

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

Raport z badania klientów indywidualnych

Spis treści

Podstawowe informacje	3	Usługi wiązane	40
Charakterystyka próby	5	Bezpieczeństwo w sieci	44
Telefonia komórkowa	10	Usługi Over The Top (OTT)	51
Telefonia stacjonarna	18	Internet of Things (IoT)	62
Korzystanie z Internetu	22	Sieć 5G	65
Internet stacjonarny	29	Ocena rynku telekomunikacyjnego	70
Internet mobilny	32	Wpływ COVID-19 na rynek telekomunikacyjny	77
Telewizja	35	Podsumowanie	93

Podstawowe informacje

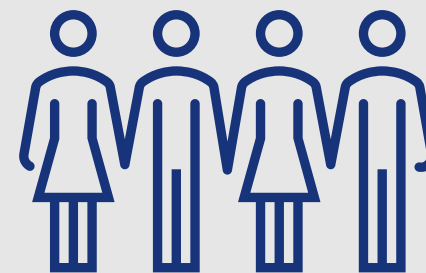
Tytuł	Poznanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych
Zamawiający	Urząd Komunikacji Elektronicznej
Wykonawca	Danae Sp. z o.o.
Wielkość próby	N=2000 osób klientów indywidualnych
Dobór próby	Reprezentatywna próba losowo-kwotowa
Technika	CAPI – wywiad indywidualny wspomagany komputerowo
Lokalizacja	Badanie ogólnopolskie
Termin	Listopad 2021 r.

Objaśnienia

Nota metodologiczna

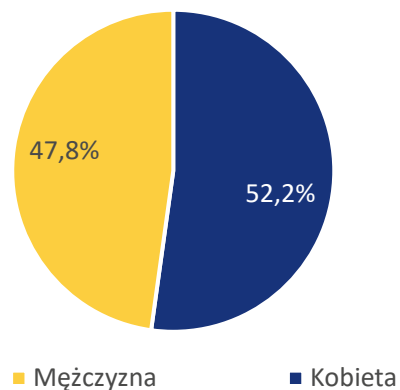
- Zaprezentowane w raporcie dane zostały poddane procedurze ważenia analitycznego, mającego na celu korektę struktury zrealizowanej próby względem populacji.
- Dane procentowe zaprezentowane w raporcie są wartościami ważonymi. Dane liczbowe (N) to dane nieważone.
- Wyjątek od powyższego stanowią dane metryczkowe (społeczno-demograficzne), w których wartości procentowe również są danymi nie poddanymi ważeniu.
- Na wykresach kolumnowych i słupkowych, suma wartości może przekraczać 100% – możliwe było wskazanie więcej niż jednej pasującej odpowiedzi.
- Na wykresach kołowych oraz wykresach skumulowanych suma poszczególnych wartości procentowych może wynosić 99% lub 101%. Jest to wynikiem stosowanych zaokrągleń w wartościach liczbowych po przecinku.
- Opisane w tekście różnice dotyczące charakterystyki społeczno-demograficznej respondentów są istotne statystycznie. Wspomniana różnica każdorazowo odnosi się do zależności w obrębie danej kategorii (np. płci, wieku, wykształcenia). Oznacza, że wspomniane w tekście odsetki wskazań są istotnie niższe/wyższe od pozostałych wskazań w danej grupie. Przykładowo: kobiety częściej (w znaczeniu: niż mężczyźni) wykonują daną czynność.

Charakterystyka próby



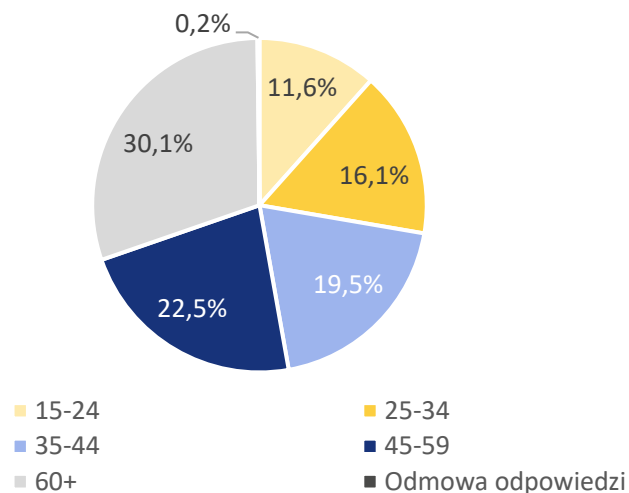
Charakterystyka próby

Płeć



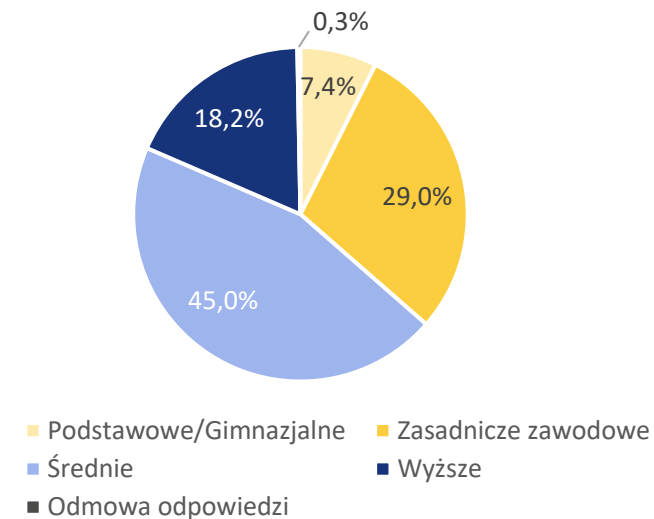
Zgodnie ze strukturą populacji Polski, w próbie znalazł się podobny odsetek kobiet i mężczyzn.

Wiek



W badaniu najliczniejszą grupę stanowiły osoby po 60. roku życia – w kategorii tej znajdowała się prawie jedna trzecia badanych (30,1%). Drugą co do liczebności grupą były osoby w wieku 45-49 lat (22,5%). Najmłodsza grupa stanowiła 11,6% badanych.

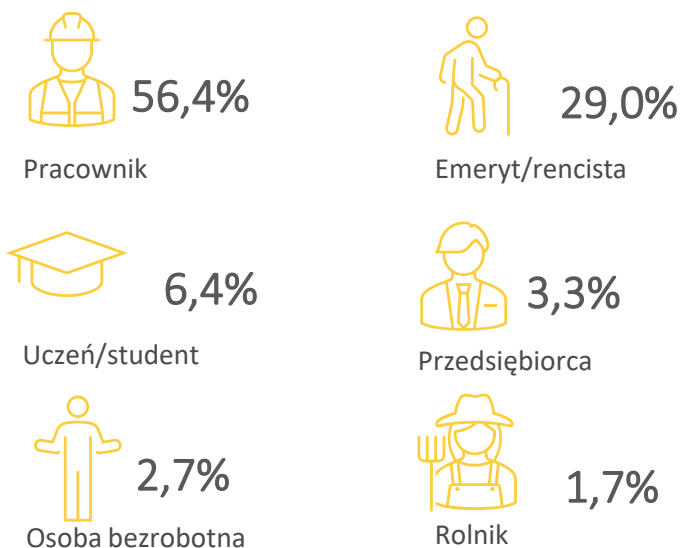
Wykształcenie



Największy odsetek w próbie stanowiły osoby z wykształceniem średnim (45,0%). Blisko jedna piąta badanych ma wykształcenie zasadnicze zawodowe, a niespełna jedna czwarta to badani legitymujący się wykształceniem wyższym. Najmniejszą grupę stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym (7,4%).

Charakterystyka próby

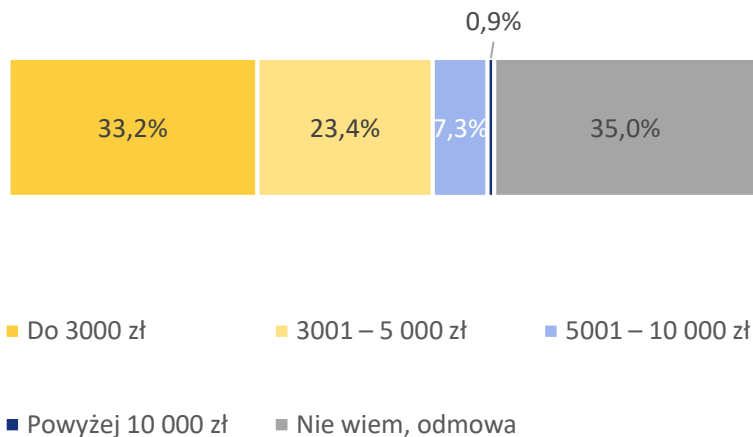
Sytuacja zawodowa



*odmowa odpowiedzi: 0,6%

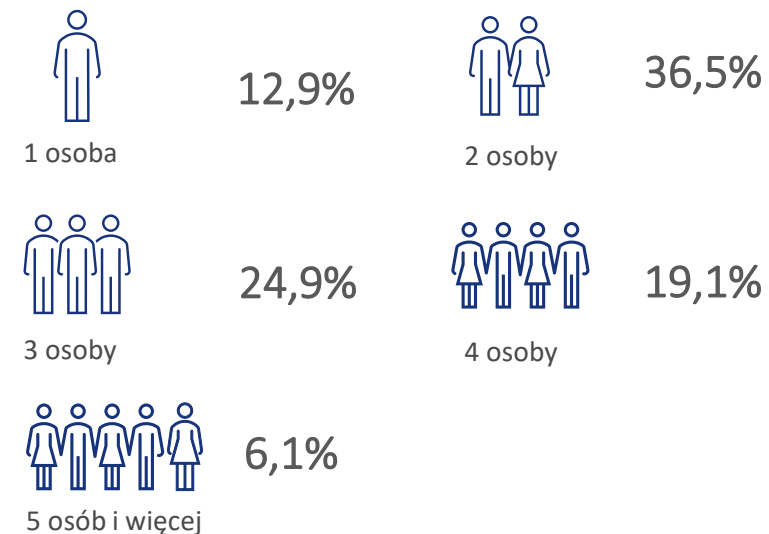
Biorąc pod uwagę sytuację zawodową: najliczniejszą grupę stanowiły osoby pracujące, bez względu na rodzaj wykonywanej pracy (61,4%). W drugiej kolejności będące na emeryturze lub rencie (29,0%). W próbie znalazło się 6,4% uczniów i studentów, a 2,7% stanowiły osoby bezrobotne.

Dochód miesięczny netto



35,0% ankietowanych odmówiło podania informacji dotyczącej zarobków. Jedna trzecia (33,2%) uzyskiwała miesięczny dochód do 3 tys. zł netto, a niespełna jedna czwarta (23,4%) pomiędzy 3 tys. a 5 tys. zł netto.

Wielkość gospodarstwa

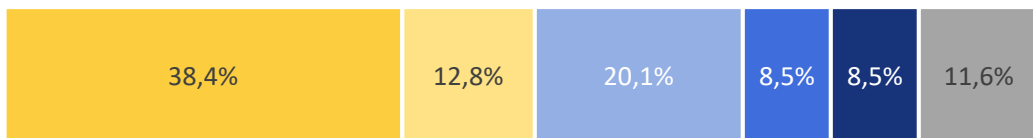


*odmowa odpowiedzi: 0,5%

Więcej niż jedna trzecia badanych tworzyła dwuosobowe gospodarstwa domowe (36,5%). Drugą najliczniejszą grupę stanowiły gospodarstwa liczące trzech członków (24,9%). Gospodarstwa czteroosobowe tworzyła jedna piąta badanych (19,1%), a jednoosobowe 12,9%.

Charakterystyka próby

Wielkość miejsca zamieszkania

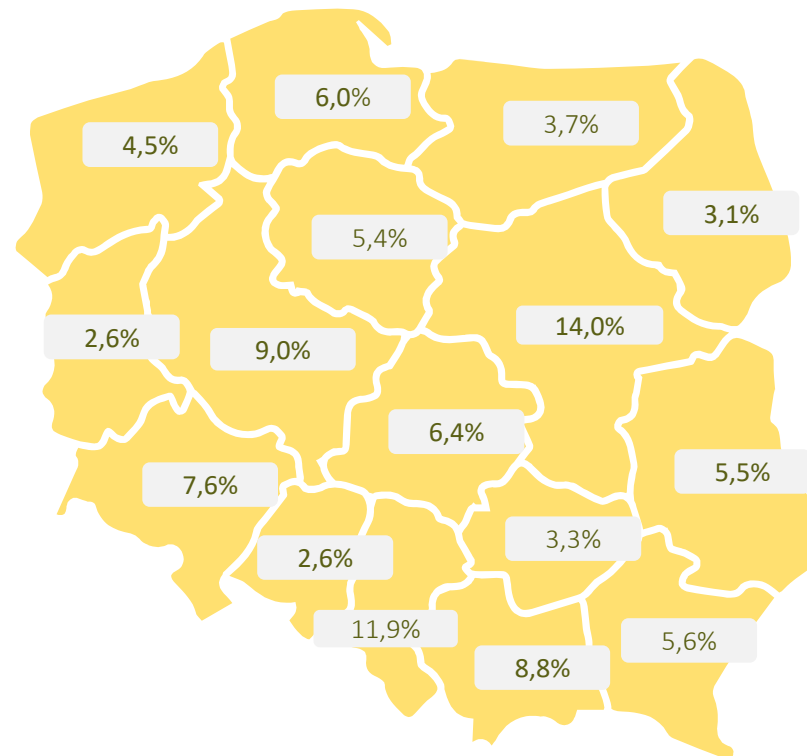


- Wieś
- Miasto do 20 tysięcy
- Miasto powyżej 20 tys. do 100 tys.
- Miasto powyżej 100 tys. do 200 tys.
- Miasto powyżej 200 tys. do 500 tys.
- Miasto powyżej 500 tys.

Na obszarach wiejskich zamieszkiwało blisko czterech na dziesięciu pytanym (38,4%); 20,1% to osoby mieszkające w miastach średnich (od 20. do 100. tysięcy mieszkańców). 11,6% stanowili mieszkańcy największych miast.

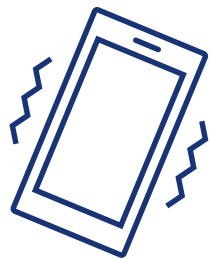
Najliczniej reprezentowane były w próbie województwa: mazowieckie (14,0%), śląskie (11,9%) oraz wielkopolskie i małopolskie (odpowiednio 9,0% i 8,8%).

Województwo



Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Korzystanie z usług telekomunikacyjnych



Telefon komórkowy

96,9%



Telefon stacjonarny

10,1%



Internet

77,3%



Telewizja

89,8%



Nie korzysta z usług telekomunikacyjnych

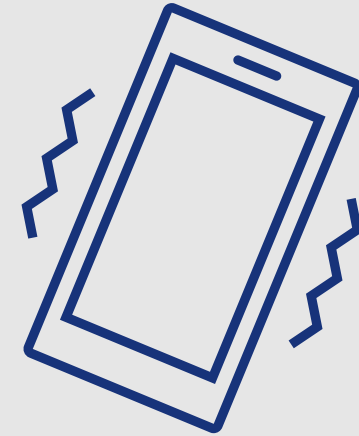
0,3%

Wśród usług telekomunikacyjnych największą popularnością cieszy się telefonia komórkowa, z której korzysta 96,9% pytaných. Znacznie mniejsze znaczenie ma telefonia stacjonarna, użytkowana przez co dziesiątą osobę. Dość powszechne wśród Polaków jest także korzystanie z Internetu (77,3%). Z różnych form usługi telewizyjnej korzysta z kolei 89,8% badanych.

Zaledwie 0,3% badanych deklaruje, że nie stosuje żadnej z usług telekomunikacyjnych.

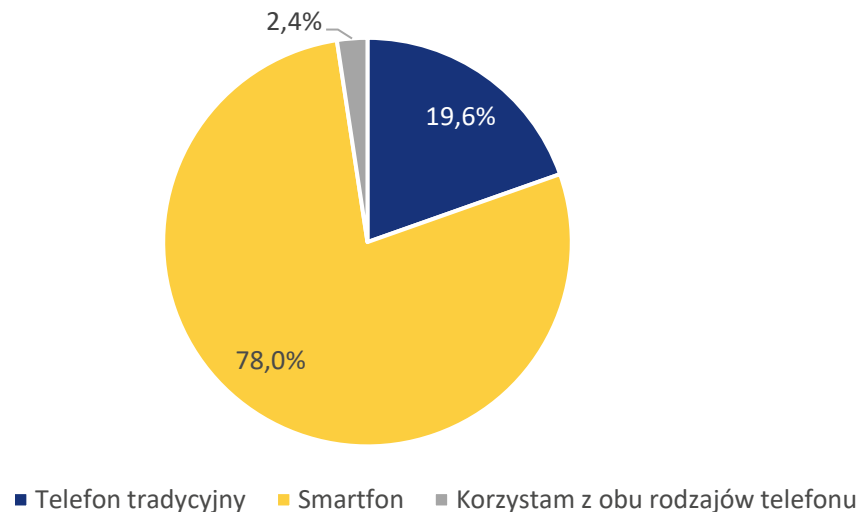
Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Telefonia komórkowa



Rodzaj aparatu komórkowego

Z jakiego rodzaju aparatu komórkowego Pan/Pani korzysta?



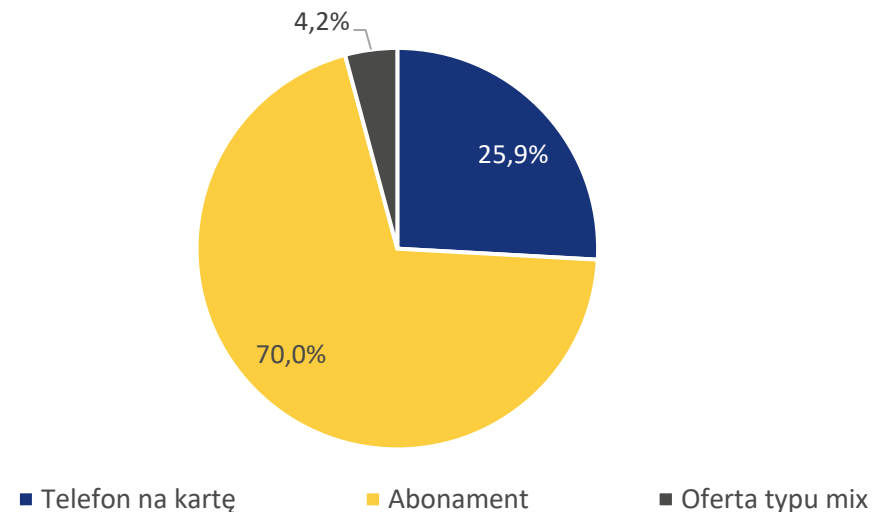
Najbardziej popularnym typem aparatu telefonicznego jest smartfon, którego używa ponad trzy czwarte użytkowników telefonii komórkowej (78,0%). Wśród konsumentów poniżej 44 r.ż. odsetek ten wzrasta do ponad 95%.

Z telefonów tradycyjnych korzysta niespełna jedna czwarta Polaków. Dominują wśród nich osoby z najstarszej grupy wiekowej (w grupie 60+ telefonu tradycyjnego używa 55,9%).

Podstawa: Użytkownicy telefonii komórkowej, N=1932

Typ oferty komórkowej

Z jakiego typu oferty komórkowej Pan/Pani korzysta?

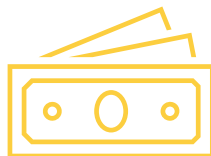


Najczęściej wybierana oferta to stały miesięczny abonament, z którego korzysta 70,0%. Znacznie mniej popularne są telefony na kartę (tj. doładowania pre-paid), użytkowane przez jedną czwartą badanych. Telefon z doładowaniem wybierany jest najczęściej przez osoby starsze.

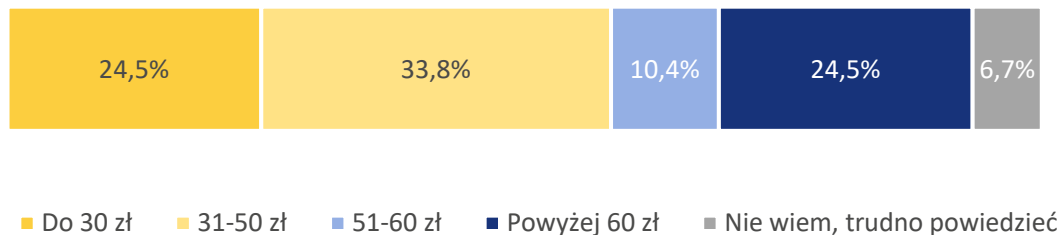
Wydatki na telefon

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

średnio: **54,00 zł**



*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



Średnie miesięczne wydatki na telefon wynoszą 54,00 zł.

Jedna czwarta badanych płaci rachunek w wysokości do 30 zł, taki sam odsetek wydaje na telefon powyżej 60 zł. Jedna trzecia na telefon komórkowy wydaje między 31 zł a 50 zł.

Podstawa: Użytkownicy telefonii komórkowej, N=1932

Zmiana operatora

Czy przeniósł/a Pan/Pani w ostatnim roku numer do innego operatora?

Jak (w skali od 1 do 10) ocenia Pan/Pani warunki przeniesienia numeru między operatorami i formalności z tym związane?

3,8 % przeniósło w ostatnim roku numer do innego operatora

Zmiana ta oceniana jest:

średnia ocena na skali 1-10: **7,9**



Niewielu użytkowników przeniósło w ostatnim roku numer do innego operatora (3,8%). Natomiast dokonana zmiana oceniana jest dobrze przez dwie trzecie przenoszących numer.

Internet w telefonie

Korzystanie z usługi Internetu

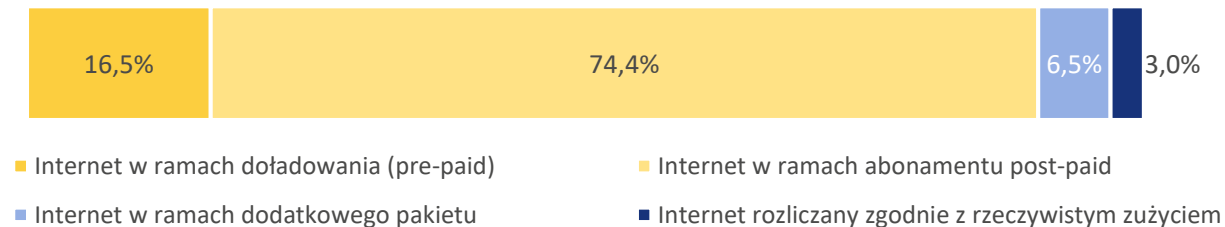
Czy korzysta Pan/Pani z usługi Internetu w telefonie?

74,6 % korzysta z usługi Internetu w telefonie

Podstawa: Użytkownicy telefonii komórkowej, N=1932

Rodzaj usługi

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

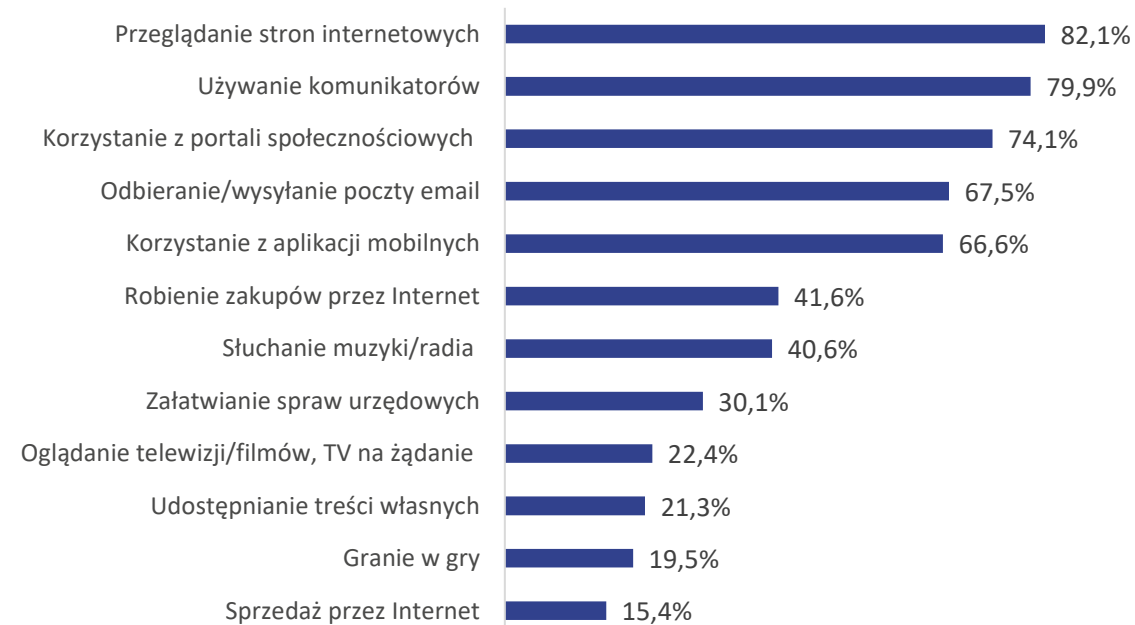


Badani najczęściej wybierają Internet w ramach abonamentu post-paid – na taką formę decyduje się trzy czwarte użytkowników Internetu w telefonie.

Podstawa: Użytkownicy Internetu w telefonie, N=1442

Cel korzystania

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



Główny cel korzystania z Internetu w telefonie to przeglądanie stron internetowych. Więcej niż siedmiu na dziesięciu pytanych używa komunikatorów oraz portali społecznościowych.

Roaming

Wyjazdy do UE i korzystanie z roamingu

Czy w ciągu ostatniego roku wyjeżdżał/a Pan/Pani z Polski do innych krajów Unii Europejskiej?

Czy w trakcie wyjazdu do innych krajów UE korzystał/a Pan/Pani z telefonu komórkowego z polską kartą SIM, czyli z roamingu?



11,1 % wyjeżdżało w ostatnim roku do krajów UE



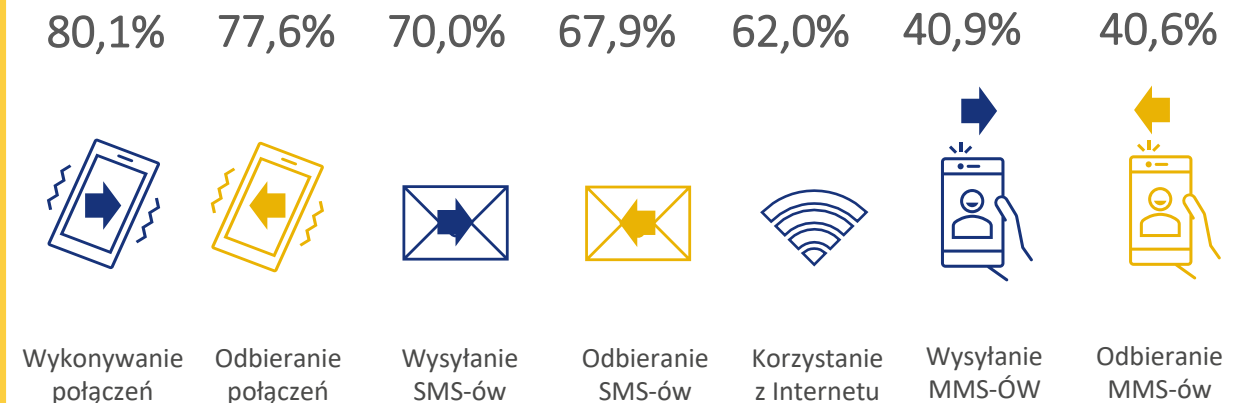
89,9 % korzystało na wyjazdach z roamingu

Nieco ponad co dziesiąty badany wyjeżdżał w ostatnim roku do innych krajów europejskich. Będąc za granicą zdecydowana większość korzystała z telefonu komórkowego z polską kartą SIM (89,9%).

Podstawa: Użytkownicy telefonii komórkowej, N=1932

Usługi w roamingu

Z jakich usług telekomunikacyjnych korzystał/a Pan/Pani w roamingu?



Najczęściej wykorzystywaną usługą podczas wyjazdów zagranicznych było wykonywanie połączeń – korzystało z niej ośmiu na dziesięciu podróżujących. Ponad 70% odbierało połączenia, a siedmiu na dziesięciu wysyłało wiadomości tekstowe. Najmniej popularne okazało się korzystanie z możliwości przesyłania i odbierania zdjęć (ok. 40%).

Podstawa: Korzystający z roamingu, N=191

Roaming

Wielkość pakietu

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

↓ **66,8 %** zna wielkość pakietu możliwego do wykorzystania za granicą

Podstawa: Korzystający z roamingu, N=191

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

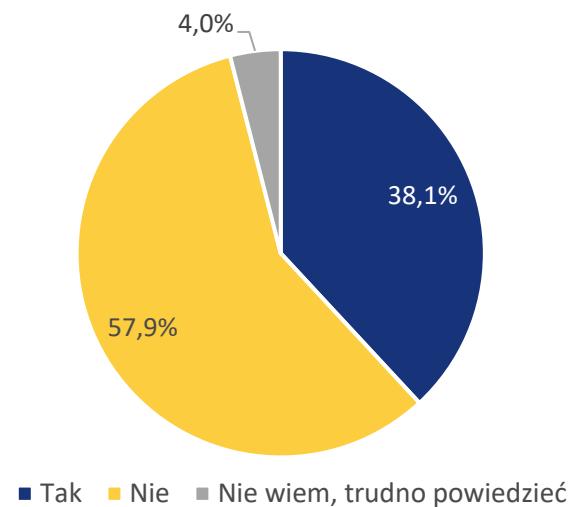
↓ **30,9 %** wie jak sprawdzić wielkość pakietu danych na obszarze UE/EOG

Około dwie trzecie użytkowników roamingu zna wielkość pakietu danych możliwego do wykorzystania poza granicami kraju. Z kolei niespełna jedna trzecia wszystkich pytaných wie jak sprawdzić limit danych internetowych na obszarze UE/EOG. Częściej wiedzę taką posiadają mężczyźni (35,2% vs. 26,9% kobiet).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Zasada 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)?



38,1% badanych wie o obowiązywaniu zasady Rome Like At Home podczas podróży zagranicznych na obszarze UE/EOG. Częściej wiedzę tę mają mężczyźni (41,9%), osoby między 25. a 34. rokiem życia (55,0%) i mieszkańcy wsi (46,0%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

A2P: automatyczne powiadomienia

Znajomość usługi

Czy spotkał/a się Pan/Pani z usługami automatycznych powiadomień SMS wysyłanych przez aplikacje/systemy – na przykład alertami lub informacjami marketingowymi (tzw. A2P)?



73,9%

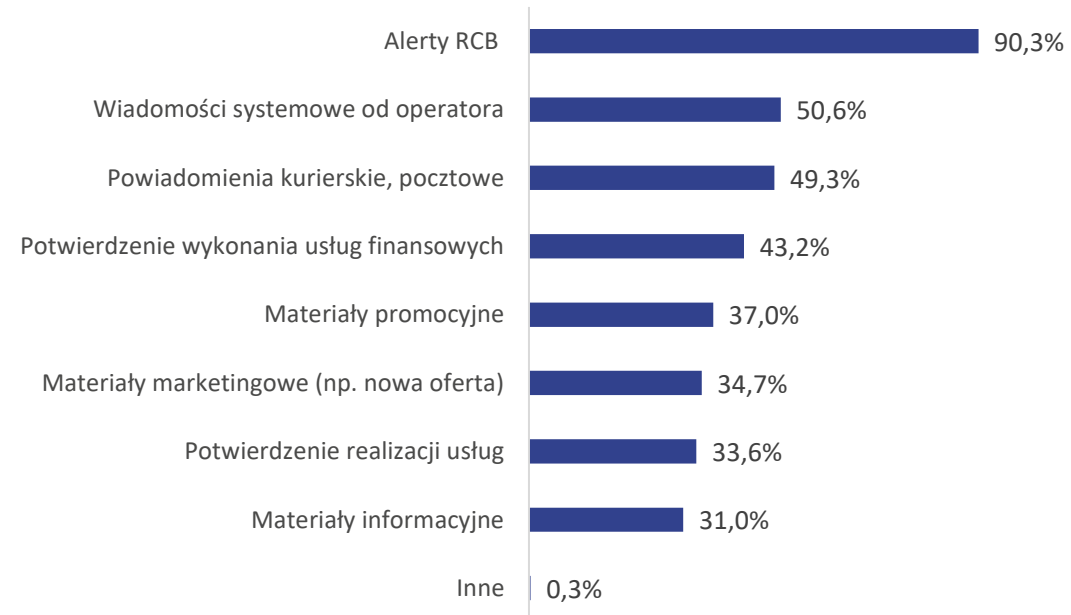
użytkowników telefonów komórkowych spotkało się z usługą automatycznych SMSów

Blisko trzy czwarte użytkowników telefonów komórkowych spotkało się z usługą automatycznych powiadomień.

Podstawa: Użytkownicy telefonii komórkowej, N=1932

Rodzaj powiadomień

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



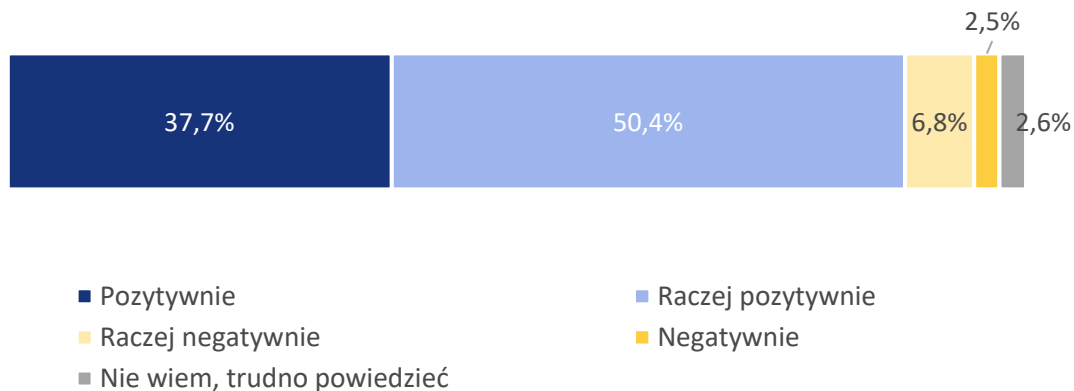
Najczęściej otrzymywano alerty RCB (90,3%). Połowa pytaných spotkała się również z wiadomościami systemowymi od operatora (dotyczącymi np. aktywacji usługi czy płatności), a także z powiadomieniami od kuriera czy z poczty.

Podstawa: Osoby spotykające się z automatycznymi powiadomieniami, N=87

A2P: automatyczne powiadomienia

Ocena automatycznych powiadomień

Jak ocenia Pan/Pani tego typu automatyczne powiadomienia SMS (tzw. SMS A2P), z którymi Pan/Pani się spotkała?

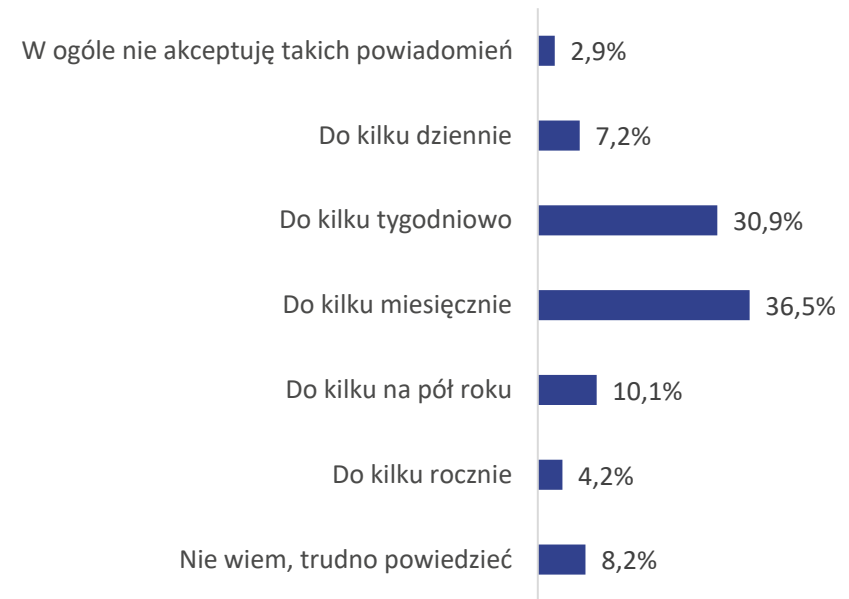


Powiadomienia A2P oceniane są pozytywnie przez 88,1% badanych.

Najwięcej negatywnych ocen przyznają mieszkańcy miast powyżej 500 tys. mieszkańców (26,6%).

Dopuszczalna częstotliwość wysyłki

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



Akceptowalna liczba powiadomień SMS A2P to przeważnie do kilku wiadomości miesięcznie (36,5%). Blisko jedna trzecia wskazuje maksymalnie do kilku powiadomień tygodniowo.

Podstawa: Osoby spotykające się z automatycznymi powiadomieniami, N=1425

Telefonia stacjonarna



Powód posiadania telefonu

Dlaczego posiada Pan/Pani telefon stacjonarny?



Najważniejszym argumentem za posiadaniem telefonu stacjonarnego jest dla badanych przyzwyczajenie – 43,7%. 35,1% pytanych posiada ten rodzaj telefonu ze względu na fakt, że był w pakiecie z inną usługą, a jedna czwarta (25,9%) docenia jego wygodę i łatwość funkcjonowania.

Podstawa: Użytkownicy telefonii stacjonarnej, N=210

Częstotliwość korzystania

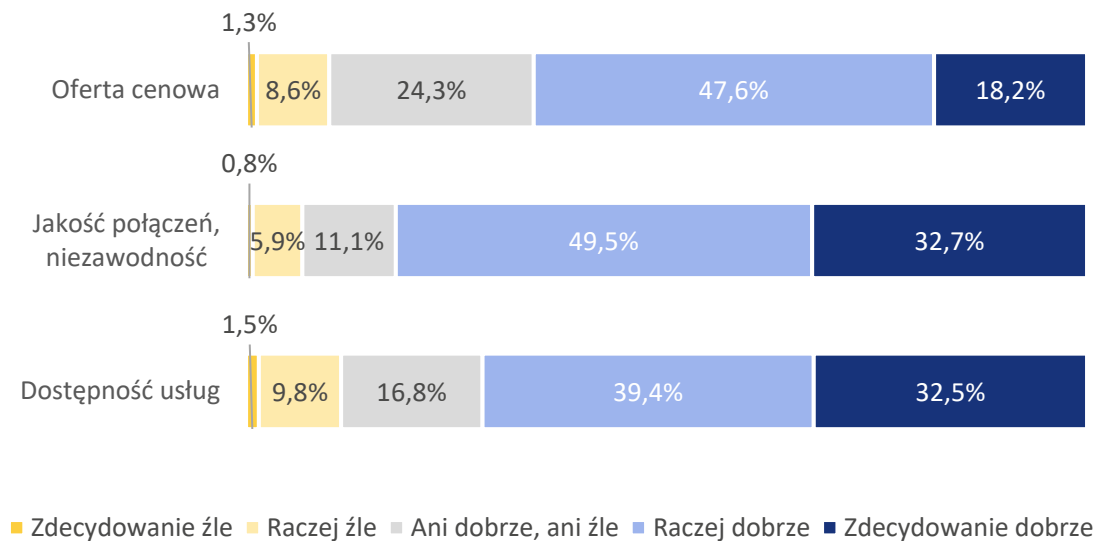
Jak często korzysta Pan/Pani z telefonu stacjonarnego?



Telefon stacjonarny, przez największy odsetek badanych, wykorzystywany jest kilka razy w tygodniu (41,9%). 27,6% używa go kilka razy w miesiącu. Co dziesiąty pytany korzysta z niego codziennie, a analogiczny odsetek rzadziej niż kilka razy w roku (po 10,4%).

Ocena usługi stacjonarnej

Jak ocenia Pan/Pani następujące elementy usługi telefonii stacjonarnej?

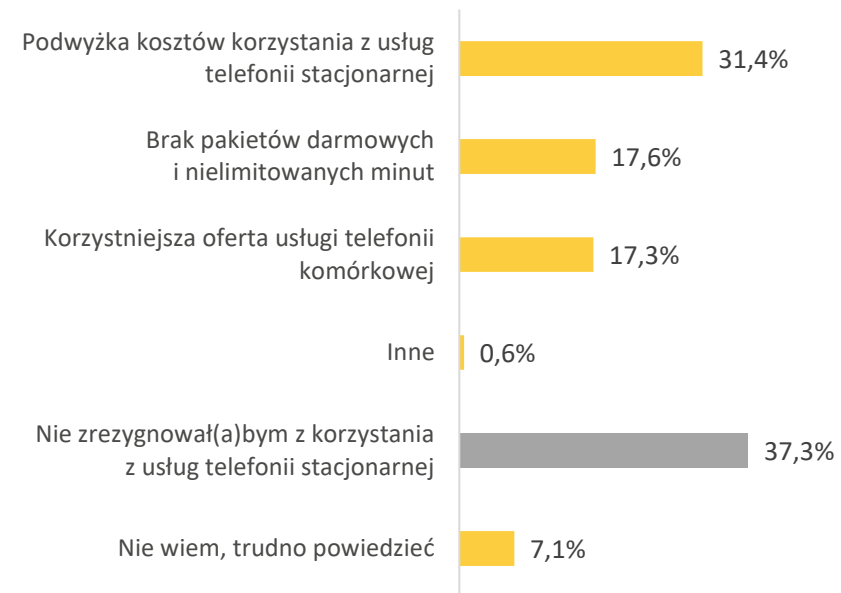


Wszystkie elementy usługi telefonii stacjonarnej oceniane są wysoko. Najlepiej wypada kwestia jakości i niezawodności (82,2% pozytywnych wskazań). Najgorzej natomiast badani zapatrują się na dostępność usług (11,3% negatywnych not).

Podstawa: Użytkownicy telefonii stacjonarnej, N=210

Skłonność do rezygnacji

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

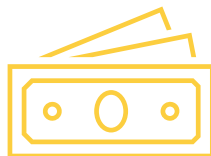


Zasadniczo badani nie byłoby skłonni do rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej (37,3%). Tym, co mogłoby zachęcić blisko jedną trzecią użytkowników do zmiany telefonu stacjonarnego na rzecz komórkowego, jest podwyżka kosztów usługi stacjonarnej.

Wydatki na telefon

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

średnio: **36,60 zł**



*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



■ Do 20 zł ■ 21-30 zł ■ 31-40 zł ■ Powyżej 40 zł ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Na telefon stacjonarny badani wydają średnio 36,60 zł.

Blisko czterech na dziesięciu użytkowników telefonii stacjonarnej nie zna wysokości miesięcznych opłat za tę usługę. 22,5% wydaje na rachunki ponad 40 zł.

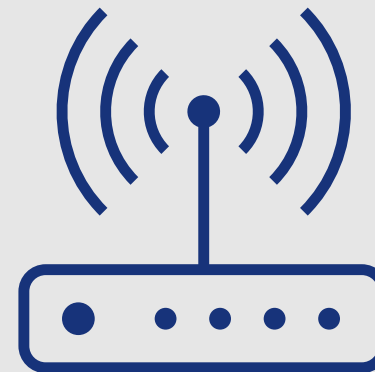
Zmiana operatora

Czy przeniósł/a Pan/Pani w ostatnim roku numer stacjonarny do innego operatora?

1,3 % przeniósło w ostatnim roku numer do innego operatora sieci stacjonarnej

Zaledwie 3 badanych przeniósło w ciągu ostatnich 12 miesięcy numer do innego operatora sieci stacjonarnej. Dwie osoby zmianę tę oceniły bardzo dobrze, a jedna była umiarkowanie zadowolona z warunków przeniesienia numeru i formalności z tym związanych.

Korzystanie z Internetu



Korzystanie z Internetu



77,3%

badanych korzysta z usługi Internetu

Kto korzysta z Internetu?

WYKSZTAŁCENIE

38%



Podstawowe/
gimnazjalne

55%



Zasadnicze
zawodowe

90%



Średnie

100%



Wyższe

WIEK

100%



15-24 lata

98%



23-34 lata

98%



35-44 lata

86%



45-59 lat

38%



60+ lat

Jak wspomniano na początku, 77,3% ankietowanych deklaruje korzystanie z Internetu. Fakt użytkowania Internetu jest zależny od wieku i wykształcenia respondentów. Warto podkreślić, że wszystkie osoby z wykształceniem wyższym oraz między 15. a 24. rokiem życia deklarują korzystanie z tej usługi telekomunikacyjnej. Wśród użytkowników sieci najmniejszy odsetek stanowią osoby wieku 60+ oraz z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Rodzaj dostępu

Jakiego rodzaju dostęp do Internetu Pan/Pani posiada?



Internet mobilny w telefonie

95,1 %



Internet stacjonarny

49,3 %



Internet mobilny w komputerze

9,2 %



Internet mobilny w urządzeniach przenośnych

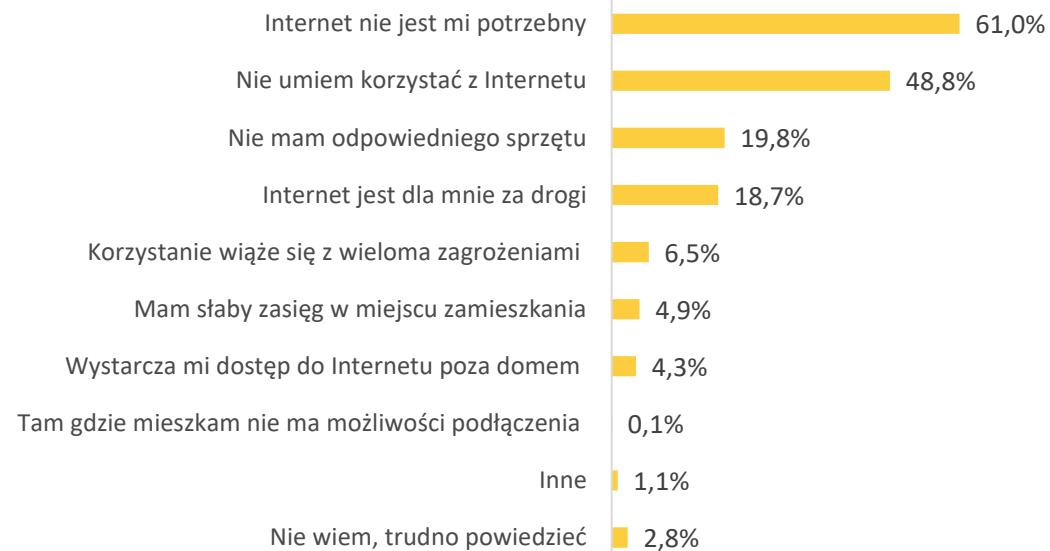
3,6 %

Najczęstszym posiadanym dostępem do Internetu jest dostęp mobilny w telefonie komórkowym – posiada go 95,1% pytaných. Z usługi stacjonarnej korzysta połowa posiadaczy Internetu. Znacznie mniej powszechny jest dostęp mobilny w komputerze czy laptopie oraz w innych urządzeniach przenośnych.

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1537

Powody braku Internetu

Z jakich powodów nie korzysta Pan(i) z Internetu?

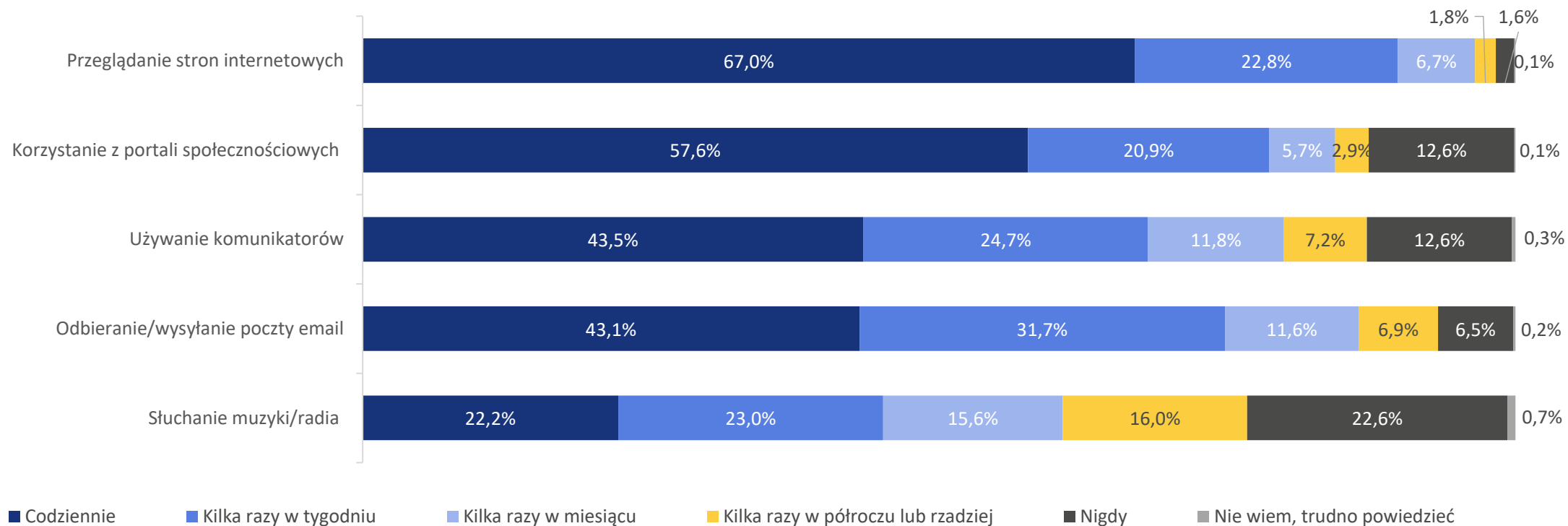


Powody, dla których badani nie korzystali z Internetu to przede wszystkim deklarowany brak takiej potrzeby (61,0%). Blisko połowa nie posiada umiejętności użytkowania sieci internetowej, a niemal jedna piąta nie ma odpowiedniego sprzętu lub ocenia koszt takiej usługi jako zbyt wysoki.

Podstawa: Niekorzystający z Internetu, N=463

Korzystanie z usług internetowych

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

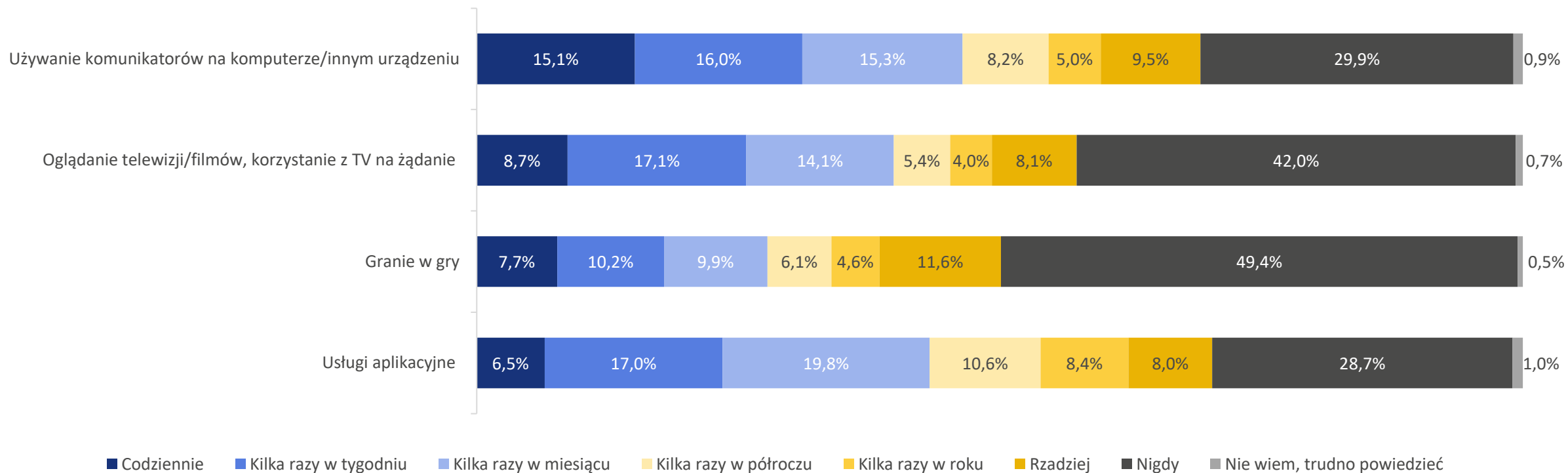


Do usług internetowych wykorzystywanych najczęściej zaliczyć należy przeglądanie stron internetowych oraz korzystanie z portali społecznościowych – codziennie robi to odpowiednio 67,0% i 57,6% ankietowanych.

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1537

Korzystanie z usług internetowych

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

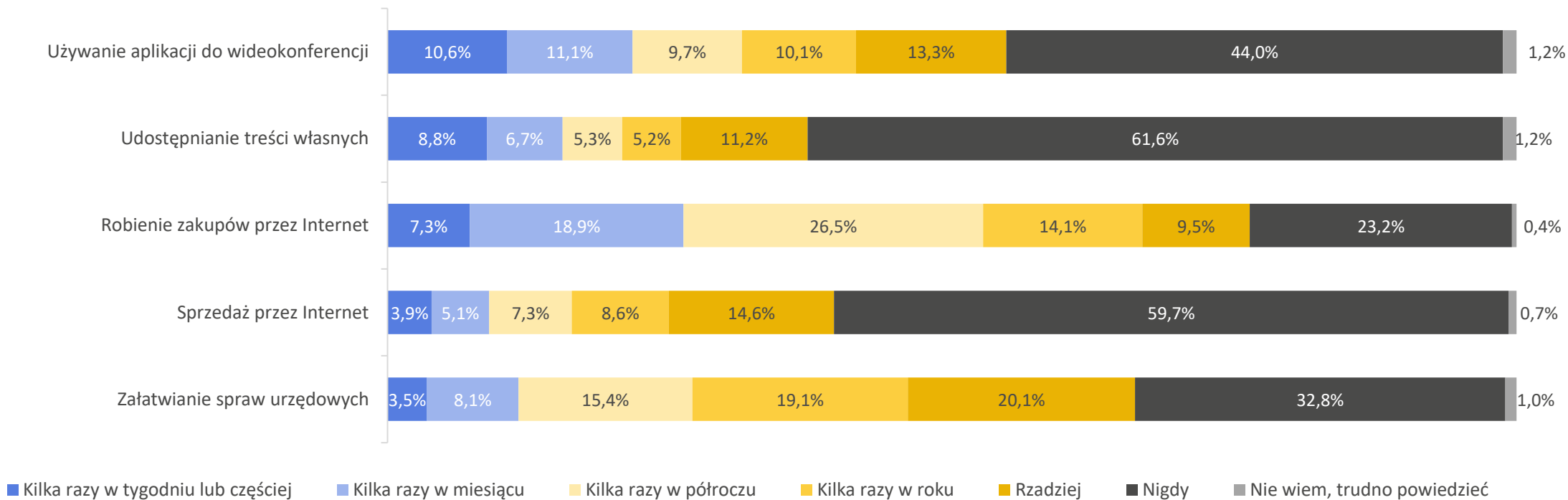


Internauci umiarkowanie często korzystają z komunikatorów internetowych. Od czasu do czasu oglądają również telewizję/filmy czy korzystają z telewizji na żądanie. Połowa z nich w ogóle nie gra w gry (49,4%).

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1537

Korzystanie z usług internetowych

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

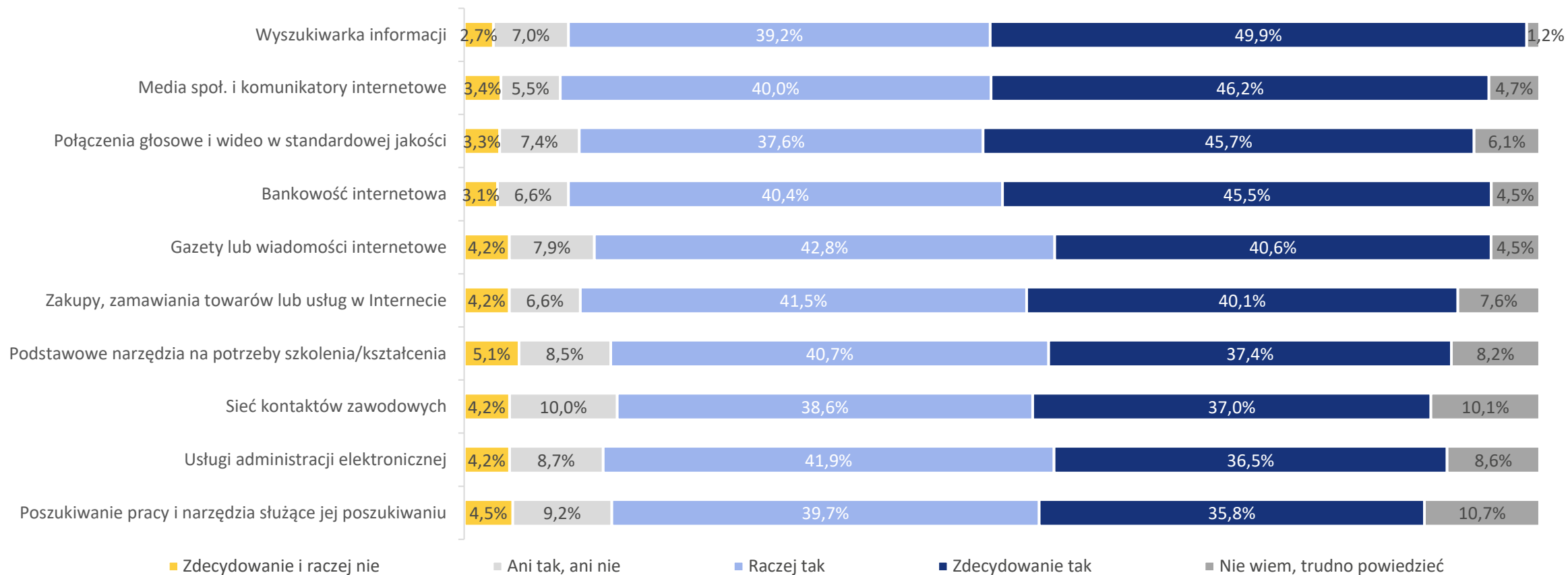


Wśród najmniej popularnych usług internetowych znalazły się udostępnianie treści własnych oraz sprzedaż przez Internet. Relatywnie rzadko badani używają też aplikacji do wideokonferencji i załatwiają sprawy urzędowe on-line.

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1537

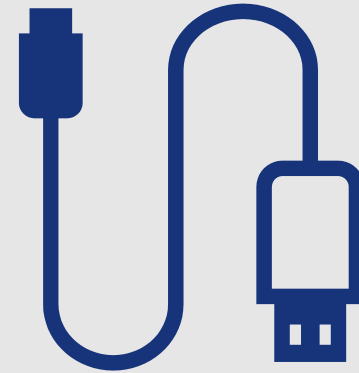
Ocena dostępu w kontekście poszczególnych usług internetowych

Czy uważa Pan/Pani, że posiadany przez Pana/Panią dostęp do Internetu zapewnia korzystanie z następujących usług na zadowalającym poziomie?



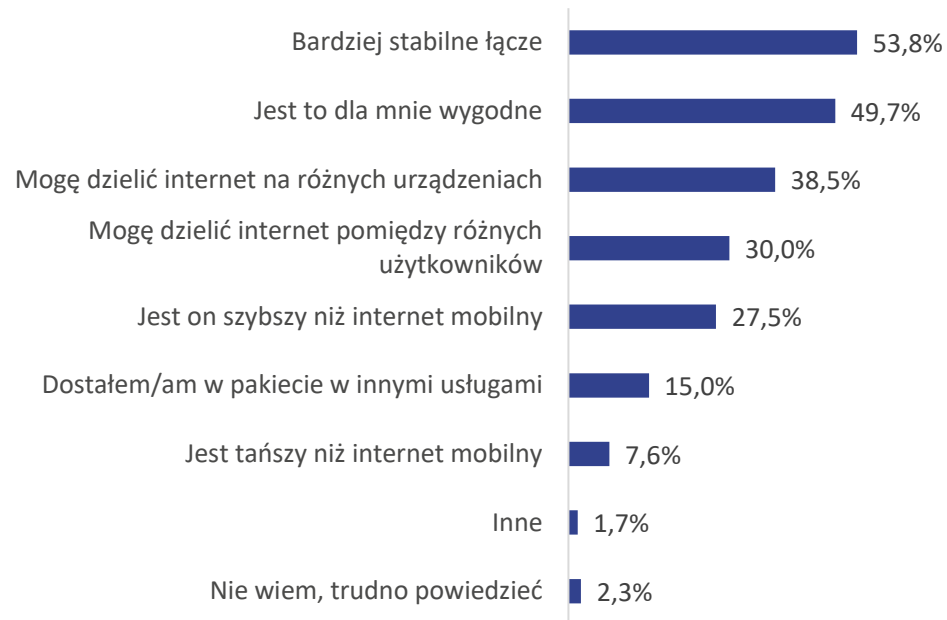
Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1537

Internet stacjonarny



Powody posiadania

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

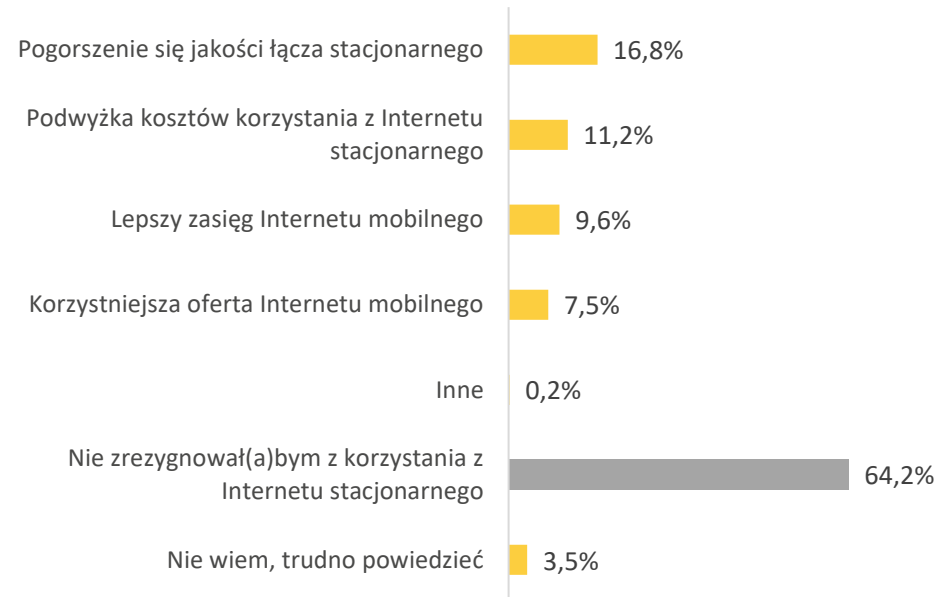


Internet stacjonarny posiada połowa badanych. Decydującym powodem wyboru tej usługi jest stabilniejsze łącze niż w przypadku Internetu mobilnego oraz wygoda jej posiadania, wskazywane przez około połowę użytkowników Internetu stacjonarnego.

Podstawa: Użytkownicy Internetu stacjonarnego, N=758

Potencjalna rezygnacja

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



Blisko dwie trzecie badanych użytkowników nie zrezygnowałoby z usługi Internetu stacjonarnego (64,2%). 16,8% byłoby skłonnych zmienić usługę na rzecz Internetu mobilnego w przypadku pogorszenia jakości łącza stacjonarnego.

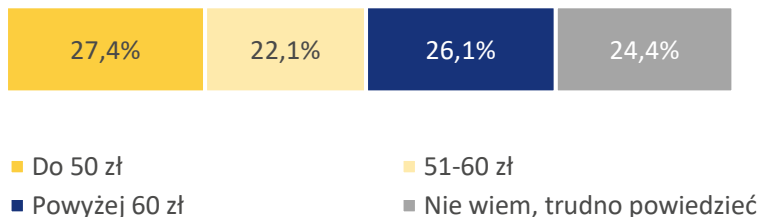
Wydatki i prędkość

Wydatki na Internet

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

średnio: **62,10 zł**

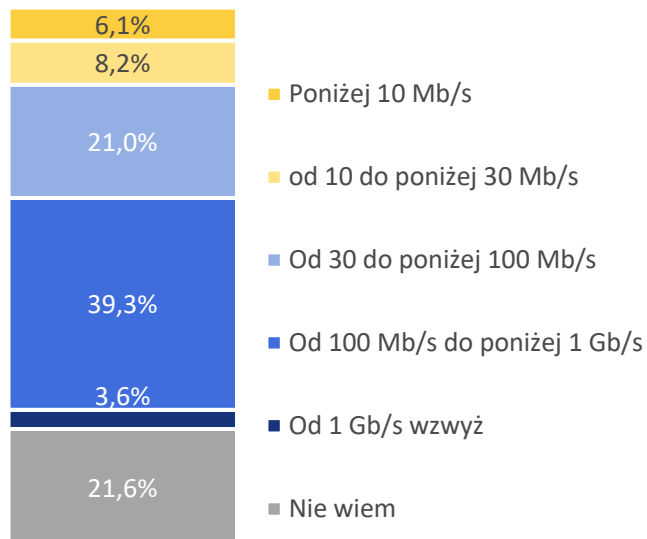
*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



Średnie miesięczne wydatki na Internet stacjonarny plasują się na poziomie 62,10 zł. Niespełna trzech na dziesięciu pytanym płaci za tę usługę poniżej 50 zł, podobny odsetek powyżej 60 zł.

Posiadana prędkość

Jaką posiada Pan/Pani prędkość Internetu stacjonarnego?



Najwięcej użytkowników Internetu stacjonarnego posiada prędkość między 100 MB/s a 1 GB/s (39,3%).

Ponad połowa badanych deklaruje, że wyższa prędkość nie jest im potrzebna. Jedna trzecia natomiast uważa, że posiadana przez nich prędkość jest korzystna cenowo.

Z czego wynika posiadana prędkość Internetu stacjonarnego?



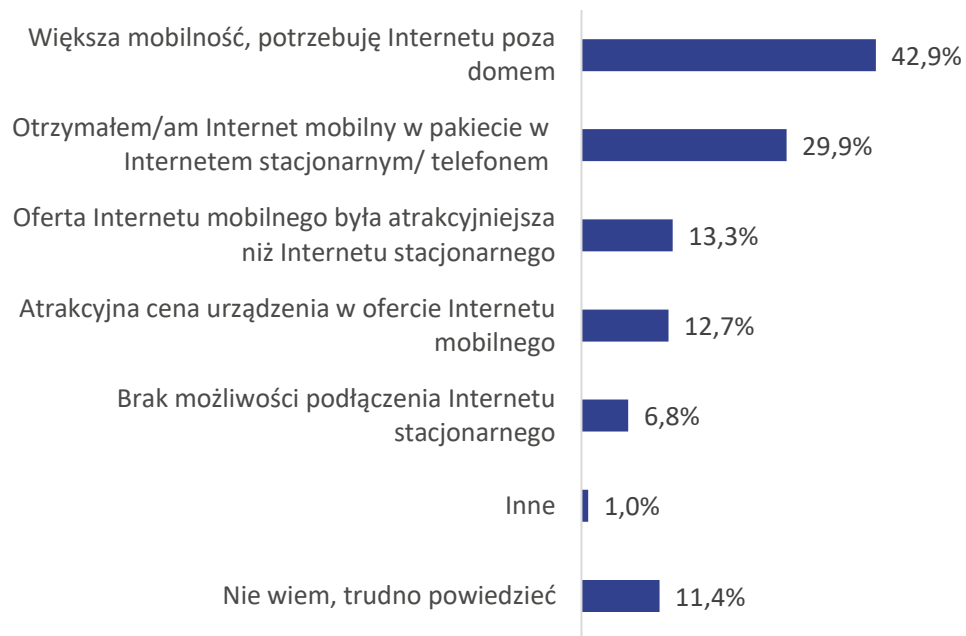
Podstawa: Użytkownicy Internetu stacjonarnego, N=758

Internet mobilny



Powody korzystania

Dlaczego zdecydował/a się Pan/Pani na korzystanie z Internetu mobilnego?

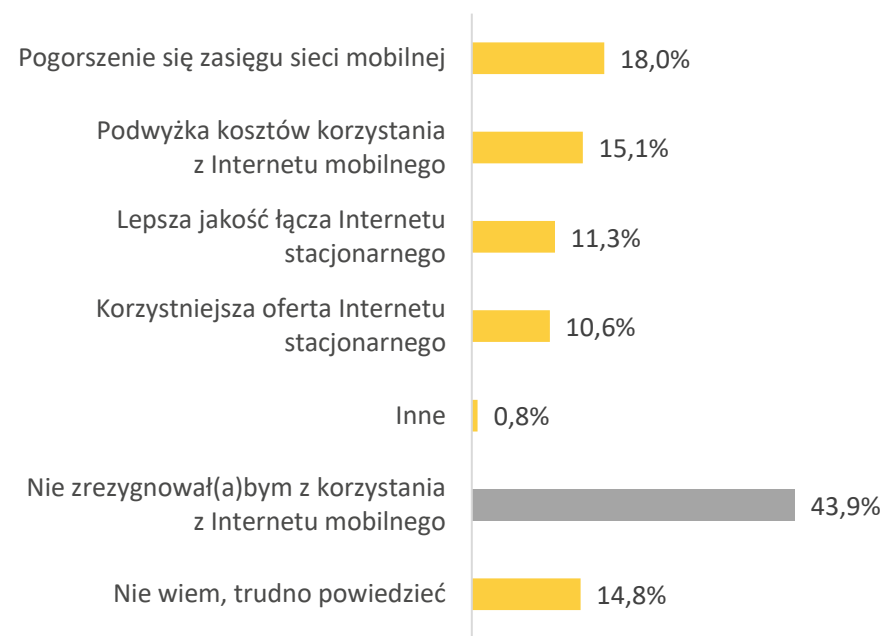


Największą zaletą Internetu mobilnego, która zdecydowała o chęci korzystania z tej usługi, jest możliwość użytkowania go poza domem oraz większa elastyczność, wskazywana przez ponad czterech na dziesięciu użytkowników. Blisko co trzeci pytany otrzymał usługę w pakiecie z Internetem stacjonarnym czy telefonem komórkowym.

Podstawa: Użytkownicy Internetu mobilnego, N=1470

Potencjalna rezygnacja

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



Więcej niż czterech na dziesięciu posiadaczy Internetu mobilnego nie zrezygnowałoby z tej usługi na rzecz Internetu stacjonarnego. Do odejścia od usługi skłonić mogłoby pogorszenie zasięgu (18,0%) lub podwyżka kosztów (15,1%).

Wydatki i prędkość

Wydatki na Internet

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

średnio: **38,20 zł**

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



■ Poniżej 30 zł ■ 30-49 zł
■ 50 zł i powyżej ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Przeciętny miesięczny koszt Internetu mobilnego to 38,20 zł. Ponad połowa pytanych nie była w stanie określić wysokości rachunku. Maksymalnie 30 zł wydaje miesięcznie 14,6% użytkowników Internetu mobilnego, zaś powyżej 50 zł – 17,9%.

Limit transmisji danych

Jaki jest, zgodnie z umową z dostawcą, limit transmisji danych posiadanego przez Pana/Panią Internetu mobilnego?

32,1%

nie ma określonego limitu transferu danych

28,8%

nie zna określonego limitu transferu danych



■ Do 5 ■ 6-10 ■ 11-40 ■ powyżej 40 ■ Internet nielimitowany ■ Nie wiem

Jedna trzecia użytkowników Internetu mobilnego nie posiada limitu transferu danych, a 28,8% nie ma o nim wiedzy. Posiadany limit jest zróżnicowany: 6,9% odpowiadających posiada limit poniżej 5 GB, a 5,9% powyżej – 40 GB. Głównym powodem posiadania danego limitu danych jest brak potrzeby jego zwiększania (48,9%), a także atrakcyjna oferta cenowa (36,8%).

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



Podstawa: Użytkownicy Internetu mobilnego, N=1470

Telewizja



Oferta telewizji

Rodzaj usługi telewizyjnej

Z jakiego rodzaju usługi telewizyjnej Pan/Pani korzysta?






36,1%	Bezpłatna naziemna telewizja cyfrowa
33,7%	Telewizja za pośrednictwem platformy cyfrowej/satelitarnej
27,0%	Telewizja kablowa
5,7%	Telewizja internetowa
0,9%	Nie wiem, trudno powiedzieć

36,1% użytkowników telewizji korzystało z bezpłatnej telewizji naziemnej. Częściej były to osoby starsze po 60. roku życia (52,1%). Z platform cyfrowych i satelitarnych korzystało 33,7% badanych, a z telewizji internetowej 5,7%.

Podstawa: korzystający z telewizji, N=1782

Koszt usługi telewizyjnej

Jaki jest koszt usługi telewizyjnej, z której Pan/Pani korzysta?

	Bezpłatna	1,1%
	Do 20 zł	1,3%
	21-50 zł	39,7%
	51-100 zł	44,6%
	Powyżej 100 zł	7,4%

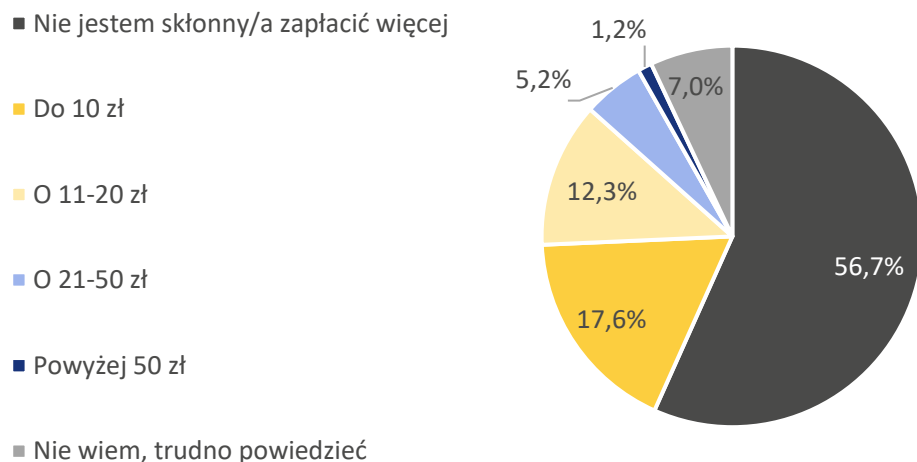
Najczęściej respondenci płacą za telewizję od 51 zł do 100 zł (44,6%). 7,4% użytkowników na rachunki za telewizję wydaje powyżej 100 zł.

Podstawa: korzystający z płatnej telewizji, N=1161

Oferta telewizji

Akceptowalny wzrost kosztu

Jaki wzrost kosztu (w zł) usługi telewizyjnej, z której Pan/Pani korzysta, byłby akceptowalny?



Większość użytkowników telewizji nie jest skłonna więcej za nią płacić (56,7%), a 17,6% z nich jest w stanie dopłacić do 10 zł.

Podstawa: korzystający z płatnej telewizji, N=1782

Powody korzystania z usługi płatnej

Dlaczego korzysta Pan/Pani z usługi płatnej telewizji?



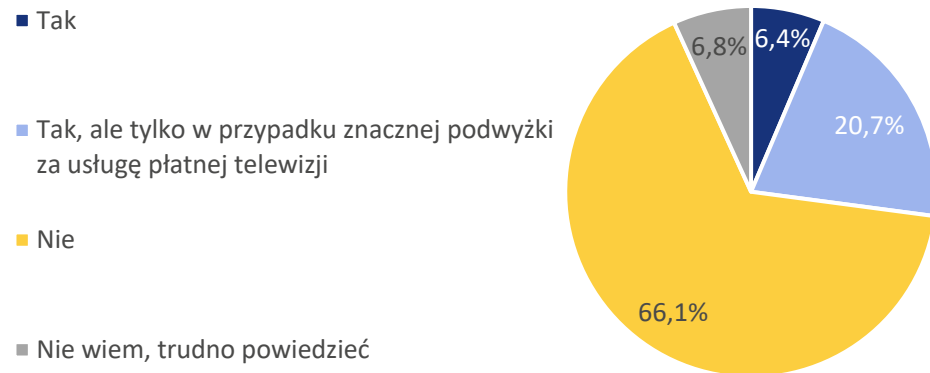
Najczęstszym powodem korzystania z płatnej telewizji jest większa liczba kanałów (45,7%). Innym często wskazywanym powodem jest możliwość dopasowania oferty do potrzeb i zainteresowań (26,3%). Ten powód częściej wskazywały osoby w wieku między 35. a 44. rokiem życia (33,2%).

Podstawa: korzystający z płatnej telewizji, N=1497

Alternatywy i rezygnacja

Z płatnej TV na rzecz bezpłatnej

Czy był(a)by Pan/Pani skłonny/a zrezygnować z płatnej telewizji i korzystać wyłącznie z bezpłatnej naziemnej telewizji cyfrowej?

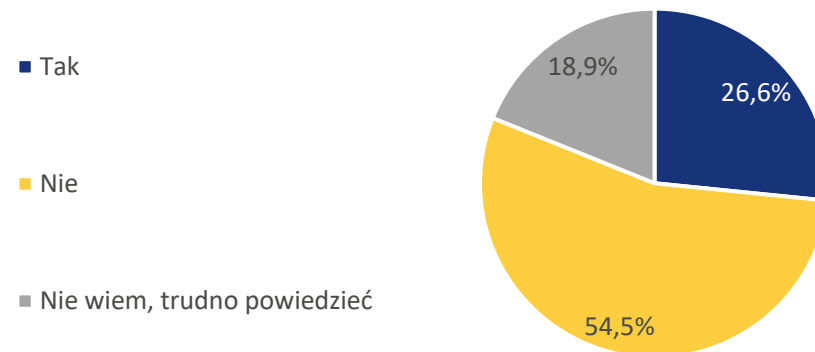


Większość osób płacących za telewizję wskazała, że nie byłaby skłonna zrezygnować z płatnej telewizji i korzystać wyłącznie z telewizji naziemnej (66,1%). 20,7% respondentów deklaruje, że byłoby w stanie korzystać z telewizji naziemnej, jeśli koszt telewizji płatnej znacząco by wzrósł.

Podstawa: korzystający z płatnej telewizji kablowej lub cyfrowej, N=1074

Z płatnej TV na rzecz bezpłatnej i OTT

Czy zdaniem Pana/Pani połączenie korzystania z bezpłatnej naziemnej telewizji cyfrowej i korzystania z usług VoD, streamingu wideo, bezpłatnych serwisów z treściami wideo dostępnymi w Internecie może w przyszłości zastąpić korzystanie z usług płatnej telewizji?



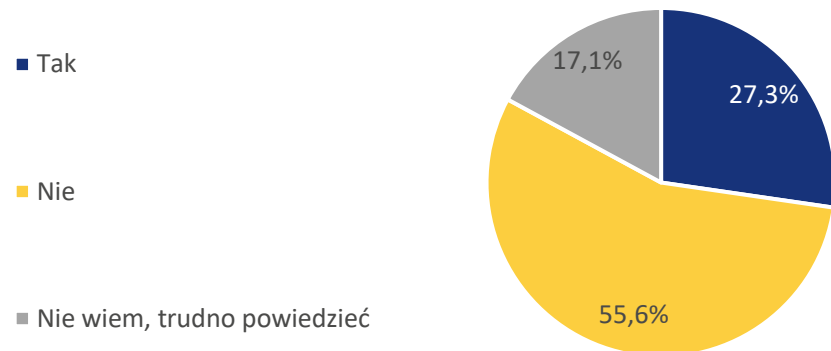
Niewiele ponad jedna czwarta (26,6%) korzystających z telewizji wskazała, że gdyby telewizja naziemna łączyła w sobie telewizję internetową (VoD, streaming itp.) byłoby w stanie korzystać z tych usług. Tego zdania były częściej osoby młode, w wieku 15-24 (42,5%) i wieku 25-34 lata (36,5%).

Podstawa: korzystający z telewizji, N=1782

Alternatywy i rezygnacja

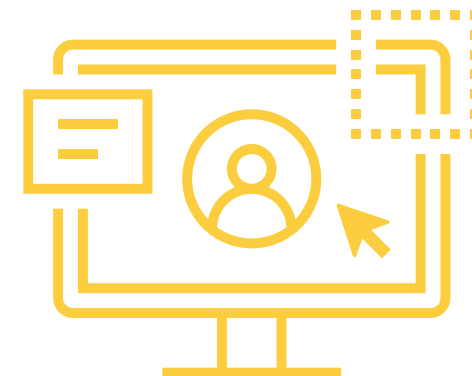
Z bezpłatnej TV na rzecz OTT

Czy uważa Pan/Pani, że dostępne w sieci Internet bezpłatne treści multimedialne (filmy, wiadomości, vlogi, programy publicystyczne etc.) mogą całkowicie zastąpić potrzebę korzystania z bezpłatnej naziemnej telewizji cyfrowej?



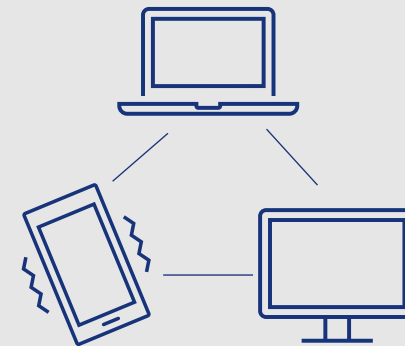
Niespełna trzech na dziesięciu (27,3%) korzystających z telewizji wskazało, że dostępne w sieci internetowej bezpłatne treści multimedialne mogłyby zastąpić telewizję naziemną. Ponad połowa nie przewiduje takiej możliwości.

Częściej alternatywę w postaci usług OTT widziały osoby młodsze. Zauważa się trend związany z wiekiem respondentów: im młodszy badani, tym częściej byli zdania, że treści internetowe mogą zastąpić telewizję naziemną. W grupie 15-24 lata blisko 48,9% osób udzieliło odpowiedzi twierdzącej. Z kolei wśród osób w wieku 35-44 lata ten odsetek wyniósł już 32,4%.



Podstawa: korzystający z telewizji, N=1782

Usługi wiązane



Korzystanie z usług wiązanych

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

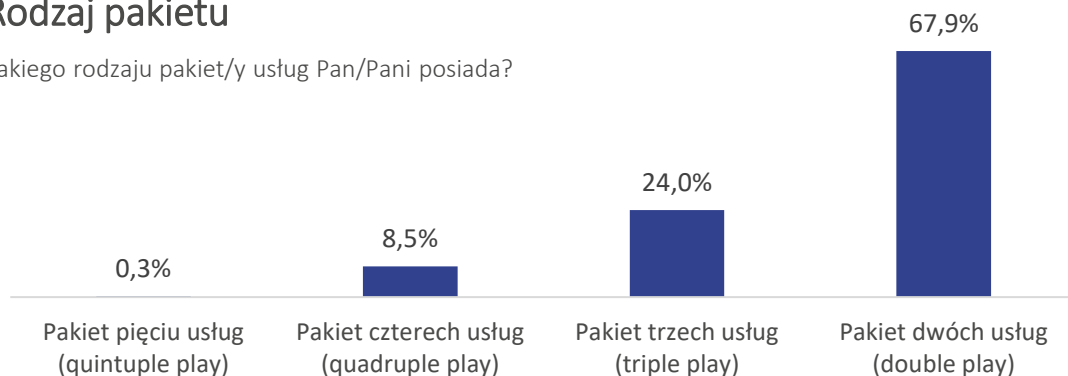


31,6%
korzysta w gospodarstwie domowym
z pakietu usług wiązanych

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Rodzaj pakietu

Jakiego rodzaju pakiet/y usług Pan/Pani posiada?

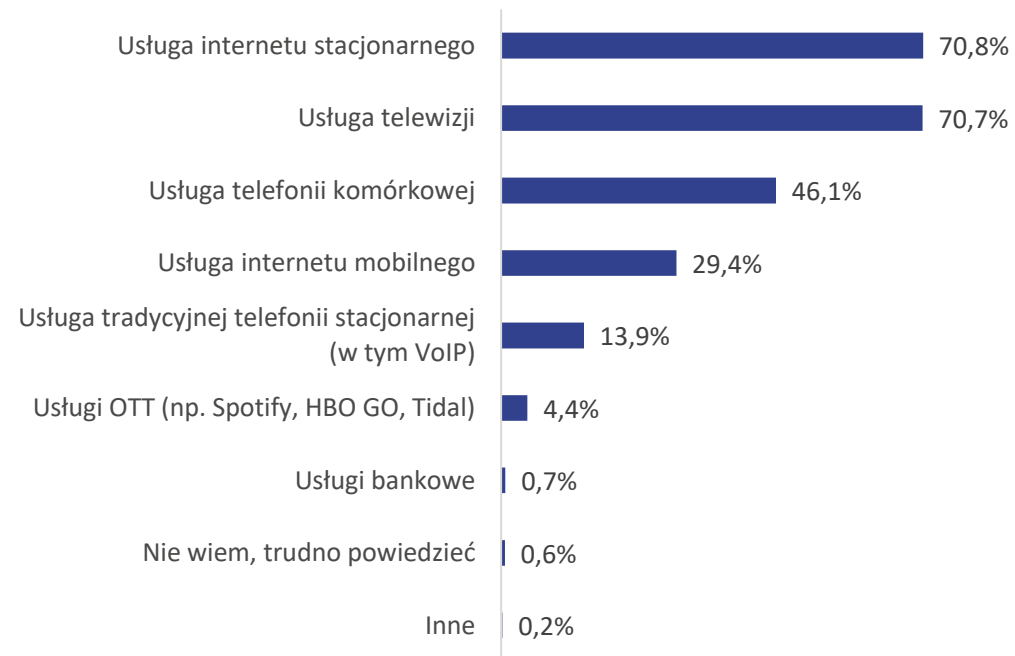


Blisko jedna trzecia badanych korzystała z usług wiązanych (31,6%). Najczęściej był to pakiet dwóch usług (67,9%), rzadziej trzech (24,0%).

Podstawa: Posiadający usługi wiązane, N=625

Rodzaj usługi

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

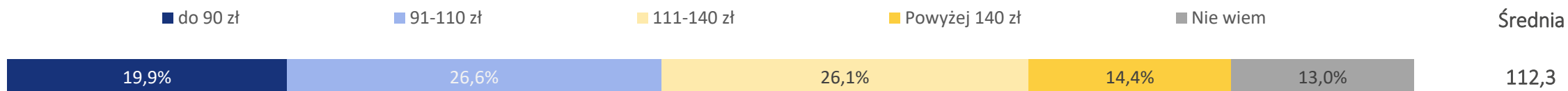


Najczęściej łączono takie usługi jak Internet stacjonarny (70,8%) oraz usługę telewizji (70,7%). Rzadziej łączono telefonię komórkową (46,1%) i Internet mobilny (29,4%).

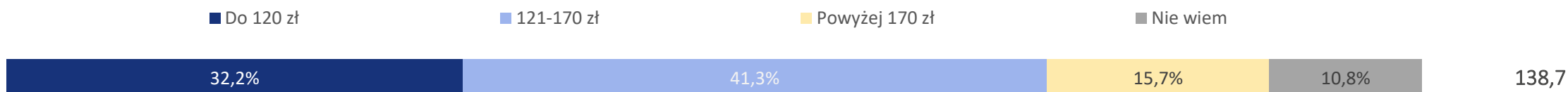
Wydatki na pakiet usług

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

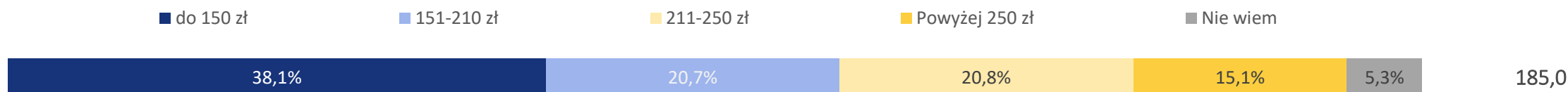
Posiadający dwie usługi (n=419)



Posiadający trzy usługi (n= 151)



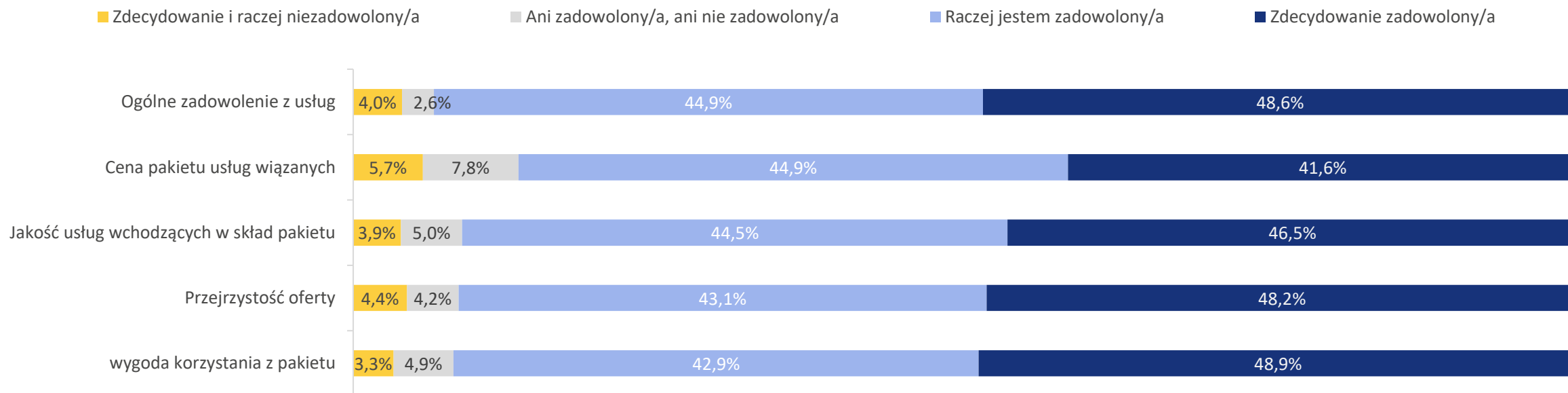
Posiadający cztery usługi (n= 57)



Za pakiet dwóch usług wiązanych użytkownicy płacą średnio 112,30 zł, a za pakiet trzech 138,70 zł. Osoby posiadające cztery usługi wiązane płacą przeciętnie 185,00 zł.

Poziom zadowolenia z usługi

Proszę ocenić swoje zadowolenie z poniższych aspektów funkcjonowania usług wiązanych?



Korzystający z oferty usług wiązanych są z niej zadowoleni. Wszystkie aspekty usług wiązanych zostały ocenione na wysokim poziomie. Najmniej pozytywnych wskazań przypisano cenie łączonych pakietów usług (86,5%).

Podstawa: Posiadający usługi wiązane, N=625

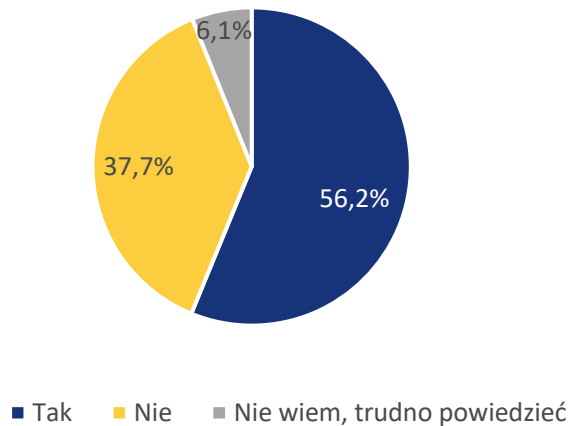
Bezpieczeństwo w sieci



Programy antywirusowe

Zabezpieczenie komputera

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

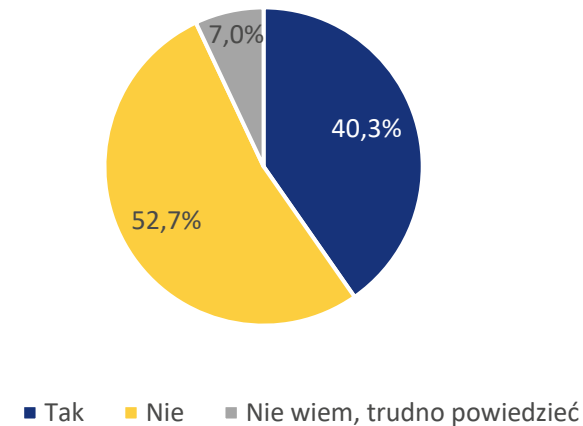


Ponad połowa respondentów korzystała z programów antywirusowych, anty spyware lub innych pozwalających zabezpieczyć komputer przed zagrożeniami. Mężczyźni częściej wykorzystywali takie rozwiązania (61,3% vs. 51,5% kobiet). Wśród grup wiekowych to najmłodszy najczęściej stosowali zabezpieczenia komputera (67,9%).

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1542

Zabezpieczenie telefonu

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



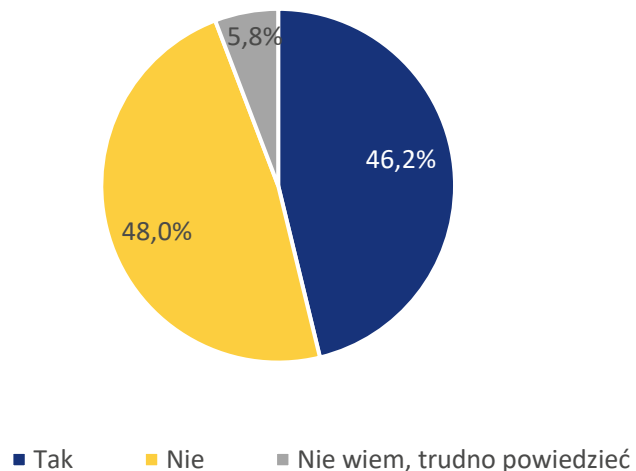
Badani zdecydowanie rzadziej niż w przypadku zabezpieczeń komputera, korzystali z zabezpieczeń telefonu (40,3%). Ponad połowa respondentów (52,7%) w ogóle nie korzystała z takich rozwiązań. Grupa wiekowa 25-34 lata była grupą najczęściej stosującą zabezpieczenia telefonu (60,6%).

Podstawa: Użytkownicy telefonii komórkowej, N=1932

Użytkowanie sieci Internetowej

Bezpieczne połączenia z siecią

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

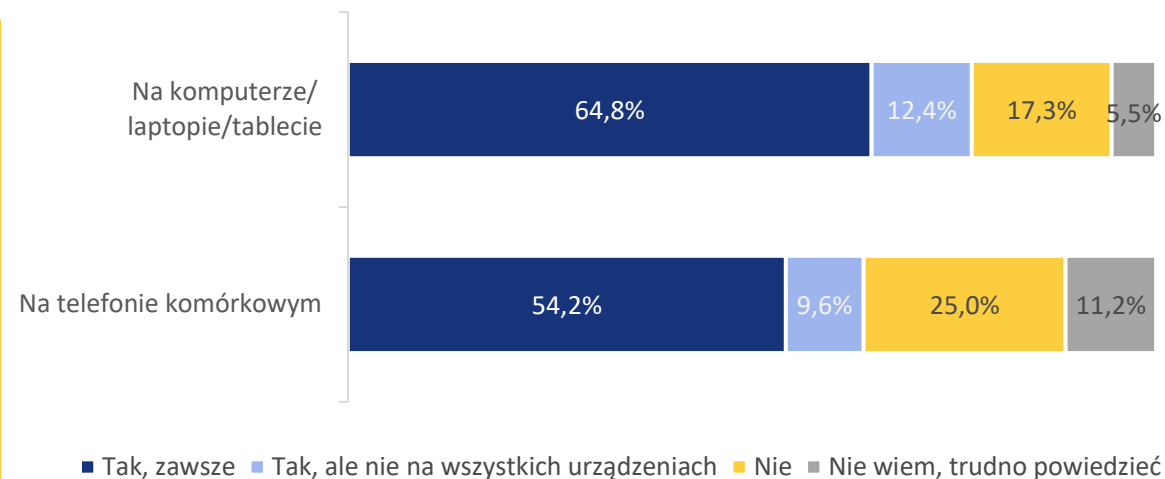


Badani w większości nie potrafili sprawdzić bezpieczeństwa połączenia z Internetem (48,0%), jednocześnie 46,2% respondentów wskazywała na taką umiejętność. Wśród badanych to częściej mężczyźni (54,7%) oraz osoby z grupy wiekowej 15-24 lata (60,4%) deklarowali umiejętność sprawdzenia bezpieczeństwa połączenia sieciowego.

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1542

Aktualność oprogramowania

Czy korzysta Pan/Pani z aktualnego oprogramowania?



■ Tak, zawsze ■ Tak, ale nie na wszystkich urządzeniach ■ Nie ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Respondenci zarówno na komputerze, laptopie czy tablecie, jak również na telefonie komórkowym w większości korzystali z aktualnego oprogramowania (odpowiednio 77,2% oraz 63,8% badanych). Co czwarty badany nie korzystał z aktualnego oprogramowania na telefonie komórkowym.

Podstawa: Posiadacze stacjonarnego oraz mobilnego Internetu oraz użytkownicy telefonii komórkowej, odpowiednio N=917, N=1932

Prywatność w sieci

Znaczenie

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



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

Dla 89,6% badanych prywatność w Internecie ma duże znaczenie, przy czym dla ponad połowy jest ona zdecydowanie ważna. Dla 7,8% respondentów prywatność w sieci nie ma większego znaczenia.

Rozwiązania zwiększające poziom prywatności

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



30,0 %

korzysta z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci

Spośród 30,0% badanych korzystających z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci, respondenci najczęściej korzystali z programów antywirusowych (55,3%) oraz z bezpiecznych przeglądarek (52,4%). Z drugiego rozwiązania najczęściej korzystały osoby powyżej 60. roku życia (72,9%). Najrzadziej wykorzystywanymi rozwiązaniami są Tor (0,6%) i Proxy (7,7%).

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



Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1542

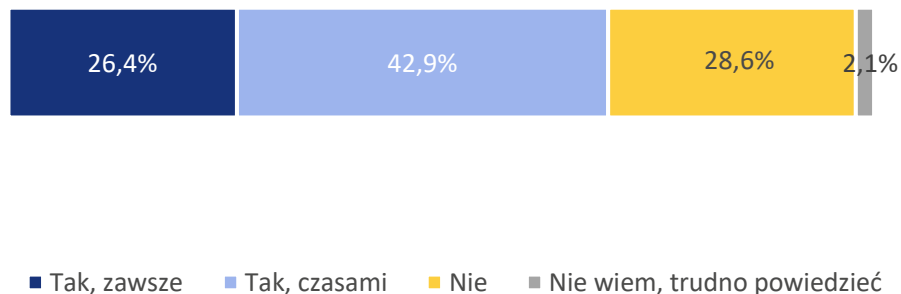
Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1542

Podstawa: Badani korzystający z rozwiązań zwiększających prywatność sieci, N=467

Użytkowanie sieci

Regulaminy

Czy czyta Pan/Pani regulaminy korzystania z usług Internetowych (poczta, komunikatory, publiczne sieci WiFi) przed ich akceptacją?

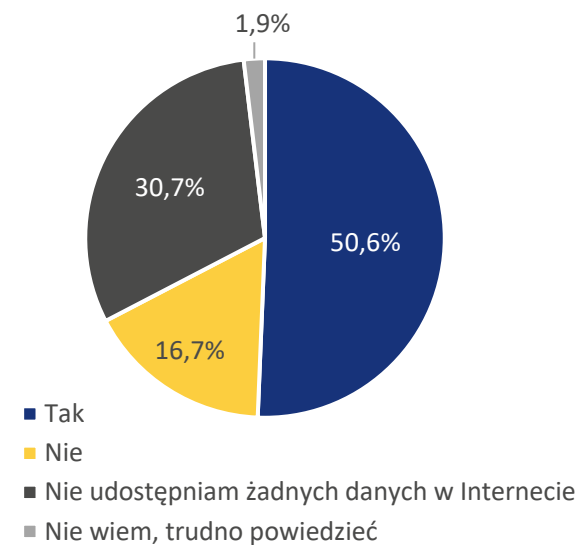


Siedmiu na dziesięciu badanych czyta regulaminy korzystania z usług Internetowych przed ich akceptacją, przy czym 26,4% respondentów robi to zawsze. Jednocześnie 28,6% badanych przyznaje się do nieczytania regulaminów.

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1542

Udostępnianie danych

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

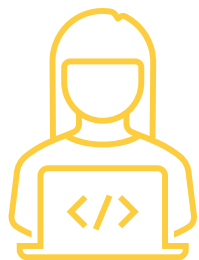


Ponad połowa respondentów (50,6%) deklaruje, że ma świadomość udostępnianych przez siebie danych w sieci, związanych np. z pozyskaniem zniżki czy rejestracją. Największa świadomość związana z tym aspektem występuje w grupie wiekowej 15-24 lata (62,4%) oraz wśród osób z wykształceniem wyższym (58,9%).

Udostępnianie danych

Nadużycia

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



91,0 %

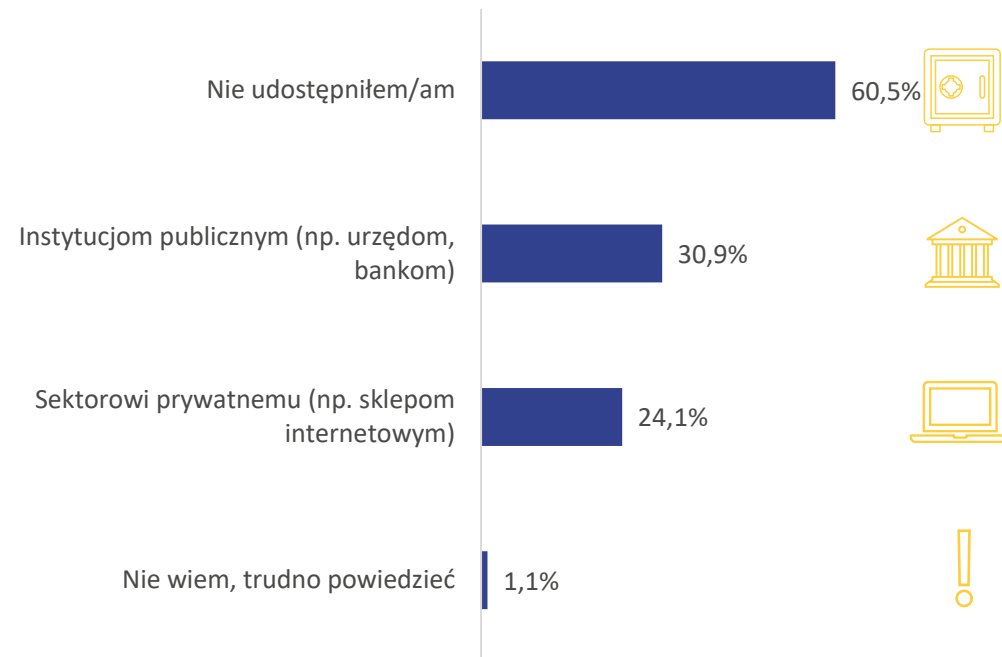
deklaruje, że nie padło ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych danych

Dziewięciu na dziesięciu badanych nigdy nie padło ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez nich danych. Najczęściej osoby powyżej 60. roku życia były grupą, których udostępnione dane nie były poddane nadużyciom (96,4%).

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1542

Adresaci danych

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

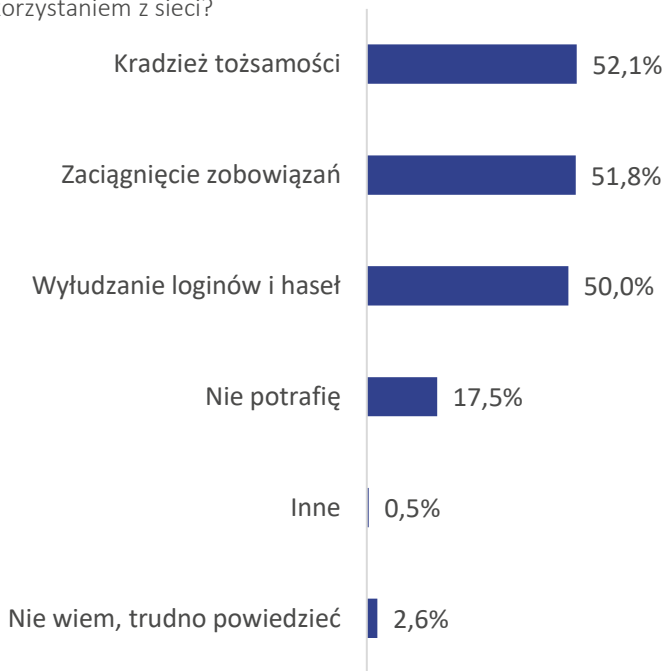


Badani najczęściej deklarowali, że w ciągu ostatniego roku nie udostępniali swoich danych osobowych w sieci (60,5%). Grupa wiekowa 15-44 lata dużo częściej udostępniała swoje dane w sieci sektorowi prywatnemu niż osoby powyżej 60. roku życia (odpowiednio 29,2% i 7,2%). Osoby w wieku 35-44 lat, były grupą, która najczęściej udostępniała swoje dane instytucjom publicznym (36,8%).

Niebezpieczeństwa w sieci

Niebezpieczeństwa

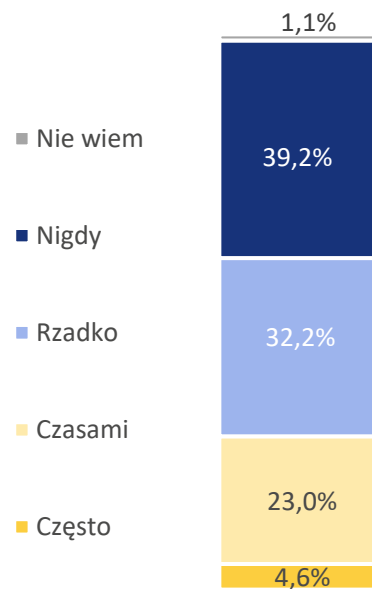
Jakie potrafi Pan/Pani wymienić możliwe niebezpieczeństwa związane z korzystaniem z sieci?



Jako niebezpieczeństwa związane z korzystaniem z sieci badani najczęściej wymieniali kradzież tożsamości, zaciągnięcie zobowiązań oraz wyłudzenie loginów i haseł – każde z tych stwierdzeń wskazała ponad połowa.

Udostępnianie zdjęć

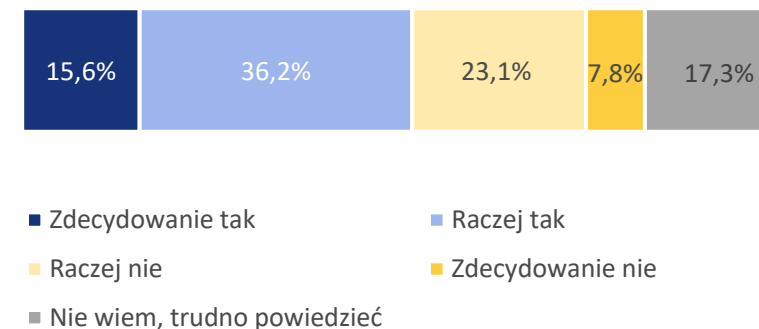
Jak często Pan/Pani udostępnia zdjęcia swoich bliskich w Internecie?



Najczęściej respondenci nie udostępniali zdjęć swoich bliskich w Internecie (39,2%). 27,6% badanych przyznaje się do udostępniania zdjęć bliskich, a 4,6% z nich robi to często.

Treści niepożądane w sieci

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



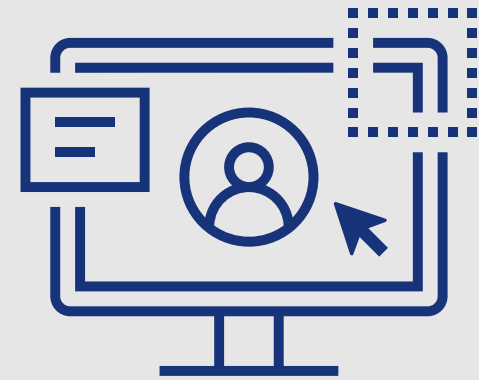
Ponad połowa badanych zgadza się z opinią, że w Internecie pojawia się za dużo seksu, przemocy i przekleństw (51,8%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Podstawa: Użytkownicy Internetu, N=1542

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

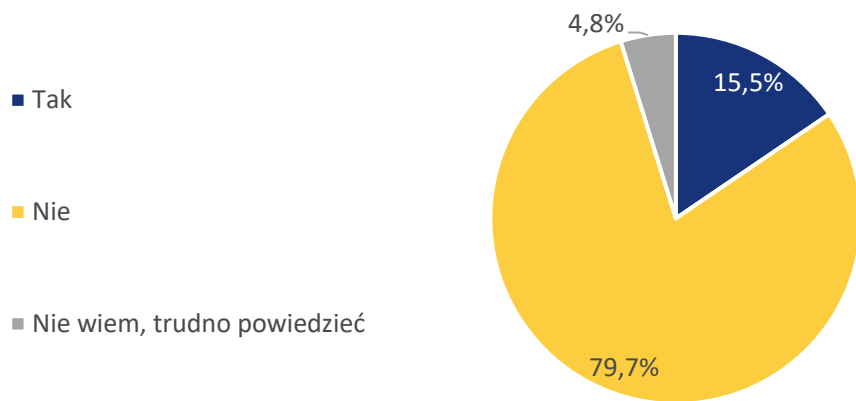
Usługi Over The Top



Znajomość i korzystanie

Znajomość Over The Top

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

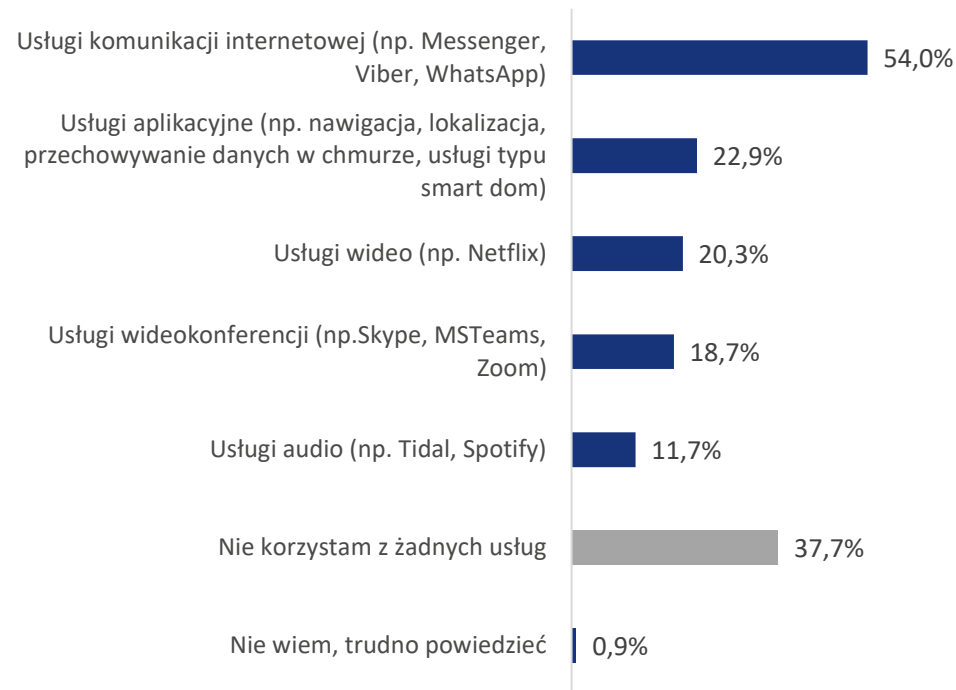


Niewielki odsetek osób zna pojęcie usług Over The Top (15,5%). Częściej znali je mężczyźni (17,8%) oraz osoby młodsze (15-24 – 33,4%; 25-34 – 26,9%; 35-44 – 21,4%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Korzystanie z usług Over The Top

Z jakich usług Over The Top Pan/Pani korzysta?



Najczęściej respondenci korzystali z usług komunikacji internetowej (54,0%). Mniej osób korzystało z usług aplikacyjnych (22,9%) oraz z usług wideo (20,3%). Blisko 37,7% badanych nie korzysta z żadnych usług tego typu. Częściej były to osoby starsze (78,1%).

Rezygnacja z usług tradycyjnych

Rezygnacja z usług tradycyjnych

Jakie tradycyjne usługi zamienił(a)by Pan/Pani na usługi OTT?



Zgodnie z deklaracjami badanych, aplikacje internetowe, treści czy usługi OTT nie zastępują szybko usług tradycyjnych.

Respondenci korzystający z usług OTT najczęściej wskazywali, że chcieliby korzystać z obu rodzajów usług (38,0%), a jedna czwarta nie zamieniłaby żadnych usług tradycyjnych na usługi OTT.

Wśród osób skłonnych do zmiany najczęściej wskazywano skłonność zamiany usług telefonicznych na rzecz komunikatorów (19,0%).

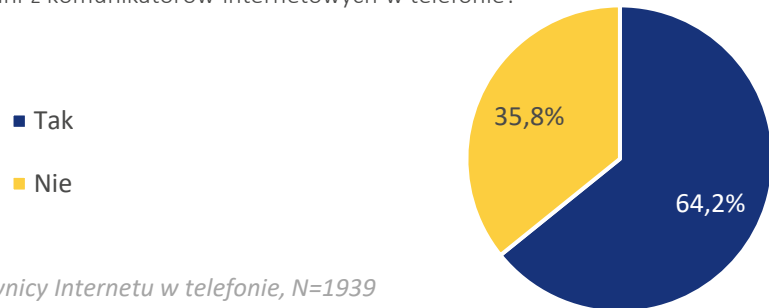


Podstawa: Korzystający z usług OTT, N=1225

Komunikatory

Korzystanie z komunikatorów

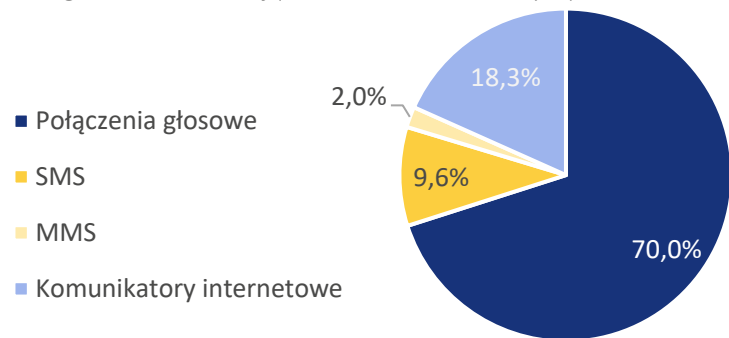
Czy korzysta Pan/Pani z komunikatorów internetowych w telefonie?



Podstawa: Użytkownicy Internetu w telefonie, N=1939

Usługi

Z których usług sieci komórkowej (w tzw. sieciach ruchomych) Pan/Pani korzysta najczęściej?

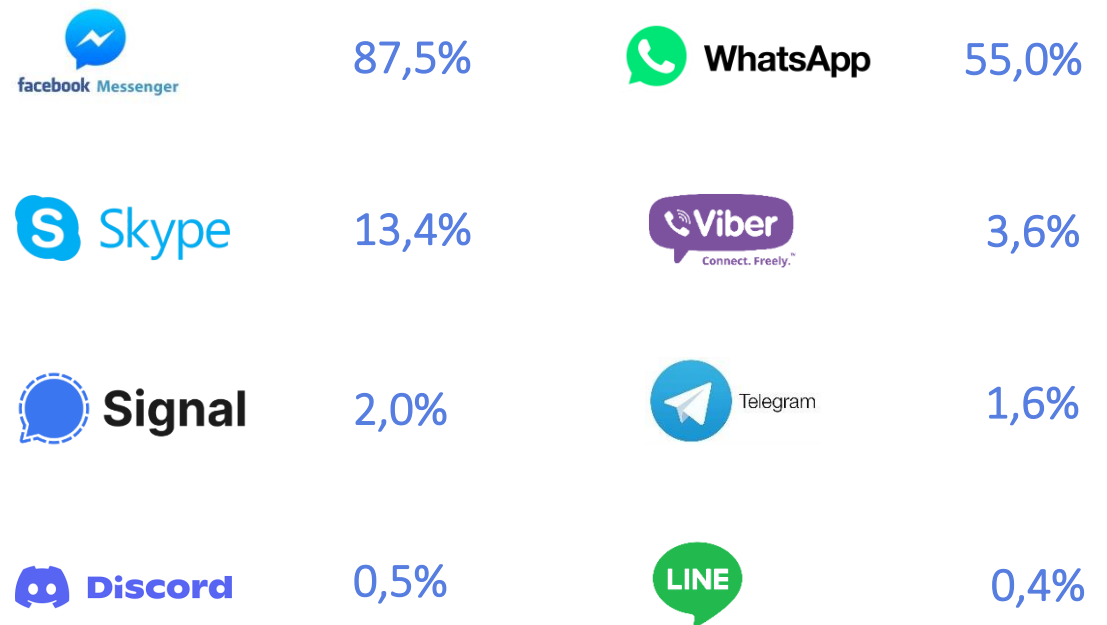


Większość respondentów (64,2%) korzysta z komunikatorów internetowych w telefonie. Użytkownicy sieci komórkowej najczęściej korzystają z połączeń głosowych (70,0%). Na drugim miejscu znalazło się korzystanie z komunikatorów internetowych (18,3%).

Podstawa: Korzystający z komunikatorów, N=1237

Rodzaje komunikatorów

Z jakich komunikatorów w telefonie Pan/Pani korzysta?

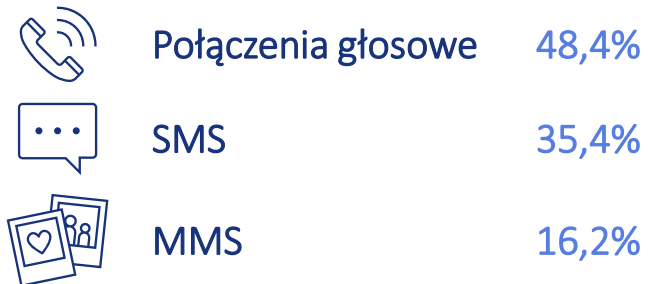


Zdecydowana większość respondentów korzysta z Messengera (87,5%). Drugim w kolejności najpopularniejszym komunikatorem okazał się być WhatsApp (55,0%). Z pozostałych komunikatorów korzysta relatywnie niewielki odsetek użytkowników.

Ocena komunikatorów

Konkurencja

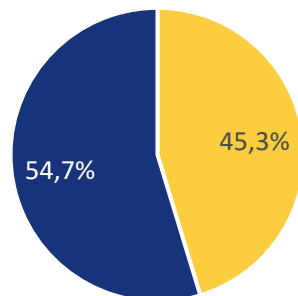
Dla której z usług, Pana/Pani zdaniem, komunikatory internetowe stanowią największą konkurencję?



Ocena usług

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

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

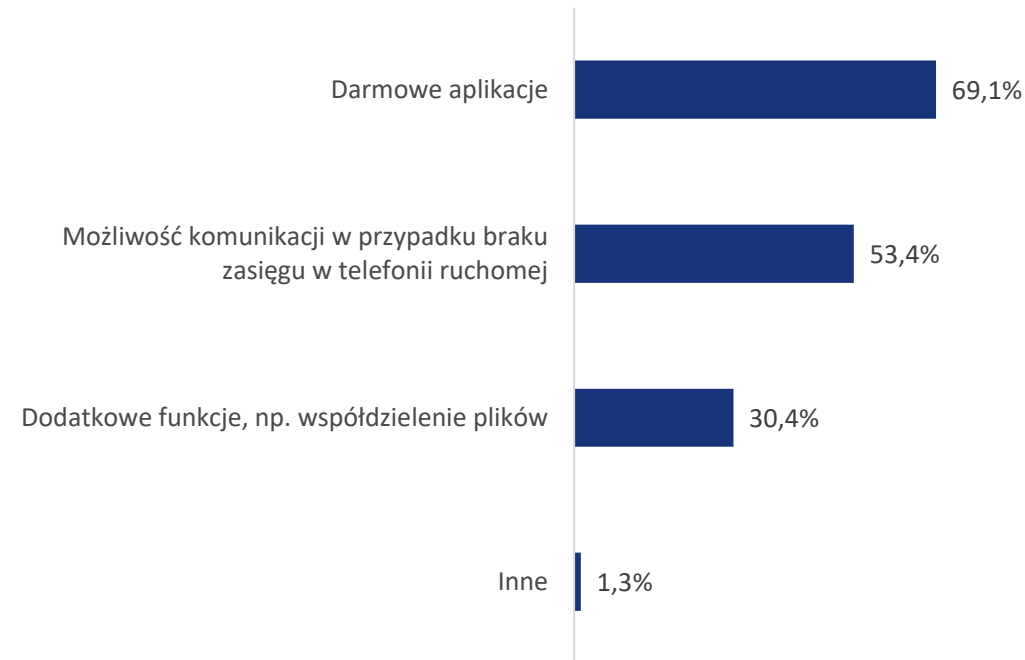


Zdaniem osób korzystających z komunikatorów, korzystanie z nich stanowi największą konkurencję dla połączeń głosowych (48,4%). W dalszej kolejności wskazano SMS (35,4%) oraz MMS (16,2%). Opinie odnośnie preferencji komunikatorów i tradycyjnej komunikacji są zróżnicowane. Blisko 45,3% respondentów preferuje komunikatory internetowe. Największą zaletą z ich użytkowania jest fakt, że aplikacje są darmowe (69,1%). Jako drugą wskazano możliwość komunikacji w przypadku braku zasięgu (53,4%). Dodatkowe funkcje komunikatorów doceniło 30,4% respondentów.

Podstawa: Korzystający z komunikatorów, N=1237

Zalety komunikatorów

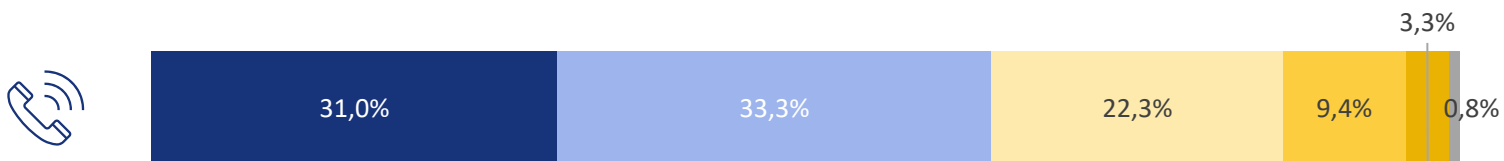
Jakie zalety widzi Pan/Pani w korzystaniu z komunikatorów internetowych?



Usługi

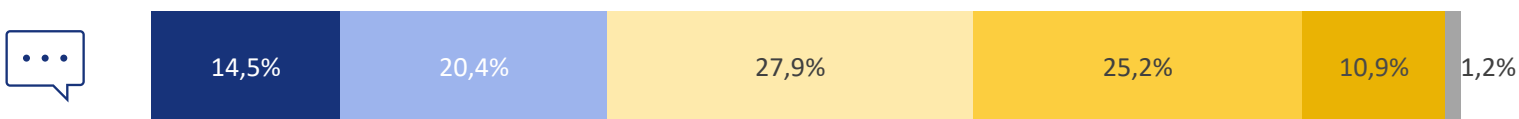
Połączenia głosowe

Czy korzysta Pan/Pani częściej z tradycyjnych rozmów głosowych czy rozmów przez komunikatory?



Wysyłanie wiadomości SMS

Czy korzysta Pan/Pani częściej z usługi SMS czy wysyłania wiadomości przez komunikatory?



Wysyłanie wiadomości MMS

Czy korzysta Pan/Pani częściej z usługi MMS czy wysyłania wiadomości przez komunikatory?



■ Prawie zawsze wybór usługi tradycyjnej

■ Częstszy wybór usługi tradycyjnej, ale korzystanie też z usługi OTT

■ Równie częste korzystanie z usługi OTT co z tradycyjnej

■ Częstsze korzystanie z usługi OTT niż z usługi tradycyjnej

■ Prawie zawsze korzystanie z usługi OTT

■ Nie wiem, trudno powiedzieć

W przypadku połączeń głosowych, użytkownicy komunikatorów nadal wolą komunikowanie się za pomocą sieci ruchomej. Blisko 31,0% osób wskazało, że rozmawia wyłącznie korzystając z tradycyjnych rozmów, a 33,3% rozmawia też przez komunikatory, jednak robi to rzadko. Inaczej wygląda sytuacja z wysyłaniem wiadomości. Użytkownicy komunikatorów częściej wysyłają wiadomości tekstowe przez aplikacje niż SMS, 10,9% robi to zawsze przy pomocy komunikatorów. W przypadku wiadomości graficznych, 23,3% osób badanych zawsze korzysta z komunikatorów wysyłając zdjęcia.

Podstawa: Korzystający z komunikatorów, N=1237

Subskrypcja wideo OTT

Subskrypcja jako dodatkowa usługa

Korzystając już z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej czy zdecydował(a)by się Pan/Pani na dodatkową ofertę subskrypcji wideo OTT (np. Netflix, HBO GO, Showmax itp.)?

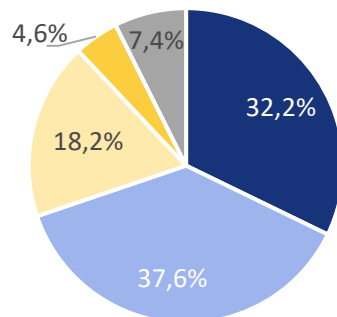
23,7% zdecydowałoby się na subskrypcję wideo

Podstawa: korzystający z płatnej telewizji kablowej lub cyfrowej, N=1074

Cena usług

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

- Do 29 zł
- Od 30 do 39 zł
- Od 40 zł do 49 zł
- Powyżej 50 zł
- Nie wiem, trudno powiedzieć



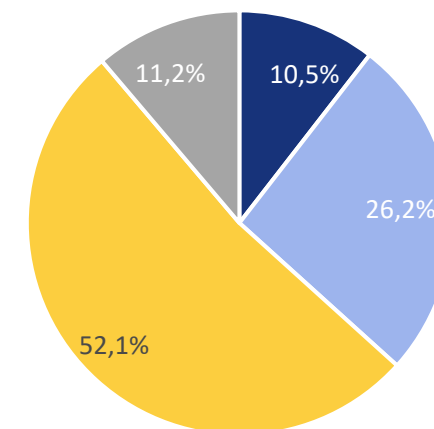
Podstawa: Osoby, które zdecydowałyby się na subskrypcję, N= 253

Spośród osób korzystających z płatnej telewizji kablowej lub cyfrowej, 23,7% osób zdecydowałoby się na dodatkową ofertę subskrypcji wideo. Respondenci, którzy zdecydowaliby się na subskrypcję byłoby skłonni zapłacić za nią od 30 do 39 zł (37,6%).

Skłonność rezygnacji

Czy był(a)by Pan/Pani skłonny/a zrezygnować z płatnej telewizji i korzystać wyłącznie z usług VoD, streamingu lub dostawców treści jak np. Netflix, HBO lub inny dowolny dostawca?

- Tak
- Tak, ale tylko w przypadku znacznej podwyżki za usługę płatnej telewizji
- Nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć



Połowa osób płacących za telewizję oraz korzystających z usług telewizji streamingowej nie byłaby skłonna zrezygnować z tradycyjnej telewizji. Blisko 26,2% byłaby skłonna zrezygnować z telewizji przy znacznej podwyżce cen.

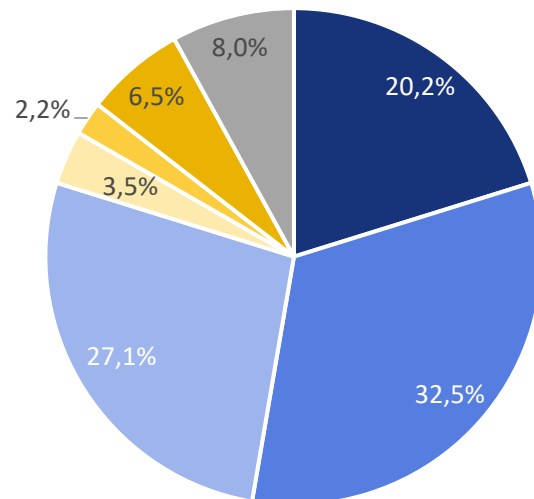
Podstawa: korzystający z płatnej telewizji kablowej lub cyfrowej i korzystające z usług wideo OTT, N=260

Korzystanie

Częstość korzystania

Jak często korzysta Pan/Pani z subskrypcji wideo OTT?

- Codziennie
- Kilka razy w tygodniu
- Kilka razy w miesiącu
- Kilka razy w półroczu
- Kilka razy w roku
- Rzadziej
- Nie wiem, trudno powiedzieć

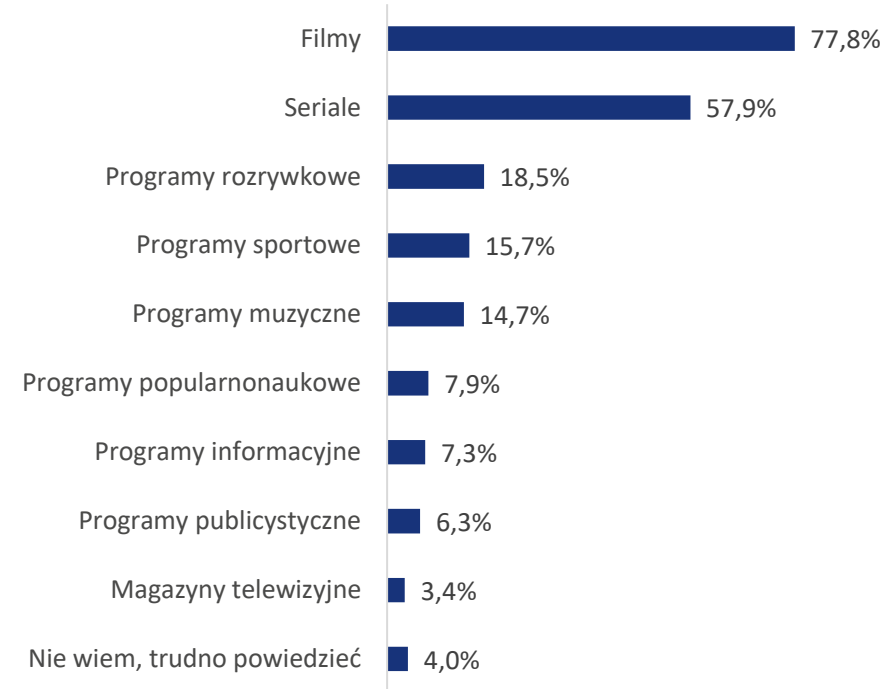


Osoby posiadające dostęp do streamingów często z nich korzystają. Jedna piąta osób robi to codziennie (20,2%), a 32,5% korzysta ze streamingu kilka razy w tygodniu.

Podstawa: korzystający z usług wideo OTT, N=398

Treści

Jakie treści Pan/Pani najczęściej ogląda w ramach subskrypcji wideo OTT?



Korzystający z usług streamingowych najczęściej oglądają filmy (77,8%) oraz seriale (57,9%). Analizując różnice między kobietami i mężczyznami zauważa się dwie istotne prawidłowości: kobiety częściej oglądają seriale (64,0% vs. 52,3%), natomiast mężczyźni częściej od kobiet wybierają sport (27,5% vs. 3,0%).

Wybór oferty

Wybór oferty

Jakie czynniki bierze Pan/Pani pod uwagę przy wyborze dostawcy usług wideo OTT?



Najczęściej brany pod uwagę czynnikiem wyboru oferty dostawcy usług wideo OTT była cena za subskrypcję (44,5%).

W dalszej kolejności wymieniano elastyczność wyboru oferowanych treści (29,7%) oraz dostępność treści wideo na wielu urządzeniach (25,4%). Sposób zawierania i rezygnacji z umowy na usługi wideo był najrzadziej wskazywanym czynnikiem, wskazało go 10,0% osób korzystających ze streamingów.

Podstawa: korzystający z usług wideo OTT, N=398

Wybór oferty

Telewizja tradycyjna

Proszę wskazać, czy w poniższych aspektach posiada Pan/Pani pozytywne czy negatywne doświadczenia z tradycyjnymi dostawcami usług, tj. telewizji kablowej lub satelitarnej:

Usługi OTT

Proszę wskazać, czy w poniższych aspektach posiada Pan/Pani pozytywne czy negatywne doświadczenia z dostawcami usług OTT:

■ Zdecydowanie pozytywne
 ■ Raczej pozytywne
 ■ Raczej negatywne
 ■ Zdecydowanie negatywne
 ■ Nie dotyczy – nie miał(a)m takich doświadczeń
 ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Zawarcie umowy u dostawcy usług wideo



Odbieranie komunikacji marketingowej za pośrednictwem poczty, e-mail, sms lub mediów społecznościowych



Otrzymywanie rekomendacji dotyczących treści takich jak programy telewizyjne lub filmy



Kontakt z obsługą klienta w przypadku problemów technicznych



Otrzymanie rachunku lub problemy z niepoprawną płatnością



Podstawa: korzystający z telewizji, N=1782

Podstawa: Korzystający z usług OTT, N=1225

Wybór oferty

Telewizja tradycyjna

Proszę wskazać, czy w poniższych aspektach posiada Pan/Pani pozytywne czy negatywne doświadczenia z tradycyjnymi dostawcami usług, tj. telewizji kablowej lub satelitarnej:

Usługi OTT

Proszę wskazać, czy w poniższych aspektach posiada Pan/Pani pozytywne czy negatywne doświadczenia z dostawcami usług OTT:

■ Zdecydowanie pozytywne
 ■ Raczej pozytywne
 ■ Raczej negatywne
 ■ Zdecydowanie negatywne
 ■ Nie dotyczy – nie miał(a)m takich doświadczeń
 ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Otrzymywanie rabatów lojalnościowych za długoletnią współpracę z dostawcą



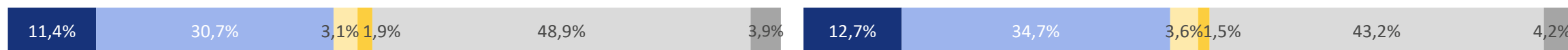
Uaktualnianie lub obniżanie posiadanego pakietu



Anulowanie/zmiana usługi za pośrednictwem poczty, e-maila lub mediów społecznościowych



Otrzymywanie specjalnej oferty z prośbą o ponowne dołączenie do usługi, która wcześniej została anulowana

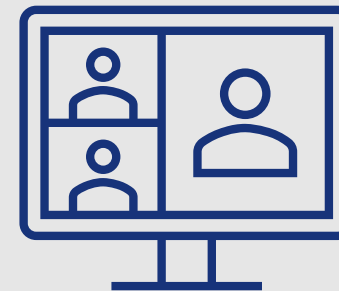


Porównując ofertę telewizji tradycyjnej oraz usługi OTT zauważa się, że użytkownicy mają bardziej pozytywne odczucia wobec oferty streamingów.

Podstawa: korzystający z telewizji, N=1782

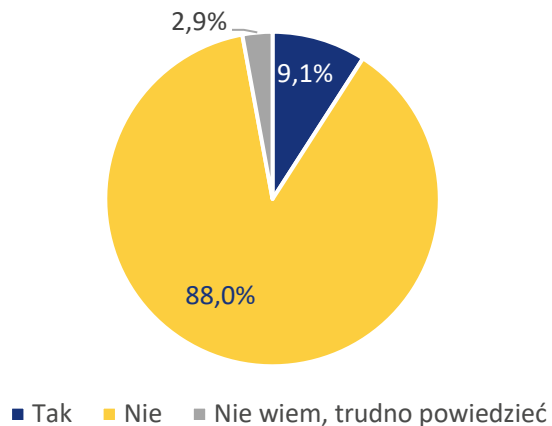
Podstawa: Korzystający z usług OTT, N=1225

Usługi IoT



Definicja

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



Większość badanych nie spotkała się z pojęciem Internet of Things (88,0%). O „Internecie rzeczy” słyszał zaledwie co dziesiąty pytany (9,1%) – częściej byli to mężczyźni (10,7%) niż kobiety (7,6%) oraz osoby w wieku 15-24 lata (21,1%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Zastosowanie

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

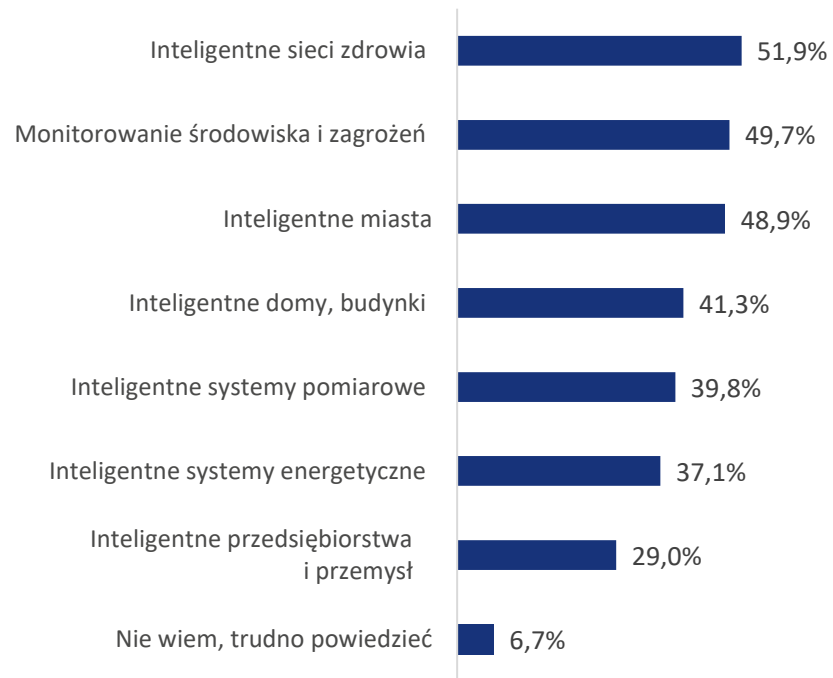


Osoby znające pojęcie IoT, najczęściej wskazywały na zastosowania związane z inteligentnymi domami (49,9%), monitorowaniem środowiska i zagrożeń (48,9%), inteligentną siecią zdrowia (44,6%) oraz inteligentnymi systemami pomiarowymi (42,7%).

Podstawa: Respondenci, którzy spotkali się z pojęciem IoT, N=184

Przydatność

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

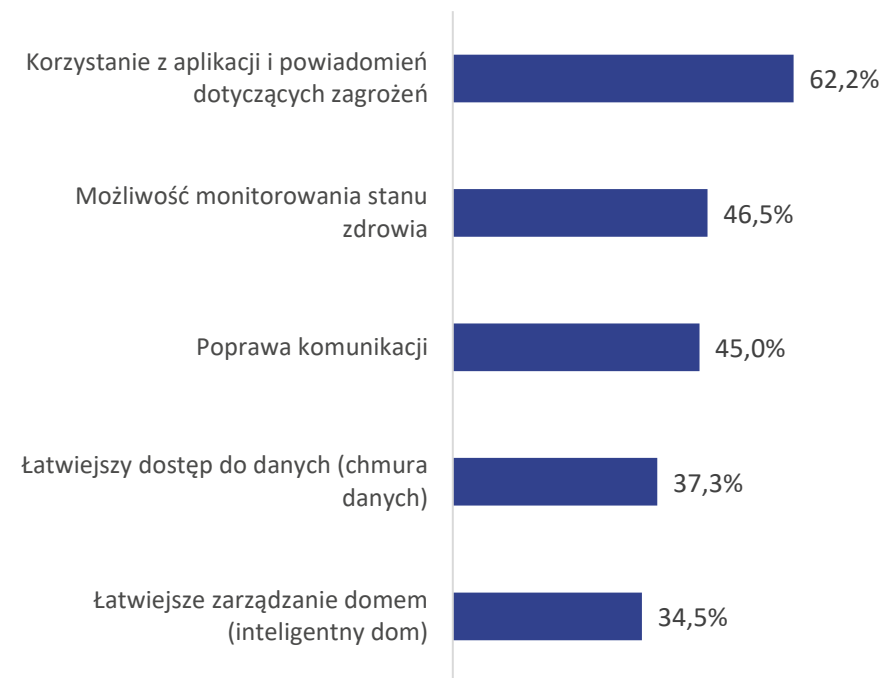


Badani, którzy spotkali się z pojęciem „Internet rzeczy” za najbardziej przydatne możliwości wykorzystania IoT uznali inteligentne sieci zdrowia (51,9%). Dla blisko połowy z nich najatrakcyjniejsze okazało się monitorowanie środowiska i zagrożeń (49,7%) oraz rozwój inteligentnych miast (48,9%).

Podstawa: Respondenci, którzy spotkali się z pojęciem IoT, N=184

Korzyści

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



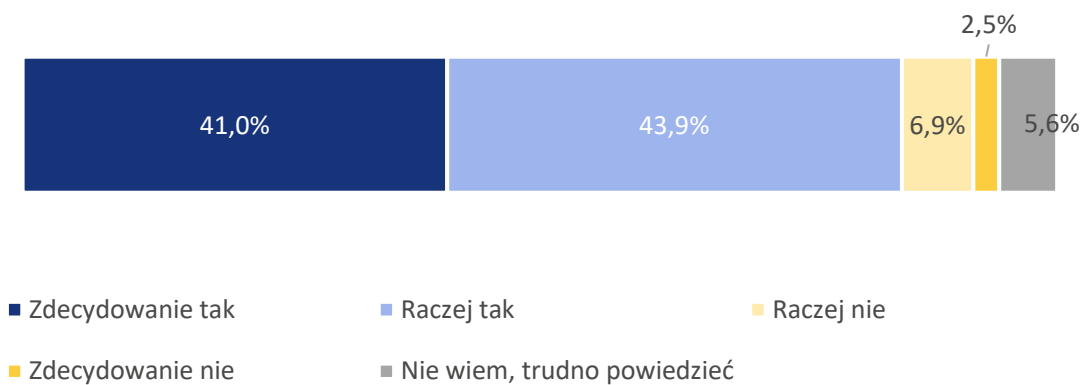
Największą dostrzeganą korzyścią z usług IoT jest możliwość korzystania z aplikacji i powiadomień dotyczących zagrożeń (62,2%). Kolejno ankietowani wskazali na możliwość monitorowania stanu zdrowia (46,5%) oraz poprawę komunikacji (45,0%).

Sieć 5G



Parametry obecnego dostępu do sieci

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



Użytkownicy telefonii komórkowej są zadowoleni z parametrów dostępu do sieci – 84,9% ocenia je pozytywnie, przy czym czterech na dziesięciu pytanym przyznaje najwyższe noty.

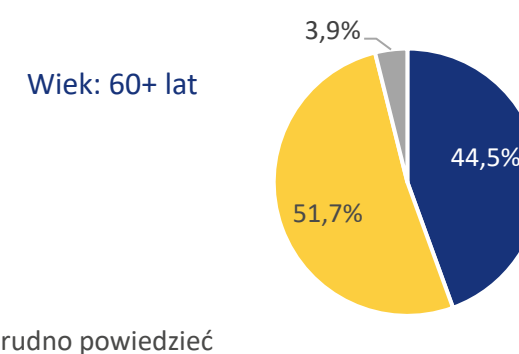
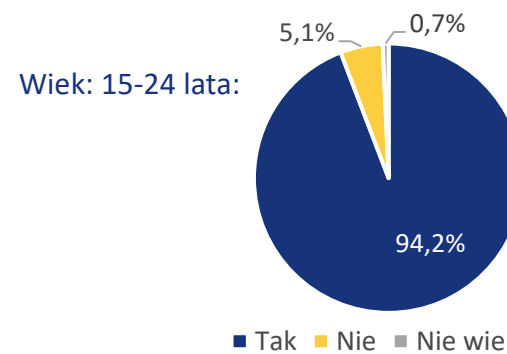
Podstawa: Użytkownicy telefonii komórkowej, N=1932

Znajomość pojęcia

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



73,8 % spotkało się z pojęciem sieć 5G

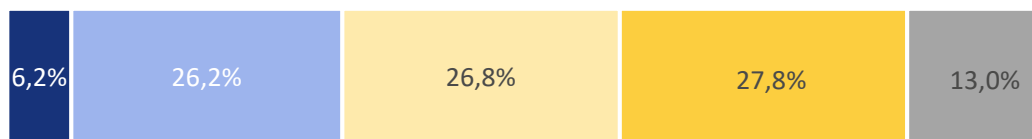


Pojęcie sieci 5G jest znane blisko trzem czwartym respondentów. Spotkało się z nim aż 94,2% badanych z najmłodszej grupy wiekowej w porównaniu do połowy pytanym seniorów.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Sieć bazowa w pobliżu domu

Czy zgodził(a)by się Pan/Pani na postawienie stacji bazowej (nadajnika) blisko swojego domu, jeżeli dzięki temu telefon miałby lepszy zasięg?



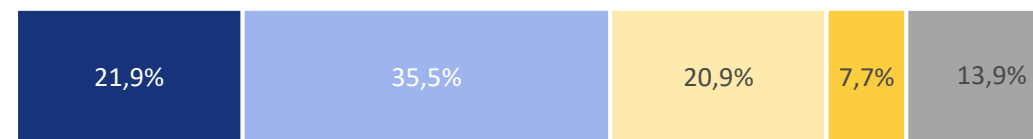
- Zdecydowanie tak
- Raczej tak
- Raczej nie
- Zdecydowanie nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Ponad połowa respondentów (54,6%) byłaby przeciwna postawieniu stacji bazowej w pobliżu swojego miejsca zamieszkania. Umieszczenie nadajnika w niewielkiej odległości od domu zyskałoby większą aprobatę mężczyzn (37,3%) niż kobiet. Z kolei przeciwnikami takiego działania najczęściej są osoby powyżej 60. roku życia (73,3%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Wpływ pola elektromagnetycznego na zdrowie człowieka

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



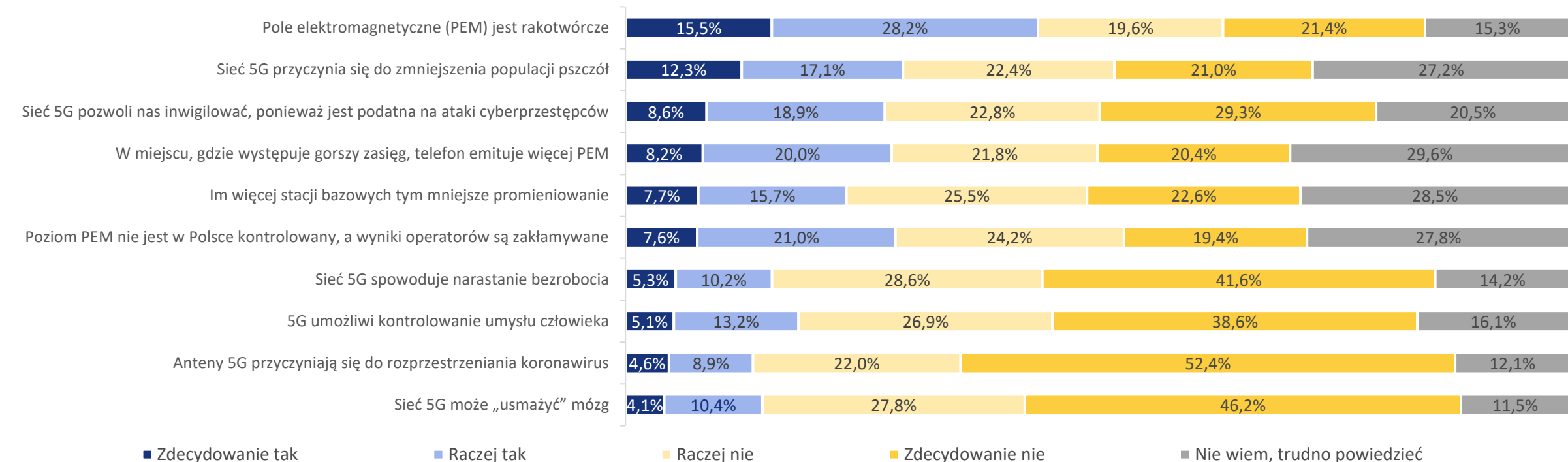
- Zdecydowanie tak
- Raczej tak
- Raczej nie
- Zdecydowanie nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Teorię, zgodnie z którą pole elektromagnetyczne ma negatywny wpływ na zdrowie człowieka, popiera blisko sześciu na dziesięciu pytanym (57,4%). Przeciwnego zdania jest 28,6% respondentów.

O zdrowie częściej obawiają się seniorzy (65,1%), natomiast negatywnego oddziaływania PEM nie potwierdza jedna trzecia mężczyzn (32,2%).

Opinie na temat sieci 5G

Czy zgadza się Pan/Pani z twierdzeniem, że:



Znających pojęcie sieci 5G poproszono o ocenę szeregu stwierdzeń na temat jej wpływu na otoczenie. Z większością z nich respondenci nie są skłonni się zgodzić, często nie są w stanie również udzielić jednoznacznej odpowiedzi. Największy odsetek pytaných jest przeciwny twierdzeniu, że anteny 5G przyczyniają się do rozprzestrzeniania koronawirusa (74,4%) oraz temu, że sieć 5G może „usmażyć” mózg (74,0%). Czterech na dziesięciu ankietowanych zgadza się z twierdzeniem, że pole elektromagnetyczne ma działanie rakotwórcze. 28,6% pytaných wierzy, że poziom PEM nie jest w Polsce kontrolowany, a wyniki operatorów są zakłamywane.

Podstawa: Respondenci, którzy słyszeli o sieci 5G, N=1469

Perspektywy wykorzystania sieci 5G

Jakie są Pana/Pani zdaniem perspektywy wykorzystania sieci 5G?



Najczęściej wskazywaną pozytywną perspektywą wykorzystania sieci 5G jest to, że 5G będzie szybsze i bardziej wydajne niż 4G – takiego zdania jest blisko połowa pytaných. Niespełna jedna trzecia widzi szansę w tym, że sieć 5G ułatwi ludziom życie. Na trzecim miejscu znalazło się oczekiwanie tego, że sieć 5G wzmocni i unowocześni polską gospodarkę.

18,0% nie widzi natomiast żadnych pozytywnych perspektyw wykorzystania sieci 5G.

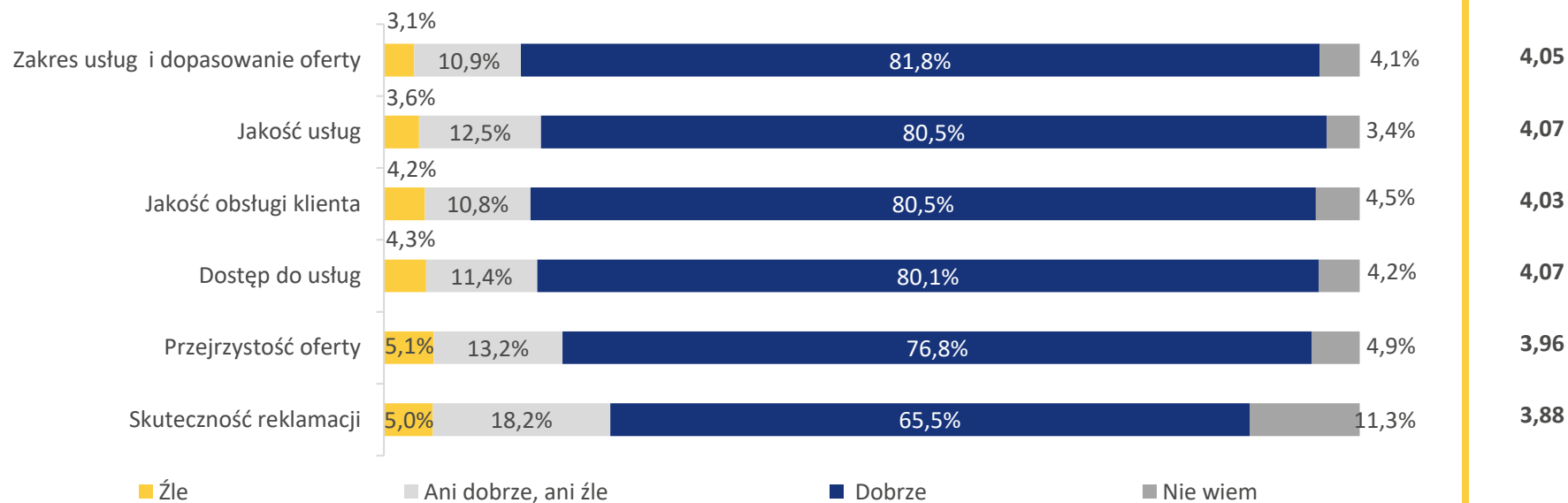
Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Ocena rynku telekomunikacyjnego



Poszczególne aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce

Na skali od 1 do 5, gdzie 1 jest wartością najniższą, proszę ocenić poniższe aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce:



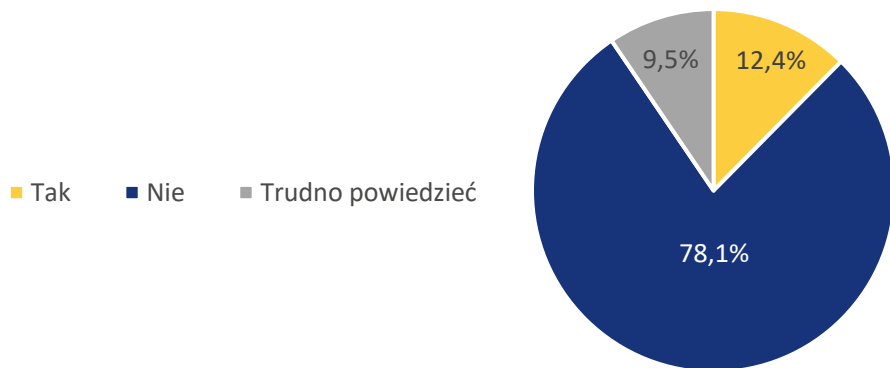
*średnią obliczono biorąc pod uwagę skalę od 1 do 5, gdzie 1 jest oceną najniższą (do średniej nie wliczono odpowiedzi „nie wiem”)

Niemal wszystkie aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce oceniane są przez badanych bardzo wysoko. Najlepiej wypadają jakość usług (średnia: 4,07; pozytywnych wskazań: 80,5%), dostęp do usług (średnia: 4,07; pozytywnych wskazań: 80,1%) oraz zakres usług i dopasowanie oferty (średnia: 4,05, pozytywnych wskazań: 81,8%). Z racji tego, że nie każdy korzystał z procesu reklamacyjnego, w tym aspekcie najwięcej jest opinii umiarkowanych (18,2% „ani dobrze, ani źle”), a 11,3% nie ma w tej kwestii zdania.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Pozytywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym

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



W ciągu ostatniego roku pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych zauważyło 12,4% badanych; częściej były to osoby ze średnim wykształceniem (14,6%). Pozytywne zmiany najczęściej obserwowane były przez osoby w wieku 15-24 lat (16,8%), 25-34 lata (16,2%), a najrzadziej przez seniorów powyżej 60. roku życia (7,3%).

Mieszkańcy miast od 200 do 500 tysięcy osób częściej obserwowali pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych (15,6%) niż mieszkańcy miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców (7,9%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

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



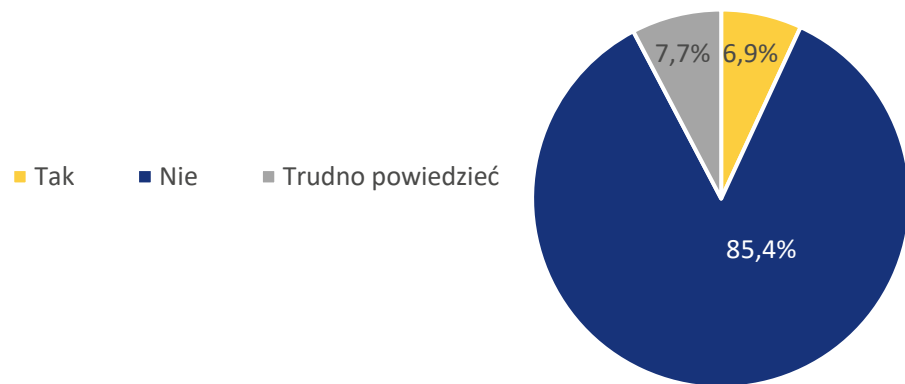
Do najczęściej obserwowanych pozytywnych zmian zaliczyć można wzrost liczby ofert (46,9%), dynamiczny rozwój technologii (38,9%) oraz lepszą obsługę klienta (28,5%).

Z pozytywnych zmian na rynku usług telekomunikacyjnych mężczyźni istotnie częściej niż kobiety zauważali większą przejrzystość usług. Zaś więcej kobiet niż mężczyzn wskazywało na poprawę jakości oferowanych usług.

Podstawa: Dostrzegający pozytywne zmiany na rynku, N=252

Negatywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym

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



Większość badanych nie dostrzegło żadnych negatywnych zmian w ciągu ostatniego roku na rynku usług telekomunikacyjnych (85,4%). Warto dodać, że największy odsetek tych osób mieszka w miastach od 100 do 200 tysięcy mieszkańców (9,4%).

6,9% odpowiadających w ciągu ostatniego roku zauważyło jakieś negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych. Poproszeni o wskazanie negatywnych zmian na rynku usług telekomunikacyjnych, najczęściej wymieniali wzrost cen (62,9%), gorszą obsługę klienta (25,1%), mniejszą liczbę ofert (20,2%) i pogorszenie jakości oferowanych usług (19,0%). Istotnie więcej kobiet niż mężczyzn wskazywało na mniejszą przejrzystość ofert oraz gorszą obsługę klienta.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

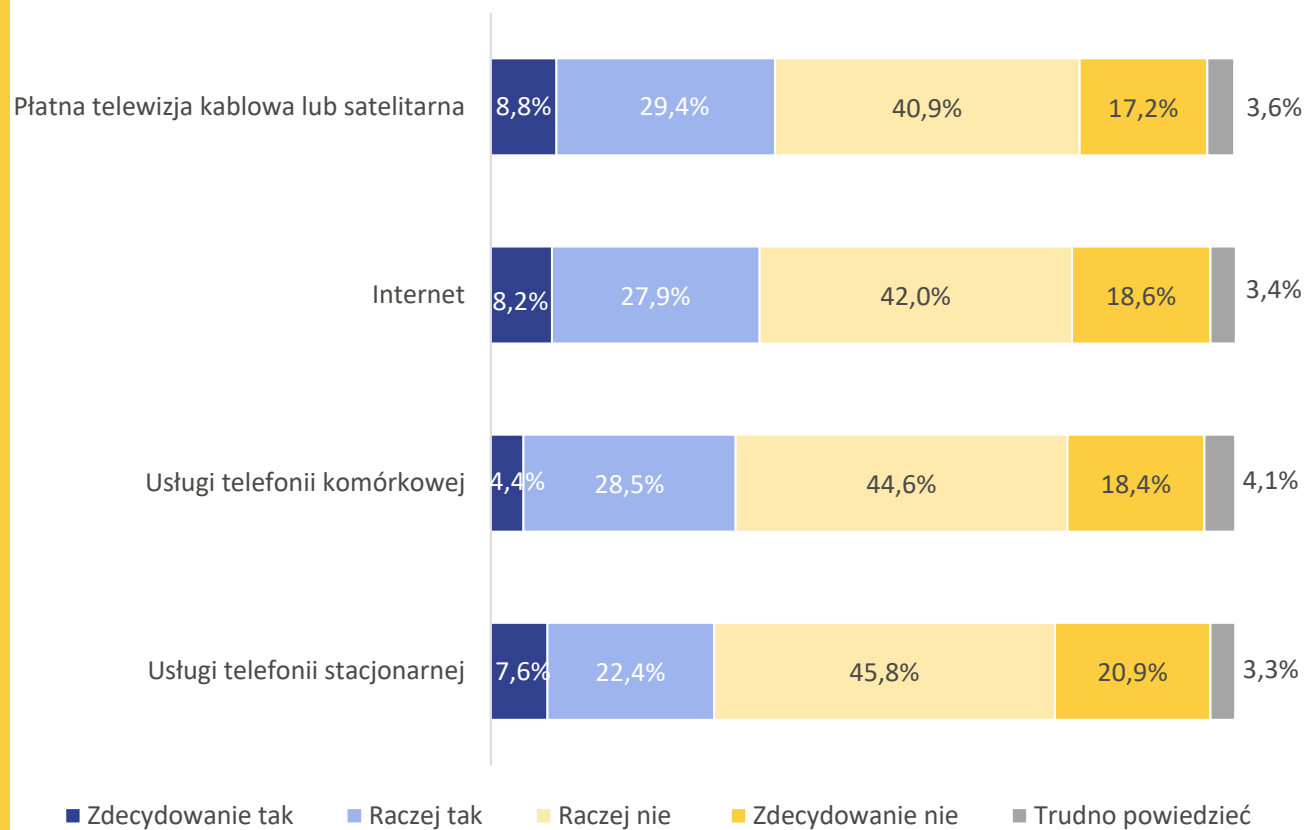
Jakie negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych zauważył/a Pan/Pani w ciągu ostatniego roku?



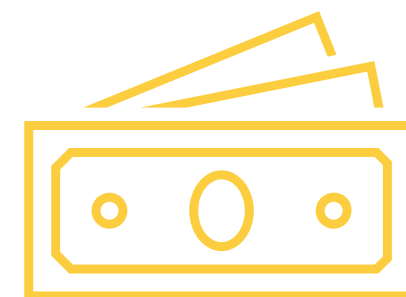
Podstawa: Dostrzegający negatywne zmiany na rynku, N=142

Ocena obciążenia budżetu gospodarstwa domowego kosztami dostępu do łączności

Czy uważa Pan/Pani, że koszty dostępu do poniższych usług łączności elektronicznej są dużym obciążeniem miesięcznego budżetu Pana/Pani gospodarstwa domowego?



38,2% respondentów korzystających z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej uznało, że jest to duże obciążenie miesięcznego budżetu ich gospodarstwa domowego (suma odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”). Niewiele mniej osób wskazało na Internet jako taki wydatek (36,1%). Usługi telefonii komórkowej stanowią duże obciążenie finansowe dla 32,9% odpowiadających, a usługi telefonii stacjonarnej dla 30,0% respondentów.



Podstawa: Korzystający z danej usługi: odpowiednio N=1083, N=1493, N=1932, N=210

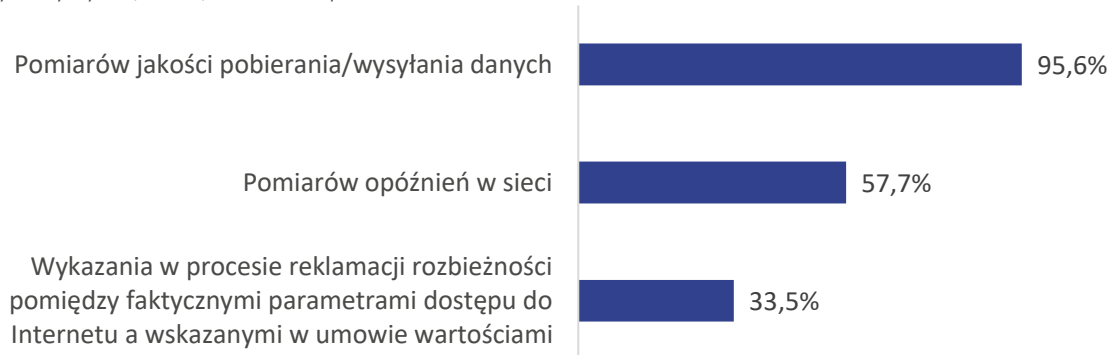
PRO Speed Test

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



Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

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

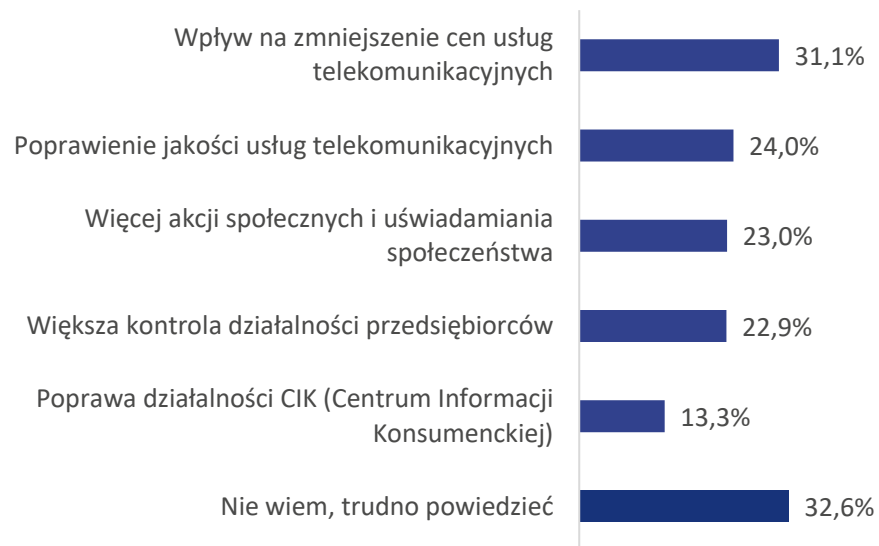


Podstawa: Respondenci, którzy słyszeli o PRO Speed Test, N=198

O PRO Speed Test słyszało 14,8% respondentów. Niemal wszyscy z nich wykorzystują go do pomiarów jakości pobierania/wysyłania danych (95,6%). Ponad połowa odpowiadających korzysta z tego mechanizmu w celu pomiarów opóźnień w sieci (57,7%).

Regulator rynku telekomunikacyjnego

Jakie działania powinien wdrożyć Regulator rynku telekomunikacyjnego?



Według badanych, Regulator rynku telekomunikacyjnego powinien przede wszystkim mieć wpływ na zmniejszenie cen usług telekomunikacyjnych (31,1%). Takiego zdania istotnie częściej są osoby w wieku 35-44 lata (35,7%) oraz osoby z wykształceniem wyższym (38,6%). Poprawienie jakości usług telekomunikacyjnych to z kolei działanie, na którego wprowadzenie czeka 24,0% respondentów. Są to głównie osoby z miast od 100 do 200 tysięcy mieszkańców (35,7%) oraz osoby z wyższym wykształceniem (32,8%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Działalność Urzędu Komunikacji Elektronicznej

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

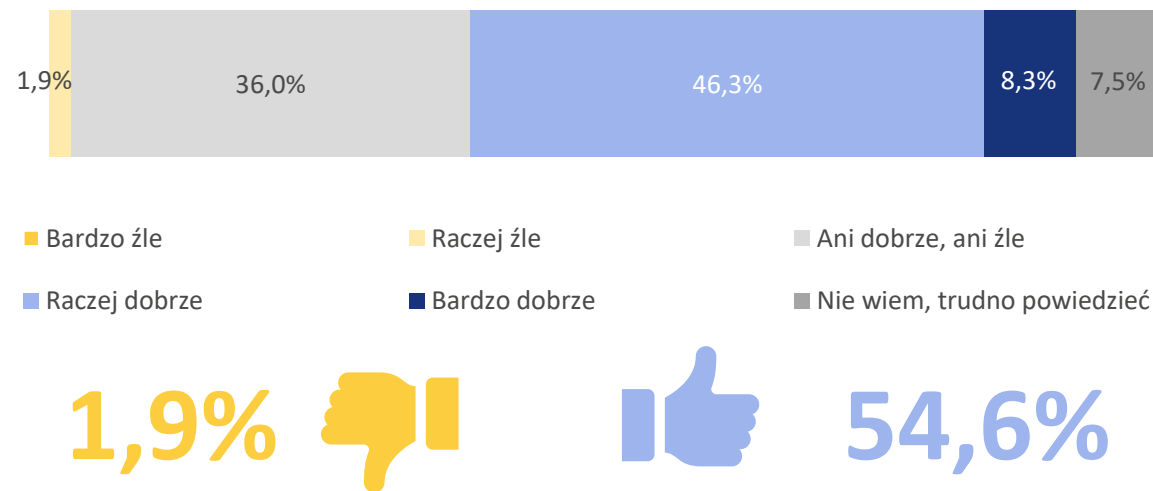


O Urzędzie Komunikacji Elektronicznej słyszała około jedna piąta klientów indywidualnych (20,2%).

Odsetek ten wzrasta wraz ze wzrostem wykształcenia. W grupie osób z wykształceniem podstawowym/gimnazjalnym instytucję tę kojarzy 5,5%, zaś w grupie osób z wykształceniem wyższym – 37,7%. Analiza odpowiedzi respondentów ze względu na wiek wykazała, iż osoby powyżej 60. roku życia znacznie rzadziej od pozostałych słyszały o działalności UKE (11,2%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Jak ocenia Pan/Pani dotychczasowe działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



Działalność UKE oceniana jest pozytywnie przez ponad połowę respondentów kojarzących tę instytucję (54,6% wskazań – suma odpowiedzi „raczej dobrze” i „zdecydowanie dobrze”). Warto zwrócić uwagę na odsetek dla odpowiedzi „ani dobrze, ani źle (postawa neutralna)”, który wynosi 36,0%. Żaden z respondentów nie ocenił bardzo źle działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej. 7,5% badanych nie ma zdania w tej kwestii lub trudno jest im odpowiedzieć.

Podstawa: Dostrzegający działalność UKE, N=395

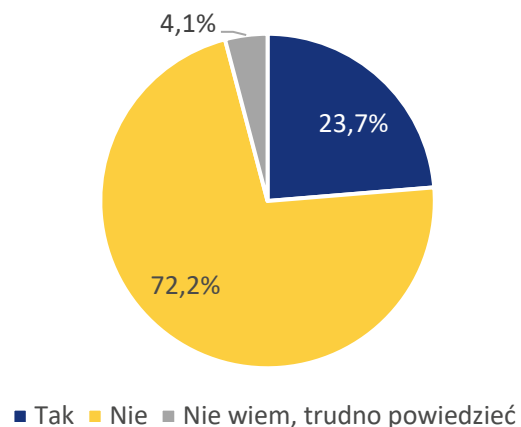
Wpływ COVID-19 na rynek telekomunikacyjny



Usługi telekomunikacyjne

Zapotrzebowanie

Czy w czasie pandemii COVID-19 wzrosło Pana/Pani zapotrzebowanie na usługi telekomunikacyjne?



Co czwarty badany wskazuje, że w czasie pandemii COVID-19 wzrosło jego zapotrzebowanie na usługi telekomunikacyjne. Przeciwnego zdania było 72,2% ankietowanych. Osoby między 15. a 24. rokiem życia częściej niż pozostali badani wskazywały na wzrost takiego zapotrzebowania (50,8%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Korzystanie z usług

Z jakich usług korzystał Pan/Pani najczęściej w czasie pandemii? Proszę wskazać maksymalnie 3.



Wśród najczęściej wybieranych usług w czasie pandemii znalazły się połączenia głosowe (45,5%), komunikatory internetowe (40,3%) oraz portale społecznościowe (34,2%).

Podstawa: Respondenci, którzy wyrazili wzrost zapotrzebowania, N=471

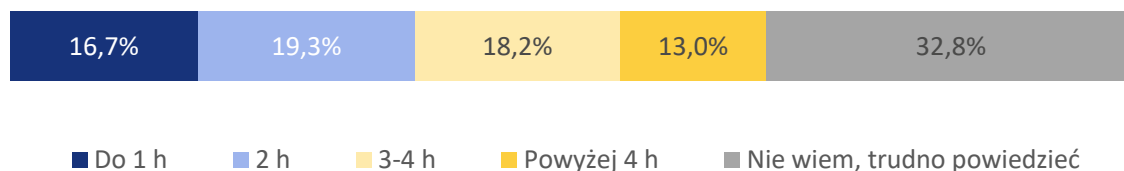
Średni czas korzystania z Internetu

Przed pandemią

Ile średnio godzin dziennie spędzał/a Pan/Pani w Internecie przed pandemią? Proszę uwzględnić również aktywności związane z pracą lub nauką.

Średnia: 3,1 h

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



Średni dzienny czas poświęcony na korzystanie z Internetu przed pandemią to 3h i 6 minut. Co trzeci badany (32,8%) nie potrafił jednoznacznie oszacować poświęconego czasu, natomiast maksymalny wskazywany czas to 15 godzin.

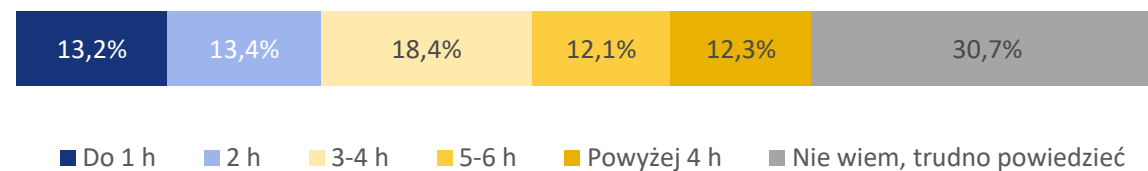
Podstawa: Respondenci korzystający z Internetu, N=1537

Podczas pandemii

Ile średnio godzin dziennie spędzał/a Pan/Pani w Internecie w czasie pandemii? Proszę uwzględnić również aktywności związane z pracą lub nauką.

Średnia: 4,1 h

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



Średni dzienny czas poświęcony na korzystanie z Internetu w czasie pandemii jest większy niż przed jej ogłoszeniem i wynosi to 4h i 6 minut. Trzech na dziesięciu badanych (30,7%) nie potrafiło jednoznacznie oszacować poświęconego czasu, natomiast maksymalny wskazywany czas to 15 godzin.

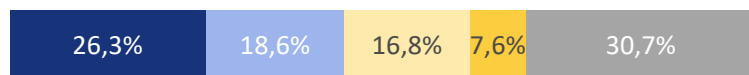
Podstawa: Respondenci korzystający z Internetu, N=1537

Dzienny podział korzystania z Internetu

Aktywność związana z zakupami, rozrywką

Średnia: 2,9 h

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



- Do 1 h
- 1-2 h
- 2-3 h
- Powyżej 3 h
- Nie wiem, trudno powiedzieć

W czasie pandemii czas, jaki użytkownicy Internetu przeznaczali na korzystanie z sieci w celu dokonywania zakupów czy rozrywki to średnio 2h i 54 minuty.

Aktywność związana ze szkołą, nauką

Średnia: 54 minuty

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



- Brak aktywności
- 1 h
- Powyżej 2 h
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Najmniejszą ilość czasu internauci przeznaczali na aktywności związane ze szkołą i nauką – średni poświęcony czas w ciągu dnia na tę aktywność to 54 minuty. Najwięcej czasu na naukę poświęciły osoby od 15. do 24. roku życia – średnio 2h i 30 minut.

Podstawa: Respondenci korzystający z Internetu, N=1537

Aktywność związana z pracą

Średnia: 1,6 h

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



- Brak aktywności
- 1-2 h
- Powyżej 3 h
- Nie wiem, trudno powiedzieć

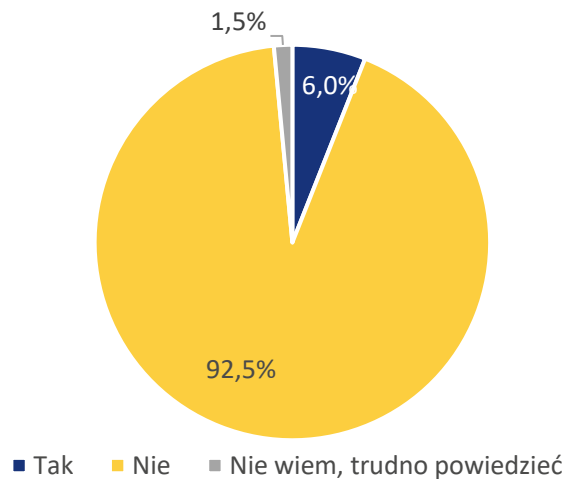
Blisko połowa internautów (46,9%) w czasie pandemii nie korzystała z Internetu w celach służbowych. Osoby, które deklarowały taką aktywność, średnio poświęcały na nią 1h i 36 minut dziennie.

Podstawa: Respondenci korzystający z Internetu, N=1537

Internet stacjonarny vs. mobilny

Internet stacjonarny

Czy okres pandemii ma wpływ na wybór przez Pana/Panią usług Internetu stacjonarnego?

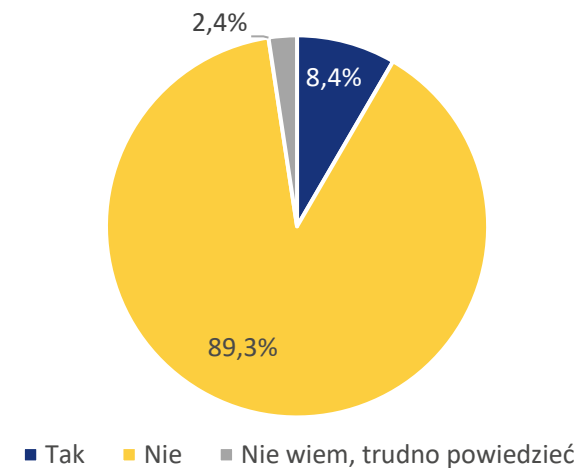


Zdaniem większości badanych, którzy posiadają dostęp do Internetu stacjonarnego, okres pandemii nie miał wpływu na wybór tego typu usługi.

Podstawa: Respondenci posiadający dostęp do Internetu stacjonarnego, N=758

Internet mobilny

Czy okres pandemii ma wpływ na wybór przez Pana/Panią usług Internetu mobilnego?

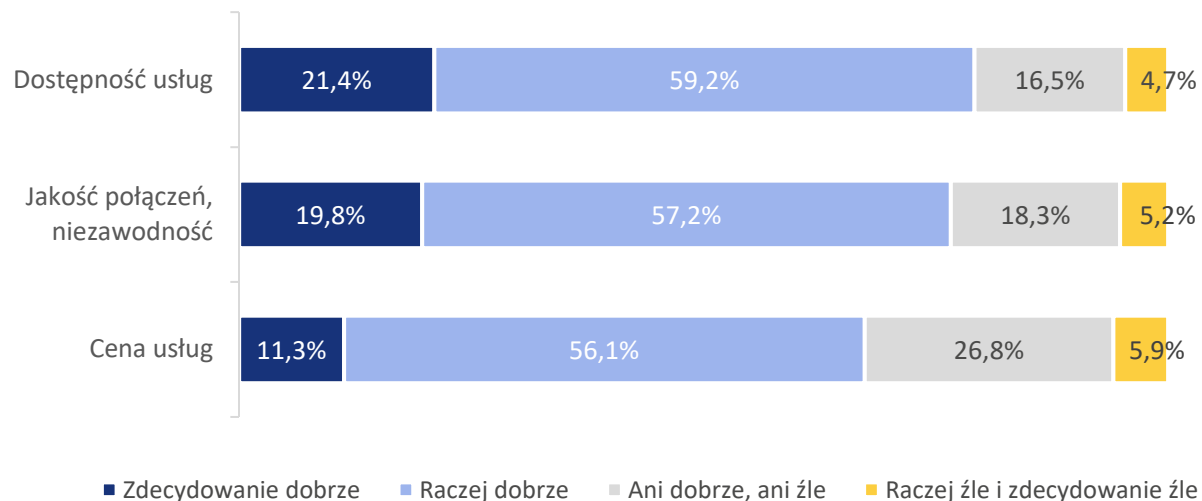


Badani, którzy posiadają dostęp do Internetu mobilnego uważają, że okres pandemii nie miał wpływu na wybór tego typu usługi. Przeciwnego zdania jest 8,4% respondentów.

Podstawa: Respondenci posiadający dostęp do Internetu mobilnego, N=1470

Ocena usług telekomunikacyjnych podczas pandemii

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

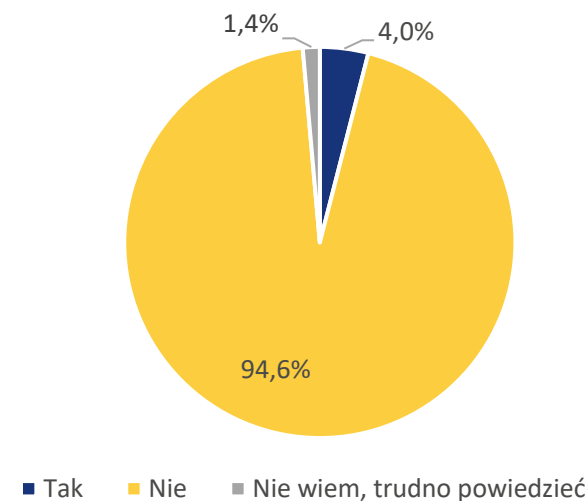


Respondenci pozytywnie oceniają usługi telekomunikacyjne podczas pandemii pod względem trzech aspektów: dostępności, jakości połączenia oraz ceny. Odsetek pozytywnych wskazań był zbliżony, nieco mniej pozytywnych odpowiedzi odnotowano w przypadku oceny oferty cenowej (67,4%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Wpływ COVID-19 na zmianę oferty telekomunikacyjnej

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

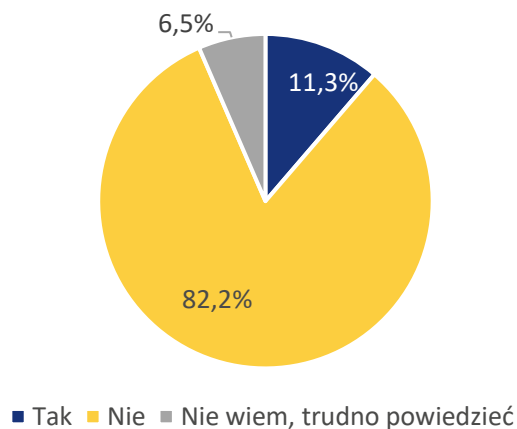


Zdaniem większości badanych (94,6%) pandemia COVID-19 nie miała wpływu na wybór lub zmianę oferty telekomunikacyjnej. Przeciwnego zdania było zaledwie 4,0% ankietowanych.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Połączenia głosowe

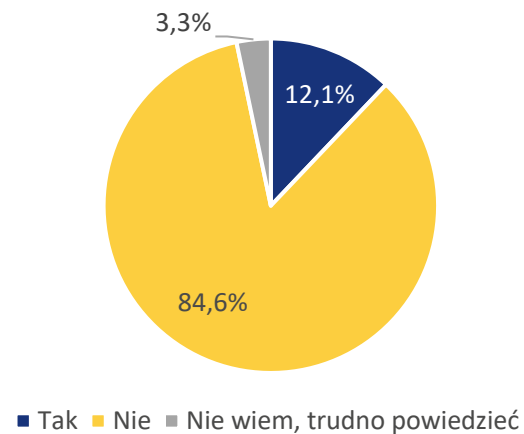
Czy połączenia głosowe w sieciach stacjonarnych trwają dłużej niż w okresie przed pandemią?



Co dziesiąty badany (11,3%) korzystający z telefonu stacjonarnego potwierdza, że połączenia głosowe obecnie trwają dłużej niż w okresie przed pandemią. Jednak większość osób jest przeciwnego zdania (82,2%).

Częstotliwość wysyłania SMS-ów

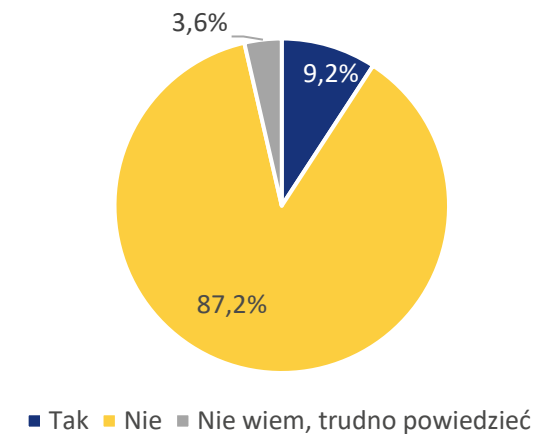
Czy wysyła Pan/Pani więcej SMS-ów niż przed pandemią?



Co ósma osoba, która korzysta z telefonu komórkowego (12,1%) potwierdza, że obecnie wysyła więcej SMS-ów niż przed okresem pandemii.

Częstotliwość wysyłania MMS-ów

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



Podobny odsetek respondentów korzystających z telefonu komórkowego (9,2%) obecnie wysyła więcej MMS-ów niż przed okresem pandemii. Tak jak w przypadku wiadomości SMS, większość użytkowników telefonii komórkowej nie zwiększyła częstotliwości wysyłania zdjęć.

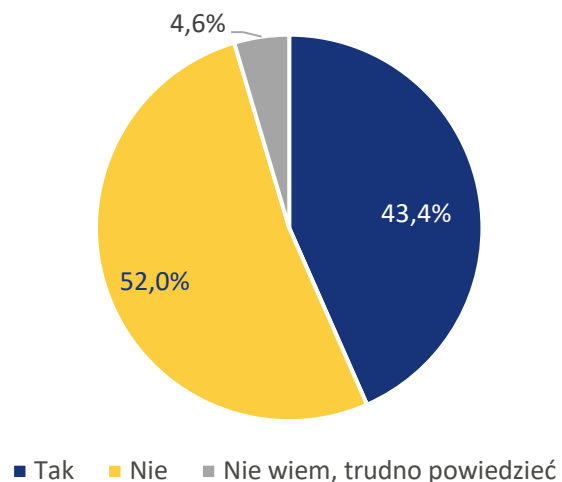
Podstawa: Respondenci korzystający z telefonu stacjonarnego, N=210

Podstawa: Respondenci korzystający z telefonu komórkowego, N=1932

Podstawa: Respondenci korzystający z telefonu komórkowego, N=1932

Komunikatory internetowe

Czy częściej korzysta Pan/Pani z komunikatorów internetowych niż przed pandemią?



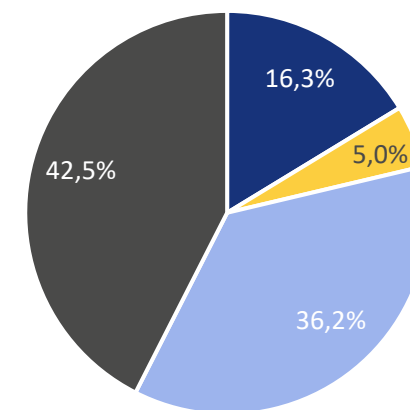
Zdania w zakresie częstotliwości korzystania z komunikatorów internetowych w czasie i przed pandemią są podzielone. Ponad połowa (52,0%) osób korzystających z takich aplikacji wskazuje, że nie używa tego typu komunikatorów częściej niż przed pandemią. Przeciwnego zdania jest 43,4% użytkowników. Osoby w wieku 15-24 lata częściej niż pozostali odpowiadają twierdząco (64,8%).

Podstawa: Respondenci korzystający z komunikatorów internetowych, N=1237

Aplikacje i programy wideokonferencji

Czy w czasie trwania pandemii korzysta Pan/Pani z aplikacji i programów wideokonferencji:

- Więcej
- Mniej
- Tak samo
- Nie używam takich aplikacji i programów

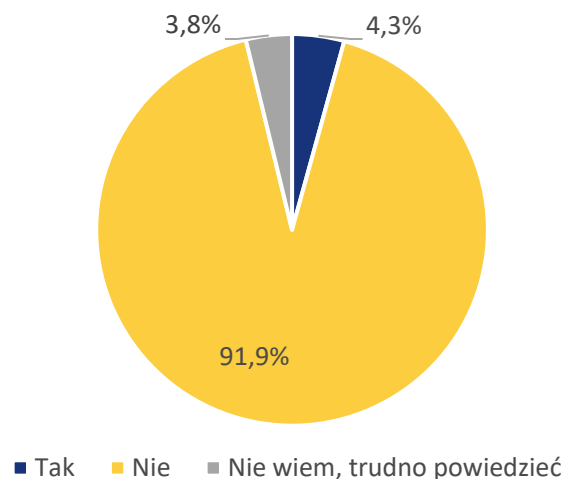


Czterech na dziesięciu badanych (42,5%) przyznaje, że w czasie trwania pandemii nie korzysta z programów wideokonferencji. Co trzeci ankietowany (36,2%) deklaruje, że częstotliwość korzystania przez niego z tego typu aplikacji nie uległa zmianie. Natomiast co szósty badany (16,3%) obecnie korzysta z nich częściej niż przed pandemią.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Problemy związane z usługami telekomunikacyjnymi

Czy w czasie trwania pandemii spotkał/a się Pan/Pani z jakimiś problemami dotyczącymi usług telekomunikacyjnych?



Zdecydowana większość badanych (91,9%) w czasie pandemii nie spotkała się z problemami dotyczącymi usług telekomunikacyjnych.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Problemy związane z usługami telekomunikacyjnymi

Z jakimi problemami w związku ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych spotkał/a się Pan/Pani podczas pandemii COVID-19?



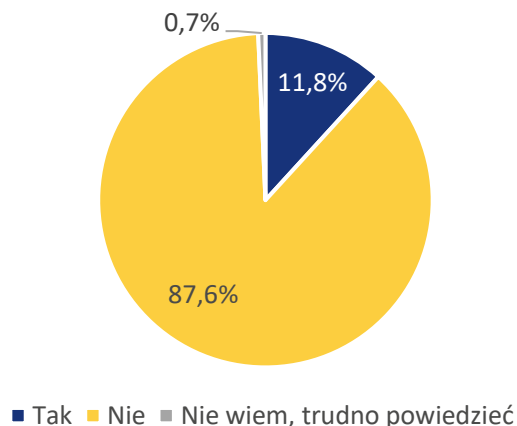
Wśród badanych, którzy w czasie pandemii doświadczyli problemów dotyczących usług telekomunikacyjnych, najczęściej pojawiały się trudności związane z pogorszeniem jakości oferowanych usług (36,8%) oraz wzrostem cen (33,7%).

Podstawa: Respondenci, którzy napotkali problemy dotyczące usług telekomunikacyjnych, N=86

Praca zdalna

Wykonywanie pracy zdalnej w czasie pandemii

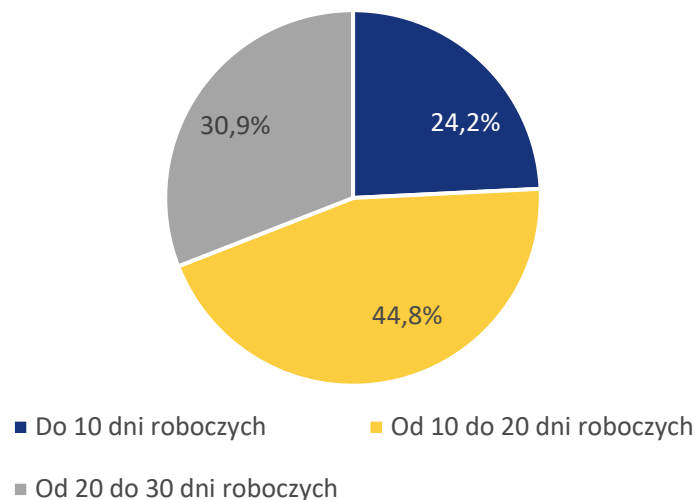
Czy podczas trwania pandemii świadczył/a Pan/Pani pracę zdalną?



Co dziesiąty badany (11,8%) przyznaje, że w czasie trwania pandemii wykonywał swoją pracę w domu. Częściej dotyczyło to kobiet (14,2%) oraz osób między 25. a 44. rokiem życia (odpowiednio osoby w wieku 25-34 lat: 20,6%, a 35-44 lata: 19,8%).

Wymiar pracy zdalnej

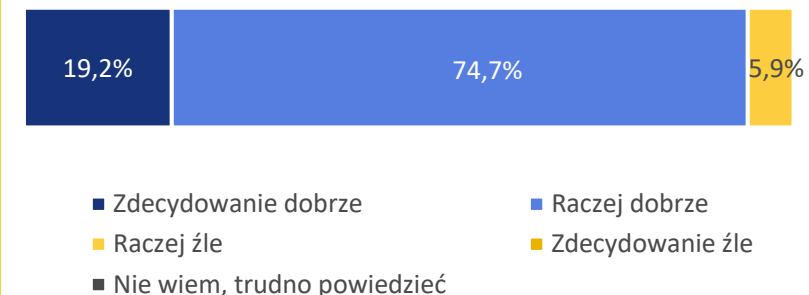
W jakim wymiarze przeciętnie w skali miesiąca świadczył/a Pan/Pani pracę zdalną?



Osoby, które pracowały w systemie zdalnym, najczęściej wykonywały swoją pracę w tej formie od 10 do 20 dni roboczych (44,8%). Co czwarta osoba (24,2%) z domu pracowała maksymalnie 10 dni roboczych, a co trzecia (30,9%) od 20 do 30 dni roboczych.

Jakość usług telekomunikacyjnych

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



Większość badanych (93,9%), którzy świadczyli pracę zdalną, pozytywnie ocenia jakość usług telekomunikacyjnych wykorzystywanych podczas pracy. Odnotowano zaledwie 5,9% negatywnych ocen.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

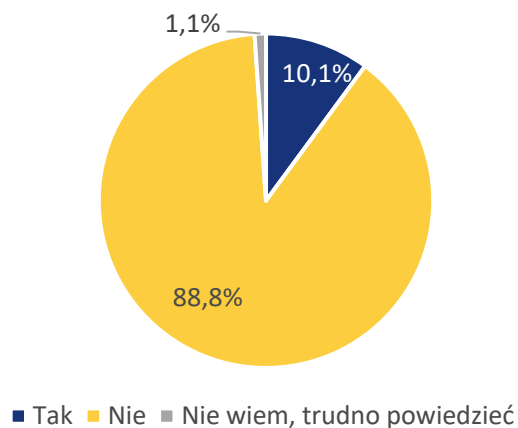
Podstawa: Respondenci świadczący pracę zdalną, N=246

Podstawa: Respondenci świadczący pracę zdalną, N=246

Szkolenia on-line

Korzystanie z e-learningu

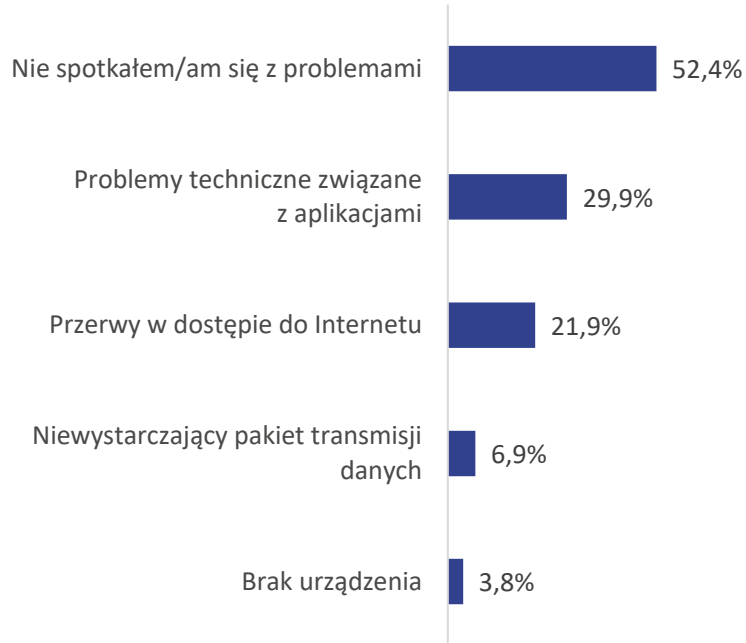
Czy podczas trwania pandemii korzysta Pan/Pani z e-learningu (szkolenia on-line)?



Niewielki odsetek badanych korzystał ze szkoleń on-line w trakcie pandemii. Częściej taką deklarację składały kobiety (12,0%) oraz osoby w wieku 15-24 lata (34,3%).

Problemy związane ze szkoleniami on-line

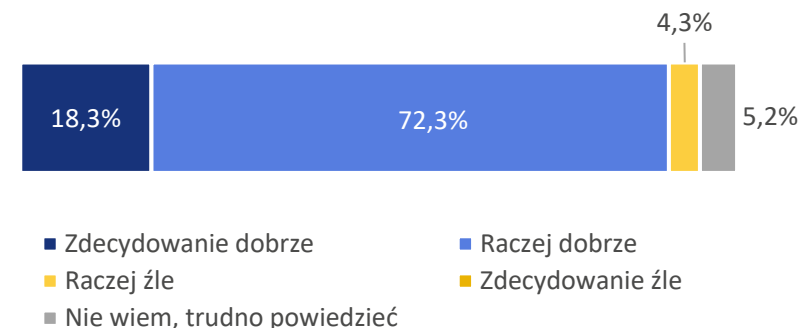
Z jakimi problemami w związku ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych spotkał/a się Pan/Pani podczas pandemii COVID-19?



Ponad połowa osób (52,4%), które korzystały z e-learningu nie napotkała żadnych problemów. Co trzeci badany (29,9%) wskazywał na problemy techniczne, a co piąty (21,9%) na przerwy w dostępie do Internetu.

Ocena e-learningu

Jak ocenia Pan/Pani jakość świadczonych usług telekomunikacyjnych podczas e-learningu (szkolenia on-line)?



Zdecydowana większość osób, które w trakcie pandemii korzystały ze szkoleń on-line, oceniają je pozytywnie (90,6%). Odnotowano zaledwie 4,3% wskazań negatywnych.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

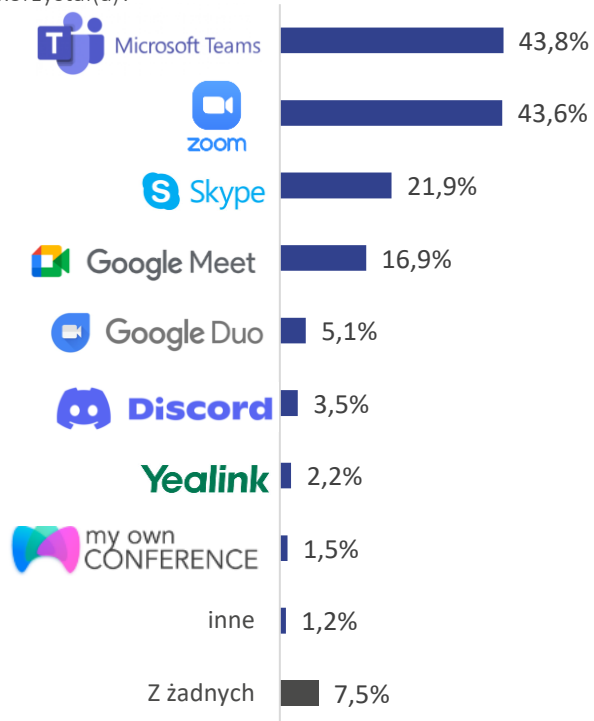
Podstawa: Respondenci, którzy korzystali z e-learningu, N=206

Podstawa: Respondenci, którzy korzystali z e-learningu, N=206

Aplikacje i programy wideokonferencyjne

Korzystanie z aplikacji wideokonferencyjnych

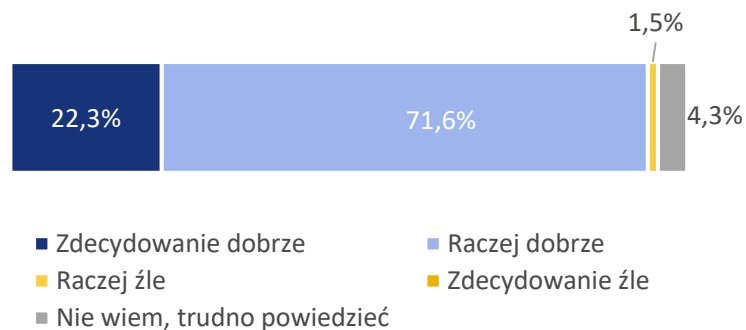
Z jakich aplikacji i programów wideokonferencyjnych Pan/Pani korzysta/korzystał(a)?



Najbardziej popularną aplikacją wśród osób, które wykonują swoją pracę z domu, jest Microsoft Teams (43,8%) oraz Zoom (43,6%). Co piąty z nich wskazał na Skype (21,9%), a co szósty na Google Meet (16,9%).

Jakość połączenia

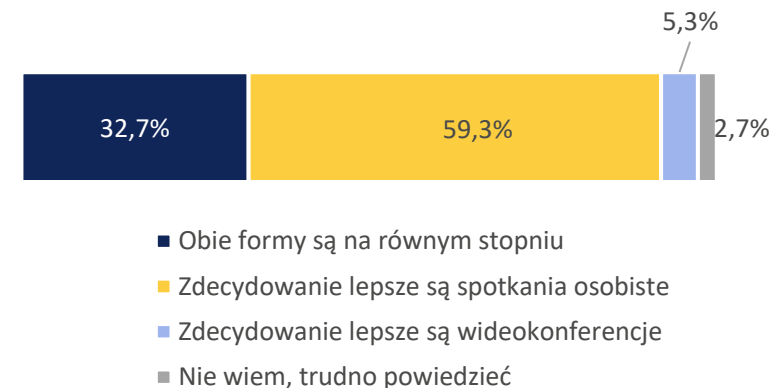
Jak ocenia Pan/Pani jakość połączenia podczas korzystania z programów do wideokonferencji?



Większość badanych, korzystających z aplikacji wideokonferencyjnych, pozytywnie ocenia jakość połączenia (93,9%).

Kontakt

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



Sześciu na dziesięciu użytkowników aplikacji wideokonferencyjnych jest zdania, że kontakty osobiste są lepsze, przeciwnego zdania jest zaledwie 5,3%. Sporą grupę stanowią użytkownicy aplikacji, którzy spotkania on-line i osobiste traktują jako równorzędne (32,7%).

Podstawa: Respondenci, którzy świadczyli pracę zdalną lub korzystali z e-learningu N=344

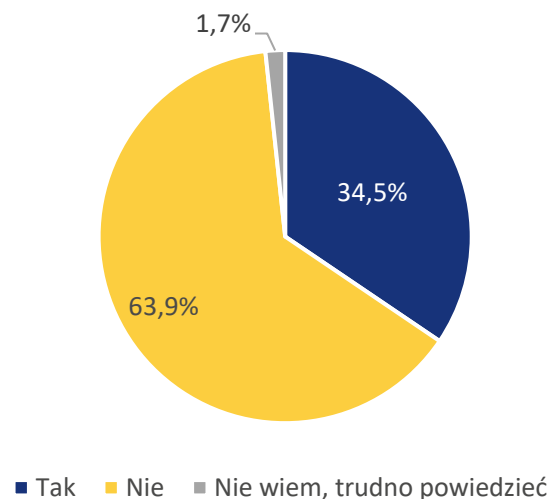
Podstawa: Respondenci, którzy korzystali z aplikacji wideokonferencyjnych, N=318

Podstawa: Respondenci, korzystający z aplikacji wideokonferencyjnych, N=318

Handel elektroniczny

Korzystanie z handlu elektronicznego

Czy podczas trwania pandemii korzystał/a Pan/Pani z handlu elektronicznego (sprzedawanie i kupowanie przez Internet)?

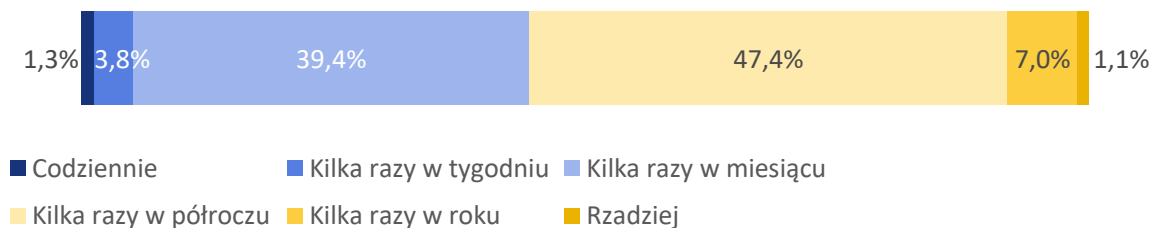


Co trzeci badany w czasie pandemii korzystał lub nadal korzysta z handlu elektronicznego (34,5%). Najczęściej taką deklarację składały osoby do 44. roku życia. Większość starszych osób (powyżej 60. lat) nie kupowała ani nie sprzedawała nic za pośrednictwem Internetu (92% wskazań na odpowiedź „nie”).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Częstotliwość

Z jaką częstotliwością korzysta Pan/Pani z handlu elektronicznego (sprzedawanie i kupowanie przez Internet) podczas trwania pandemii?



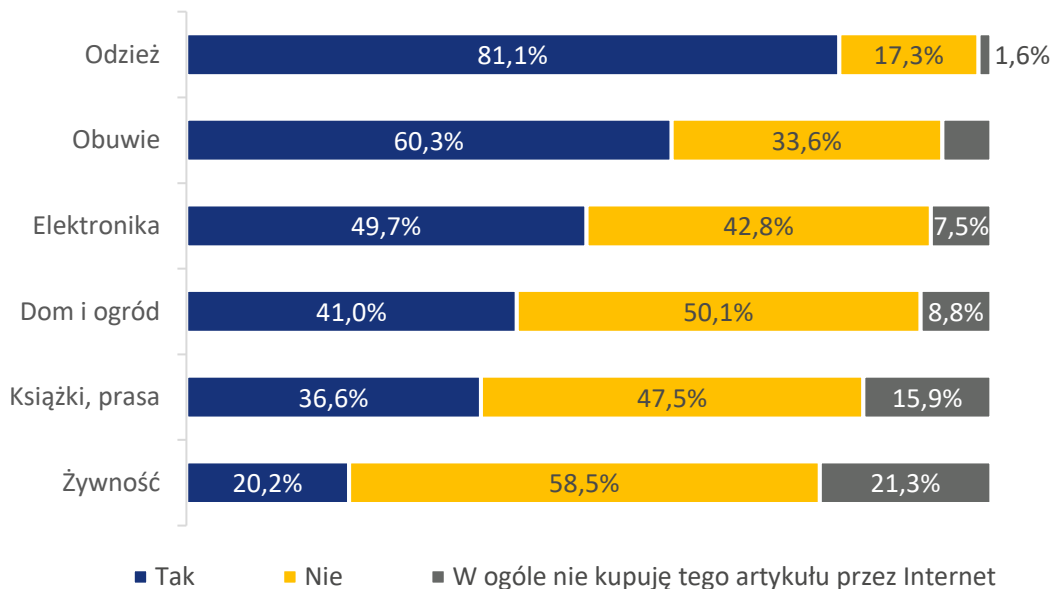
Wśród badanych korzystających z handlu elektronicznego w czasie pandemii dominują osoby, które dokonują transakcji kupna bądź sprzedaży kilka razy w półroczu (47,4%). Nieco mniej ankietowanych wskazało na odpowiedź „kilka razy w miesiącu” – 39,4%.

Podstawa: Respondenci, którzy korzystali z handlu elektronicznego, N=684

Handel elektroniczny

Kategorie produktów przed i w czasie pandemii

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

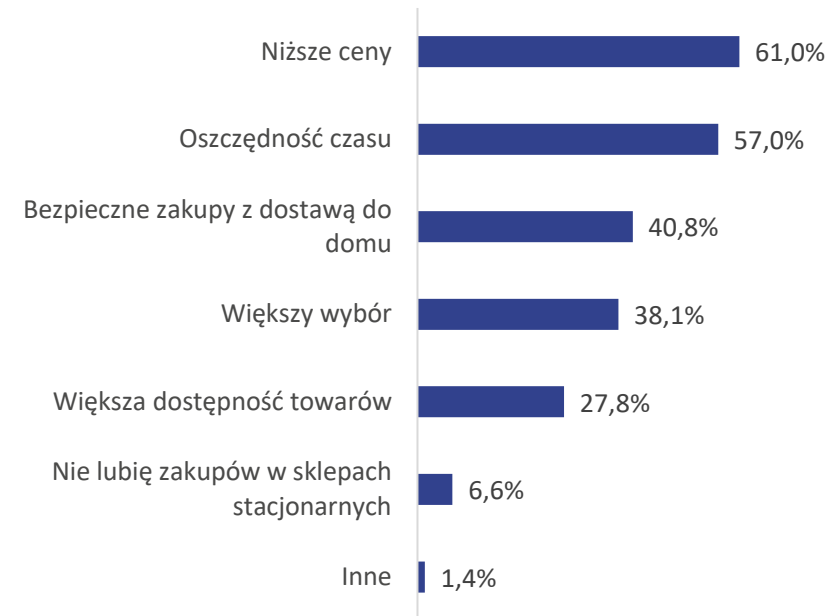


Respondenci korzystający z handlu elektronicznego obecnie zdecydowanie częściej niż przed pandemią kupują za pośrednictwem Internetu odzież (81,1%) oraz obuwie (60,3%). Najrzadziej kupowanym produktem przez Internet jest żywność (21,3% badanych w ogóle nie kupuje tego artykułu przez Internet).

Podstawa: Respondenci, którzy korzystali z handlu elektronicznego, N=684

Powody zakupów w sieci

Co sprawiło, że zdecydował/a się Pan/Pani na zakupy w sieci?



Głównymi powodami, dla których badani zdecydowali się na zakup w sieci, były niższe ceny (61,0%) oraz oszczędność czasu (57,0%). Dość często ankietowani wskazywali na bezpieczeństwo – zakupy z dostawą do domu (40,8%) oraz szeroki asortyment (38,1%).

Podstawa: Respondenci, którzy korzystali z handlu elektronicznego, N=684

Rozrywka

Rozrywka w czasie pandemii

Jak często korzysta Pan/Pani z rozrywki w Internecie podczas trwania pandemii?



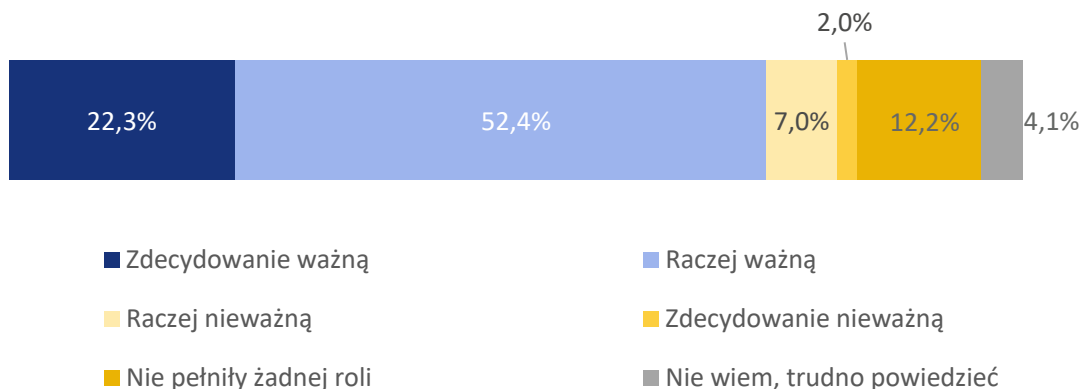
Największą grupę badanych stanowią osoby, które w czasie pandemii korzystają z rozrywki w Internecie codziennie (31,1%) – częściej na tę odpowiedź wskazywali mężczyźni (33,5%) oraz mieszkańcy obszarów wiejskich (34,8%). Jedna czwarta to ankietowani, którzy deklarowali korzystanie z sieci w celu rozrywki kilka razy w tygodniu (24,4%) – tutaj dominują osoby z wykształceniem średnim (26,7%) oraz wyższym (36,0%). Co piąty respondent przyznał, że w tym celu korzysta z Internetu rzadziej niż kilka razy w roku (18,0%) – szczególnie często odpowiedź ta pojawiała się w grupie osób w wieku 60+ (40,8%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Rola usług telekomunikacyjnych

Przed pandemią

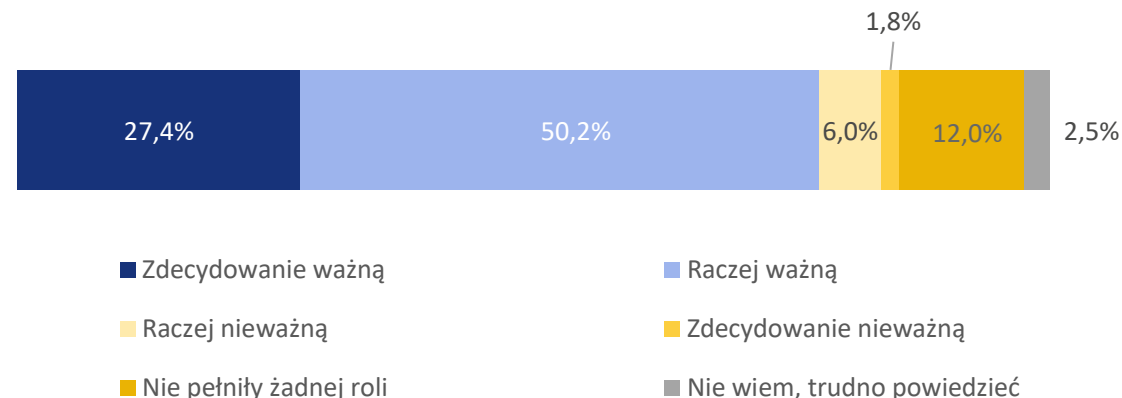
Proszę powiedzieć, jaką rolę pełniły usługi telekomunikacyjne w Pana/Pani życiu codziennym przed pandemią?



Usługi telekomunikacyjne przed pandemią pełniły ważną rolę w życiu codziennym 75,7% badanych. Zaledwie co dziesiąty ankietowany (9,0%) był odmiennego zdania.

W czasie pandemii

Proszę powiedzieć, jaką rolę pełnią usługi telekomunikacyjne w Pana/Pani życiu codziennym podczas pandemii?



Podobny odsetek badanych wskazał na istotną rolę usług telekomunikacyjnych w życiu codziennym również podczas pandemii (77,6%). Zdaniem co ósmego ankietowanego nie pełniły one żadnej roli (12,0%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=2000

Podsumowanie



Telefonia komórkowa

Z usługi telefonii komórkowej korzysta 96,9% badanych. Większość używa smartfonów (78,0%), a preferowanym typem oferty jest abonament, wybierany przez siedmiu na dziesięciu użytkowników (70,0%). Średni miesięczny rachunek za telefon komórkowy wynosi 54,00 zł. Niewielki odsetek badanych zmienił w ostatnim roku operatora, natomiast sama zmiana oceniana była dobrze.

Trzy czwarte posiadaczy telefonów komórkowych korzysta z usługi Internetu w telefonie, najczęściej w formie abonamentu. Internet mobilny wykorzystywany jest głównie do przeglądania stron www, a także w celu korzystania z portali społecznościowych oraz komunikatorów.

Około 11% respondentów wyjeżdżało do innych krajów UE w ostatnim roku, a będąc za granicą przeważnie korzystali oni z roamingu. Dwie trzecie użytkowników zna wielkość pakietu możliwego do wykorzystania za granicą, a niespełna jedna trzecia wszystkich respondentów wie, jak sprawdzić wielkość pakietu danych. 30,1% słyszało o zasadzie RLAH.

Niemal trzy czwarte użytkowników spotkało się z powiadomieniami systemowymi (A2P), które dotyczyły przede wszystkim alertów RCB. Tego typu SMSy informacyjne są pozytywnie oceniane przez badanych, a akceptowana przez 36,5% badanych liczba powiadomień to przeważnie do kilku wiadomości w miesiącu.

Telefonia stacjonarna

Z telefonii stacjonarnej korzysta 10,1% badanych, a ponad czterech użytkowników na dziesięciu posiada telefon stacjonarny z przyzwyczajenia. Przeważnie wykorzystują go kilka razy w tygodniu i nie chcieliby zrezygnować z telefonu stacjonarnego na rzecz mobilnego (37,3%).

Użytkownicy telefonii stacjonarnej wysoko oceniają jej dostępność, jakość połączeń oraz ofertę cenową. Ich średnie rachunki wynoszą miesięcznie 36,60 zł.

Korzystanie z Internetu

77,3% badanych korzysta z Internetu: 95,1% ma Internet mobilny w telefonie, a połowa posiada dostęp stacjonarny.

Internet wykorzystywany jest najczęściej do przeglądania stron internetowych, korzystania z portali społecznościowych oraz do komunikacji. Zdecydowana większość badanych jest zdania, że posiadany dostęp pozwala na użytkowanie wszystkich usług internetowych na zadowalających poziomie.

Internet stacjonarny

Powodem posiadania Internetu stacjonarnego są przede wszystkim stabilne łącze (53,8%) i wygoda użytkowania (49,7%). Blisko dwie trzecie posiadaczy nie zrezygnowałoby z tej usługi; wśród ewentualnych powodów rezygnacji wymieniane jest pogorszenie jakości łącza (16,8%).

Średnia miesięczna wysokość rachunku za Internet stacjonarny wynosi 62,10 zł. Dla ponad połowy użytkowników, najczęstszym powodem posiadania danej prędkości łącza, jest brak potrzeby posiadania wyższych parametrów.

Internet mobilny

Główną zaletą posiadania Internetu mobilnego jest możliwość użytkowania go w dowolnym miejscu (42,9%). Blisko jedna trzecia otrzymała usługę w pakiecie z Internetem stacjonarnym lub telefonem.

Ponad 40% użytkowników nie byłoby skłonnych zrezygnować z tej usługi. 18,0% rozważyłoby zmianę w przypadku pogorszenia zasięgu sieci mobilnej.

Średnia miesięczna wysokość opłat za Internet mobilny wynosi 38,20 zł. Jedna trzecia deklaruje, że nie posiada limitu transferu danych. O wyborze prędkości decydują przede wszystkim brak potrzeby większego limitu (48,9%) oraz cena (36,8%).

Telewizja

Telewizja użytkowana jest przez 89,9% badanych. Ponad jedna trzecia korzysta z bezpłatnej telewizji naziemnej, z kolei 5,7% korzysta ze źródeł internetowych.

Powodem korzystania z płatnej telewizji jest przede wszystkim większa liczba kanałów, wskazana przez 45,7%. Większość nie jest skłonna zapłacić więcej za usługę telewizyjną (56,7%).

Dwie trzecie użytkowników płatnej telewizji nie byłoby skłonne do rezygnacji z niej na rzecz bezpłatnej usługi naziemnej. 55,6% korzystających z telewizji nie przewiduje też możliwości zastąpienia bezpłatnej TV usługami OTT.

Usługi wiązane

Niespełna jedna trzecia badanych korzysta z pakietu usług wiązanych. Najczęściej jest to pakiet dwóch usług, w jego skład przeważnie wchodzi Internet stacjonarny i telewizja. Na taki pakiet usług wiązanych respondenci miesięcznie wydają średnio 112,30 zł. Korzystający z tego typ oferty są zadowoleni ze wszystkich jej aspektów.

Bezpieczeństwo w sieci

Ponad połowa badanych deklaruje, iż korzysta z programów antywirusowych chroniących komputer, natomiast czterech na dziesięciu zabezpiecza w ten sposób swój telefon. Również aktualne oprogramowanie częściej instalowane jest na laptopie czy tablecie niż telefonie komórkowym.

48,0% nie wie w jaki sposób sprawdzić czy połączenie z Internetem jest bezpieczne. Blisko jedna trzecia internautów przyznaje też, że nie czyta regulaminów.

Dla większości pytaných prywatność w sieci ma duże znaczenie, a co trzeci korzysta z rozwiązań zwiększających jej poziom. Połowa deklaruje też, że ma świadomość udostępniania przez siebie danych w sieci internetowej. Jeśli są one udostępniane to najczęściej instytucjom publicznym (30,9%).

Usługi Over The Top

15,5% badanych spotkało się z pojęciem usług Over The Top. Czterech na dziesięciu respondentów nie korzysta z żadnych usług OTT (37,7%), zaś przez korzystających zdecydowanie najczęściej wskazywane są usługi komunikacyjne. 38,0% najchętniej korzystałoby z obu rodzajów usług. Blisko dwie trzecie pytaných korzysta z komunikatorów w telefonie, których największą zaletą jest darmowość aplikacji. W przypadku połączeń głosowych, badani nadal wolą komunikować się w sposób tradycyjny, jednak w przypadku usługi SMS czy MMS chętnie wykorzystują aplikacje.

Jedna czwarta korzystających z płatnej TV zdecydowałaby się na dodatkową subskrypcję wideo. Korzystający z usług wideo OTT najczęściej oglądają filmy (77,8%) i seriale (57,9%). Co czwarty użytkownik z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej mógłby rozważyć całkowitą rezygnację z usług tradycyjnej telewizji na rzecz wideo OTT.

Głównym czynnikiem branym pod uwagę przy wyborze dostawcy jest cena za subskrypcję (44,5%). Porównując różne aspekty tradycyjnej oferty telewizyjnej oraz usługi OTT, bardziej pozytywne noty przyznawane są ofercie streamingowej.

Usługi IoT

Większości badanych (88,0%) pojęcie Internetu rzeczy było obce. Osoby znające pojęcie IoT, najczęściej spotkały się z zastosowaniami związanymi z inteligentnymi domami (49,9%) oraz monitorowaniem środowiska i zagrożeń (48,9%). Z kolei za najbardziej przydatne uznano możliwości ich wykorzystania w ochronie zdrowia (51,9%), a największa korzyść to korzystanie z aplikacji i powiadomień dotyczących zagrożeń (62,2%).

Sieć 5G

73,8% respondentów spotkało się z pojęciem „sieci 5G”. Pytani o budowę maszty telekomunikacyjnego w pobliżu miejsca zamieszkania, badani niechętnie by go tam widzieli (54,6% przeciwników).

Opinie dotyczące szkodliwości promieniowania z nadajników są zróżnicowane – obawy podziela blisko sześciu na dziesięciu badanych, a 28,6% zaprzecza, by było one chorobotwórcze. Natomiast niemal połowa badanych jest zdania, że 5G będzie szybsze i wydajniejsze niż 4G.

Ocena rynku telekomunikacyjnego

Najwyżej ocenianymi aspektami funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego są dostęp do usług (czyli możliwość wyboru różnorodnych operatorów i usług) oraz ich jakość

12,4% zaobserwowało pozytywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym w ostatnim roku, z których najczęściej wskazywaną była większa liczba ofert (46,9%). Negatywne zmiany wskazało 6,9% pytanych – wśród nich dominował wzrost cen (62,9%).

O działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej słyszało 20,2% klientów indywidualnych. Nieco ponad pięć osób na dziesięć ocenia ją pozytywnie.

Wpływ COVID-19 na rynek telekomunikacyjny

Co czwarty badany wskazuje, że w czasie pandemii COVID-19 wzrosło jego zapotrzebowanie na usługi telekomunikacyjne. Średni czas korzystania z Internetu był wyższy o godzinę. Przede wszystkim wzrosło zainteresowanie połączeniami głosowymi i korzystaniem z komunikatorów internetowych.

Okres pandemii nie wpłynął istotnie na wybór usługi Internetu stacjonarnego czy mobilnego ani na zmianę oferty telekomunikacyjnej. Usługi te oceniane były natomiast bardzo pozytywnie.

Okolo 10% badanych dłużej rozmawia przez telefon stacjonarny, częściej wysyła SMSy; podobny odsetek wysyła także więcej MMSów niż przed pandemią. Aż 43,4% zwiększyło częstotliwość użytkowania komunikatorów internetowych, a 16,3% częściej wykorzystuje aplikacje i programy wideokonferencji.

Zaledwie 4,3% napotkało na problemy dotyczące usług telekomunikacyjnych podczas pandemii, które to dotyczyły przede wszystkim pogorszenia jakości usług.

Pracę zdalną podczas pandemii świadczyło 11,8% badanych. Podobny odsetek korzystał ze szkoleń on-line. W obu przypadkach usługi telekomunikacyjne oceniano bardzo dobrze.

Z kolei co trzeci badany korzysta(ł) w czasie pandemii z handlu elektronicznego, kupując najczęściej odzież (81,1%). Powodem zakupów on-line były głównie niższe ceny i oszczędność czasu.

Urząd Komunikacji Elektronicznej

UKE