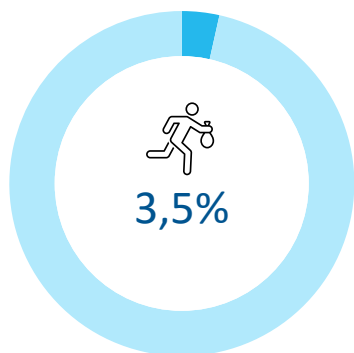


Czy czyta Pan(i) regulaminy korzystania z usług internetowych (poczta, komunikatory, publiczne sieci Wi-Fi) przed ich akceptacją?



■ Tak, zawsze ■ Tak, czasami ■ Nie

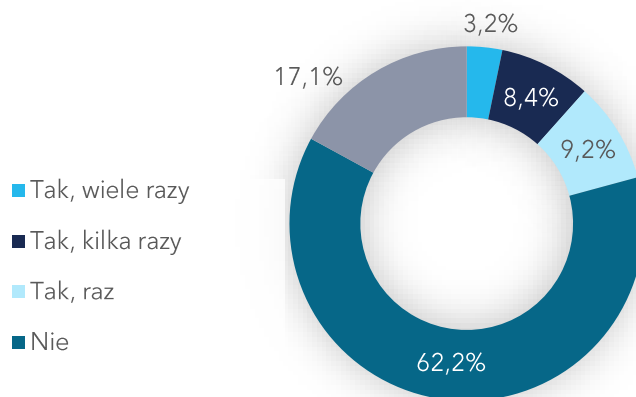
Nadużycia i wyłudzenia danych



Respondentów nie słyszało nigdy o podstawowych niebezpieczeństwach związanych z korzystaniem z Internetu.

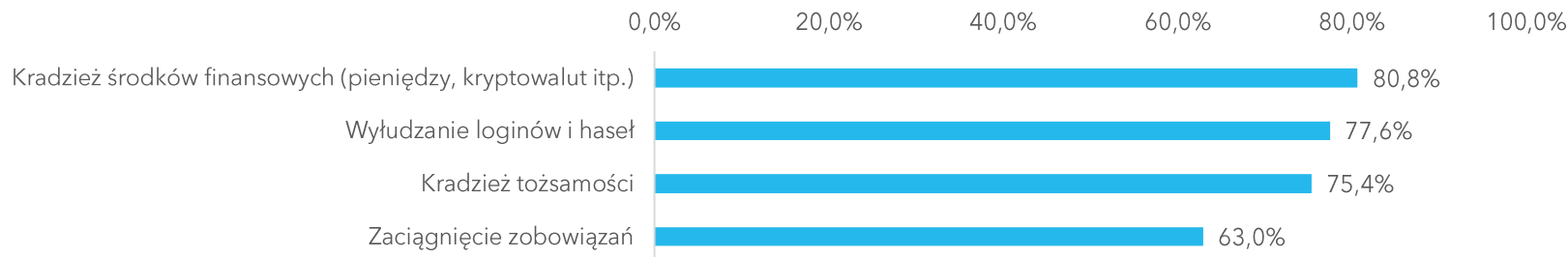
W dziedzinie niebezpieczeństw związanych z korzystaniem z sieci internetowej, najbardziej wśród ankietowanych rozpowszechniona była świadomość różnego typu kradzieży środków finansowych. O wyłudzeniu loginów i haseł słyszało 77,6% osób, a o kradzieży tożsamości - 75,4%.

Czy padł(a) Pan(i) kiedykolwiek ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez Pana(nią) danych?

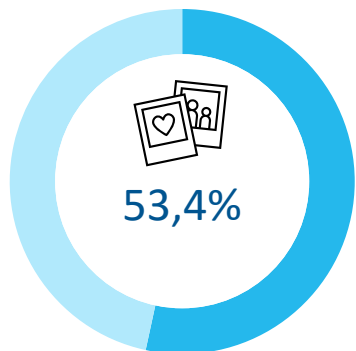


Co piąta osoba badana przynajmniej raz w swoim życiu padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez siebie danych, a w 3,2% przypadków stało się tak wielokrotnie. Częściej ofiarami nadużyć padali mężczyźni niż kobiety.

O jakich niebezpieczeństwach związanych z korzystaniem z sieci Pan(i) słyszał(a)?



Nadużycia i wyłudzenia danych



Respondentów udostępnia zdjęcia swoich bliskich w Internecie.

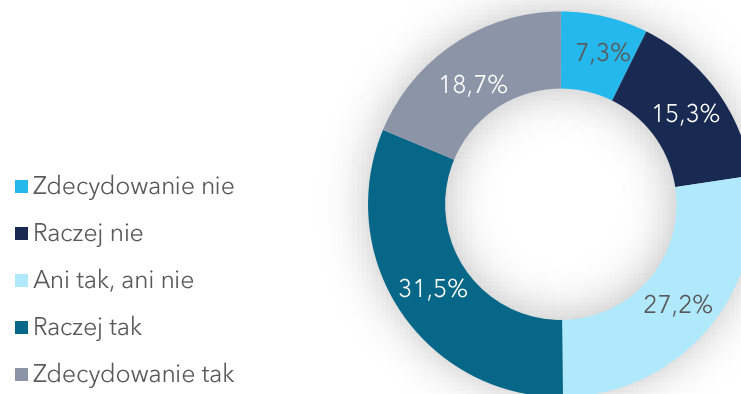
46,6% | Nigdy nie udostępnia danych bliskich w Internecie

31,8% | Udostępnia rzadko

17,0% | Czasem udostępnia

4,6% | Często udostępnia

Zdaniem niektórych osób w Internecie pokazywane jest zbyt dużo seksu, przemocy, przekleństw i innych nieodpowiednich treści. Czy zgadza się Pan(i) z tą opinią?



Ponad połowie badanych osób zdarzało się udostępniać zdjęcia bliskich sobie osób w sieci Internetowej, w tym 31,8% robi to rzadko, 17,0% - czasami, a 4,6% - często.

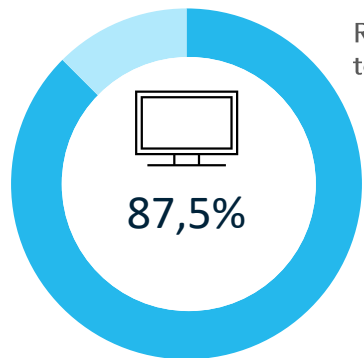
Zdaniem połowy respondentów w Internecie pokazywane jest zbyt dużo seksu, przemocy, przekleństw i innych nieodpowiednich treści, zaś 22,6% jest przeciwnego zdania.



Usługi telewizyjne

Badanie klientów indywidualnych

Korzystanie z usług telewizyjnych



Respondentów korzystało z usług telewizyjnych

Najczęściej wykorzystywanym rodzajem usług telewizyjnych był streaming video, z którego korzystało 41,7% respondentów i naziemna telewizja cyfrowa (33,2%).

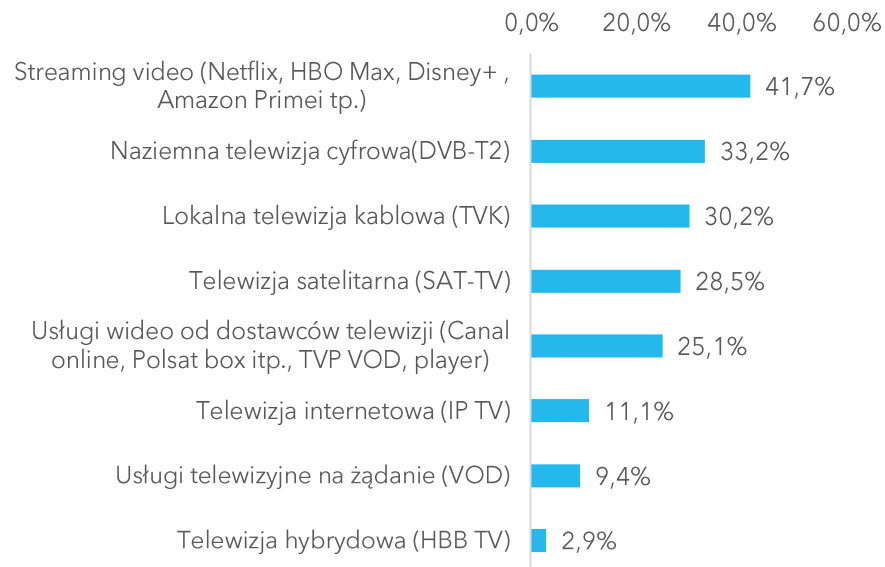
Przeciętna miesięczna wysokość rachunku za telewizję kablową/satelitarną



Średnie miesięczne wydatki respondentów z tytułu korzystania z telewizji kablowej/satelitarnej wyniosły 62,10 zł, przy czym 11,9% respondentów posiadających dostęp do płatnych usług telewizyjnych nie poniosło żadnych kosztów z tym związanych, a 25% wydających najwięcej zapłaciło 130,00 zł lub więcej.

Podstawowym urządzeniem odbiorczym naziemnej telewizji cyfrowej dla ponad połowy respondentów był dekodery DVB-T2.

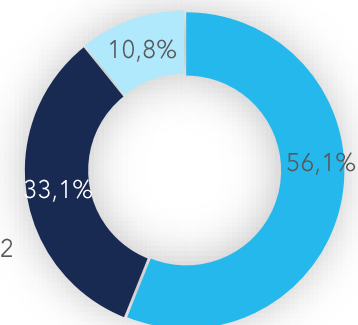
Z jakiego rodzaju usług telewizyjnych Pan(i) korzysta?



N = 1760

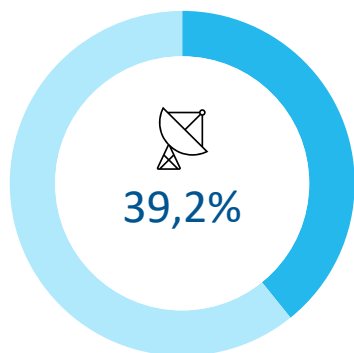
Za pomocą jakiego urządzenia, oprócz anteny kierunkowej, może Pan(i) odbierać sygnał naziemnej telewizji cyfrowej (DVB-T2)?

- Dekoder DVB-T2
- Telewizor z wbudowanym dekodery DVB-T2
- Nie wiem, trudno powiedzieć



N = 584

Zmiana sposobu nadawania sygnału naziemnej telewizji cyfrowej



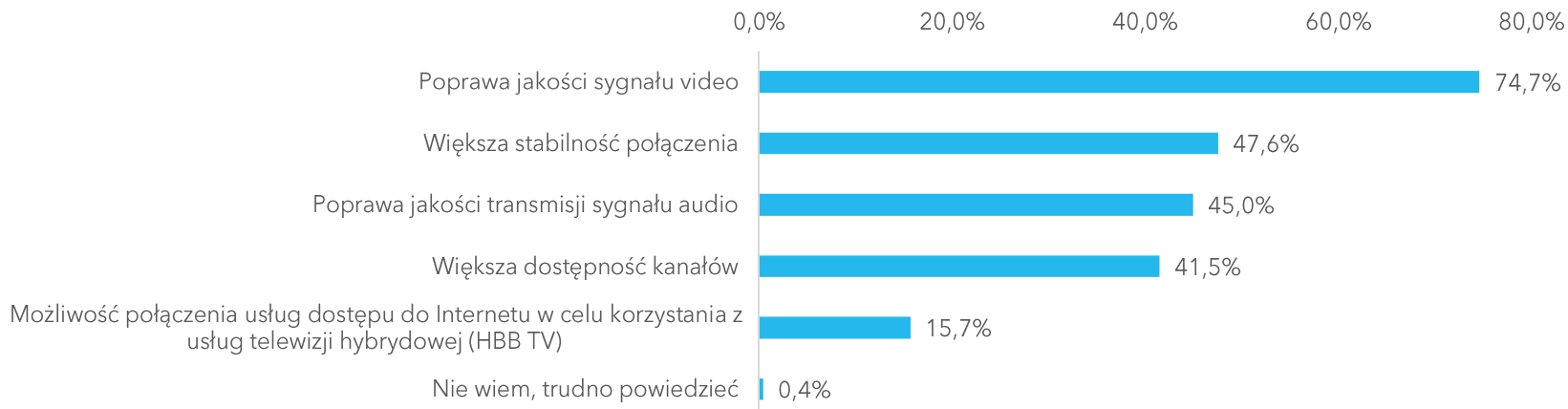
N = 584

Respondentów dostrzega korzyści związane ze zmianą sposobu nadawania sygnału naziemnej telewizji cyfrowej.

Stosunek respondentów do zmiany sposobu nadawania sygnału naziemnej telewizji cyfrowej okazał się być bardzo zrównoważony: co prawda 39,2% osób badanych wyraziło zadowolenie z tej zmiany, jednak 31,0% nie widziało związanych z nią korzyści, a 29,8% nie miało wyrobionej na ten temat opinii.

Najczęściej dostrzeganą zmianą związaną ze sposobem nadawania sygnału naziemnej telewizji cyfrowej (przez tych, którzy docenili płynące z niej korzyści), była poprawa jakości sygnału video (wskazana przez 74,7% z nich). Blisko połowa odpowiadających zauważyła także stabilizację połączenia, a 45,0% poprawę jakości transmisji sygnału audio. Ponadto 41,5% osób zwróciła uwagę na zwiększoną dostępność kanałów.

Jakie widzi Pan(i) korzyści ze zmiany sposobu nadawania sygnału naziemnej telewizji cyfrowej?



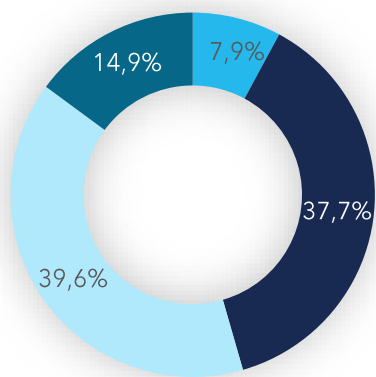
N = 229

Naziemna telewizja cyfrowa i HBB TV

Problemy związane z odbiorem sygnału naziemnej telewizji cyfrowej (często lub czasem) miewa niemal połowa osób badanych (45,5%), a 39,6% osób ich nie doświadcza. Najczęściej występującym problemem jest okresowy brak sygnału (wskazany przez 59,0% respondentów miewających problemy z sygnałem); niemal tak samo powszechny jest problem z przerywaniem transmisji audio lub video.

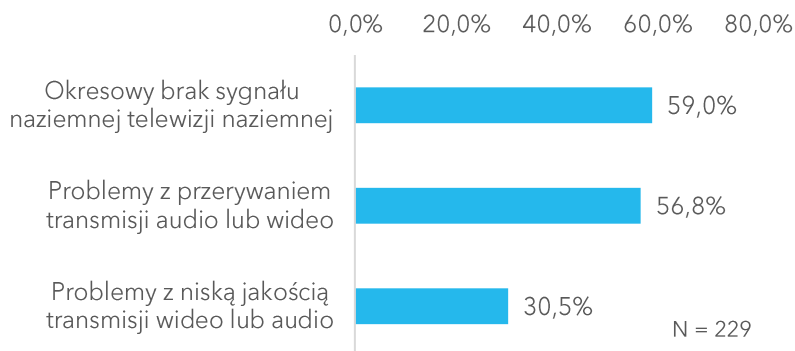
Najczęściej dostrzeganą przez respondentów korzyścią związaną z telewizją hybrydową jest natomiast dostępność nowych kanałów i możliwość rozszerzonej transmisji telewizyjnej.

Czy miewa Pan(i) problemy związane z odbiorem sygnału naziemnej telewizji cyfrowej?

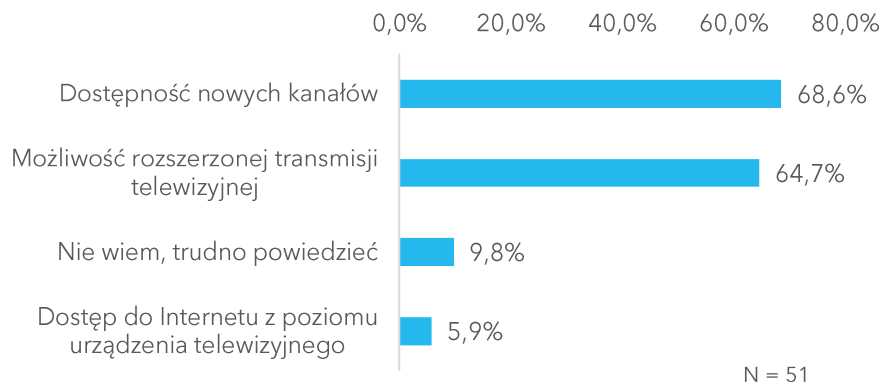


- Tak - często
- Tak - czasami
- Nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Jakie problemy miewa Pan(i) w odbiorze sygnału naziemnej telewizji cyfrowej?



Jakie korzyści dla Pana(i) niosą usługi telewizji hybrydowej (HBB TV)?

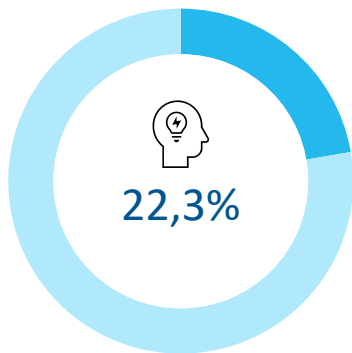




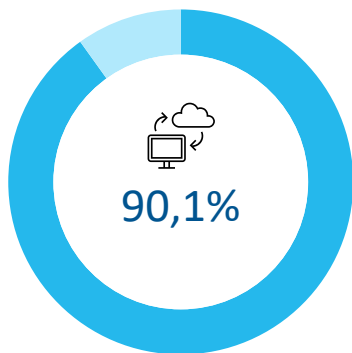
Usługi „Over the Top”

Badanie klientów indywidualnych

Wykorzystywanie OTT



Respondentów spotkało się z pojęciem usług „Over-The-Top” (OTT)



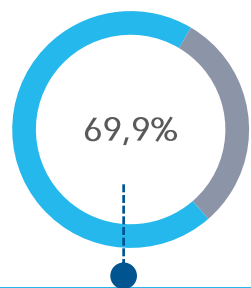
Respondentów korzystało z usług „Over-the-Top” (OTT)

Korzystanie z poszczególnych usług (określanych zbiorczym mianem "OTT") było wśród respondentów bardziej rozpowszechnione, niż świadomość, że usługi tego typu łącznie klasyfikowane są do kategorii "Over-the-Top". Jedynie 1/5 osób badanych była zaznajomiona z pojęciem usług „Over-the-Top”, czyli OTT, chociaż aż 90,1% z nich korzystało. Osoby znające to pojęcie były średnio o 3 lata młodsze od tych, którzy się z nim nie zetknęli.

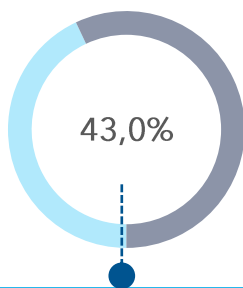
Wśród najbardziej rozpowszechnionych usług tego typu znalazły się użytkowane przez 69,9% respondentów komunikatory internetowe i przez połowę z nich usługi streamingu wideo. Z pomocy usług aplikacyjnych (nawigacji, lokalizacji, przechowywania danych w chmurze) korzystało 43,0% osób badanych, a z usług wideokonferencji – 30,2%. Nieco ponad ¼ ankietowanych deklarowała także korzystanie ze streamingu audio.

Według deklaracji – jedynie 1 na 10-ciu respondentów nie był użytkownikiem żadnej z usług OTT.

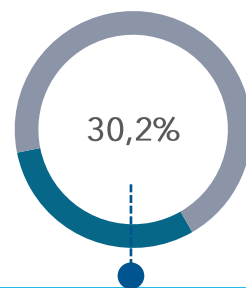
Wykorzystywanie OTT



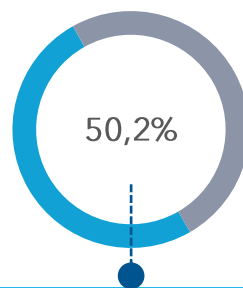
Usługi komunikacji internetowej
(np. Messenger, Viber, WhatsApp)



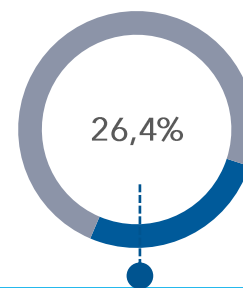
Usługi aplikacyjne
(nawigacja, lokalizacja, przechowywanie danych w chmurze)



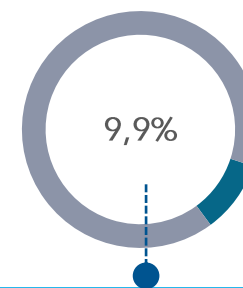
Usługi wideokonferencji
(np. Skype, MS Teams, Zoom)



Usługi streamingu video
(np. Netflix)

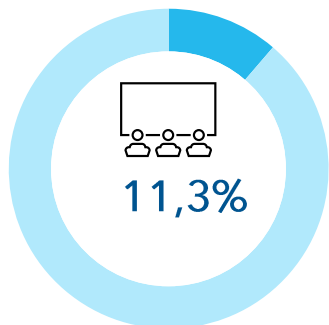


Usługi streamingu audio
(np. Tidal, Spotify)

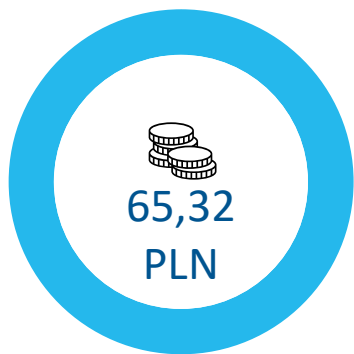


Nie korzysta z żadnej z wymienionych usług

Rezygnacja z usług tradycyjnych na rzecz OTT



Respondentów rozważa zakup dodatkowej subskrypcji wideo OTT w przyszłości (Netflix, HBO Max itp.)

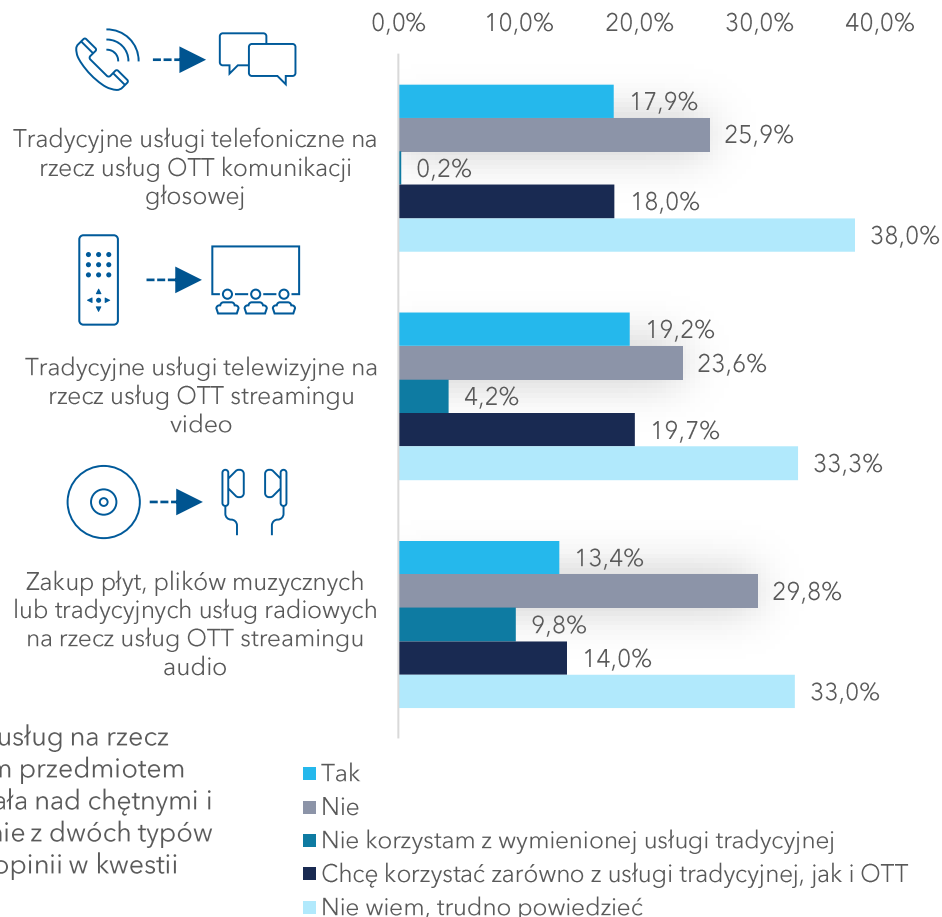


Średnia maksymalna miesięczna kwota na subskrypcję wideo OTT

1,0% respondentów rozważających subskrypcję w ogóle nie zamierzała wydawać na ten cel pieniędzy, natomiast połowa nie zamierzała wydawać więcej niż 50 zł miesięcznie. Maksymalna miesięczna kwota, możliwa do przeznaczenia na subskrypcję wideo OTT, podana przez respondenta to 400 zł.

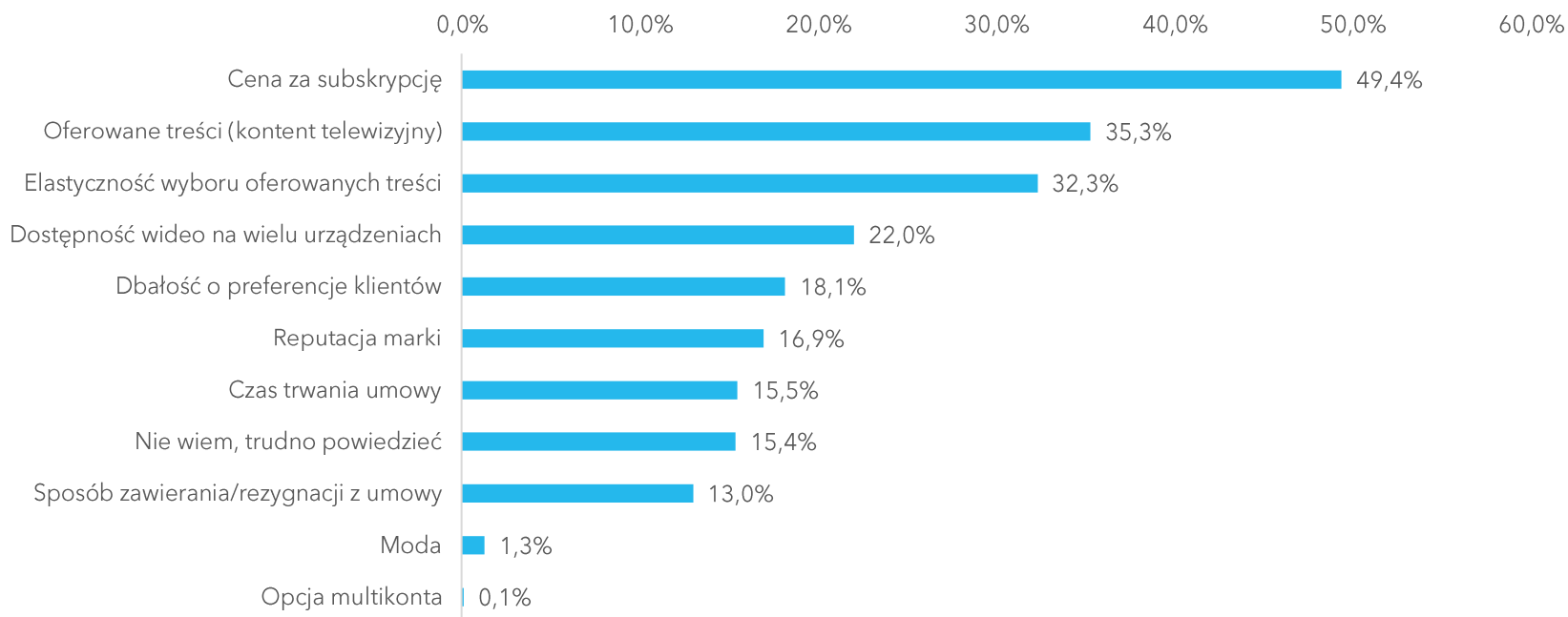
Respondenci raczej nieczęsto wyrażali chęć rezygnacji z tradycyjnych usług na rzecz odpowiadających im OTT. W przypadku wszystkich kategorii będącym przedmiotem zainteresowania grupa respondentów niechętnych zamianie przeważała nad chętnymi i była zbliżona liczebnie do grupy zamierzających korzystać jednocześnie z dwóch typów usług. Około 1/3 osób badanych nie potrafiło wyrazić zdecydowanej opinii w kwestii każdej z potencjalnych opcji zamiany.

Czy zamienił(a)by Pan(i) następujące tradycyjne usługi na usługi OTT?



Wybór dostawcy usług wideo OTT

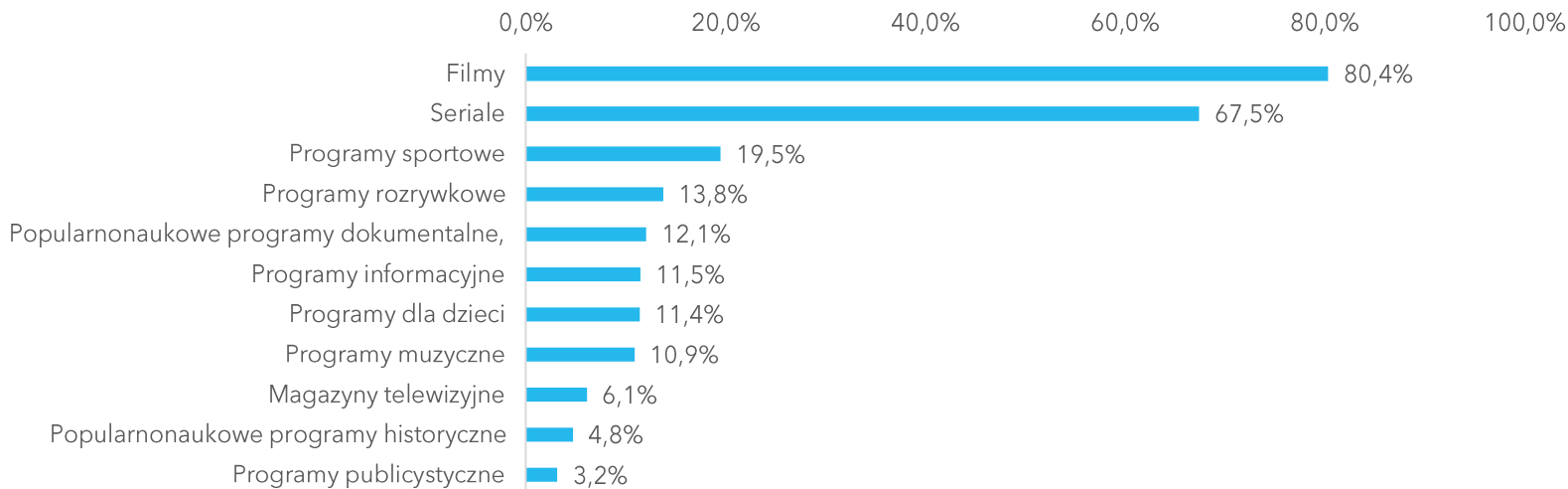
Jakie czynniki bierze Pan(i) pod uwagę przy wyborze dostawcy usług wideo OTT?



Najczęściej brany pod uwagę przez respondentów przy wyborze dostawcy usług video OTT czynnikiem była cena za subskrypcję (wskazana przez co drugą odpowiadającą osobę). Mniej więcej co trzecia osoba wymieniała też kontent telewizyjny i elastyczność jego wyboru. Moda nie stanowiła ważnego czynnika determinującego wybór osób badanych (według deklaracji ich samych).

Wykorzystywanie subskrypcji wideo OTT

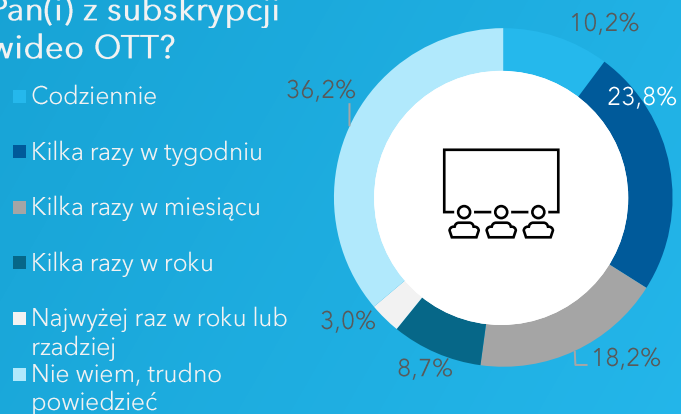
Jakie treści Pan(i) najczęściej ogląda w ramach subskrypcji wideo OTT?



W ramach subskrypcji video OTT respondenci najczęściej sięgali po filmy (robiło tak 80,4% odpowiadających na pytanie) i seriale (67,5% odpowiadających). Co piąty respondent oglądał programy sportowe. Najmniej rozpowszechnione treści to programy publicystyczne, popularnonaukowe i historyczne.

Co dziesiąta osoba badana korzystała ze swojej płatnej subskrypcji codziennie, a blisko co czwarta – kilkakrotnie w ciągu tygodnia. 3,0% respondentów oglądało subskrybowane treści najwyżej raz w roku. Ponad 1/3 osób badanych nie potrafiła podać konkretnej odpowiedzi na pytanie o częstotliwość korzystania z usług wideo w ramach OTT.

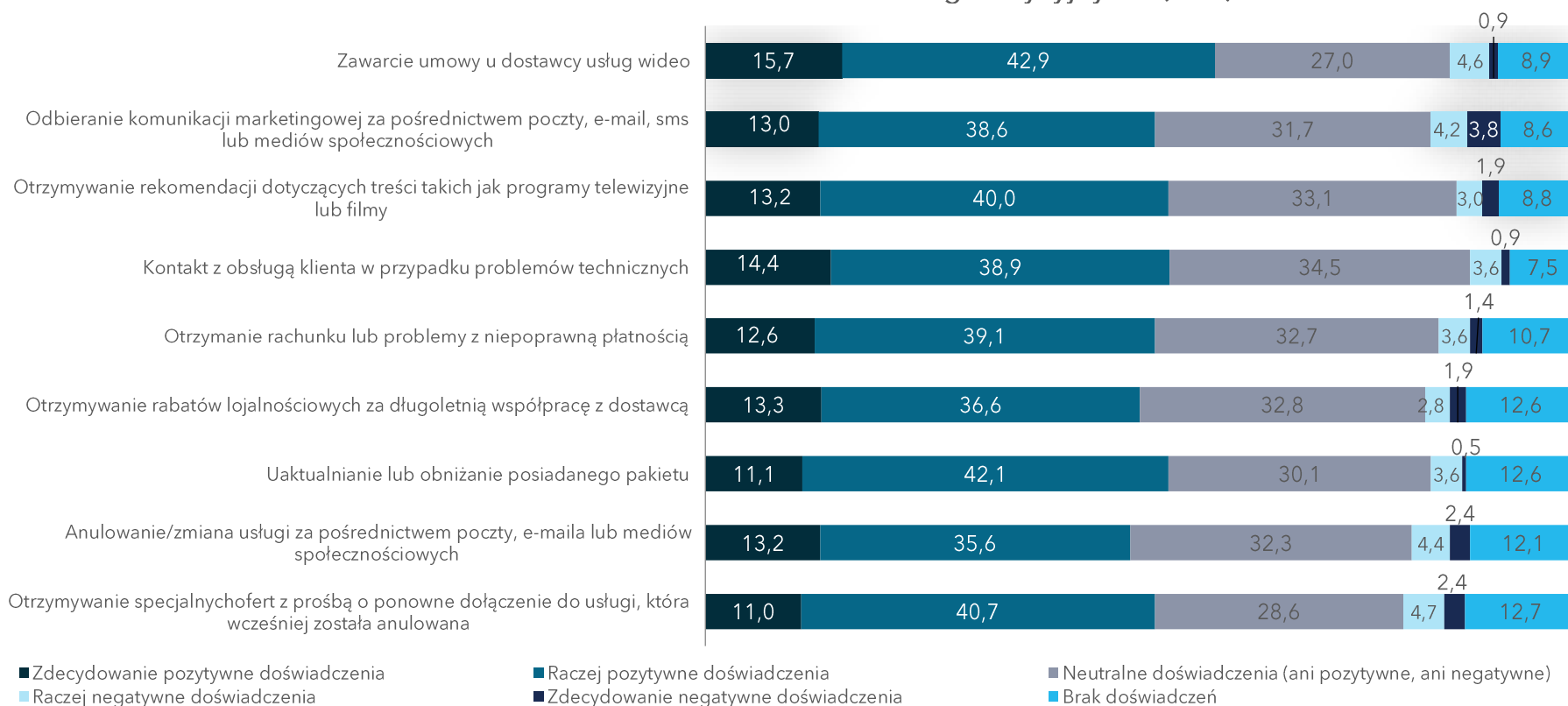
Jak często korzysta Pan(i) z subskrypcji wideo OTT?



Dostawcy usług OTT

Relatywnie najbardziej pozytywne doświadczenia (mierzone stosunkiem odsetka osób z pozytywnymi doświadczeniami do odsetka osób z doświadczeniami negatywnymi) z dostawcami usług tradycyjnych badani mieli w aspekcie uaktualniania lub obniżania posiadanego pakietu (zadowoleni przeważali nad niezadowolonymi trzynastokrotnie) i kontaktu z obsługą klienta w przypadku problemów technicznych (prawie dwunastokrotna przewaga zadowolonych). Najmniejsza przewaga zadowolonych (wciąż jednak ponad sześciokrotna) wystąpiła w kategorii odbierania komunikacji marketingowej za pośrednictwem poczty, e-mail, sms lub mediów społecznościowych.

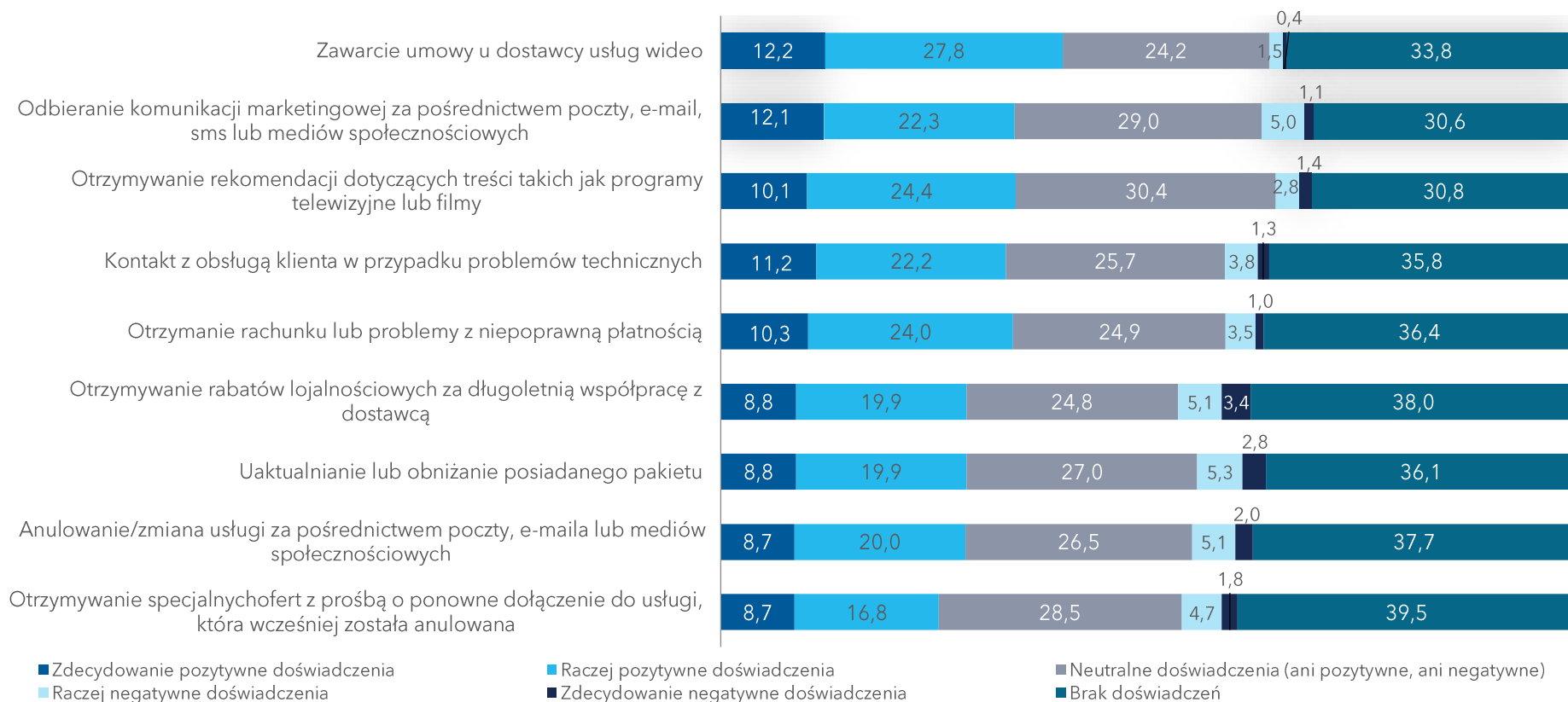
Proszę wskazać, czy w poniższych aspektach posiada Pan(i) pozytywne czy negatywne doświadczenia z dostawcami usług tradycyjnych? (w %)



Dostawcy usług OTT

W porównaniu z dostawcami usług tradycyjnych, dostawcy usług OTT zostali ocenieni nieco mniej pozytywnie. Choć ponownie – niezależnie od ocenianego aspektu – respondenci zadowoleni przeważali nad niezadowolonymi, przewaga ta nie była już tak wysoka. Wyjątek stanowiła kategoria zawierania umów u dostawców usług wideo, w której omawiany stosunek wskazywał dwudziestokrotną przewagę zadowolonych. Relatywnie najslabiej ocenionym aspektem było otrzymywanie rabatów lojalnościowych za długoletnią współpracę z dostawcą (zadowolonych z tej kwestii było „zaledwie” trzykrotnie więcej niż niezadowolonych).

Proszę wskazać, czy w poniższych aspektach posiada Pan(i) pozytywne czy negatywne doświadczenia z dostawcami usług OTT? (w %)

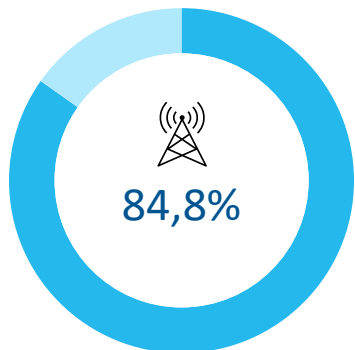




Sieć 5G

Badanie klientów indywidualnych

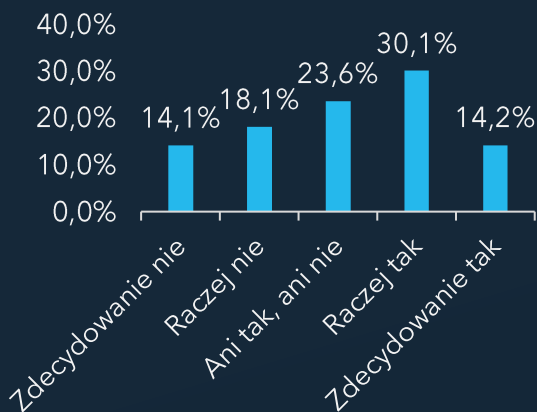
Sieć 5G



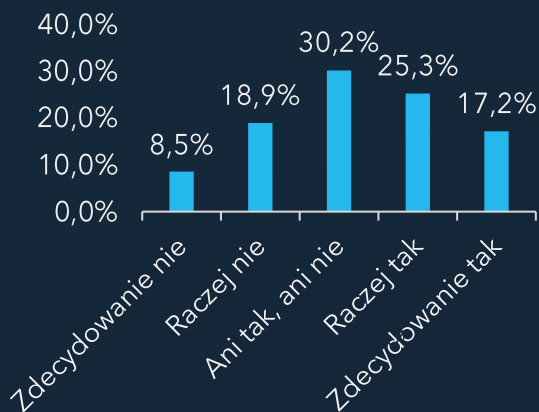
Respondentów spotkało się z pojęciem „sieci 5G”.

Większość osób badanych (70,8%) jest raczej lub zdecydowanie zadowolona z aktualnych parametrów dostępu do Internetu: jego prędkości, wydajności i niezawodności, a dla 14,3% parametry te są niewystarczające. Co trzecia badana osoba nie zgodziłaby się na postawienie stacji bazowej (nadajnika) blisko swojego domu, nawet jeżeli dzięki temu mogłaby korzystać z lepszej jakości usług telefonii mobilnej lub Internetu mobilnego niż dotychczas, a 44,3% nie miałoby nic przeciwko temu. Jedynie nieznacznie mniej respondentów (42,5%) uważało, że pole elektromagnetyczne, emitowane przez stacje bazowe, może mieć negatywny wpływ na zdrowie człowieka. Przeciwnego zdania było 27,4% pytanych.

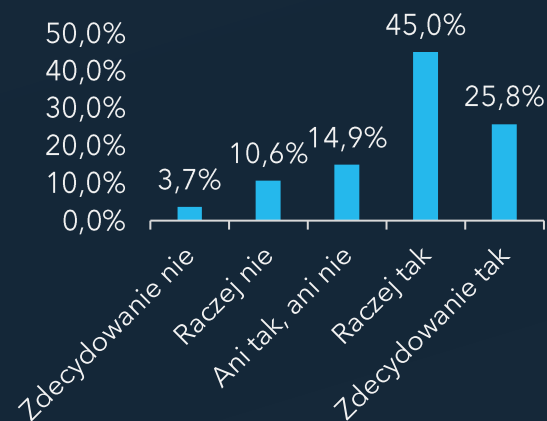
Czy zgodziłby(aby) się Pan(i) na postawienie stacji bazowej blisko swojego domu, jeżeli dzięki temu mógłby(aby) Pan(i) korzystać z lepszej jakości usług niż dotychczas?



Czy uważa Pan(i), że pole elektromagnetyczne, emitowane przez stacje bazowe, może mieć negatywny wpływ na zdrowie człowieka?



Czy parametry obecnego dostępu do sieci są dla Pana(i) wystarczające?

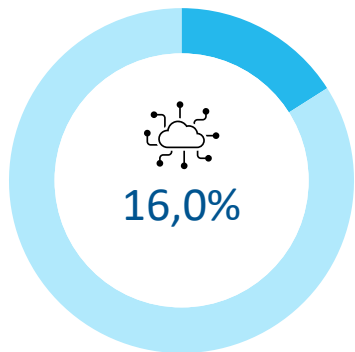




Usługi IoT

Badanie klientów indywidualnych

Znajomość IoT



Respondentów spotkało się z pojęciem „Internet rzeczy (Internet of Things – IoT)”

Osoby znające to pojęcie były średnio o 3 lata młodsze od tych, którzy się z nim nie zetknęli.

Największa część osób badanych kojarzyła to pojęcie z inteligentnymi domami (81,3%) i inteligentnymi miastami (79,4%). Relatywnie najmniejsza część respondentów (wciąż jednak bliska 2/3) słyszała o IoT w kontekście inteligentnych przedsiębiorstw i przemysłu.



Inteligentne domy, budynki (np. system przeciwpożarowy, system kontroli dostępu, system alarmowy i monitoring)



Inteligentne miasta (np. sterowanie ruchem, sygnalizacją świetlną, monitoring wolnych miejsc parkingowych)



Inteligentne sieci zdrowia (np. telemedycyna, sieci umożliwiające monitorowanie stanu pacjenta)



Inteligentne przedsiębiorstwa i przemysł (np. bioidentyfikatory, inteligentne maszyny, zestawy czujników w podzespołach maszyn)



Inteligentne systemy energetyczne (np. automatyka oparta na zaawansowanych czujnikach i sieci teleinformatycznej)

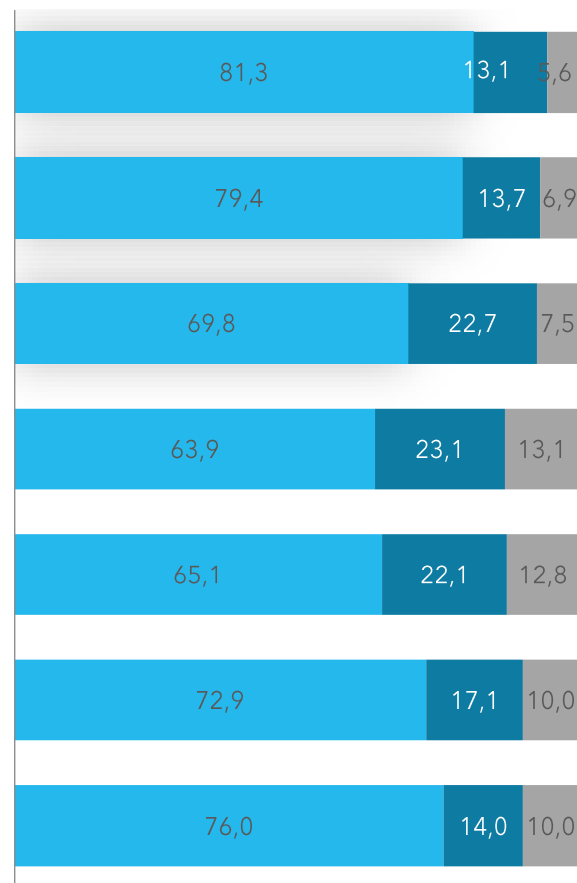


Inteligentne systemy pomiarowe (np. odczytywanie liczników, automatyczne systemy pomiarowe)



Monitorowanie środowiska i zagrożeń (np. czujniki temperatury, wiatru, opadów deszczu, wysokości poziomu rzek)

Czy spotkał(a) się Pan(i) z następującymi zastosowaniami IoT?



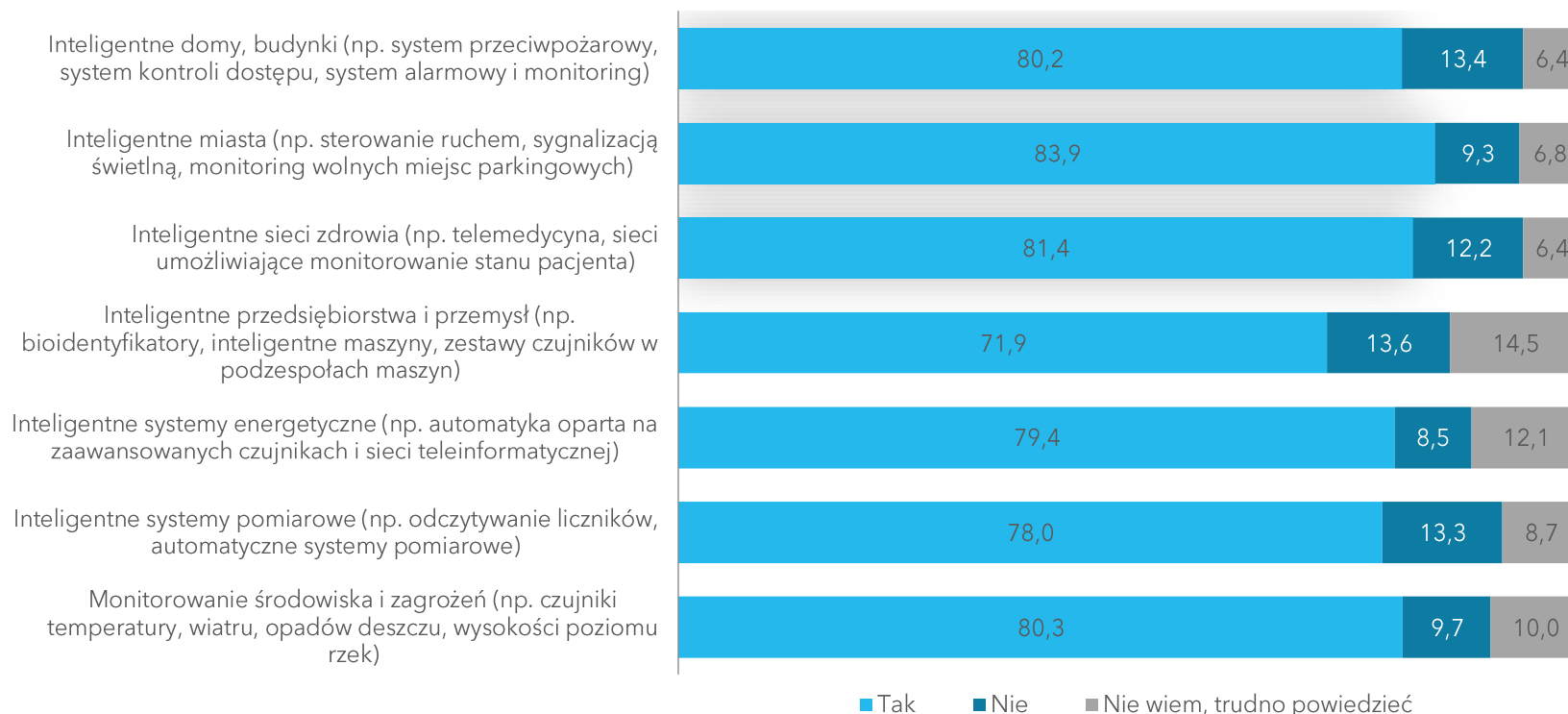
N = 321

■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

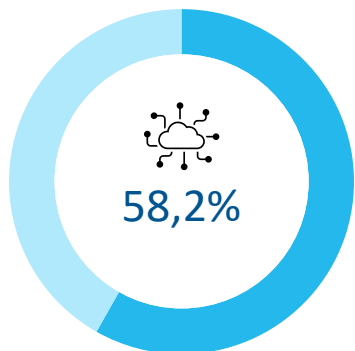
Ocena przydatności IoT

Wszystkie wskazane obszary zastosowań technologii IoT przez zdecydowaną większość respondentów ocenione zostały jako przydatne. Biorąc pod uwagę stosunek odsetka pozytywnych wskazań do negatywnych, można zauważyć, że relatywnie najbardziej przydatnymi obszarami IoT według respondentów były inteligentne systemy energetyczne i miasta (ponad dziewięciokrotnie więcej wskazań na przydatność), a najmniej – inteligentne przedsiębiorstwa i przemysł (choć nawet w tym obszarze odpowiedź „tak” pojawiała się pięciokrotnie częściej niż odpowiedź „nie”).

Czy uważa Pan(i) następujące zastosowania IoT za przydatne? (w %)



Korzyści związane z IoT

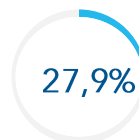


Respondentów widzi korzyści płynące z IoT.

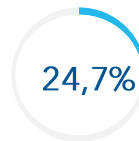
Respondenci, którzy widzieli korzyści płynące z technologii Internetu rzeczy, w największej części wiązali je z możliwością monitorowania stanu zdrowia, a następnie z obszarem ułatwień w zakresie zarządzania urządzeniami domowymi.



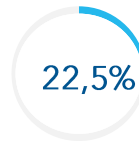
Ponad ¼ respondentów uważało, że wśród trzech najważniejszych korzyści płynących z IoT znajdowała się **możliwość monitorowania stanu zdrowia**.



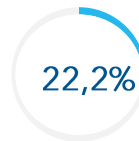
Niewiele mniej osób badanych wskazywało w tym kontekście na **łatwiejsze zarządzanie urządzeniami domowymi** (rozwiązania określane mianem „Inteligentnego domu”).



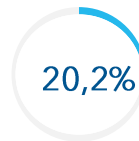
Łatwiejszy dostęp do danych (dzięki wykorzystaniu rozwiązania umożliwiającego przechowywanie danych w chmurze) znalazł miejsce wśród 3 najważniejszych korzyści płynących z IoT u 22,5% respondentów.



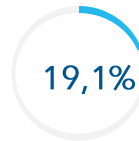
Zbliżony ich odsetek zwrócił uwagę na korzyści płynące z **wykorzystywania aplikacji oraz powiadomień dotyczących zagrożeń**.



Dla co piątej odpowiadającej osoby jedną z trzech najistotniejszych korzyści płynących z IoT była **poprawa bezpieczeństwa** związana z monitoringiem wizyjnym miejsc publicznych.



Nieco mniej respondentów wymieniło też wśród korzyści **poprawę komunikacji**.

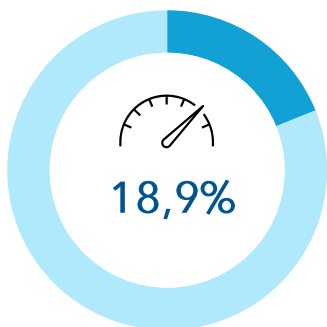




PRO speed test

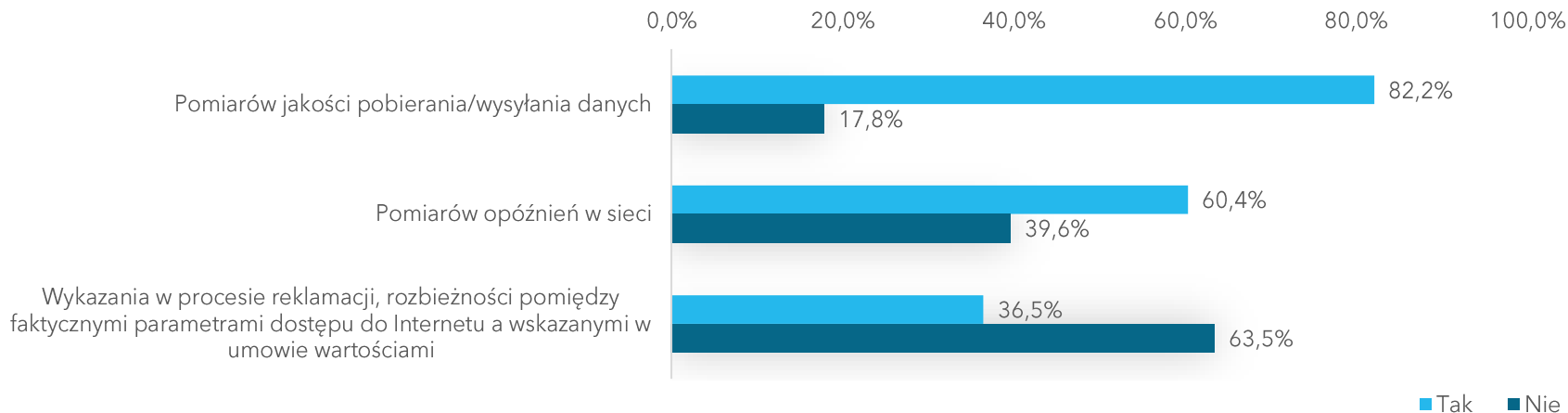
Badanie klientów indywidualnych

PRO speed test



Respondentów słyszało o PRO speed test bezpłatnym certyfikowanym mechanizmie monitorowania jakości dostępu do Internetu

Czy wykorzystywał(a) Pan(i) PRO speed test do..?



Prawie co piąta osoba badana słyszała o bezpłatnym certyfikowanym mechanizmie monitorowania jakości dostępu do Internetu PRO speed test. Ponad 80% z tych, którzy o teście słyszeli, miało okazję również go wykorzystywać do pomiarów parametrów Internetu (86,4% mężczyzn i 77,6% kobiet), a 36,5% - w celu uzyskania podstawy dla reklamacji usług telekomunikacyjnych u operatorów.



Ocena rynku telekomunikacyjnego

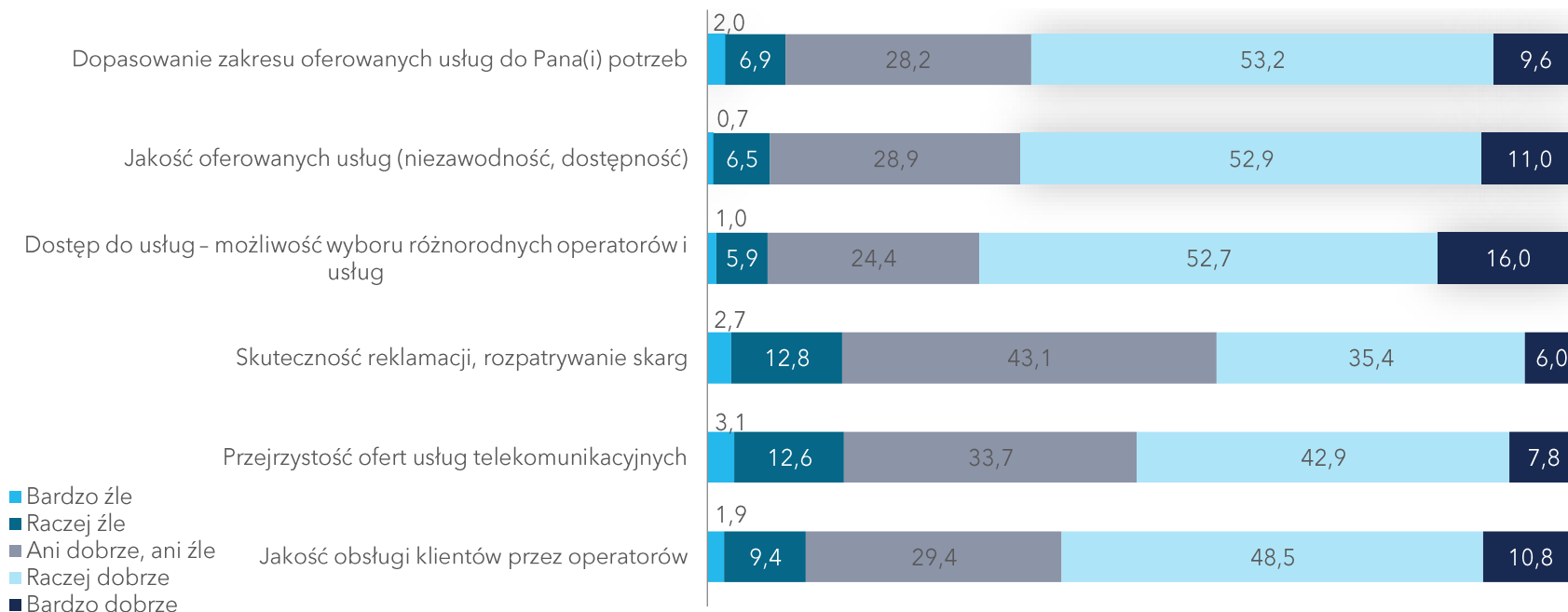
Badanie klientów indywidualnych

Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego

Funkcjonowanie polskiego rynku telekomunikacyjnego ocenione zostało raczej wysoko. W przypadku wszystkich wymienionych aspektów, odsetek opinii pozytywnych przekraczał ponad dwukrotnie odsetek opinii negatywnych. Relatywnie najwyżej oceniony został dostęp do usług telekomunikacyjnych (możliwość wyboru różnorodnych operatorów i usług) – odsetek opinii pozytywnych w tej kwestii niemal dziesięciokrotnie przewyższył odsetek opinii negatywnych.

Prawie równie wysoko oceniono jakość oferowanych usług oraz dopasowanie zakresu ofert do potrzeb konsumentów. W przypadku pierwszego z wymienionych aspektów odsetek opinii pozytywnych był prawie dziewięciokrotnie wyższy niż odsetek opinii negatywnych, w przypadku drugiego – siedmiokrotnie. Najślabiej zaopiniowana została skuteczność reklamacji.

Proszę ocenić poniższe aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce (w %)



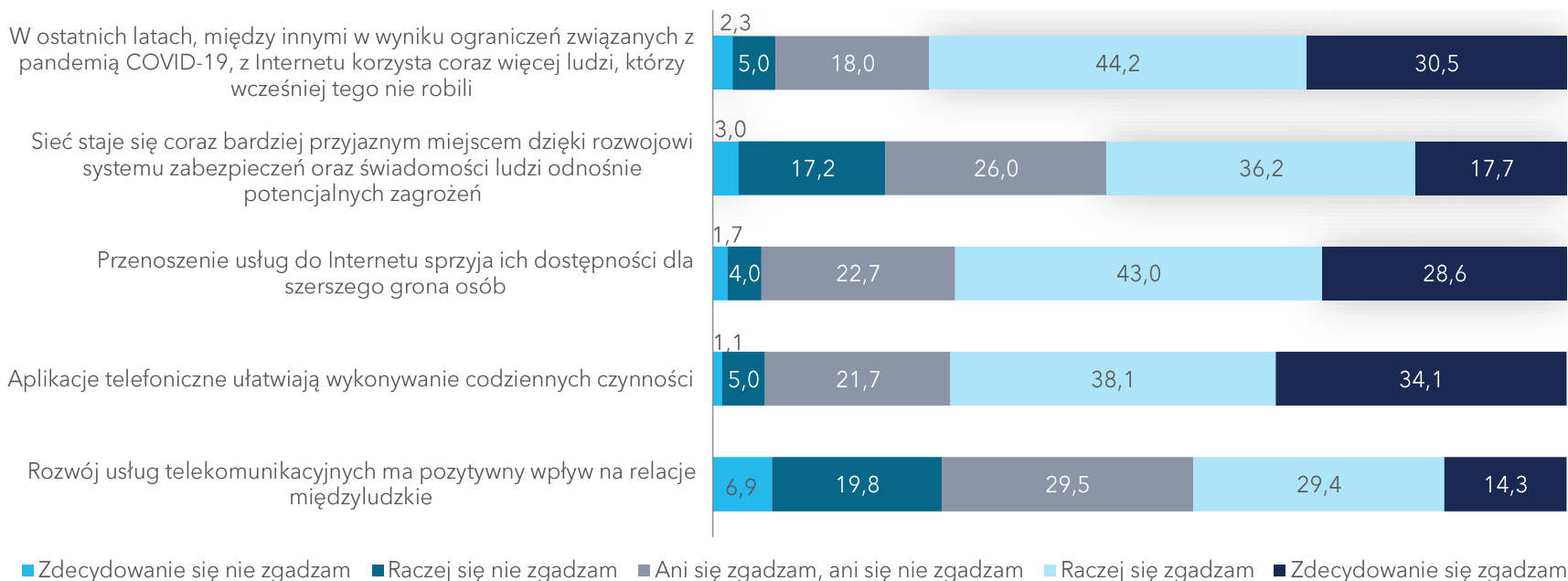
N = 2011

Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego

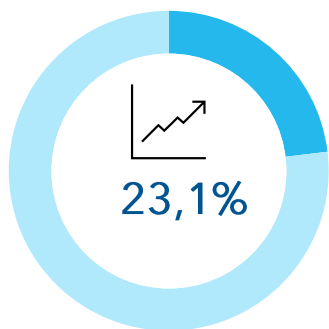
Na tempo i kierunek rozwoju rynku telekomunikacyjnego, oprócz czynników otoczenia prawnego, instytucjonalnego i infrastrukturalnego, wpływają również decyzje zakupowe indywidualnych konsumentów. Decyzje te wynikają w dużej mierze z posiadanych przekonań na temat roli usług telekomunikacyjnych.

Blisko 3/4 respondentów zauważyło wpływ pandemii COVID-19 na popularność Internetu, 72,2% w aplikacjach telefonicznych widziało ułatwienie wykonywania codziennych czynności i prawie tyle samo uznawało, że internetyzacja usług poszerza grono ich potencjalnych odbiorców. 43,8% osób badanych była zdania, że rozwój usług telekomunikacyjnych ma pozytywny wpływ na relacje międzyludzkie, a 26,8% się z tym twierdzeniem nie zgadzało.

W jakim stopniu zgadza się Pan(i) z następującymi twierdzeniami dotyczącymi korzystania z usług telekomunikacyjnych? (w %)



Pozytywne zmiany

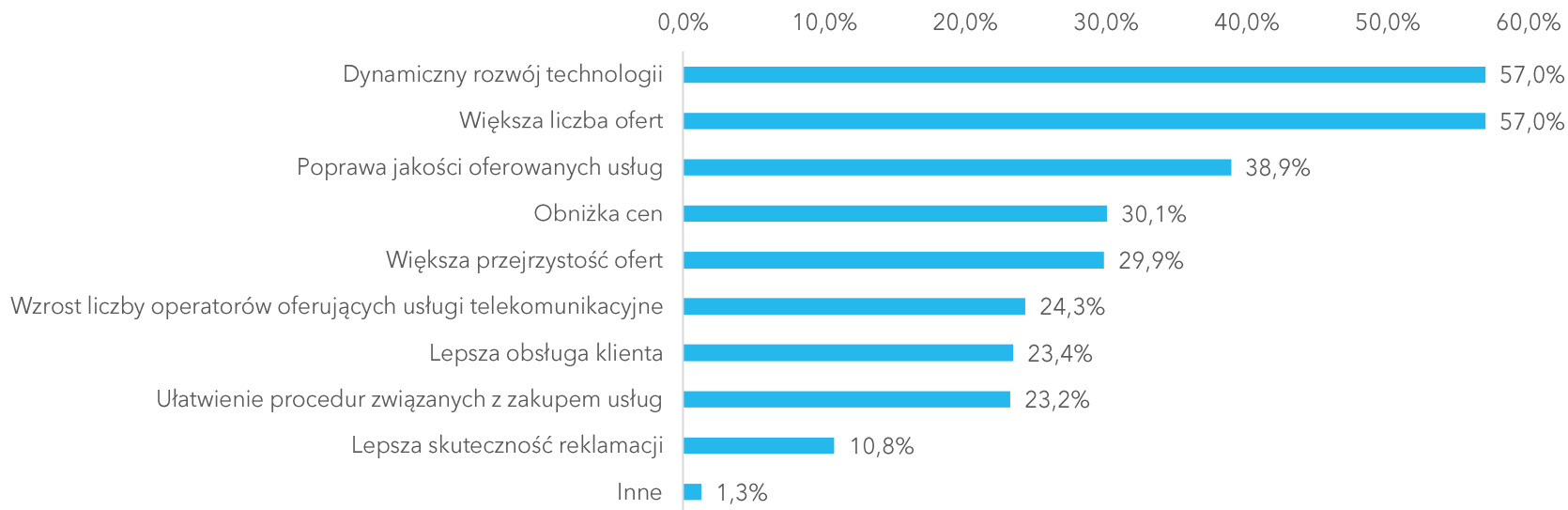


N = 2011

Respondentów zauważyło pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku.

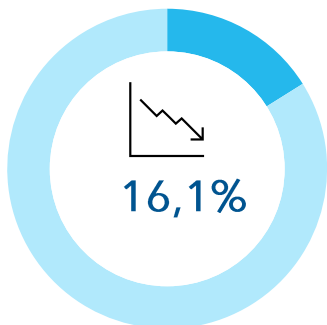
Prawie co czwarta pytana osoba zauważyła pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w przeciągu ostatniego roku. Najczęściej zauważany był dynamiczny rozwój technologii oraz zwiększenie liczby ofert dostępnych dla klientów. Wśród odpowiedzi „inne” znalazła się wspomniana przez 2 osoby badane sieć 5G, zwiększona dostępność usług oraz cyfryzacja spraw urzędowych (obywatel.gov.pl).

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



N = 465

Negatywne zmiany



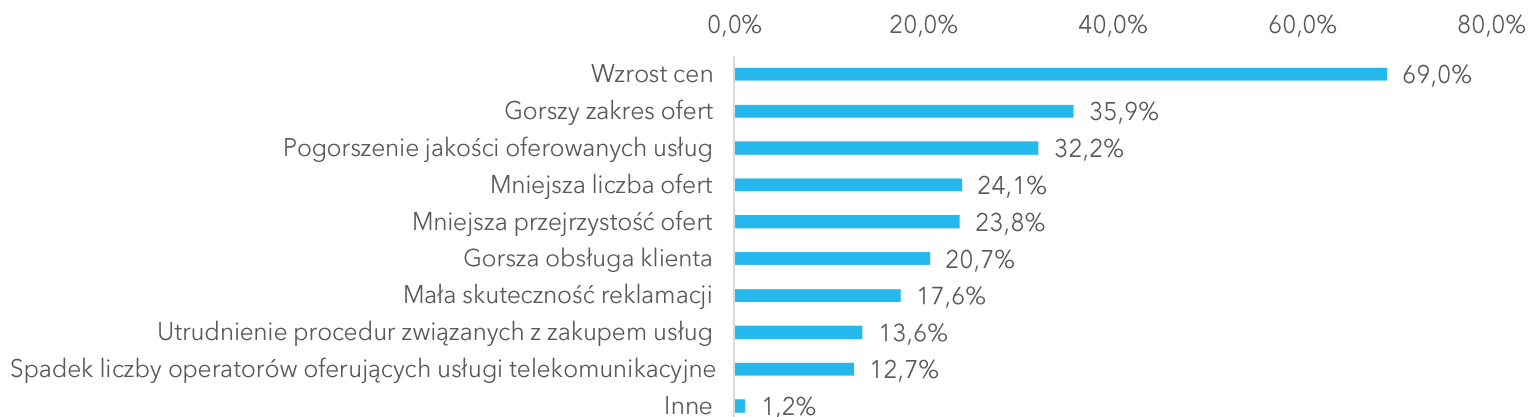
N = 2011

Respondentów zauważyło negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku.

Nieco mniejsza liczba respondentów (16,1%) zauważyła zachodzące w ciągu ostatniego roku na rynku usług telekomunikacyjnych zmiany o charakterze negatywnym (w porównaniu do tych, którzy dostrzegli zmiany pozytywne).

Najczęściej zauważany był wzrost cen, wskazany przez 69,0% osób dostrzegających negatywne trendy. Wśród odpowiedzi „inne” znalazły się między innymi następujące wypowiedzi: „ Ciągłe telefony od innych operatorów, którzy nie są w stanie oferować korzystniejszej oferty a i tak dzwonią po kilka razy dziennie”, „W umowach pojawiają się zapisy pozwalające zwiększyć koszt abonamentu ze względu na inflację”, „nie ma promocji dla stałych klientów”.

Jakie negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych zauważył(a) Pan(i) w ciągu ostatniego roku?

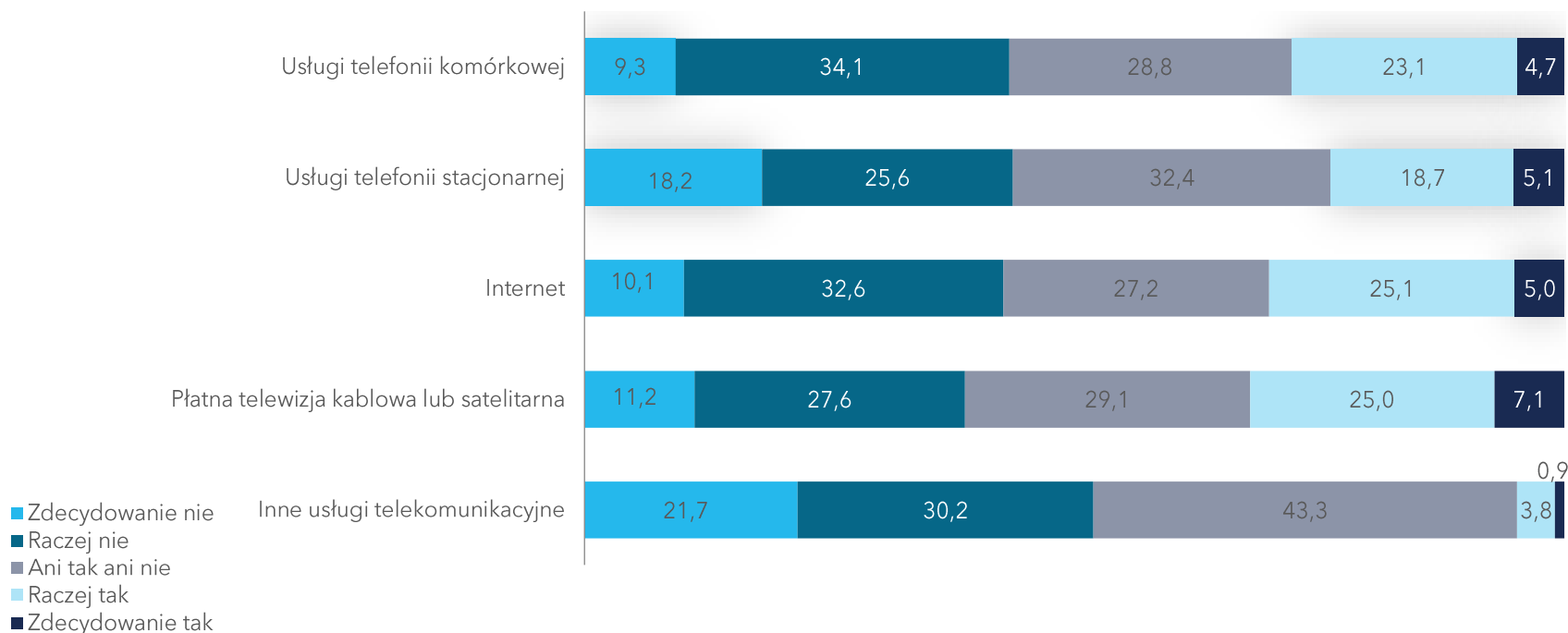


N = 323

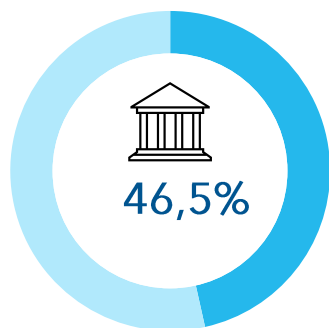
Koszty usług

Zdaniem osób badanych, najbardziej obciążające finansowo dla miesięcznego budżetu gospodarstwa domowego są usługi płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej, Internet oraz usługi telefonii komórkowej. W odniesieniu do wydatków ponoszonych z tytułu innych usług telekomunikacyjnych, liczba osób, dla których nie stanowiły one znacznego obciążenia miesięcznego budżetu ponad dziesięciokrotnie przekroczyła liczbę osób, dla których wydatki z tego tytułu były obciążające.

Czy uważa Pan(i), że koszty dostępu do poniższych usług łączności elektronicznej są dużym obciążeniem miesięcznego budżetu Pana(i) gospodarstwa domowego? (w %)



Działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE)



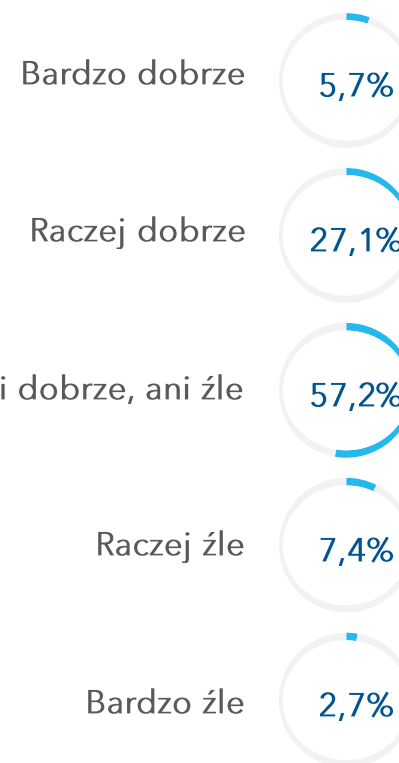
N = 2011

Respondentów słyszało o Urzędzie Komunikacji Elektronicznej.

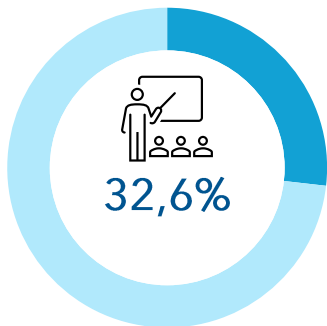
Urząd Komunikacji Elektronicznej jest organem regulacyjnym w zakresie działalności telekomunikacyjnej, pocztowej, oraz gospodarki zasobami częstotliwości. Jest także organem nadzoru rynku w zakresie kontroli wyrobów emitujących lub podatnych na emisję pola elektromagnetycznego, w tym urządzeń radiowych wprowadzonych do obrotu handlowego w Polsce. O jego działalności słyszało 46,5% osób badanych – więcej kobiet, niż mężczyzn (56,2% w porównaniu do 50,6%).

Ponad połowa respondentów nie posiadała wyrobionej opinii na temat działań Urzędu Komunikacji Elektronicznej, a blisko 1/3 pozytywnie oceniła działania UKE. Złe lub bardzo złe opinie o działalności Regulatora wyraziła co dziesiąta oceniająca osoba.

Jak ocenia Pan(i) dotychczasowe działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



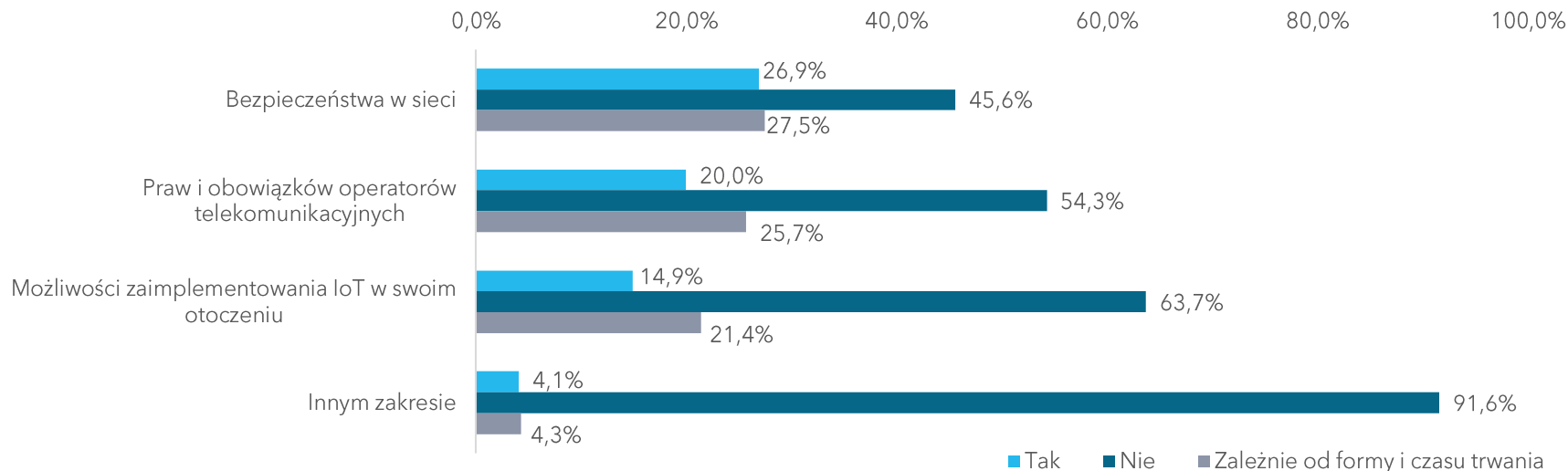
Działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE)



Blisko 1/3 respondentów chciałaby skorzystać z nieodpłatnego szkolenia organizowanego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, a 39,9% zadeklarowało, że nie skorzystałoby z żadnego tego typu szkolenia, niezależnie od jego formy, czasu trwania i zakresu.

4,1% osób badanych chciałoby wziąć udział w organizowanych przez UKE szkoleniach dotyczących tematyki spoza przedstawionej kafeterii możliwości. Osoby badane wskazywały przykładową tematykę takich szkoleń, a wśród propozycji znalazły się między innymi: „Cyfryzacja innych miejscowości, białe plamy”, „Sieć 5G”, również w aspekcie jej szkodliwości i wpływu na zdrowie człowieka, bezpieczeństwo danych osobowych w sieci, hakerstwo, cyberprzestępstwa i możliwości ich zgłaszania, poprawa jakości transmisji danych, prawa konsumenta w zakresie reklamacji usług, a nawet języki programowania (Phyton) oraz kryptowaluty i inwestowanie na giełdzie, choć te ostatnie tematy są raczej odległe od standardowego profilu działalności Regulatora.

Czy chciałby(aby) Pan(i) skorzystać z nieodpłatnego szkolenia organizowanego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej w zakresie...?



Najważniejsze ustalenia

1

Telefonia mobilna i automatyczne powiadomienia

- Z usług telefonii mobilnej **korzystali prawie wszyscy respondenci**.
- Zdecydowana większość badanych użytkowników telefonii komórkowej korzystała z tych usług za pomocą smartfona.
- Prawie $\frac{3}{4}$ badanych użytkowników telefonii komórkowej korzystała z możliwości **połączeń w ramach abonamentu**, a blisko $\frac{1}{4}$ z usług typu pre-paid. **Najmniejszą popularnością cieszyły się oferty typu mix**.
- Prawie wszyscy użytkownicy telefonii komórkowej **korzystali z usług internetowych w telefonie**. Tylko $\frac{3}{4}$ z nich znało wielkość swojego pakietu danych internetowych w ramach umowy. Osoby badane najczęściej wykorzystywały Internet w telefonach w celu **przeglądania stron internetowych i serwisów społecznościowych, odbierania lub wysyłania e-maili oraz wiadomości przez komunikatory internetowe**.
- Komunikatory internetowe cieszyły się wśród osób badanych większą popularnością niż połączenia głosowe w sieci mobilnej, SMS-y i MMS-y. **Dla 36,0% respondentów komunikatory były najczęściej wybieraną usługą**.
- Komunikatory ceni się przede wszystkim za **brak opłat**. Co drugi respondent wśród ich zalet wymienił również jakość i stabilność połączenia, a 39,0% wskazało na dodatkowe funkcje i możliwości.
- Blisko połowa użytkowników telefonii komórkowej spotkała się z usługami **automatycznych powiadomień SMS** wysyłanymi przez aplikacje/systemy informatyczne.
- Użytkownicy najczęściej mieli kontakt z **wiadomościami systemowymi od operatorów**, a w dalszej kolejności z alertami RBC i wiadomościami potwierdzającymi wykonanie usług finansowych.

Najważniejsze ustalenia

2

Roaming

- Nieco więcej niż 1/3 respondentów wyjeżdżała w ciągu ostatniego roku zagranicę, a **prawie wszyscy** spośród tych, którzy wyjechali, **korzystali w trakcie wyjazdu z telefonu komórkowego z polską kartą SIM**.
- W trakcie wyjazdów zagranicznych respondenci korzystający z roamingu najczęściej robili to **w celu odbierania połączeń przychodzących, odbierania SMS-ów i wykonywania połączeń**.

3

Telefonia stacjonarna

- W próbie badawczej znalazło się 247 respondentów korzystających z telefonii stacjonarnej (stanowiących 12,3% wszystkich osób badanych).
- 1/3 badanych użytkowników telefonii stacjonarnej, korzystała z jej usług **przynajmniej kilka razy na tydzień**, a blisko 2/3 - przynajmniej kilka razy w miesiącu.
- Najczęściej wymienianą przez respondentów przyczyną korzystania z telefonii stacjonarnej było **przyzwyczajenie**. Ponadto niemal 40% osób badanych zadeklarowało, że podstawowym powodem użytkowania telefonii stacjonarnej był fakt, iż wchodziła ona w pakiet usług wiązanych wraz z inną zakupioną usługą lub usługami. Dla co czwartej osoby telefon stacjonarny był też po prostu wygodny.
- Jedynie 15,8% osób badanych zadeklarowało, że **nie byłoby skłonnych zrezygnować z korzystania z usług telefonii stacjonarnej**. Ponad 1/3 respondentów zrezygnowałaby z zakupu takich usług w przypadku, gdyby ich koszt wzrósł.

Najważniejsze ustalenia

4

Internet

- Internet to trzecia pod względem częstotliwości wykorzystywania (po telefonii mobilnej i telewizji) usługa telekomunikacyjna.
- Dostęp do Internetu (w jakiegokolwiek formie) posiadało 79,1% respondentów.
- 69,8% spośród respondentów z dostępem do Internetu, posiadała go w formie dostępu stacjonarnego, a 57,3% - w formie mobilnej.
- Usługą internetową najczęściej wykorzystywaną przez osoby badane było **przeglądanie stron internetowych przez przeglądarkę** (z wyłączeniem portali i serwisów informacyjnych). Ponad połowa respondentów codziennie również odbierała/wysyłała pocztę e-mail, korzystała z portali i serwisów społecznościowych i czytała portale i serwisy informacyjne lub korzystała z aplikacji informacyjnych.
- Najczęściej wymienianą przyczyną posiadania Internetu stacjonarnego w domu **była wygoda, stabilne łącze oraz możliwość dzielenia transferu między różne urządzenia**. Natomiast podstawową zaletę Internetu mobilnego według osób badanych stanowiła możliwość korzystania z Internetu poza miejscem zamieszkania oraz wygoda.
- Co trzecia badana osoba (32,6%), posiadająca dostęp do Internetu stacjonarnego, dysponuje łączem o prędkości mniejszej niż 100 Mb/s, a 41,3% - o prędkości 100 - 999 Mb/s. Jedyne 5,5% respondentów posiada łącza o prędkości przynajmniej 1 Gb/s. Co piąty pytany nie wie, jaką prędkość ma łącze, z którego korzysta.
- Blisko połowa respondentów wybierając prędkość łącza internetowego **kieruje się przede wszystkim kryterium cenowym**, zaś 36,4% uważa, że nie potrzebuje łącza o wyższej prędkości. Co piąta osoba stwierdziła, że w jej miejscu zamieszkania nie jest dostępne łącze o lepszych parametrach.
- Tak jak w przypadku prędkości łącza Internetu stacjonarnego, podstawowym kryterium wyboru danego limitu transferu danych (dla 52,9% osób) była cena. 41,9% osób badanych twierdziła, że **wyższy limit danych nie był im potrzebny**.
- **Relatywnie większa część użytkowników Internetu stacjonarnego, niż mobilnego, nie byłaby w stanie z niego zrezygnować na rzecz innej formy dostępu do Internetu**. 35,5% respondentów nie zrezygnowałoby z korzystania z Internetu mobilnego na rzecz Internetu stacjonarnego.

Najważniejsze ustalenia

5

Usługi wiązane

- W ramach pakietów usług wiązanych respondenci **najczęściej korzystali z telefonii komórkowej, telewizji, oraz Internetu mobilnego i Internetu stacjonarnego**. Najmniejsza część osób badanych wskazała na usługi sprzedaży energii elektrycznej jako element wykorzystywanych usług wiązanych.
- Najważniejszą przyczyną wyboru pakietu usług wiązanych (wskazaną przez blisko ¾ respondentów) była **korzystniejsza cena usług w pakiecie** w stosunku do usług kupowanych osobno.
- Osoby badane były ogólnie zadowolone ze wszystkich aspektów funkcjonowania usług wiązanych - w przypadku każdego z nich łączny odsetek raczej i zdecydowanie zadowolonych przekroczył 70,0%. Relatywnie najbardziej zadowoleni respondenci byli z całokształtu usługi.

6

Bezpieczeństwo w sieci

- Zdecydowanie większy odsetek osób badanych **korzystał z programów antywirusowych i antyszpiegowskich** zabezpieczających komputery niż telefony komórkowe. Nieco ponad 2/3 respondentów wiedziało, jak sprawdzić, czy połączenie internetowe jest bezpieczne i nieznacznie więcej korzystało z aktualnych wersji oprogramowania swoich urządzeń.
- **81,1% respondentów deklarowało, że prywatność w Internecie miała dla nich raczej lub zdecydowanie duże znaczenie**. Kwestia ta nie stanowiła wartości dla blisko co dziesiątej osoby badanej. Podobna liczba osób badanych nie wyraziła zdania na ten temat.
- 37,0% osób badanych korzystała z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci, 32,2% - nie korzystała, a 30,8% respondentów nie potrafiła odpowiedzieć na tak zadane pytanie. **Wśród najczęściej wykorzystywanych rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci znalazły się programy antywirusowe, bezpieczne przeglądarki i dwustopniowe logowanie**.
- W dziedzinie niebezpieczeństw związanych z korzystaniem z sieci internetowej, najbardziej wśród ankietowanych rozpowszechniona była świadomość różnego typu **kradzieży środków finansowych**. O wyłudzeniu loginów i haseł słyszało 77,6% osób, a o kradzieży tożsamości - 75,4%.
- Co piąta osoba badana **przynajmniej raz w swoim życiu padła ofiarą nadużyć** związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez siebie danych, a w 3,2% przypadków stało się tak wielokrotnie.

Najważniejsze ustalenia

7

Usługi telewizyjne

- Najczęściej wykorzystywanym rodzajem usług telewizyjnych był **streaming video**, z którego korzystało 41,7% respondentów i naziemna telewizja cyfrowa (33,2%).
- Podstawowym urządzeniem odbiorczym naziemnej telewizji cyfrowej dla ponad połowy respondentów był dekoder DVB-T2.
- Stosunek respondentów do zmiany sposobu nadawania sygnału naziemnej telewizji cyfrowej okazał się być bardzo zrównoważony: co prawda 39,2% osób badanych wyraziło zadowolenie z tej zmiany, jednak 31,0% nie widziało związanych z nią korzyści, a 29,8% nie miało wyrobionej na ten temat opinii.
- Najczęściej dostrzeganą zmianą związaną ze sposobem nadawania **sygnału naziemnej telewizji cyfrowej** (przez tych, którzy docenili płynące z niej korzyści), była poprawa jakości sygnału video (wskazana przez 74,7% z nich). **Blisko połowa** odpowiadających zauważyła także **stabilizację połączenia**, a **45,0%** poprawę jakości transmisji sygnału audio. Ponadto 41,5% osób zwróciła uwagę na zwiększoną dostępność kanałów.
- Problemy związane z odbiorem sygnału naziemnej telewizji cyfrowej (często lub czasem) miewa niemal połowa osób badanych (45,5%), a 39,6% osób ich nie doświadcza. **Najczęściej występującym problemem jest okresowy brak sygnału** (wskazany przez 59,0% respondentów miewających problemy z sygnałem); niemal tak samo powszechny jest problem z przerywaniem transmisji audio lub video.
- Najczęściej dostrzeganą przez respondentów korzyścią związaną z telewizją hybrydową jest natomiast **dostępność nowych kanałów i możliwość rozszerzonej transmisji telewizyjnej**.

Najważniejsze ustalenia

8

Usługi „Over the Top”

- Korzystanie z poszczególnych usług OTT było wśród respondentów bardziej rozpowszechnione, niż świadomość, że usługi tego typu łącznie klasyfikowane są do kategorii "Over-the-Top". Jedynie 1/5 osób badanych była zaznajomiona z pojęciem usług „Over-the-Top”, chociaż aż 90,1% z nich korzystało.
- Wśród najbardziej rozpowszechnionych usług tego typu znalazły się użytkowane przez 69,9% respondentów komunikatory internetowe i przez połowę z nich usługi streamingu wideo. Z pomocy usług aplikacyjnych (nawigacji, lokalizacji, przechowywania danych w chmurze) korzystało 43,0% osób badanych, a z usług wideokonferencji – 30,2%.
- Najczęściej brany pod uwagę przez respondentów przy wyborze dostawcy usług video OTT czynnikiem była cena za subskrypcję (wskazana przez co drugą odpowiadającą osobę). Mniej więcej co trzecia osoba wymieniała też контент telewizyjny i elastyczność jego wyboru.
- W ramach subskrypcji video OTT respondenci najczęściej sięgali po filmy (robiło tak 80,4% odpowiadających na pytanie) i seriale (67,5% odpowiadających). Co piąty respondent oglądał programy sportowe. Najmniej rozpowszechnione treści to programy publicystyczne, popularnonaukowe i historyczne.
- Relatywnie najbardziej pozytywne doświadczenia z dostawcami usług tradycyjnych badani mieli w aspekcie uaktualniania lub obniżania posiadanego pakietu i kontaktu z obsługą klienta w przypadku problemów technicznych.
- W porównaniu z dostawcami usług tradycyjnych, dostawcy usług OTT zostali ocenieni nieco mniej pozytywnie. Relatywnie naj słabiej ocenionym aspektem było otrzymywanie rabatów lojalnościowych za długoletnią współpracę z dostawcą.

9

Sieć 5G

- Większość osób badanych jest raczej lub zdecydowanie zadowolona z aktualnych parametrów dostępu do Internetu: jego prędkości, wydajności i niezawodności, a dla 14,3% parametry te są niewystarczające.
- Co trzecia badana osoba nie zgodziłaby się na postawienie stacji bazowej (nadajnika) blisko swojego domu, nawet jeżeli dzięki temu mogłaby korzystać z lepszej jakości usług telefonii mobilnej lub Internetu mobilnego niż dotychczas, a 44,3% nie miałoby nic przeciwko temu.

Najważniejsze ustalenia

10

Usługi IoT

- 16,0% respondentów spotkało się z pojęciem „Internet rzeczy (Internet of Things – IoT)”.
- Największa część osób badanych kojarzyła to pojęcie z inteligentnymi domami (81,3%) i inteligentnymi miastami (79,4%).
- Wszystkie wskazane obszary zastosowań technologii IoT przez zdecydowaną większość respondentów **ocenione zostały jako przydatne**. Najbardziej przydatnymi obszarami IoT według respondentów były **inteligentne systemy energetyczne i miasta**.
- 41,8% respondentów **nie widzi korzyści płynących z IoT**.
- Respondenci, którzy widzą korzyści płynące z technologii Internetu rzeczy, w największej części wiążą je z możliwością **monitorowania stanu zdrowia**, a następnie z obszarem **ułatwień w zakresie zarządzania urządzeniami domowymi**.

Najważniejsze ustalenia

11

PRO speed test

- 18,9% respondentów słyszało o PRO speed test bezpłatnym certyfikowanym mechanizmie monitorowania jakości dostępu do Internetu.
- Ponad 80% z tych, którzy o teście słyszeli, miało okazję również go wykorzystywać do pomiarów parametrów Internetu, a 36,5% - w celu uzyskania podstawy dla reklamacji usług telekomunikacyjnych u operatorów.

12

Ocena rynku telekomunikacyjnego

- Funkcjonowanie polskiego rynku telekomunikacyjnego ocenione zostało dobrze.
- Relatywnie najwyżej oceniony został dostęp do usług telekomunikacyjnych (możliwość wyboru różnorodnych operatorów i usług).
- Blisko $\frac{3}{4}$ respondentów zauważyło wpływ pandemii COVID -19 na popularność Internetu, 72,2% w aplikacjach telefonicznych widziało ułatwienie wykonywania codziennych czynności i prawie tyle samo uznawało, że internetyzacja usług poszerza grono ich potencjalnych odbiorców.
- 43,8% osób badanych była zdania, że rozwój usług telekomunikacyjnych ma pozytywny wpływ na relacje międzyludzkie, a 26,8% się z tym twierdzeniem nie zgadzało.
- Prawie co czwarta pytana osoba zauważyła pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w przeciągu ostatniego roku. Najczęściej zauważany był dynamiczny rozwój technologii oraz zwiększenie liczby ofert dostępnych dla klientów.
- Nieco mniejsza liczba respondentów (16,1%) zauważyła zachodzące w ciągu ostatniego roku na rynku usług telekomunikacyjnych zmiany o charakterze negatywnym. Najczęściej zauważany był wzrost cen, wskazany przez 69,0% osób dostrzegających negatywne trendy.
- O działalności UKE słyszało 46,5% osób badanych. Ponad połowa respondentów nie posiadała wyrobionej opinii na temat działań Urzędu Komunikacji Elektronicznej, a blisko $\frac{1}{3}$ pozytywnie oceniła działania UKE. Złe lub bardzo złe opinie o działalności Regulatora wyraziła co dziesiąta oceniająca osoba.
- Blisko $\frac{1}{3}$ respondentów chciałaby skorzystać z nieodpłatnego szkolenia organizowanego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, a 39,9% zadeklarowało, że nie skorzystałoby z żadnego tego typu szkolenia, niezależnie od jego formy, czasu trwania i zakresu.

IBC

INDICATOR 
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH



Website: ibc-advisory.pl
LinkedIn: pl.linkedin.com/company/ibc-advisory-pl

IBC Advisory Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Mokotowska 1, 00-640 Warszawa, spółka wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000331161, NIP 7010131084, REGON 141476957, której kapitał zakładowy wynosi 100.000,00 zł (opłacony w całości).