

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

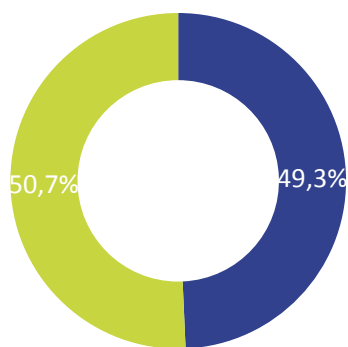
Raport z badania klientów indywidualnych

Warszawa, Gdańsk, 19.12.2018 r.

3	Podstawowe informacje o badaniu	43	Media cyfrowe
4	Charakterystyka próby	49	Usługi wiązane
8	Telefonia komórkowa	51	Usługi Over-The-Top (OTT)
16	Telefonia stacjonarna	56	Sieć 5G
21	Usługi Premium Rate	59	Bezpieczeństwo w sieci
23	Korzystanie z wybranych elementów usługi powszechnej (OBN, OSA)	64	Jednolity Rynek Cyfrowy
25	Dostęp do Internetu	78	Ocena rynku telekomunikacyjnego
31	Internet stacjonarny	85	Podsumowanie
37	Internet mobilny	90	Objaśnienia

Tytuł	Badanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych oraz preferencji konsumentów/ klientów indywidualnych		
Zamawiający	Urząd Komunikacji Elektronicznej		
Wykonawca	Danae Sp. z o.o. i Realizacja Sp. z o.o.		
Wielkość próby	N=1600 klientów		
Dobór próby	Próba losowo-kwotowa, warstwowana ze względu na lokalizację, wiek i płeć.		
Technika	CAPI – wywiad indywidualny wspomagany komputerowo		
Lokalizacja	Badanie ogólnopolskie		
Termin	listopad – grudzień 2018 r.		

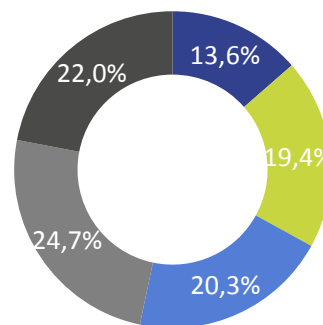
Płeć



■ mężczyzna ■ kobieta

Dobór próby badawczej ze względu na płeć oraz wiek odpowiadał strukturze populacji. Tym samym udział kobiet i mężczyzn rozkładał się niemal po połowie.

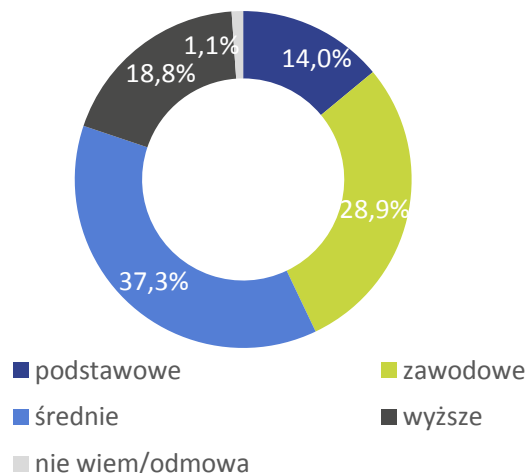
Wiek



■ 15-24 lat ■ 25-34 lat ■ 35-44 lat
■ 45-59 lat ■ 60+ lat

W badaniu najliczniejszą grupę stanowiły osoby pomiędzy 45. a 59. rokiem życia – w kategorii tej znajdowała się prawie jedna czwarta badanych (24,7%). Drugą co do liczebności grupą były osoby w wieku powyżej 60 lat. Podobny odsetek stanowiły osoby między 35. a 44. rokiem życia oraz badani w wieku 25-34. lata. Najmłodsza grupa stanowiła 13,6% badanych.

Wykształcenie



Największy odsetek w badanej próbie stanowiły osoby z wykształceniem średnim – legitymowało się nim 37,3% badanych. Mniej niż trzy osoby na dziesięć to osoby z wykształceniem zawodowym, a blisko jedna piąta to badania legitymujący się wykształceniem wyższym. Najmniejszą grupę stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym (14%).

Biorąc pod uwagę sytuację zawodową, najliczniejszą grupę stanowiły osoby pracujące (59,4%), a w drugiej kolejności będące na emeryturze lub rencie (odpowiednio 18,3% i 3,9%). W próbie znalazło się 7,6% uczniów i studentów, a 4,8% stanowiły osoby bezrobotne.

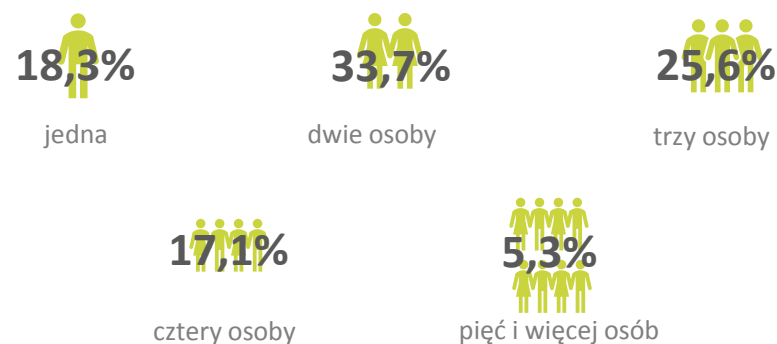
Około jedna trzecia badanych tworzyła dwuosobowe gospodarstwa domowe (33,7%), drugą najliczniejszą grupę stanowiły gospodarstwa liczące trzech członków (25,6%). Gospodarstwa jedno i czteroosobowe stanowiły podobny odsetek (kolejno 18,3% i 17,1%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=1600

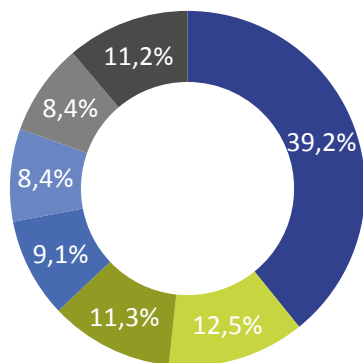
Sytuacja zawodowa



Liczba osób w gospodarstwie



Wielkość miejscowości

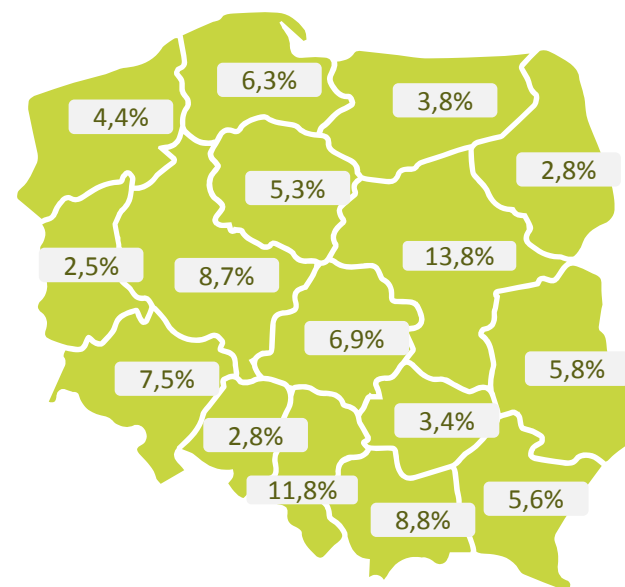


- wieś
- miasto do 20 tys.
- miasto pow. 20-50 tys.
- miasto pow. 50-100 tys.
- miasto pow. 100-200 tys.
- miasto pow. 200-500 tys.
- miasto pow. 500 tys.

Na obszarach wiejskich zamieszkiwało blisko czterech na dziesięciu pytanym (39,2%); 19,6% to osoby mieszkające w miastach powyżej 200 tysięcy mieszkańców, w tym 8,4% to mieszkańcy największych miast.

Najliczniej reprezentowane były w próbie województwa: mazowieckie (13,8%), śląskie (11,8%) oraz małopolskie i wielkopolskie (odpowiednio 8,8% i 8,7%).

Województwo



WOJEWÓDZTWO	%	WOJEWÓDZTWO	%
dolnośląskie	7,5%	podkarpackie	5,6%
kujawsko-pomorskie	5,3%	podlaskie	2,8%
lubelskie	5,8%	pomorskie	6,3%
lubuskie	2,5%	śląskie	11,8%
łódzkie	6,9%	świętokrzyskie	3,4%
małopolskie	8,8%	warmińsko-mazurskie	3,8%
mazowieckie	13,8%	wielkopolskie	8,7%
opolskie	2,8%	zachodniopomorskie	4,4%

Korzystanie z usług



Telefon komórkowy

93,1%



Telefon stacjonarny

9,1%



Internet

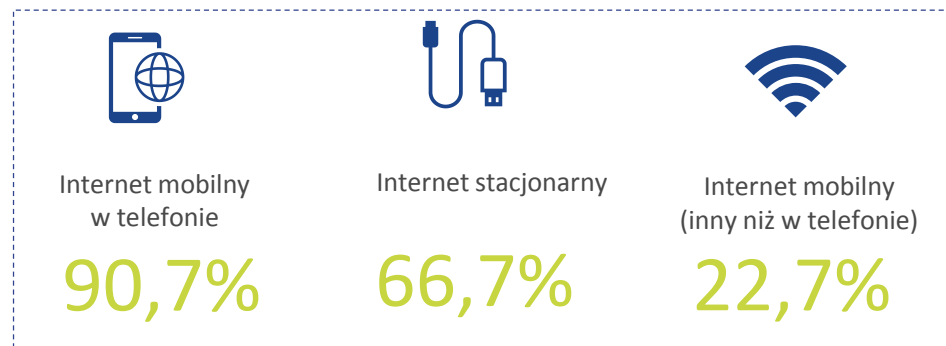
72,7%

3,9%

Nie korzystam z żadnych

Wśród usług telekomunikacyjnych największą popularnością cieszy się telefonia komórkowa, z której korzysta więcej niż dziewięciu na dziesięciu pytanych. Znacznie mniejsze znaczenie ma telefonia stacjonarna, użytkowana przez niespełna co dziesiątą osobę.

Dość powszechne wśród Polaków jest także korzystanie z Internetu (72,7%). Najwięcej użytkowników Internetu posiada dostęp mobilny w telefonie (90,7%), drugi w kolejności jest Internet stacjonarny, z którego korzysta 66,7% posiadaczy usług internetowych. Natomiast Internet mobilny (inny niż w telefonie) użytkuje prawie 22,7% tej grupy badanych.



Telefonia komórkowa

Telefonia komórkowa

Rodzaj aparatu

Z jakiego rodzaju aparatu komórkowego Pan/Pani korzysta?

74,8%

Smartfon



24,3%

Telefon tradycyjny



0,8%

Oba rodzaje

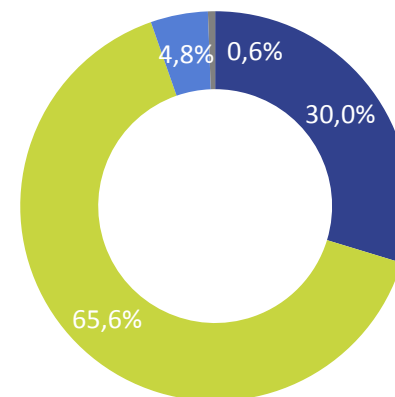


Najbardziej popularnym typem aparatu jest smartfon, którego używa około trzy czwarte użytkowników telefonii komórkowej. Wśród konsumentów poniżej 44 r.ż. odsetek ten wzrasta do ponad 90%.

Z telefonów tradycyjnych korzysta blisko jedna czwarta Polaków. Dominują wśród nich osoby z najstarszej grupy wiekowej.

Typ oferty

Z jakiego typu oferty komórkowej Pan/Pani korzysta?

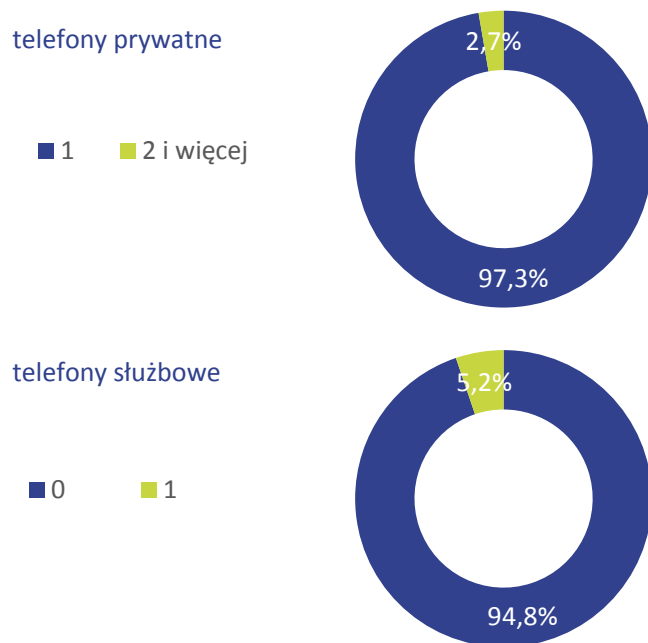


■ telefon na kartę ■ abonament ■ oferta mix ■ nie wiem

Najczęściej wybierana oferta to stały miesięczny abonament, z którego korzysta 65,6%. Znacznie mniej popularne są telefony na kartę (tj. doładowania pre-paid), użytkowane przez trzy na dziesięć osób.

Liczba aktywnych numerów

Ile aktywnych numerów telefonu Pan/Pani posiada?



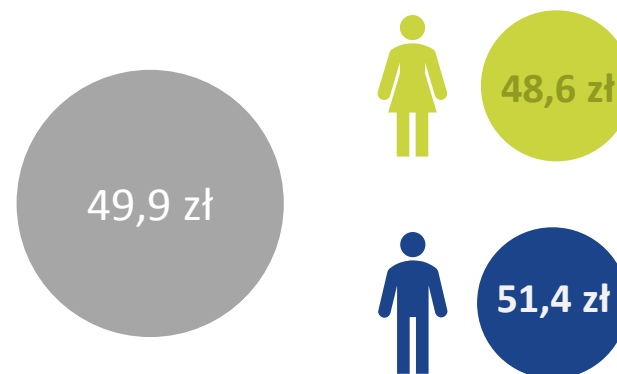
Posiadający numery prywatne zazwyczaj dysponują tylko jednym aktywnym numerem.

Tylko około 5% użytkowników telefonów komórkowych korzysta głównie z telefonu służbowego (również do celów prywatnych). Wynika stąd, że użytkowanie telefonu służbowego jako dominującego numeru nie jest powszechne wśród Polaków.

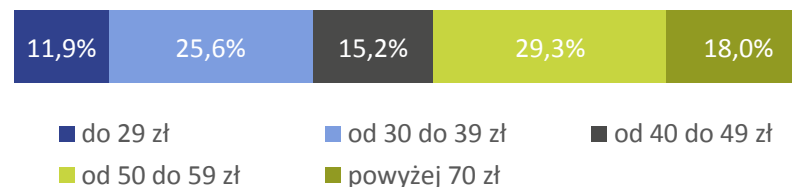
Podstawa: Korzystający z telefonu komórkowego, N=1489

Średnie miesięczne wydatki

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



*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



Średnie miesięczne wydatki na telefon wynoszą prawie 50 zł, zaś mediana to 45 zł. Z kolei najwyższa zadeklarowana kwota wydatków w miesiącu to 700 zł. Najwięcej respondentów, bo 29,3% płaci rachunek pomiędzy 50 a 59 zł miesięcznie. Z kolei dla jednej czwartej (25,6%) koszt ten waha się pomiędzy 30 a 39 zł za miesiąc.

Internet w telefonie

Czy korzysta Pan/Pani z usługi Internetu w telefonie?

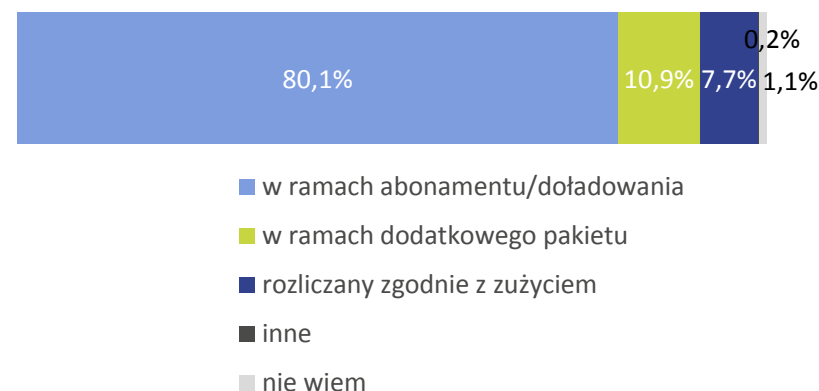


Wśród najmłodszych grup badanych (15-24 i 25-34 lat) odsetek osób korzystających z Internetu w telefonie wzrasta do ponad 95%.

Internet w telefonie użytkuje więcej niż 90% osób z wyższym wykształceniem, podczas gdy wśród Polaków z wykształceniem podstawowym i zawodowym korzysta z tej usługi mniej niż sześć na dziesięć osób.

Rodzaj dostępu do Internetu

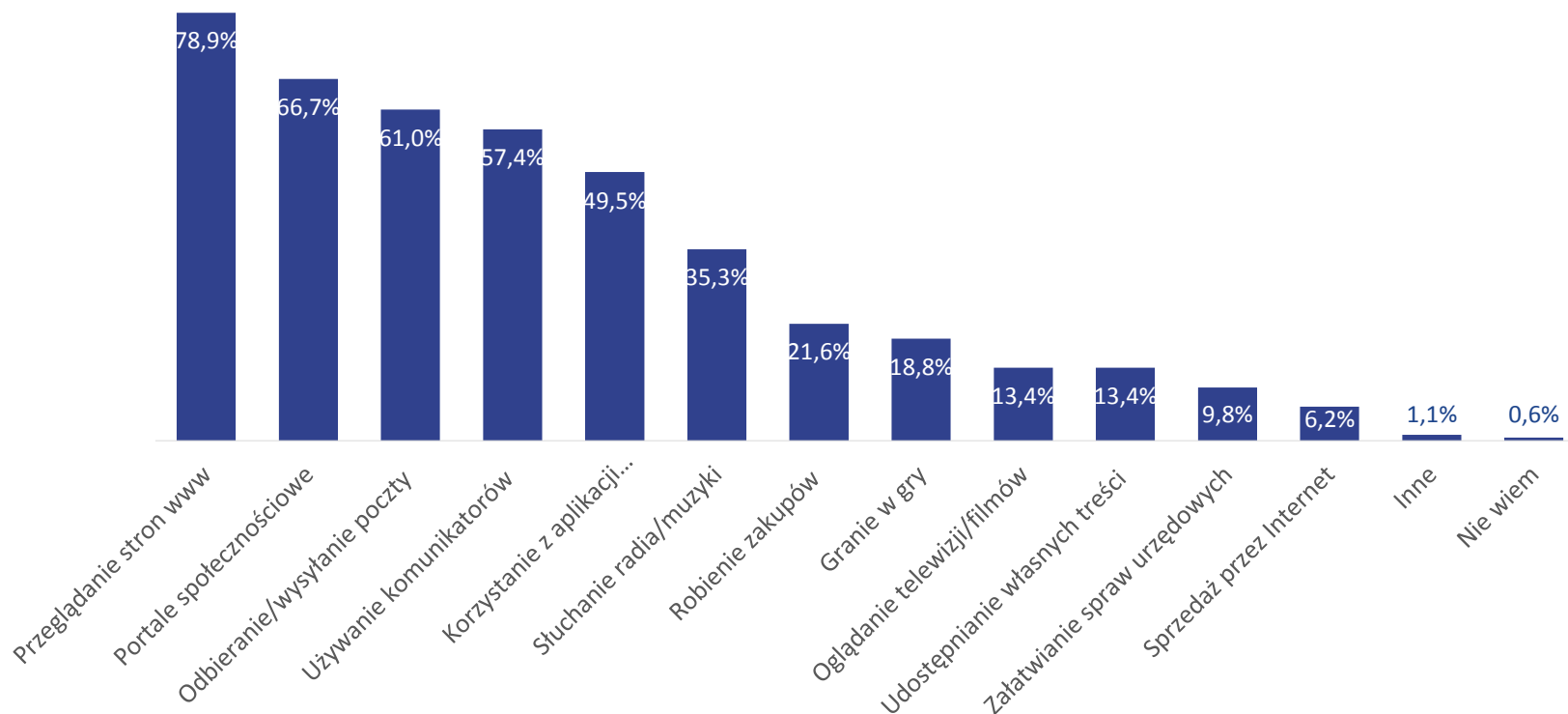
Z jakiego rodzaju usługi dostępu do Internetu w telefonie Pan/Pani korzysta?



Przeważający rodzaj usługi dostępu do Internetu w telefonie to usługa w ramach abonamentu czy doładowania (80,1%), znacznie rzadziej użytkownicy decydują się na Internet w ramach dodatkowego pakietu czy rozliczenie zgodnie z rzeczywistym użyciem.

Cel wykorzystania Internetu w telefonie?

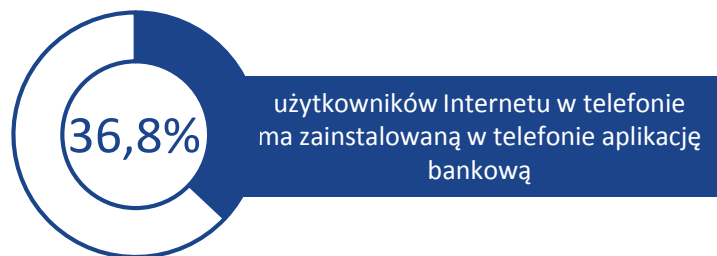
W jakim celu korzysta Pan/Pani z Internetu w telefonie?



Internet w telefonie służy przede wszystkim do przeglądania stron www – blisko 80% wskazań. Podstawową jego funkcją dla użytkowników jest również korzystanie z portali społecznościowych oraz możliwość odbierania i wysyłania poczty e-mail. Około połowie użytkowników Internetu w telefonie służy on do korzystania z komunikatorów oraz aplikacji mobilnych. Niewielki odsetek osób wykorzystuje Internet w telefonie do załatwiania spraw w urzędzie (9,8%) lub sprzedaży przez sieć (6,2%).

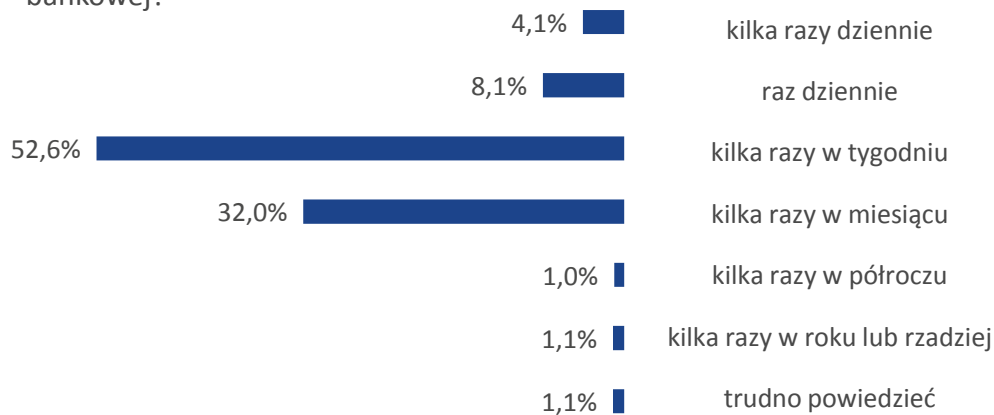
Aplikacja bankowa

Czy ma Pan/Pani zainstalowaną aplikację bankową w telefonie?



Ponad połowa z korzystających z aplikacji bankowej (52,6%) korzysta z niej kilka razy w tygodniu, mniej niż jedna trzecia (32,0%) użykuje ją kilka razy w miesiącu.

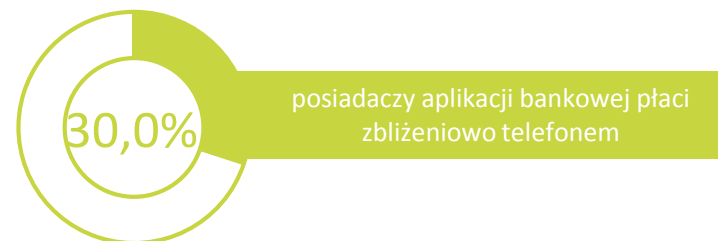
Jak często korzysta Pan/Pani z zainstalowanej aplikacji bankowej?



Podstawa: Korzystający z Internetu w telefonie, N=1045
Podstawa: Korzystający z aplikacji bankowej, N=385

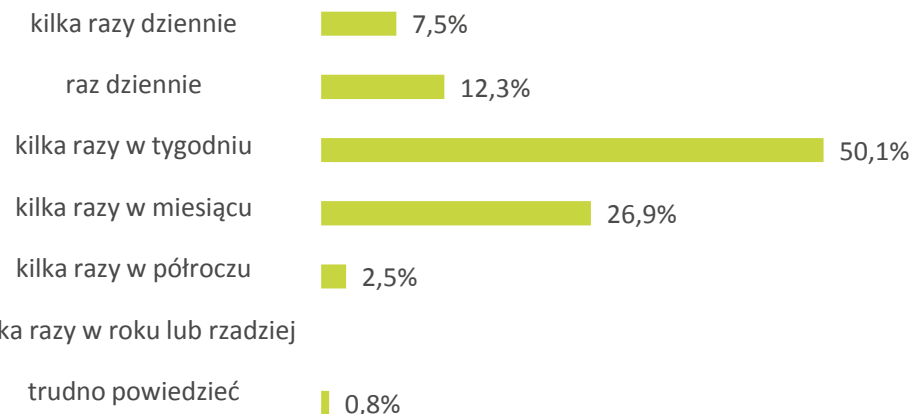
Płatność zbliżeniowa

Czy płaci Pan/Pani zbliżeniowo telefonem?



Podobnie jak w przypadku użytkowania aplikacji bankowej, płatność zbliżeniowa dokonywana jest przez nieco ponad połowę badanych kilka razy w tygodniu (50,1%), a 26,9% płaci telefonem kilka razy w miesiącu.

Jak często płaci Pan/Pani zbliżeniowo telefonem?



Podstawa: Korzystający z aplikacji bankowej, N=385
Podstawa: Korzystający z płatności zbliżeniowej w telefonie, N=116

Wyjazdy zagraniczne

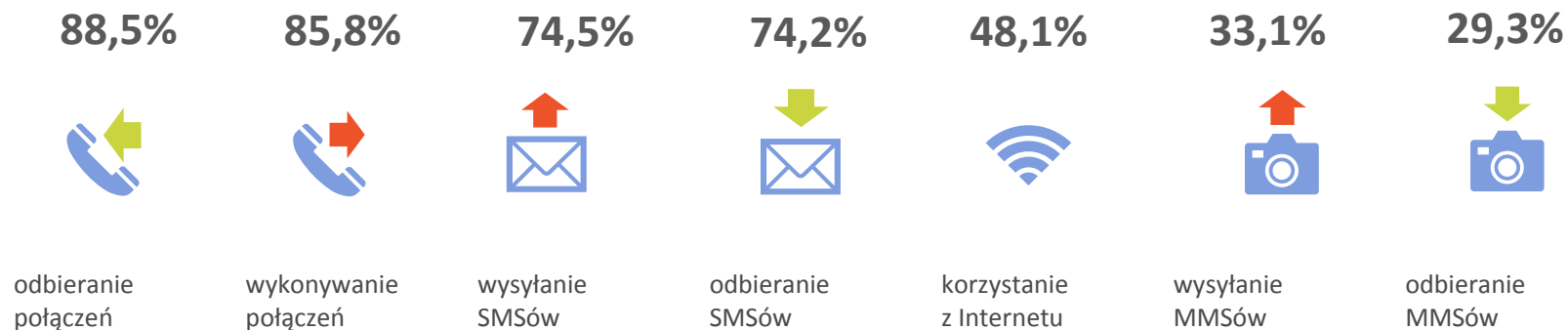
W zeszłym roku około 18% badanych odbyło podróż do innych krajów Unii Europejskiej.

Średnio osoby te podróżowały 2,3 razy w roku.

Podczas zagranicznych wyjazdów z roamingu korzystało blisko dziewięciu na dziesięciu badanych (88,9%), przy czym najczęstszą usługą było wykonywanie i odbieranie połączeń oraz SMSów.

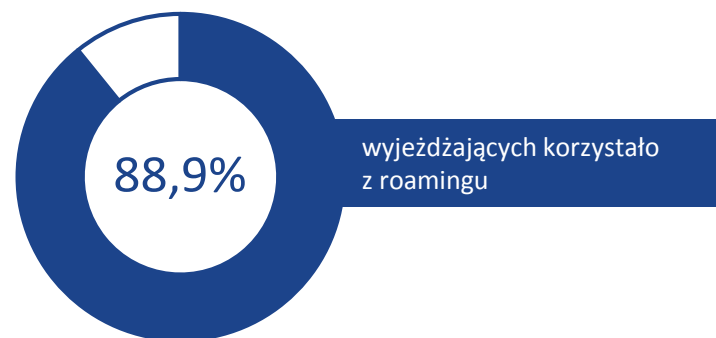
Korzystanie z roamingu

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



Korzystanie z roamingu

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



Nowe regulacje

Czy ma Pan/Pani świadomość, że od 15 czerwca 2017 podczas podróży zagranicznych na obszarze UE/EOG obowiązuje zasada RLAH (Rome Like At Home)?



Podstawa: Wszyscy respondenci, N=1600

Ocena RLAH

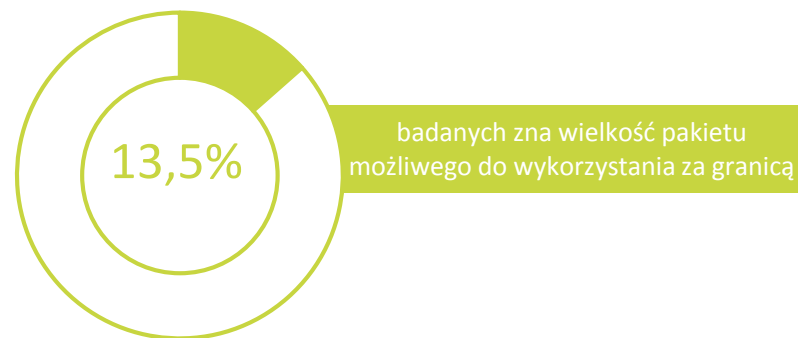
Proszę wskazać jak ocenia Pan/Pani wdrożoną regulację?



Podstawa: Znający regulację RLAH, N=722

Wielkość pakietu

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



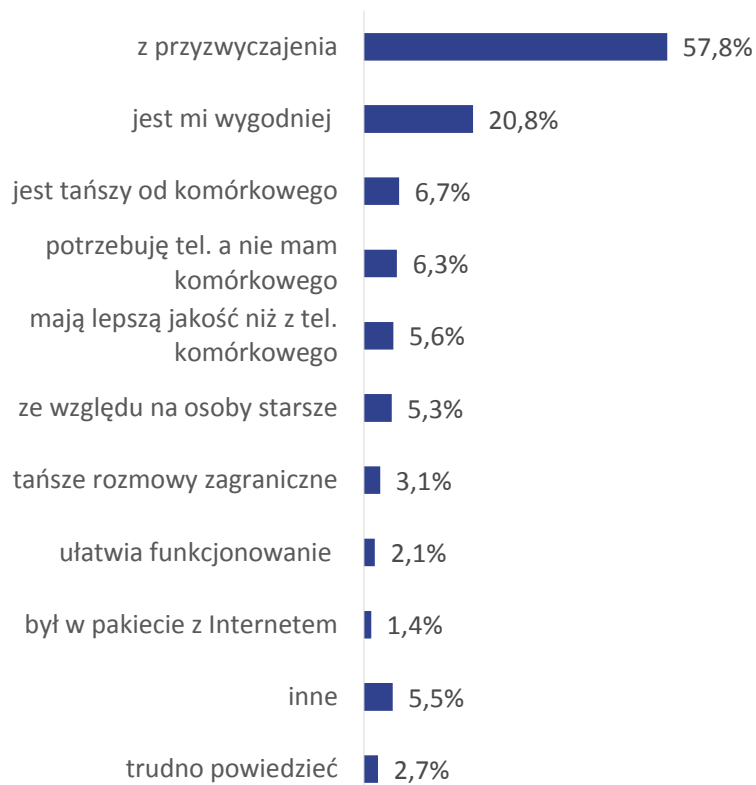
Mniej niż połowa badanych wie o obowiązywaniu zasady Rome Like At Home podczas podróży zagranicznych na obszarze UE/EOG. 13,5% potrafi określić wielkość pakietu danych możliwego do wykorzystania podczas podróży zagranicznych na obszarze UE/EOG.

Znający regulację RLAH oceniają ją dobrze lub bardzo dobrze – 85,1% pytanych jest z niej zadowolonych.

Telefonia stacjonarna

Posiadanie telefonu

Dlaczego posiada Pan/Pani telefon stacjonarny?



Najważniejszym argumentem za posiadaniem telefonu stacjonarnego jest dla badanych przyzwyczajenie – 57,8%. 20,8% pytanych posiada ten rodzaj telefonu ze względu na wygodę.

Podstawa: Korzystający z telefonu stacjonarnego, N=147

Brak telefonu

Z jakich powodów nie ma Pan(i) telefonu stacjonarnego?

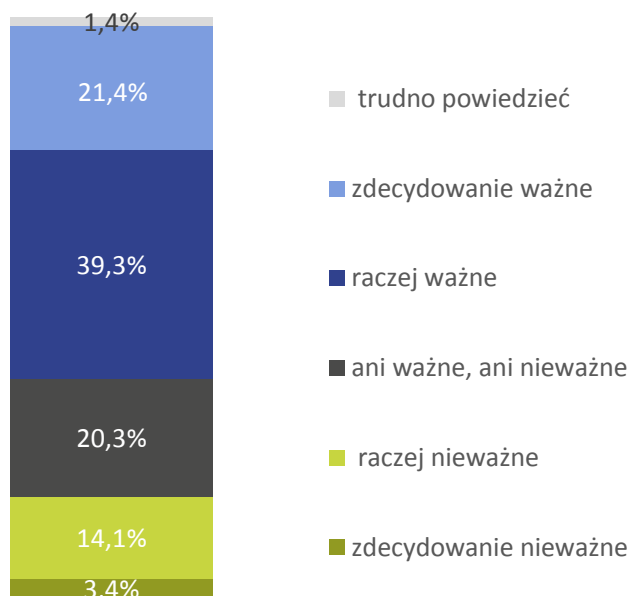


Badani zadeklarowali, iż nie korzystają z telefonu stacjonarnego głównie dlatego, że wystarczy im telefon komórkowy (75,2% wskazań). 12,6% twierdzi, że spędza w mieszkaniu mało czasu.

Podstawa: Niekorzystający z telefonu stacjonarnego, N=1453

Posiadanie telefonu

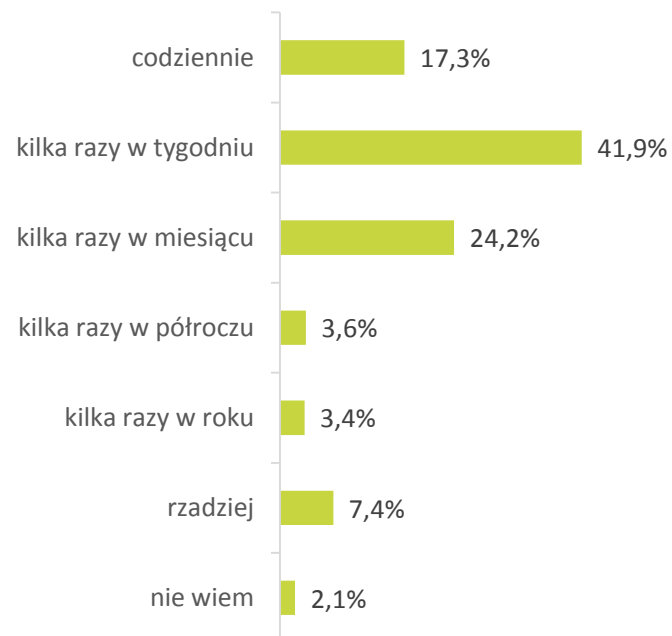
Jak ważne jest dla Pana/Pani posiadanie telefonu stacjonarnego?



Dla sześciu na dziesięciu posiadaczy telefonu stacjonarnego (60,7%), korzystanie z tej usługi jest istotne, jedna piąta (20%) ma w tej kwestii neutralne podejście.

Korzystanie z telefonu

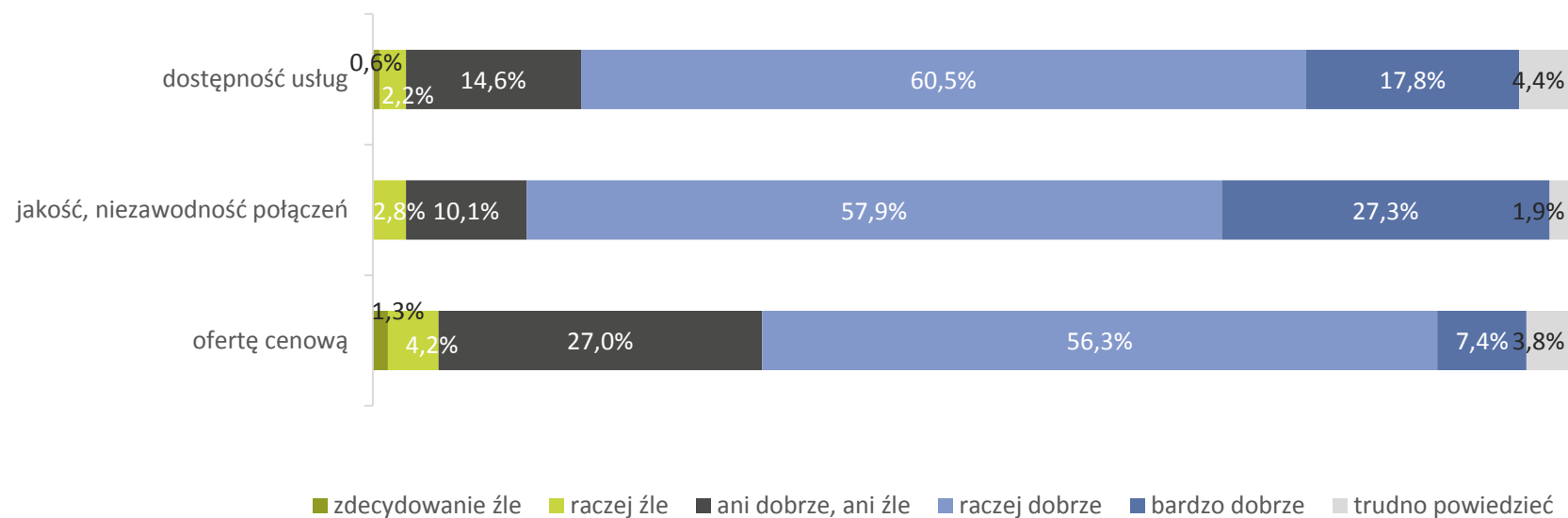
Jak często korzysta Pana/Pani z telefonu stacjonarnego?



Najczęściej użytkownicy telefonu stacjonarnego korzystają z niego kilka razy w tygodniu (41,9%), natomiast 17,3% wykonuje połączenia codziennie, a 7,4% to korzystający rzadziej niż kilka razy w roku.

Ocena elementów usługi telefonii stacjonarnej

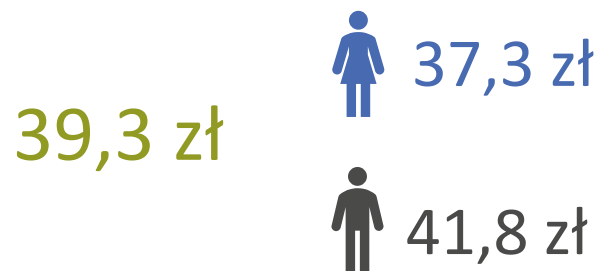
Jak Pan(i) ocenia następujące elementy usługi telefonii stacjonarnej?



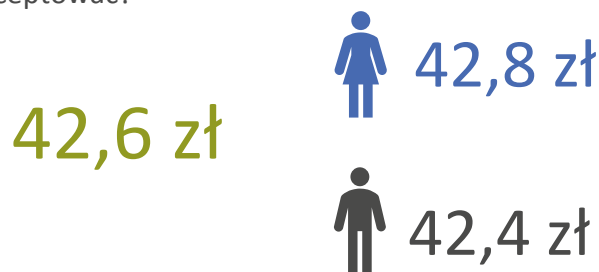
Użytkownicy telefonii stacjonarnej są zadowoleni z poszczególnych jej elementów. Najwyżej oceniana jest przez nich jakość połączeń i ich niezawodność (ponad 85% pozytywnych odpowiedzi, w tym 27,3% bardzo dobrych ocen). Dostępność usług chwali więcej niż trzy czwarte użytkowników (78,2%), natomiast najmniejsze zadowolenie badanych dotyczy oferty cenowej (odsetek wskazań pozytywnych to niespełna 64%).

Wysokość rachunku

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



Jaka jest maksymalna miesięczna wysokość rachunku za telefon stacjonarny, którą był(a)by Pan/Pani w stanie zaakceptować?



Przeciętna wysokość miesięcznego rachunku za telefon stacjonarny to 39,3 zł, przy czym mężczyźni płacą za usługę nieco więcej. Maksymalna akceptowalna wysokość takiego rachunku to średnio 42,6 zł.

Podstawa: Korzystający z telefonu stacjonarnego, N=147

Telefonia stacjonarna

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



Najczęściej użytkownicy wskazują, że nie zrezygnowaliby z telefonii stacjonarnej (43,3%). Niespełna trzech na dziesięciu przekonałby wzrost cen takiej usługi (28,5%).

Usługi Premium Rate

Usługi Premium Rate

Korzystanie z usług Premium Rate

Czy korzysta Pan/Pani z usług Premium Rate?

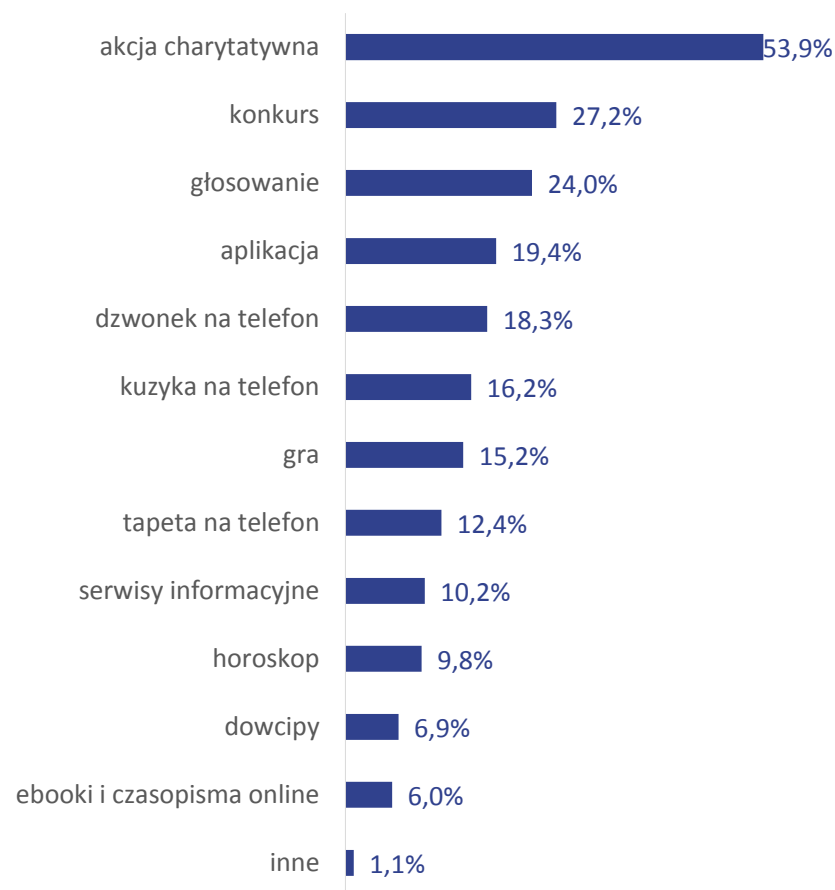


Usługi Premium Rate, czyli dodatkowo płatne połączenia lub SMSy, nie są powszechnie wykorzystywane przez posiadaczy telefonów. Korzysta z nich zaledwie 6,6% badanych, w takim samym stopniu kobiety co mężczyźni.

Jeśli już respondenci decydują się na wysłanie płatnej wiadomości, najczęściej jest to udział w akcji charytatywnej, wskazywany przez ponad połowę użytkowników Premium Rate.

Podstawa: posiadacze telefonów komórkowych i/lub stacjonarnych, N=1535

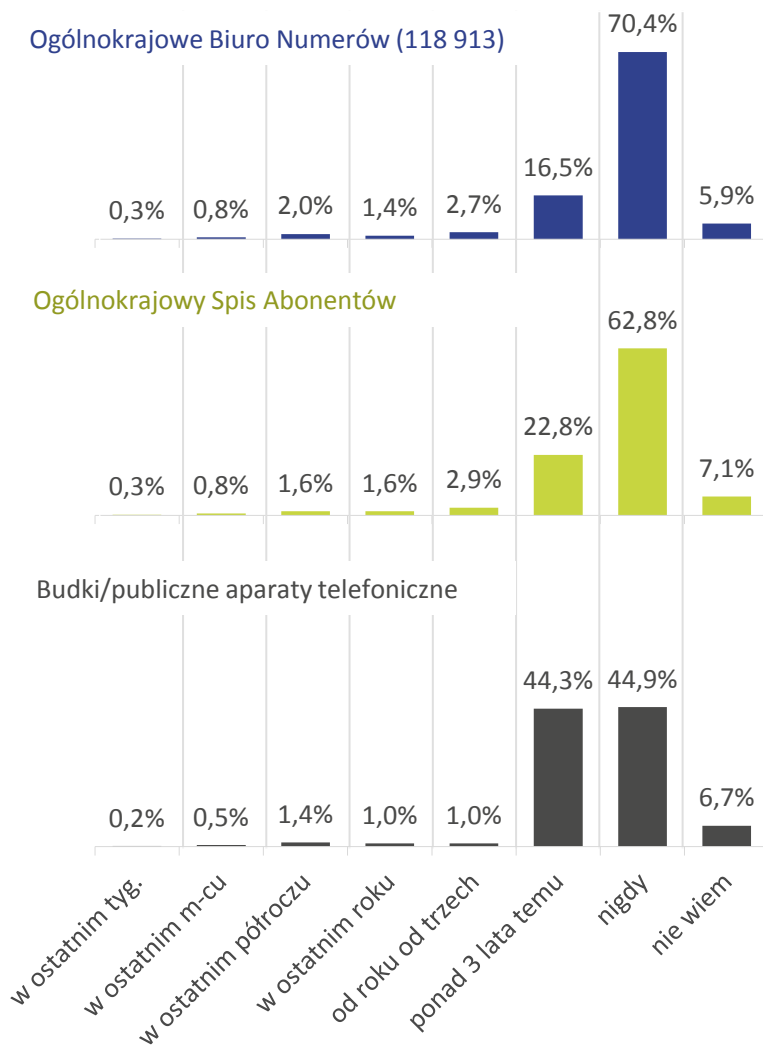
Z których usług Premium Rate Pan/Pani korzysta?



Podstawa: korzystający z usług Premium Rate, N=102

Korzystanie z wybranych elementów
usługi powszechnej (OBN, OSA)

Kiedy ostatnio korzystano?



Podstawa: posiadacze telefonów komórkowych i/lub stacjonarnych, N=1535

Potrzeba korzystania

4,9%

Ma potrzebę korzystania z Ogólnopolskiego Biura Numerów.

7,5%

Widzi potrzebę korzystania z Ogólnokrajowego Spisu Abonentów.

Częściej są to osoby starsze, podczas gdy młode niemal wcale nie deklarują potrzeby takiego rozwiązania.

23,0%

Uważa, że budki /publiczne aparaty telefoniczne są potrzebne.

Wśród najmłodszej grupy wiekowej odsetek ten wynosi 17%, ale już wśród osób powyżej 60. roku życia wzrasta on do 29%.

Dostęp do Internetu

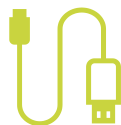
Rodzaj dostępu

Jakiego rodzaju dostęp do Internetu Pan/Pani posiada?



Internet mobilny w telefonie

90,7%



Internet stacjonarny

66,7%



Internet mobilny (inny niż w tel.)

22,7%

Najczęstszym posiadanym dostępem do Internetu jest dostęp mobilny w telefonie komórkowym – z analizy wynika, iż posiada go dziewięciu na dziesięciu pytanych. Z usługi stacjonarnej korzysta dwie trzecie posiadaczy Internetu, mniej powszechny jest dostęp mobilny na innych urządzeniach przenośnych.

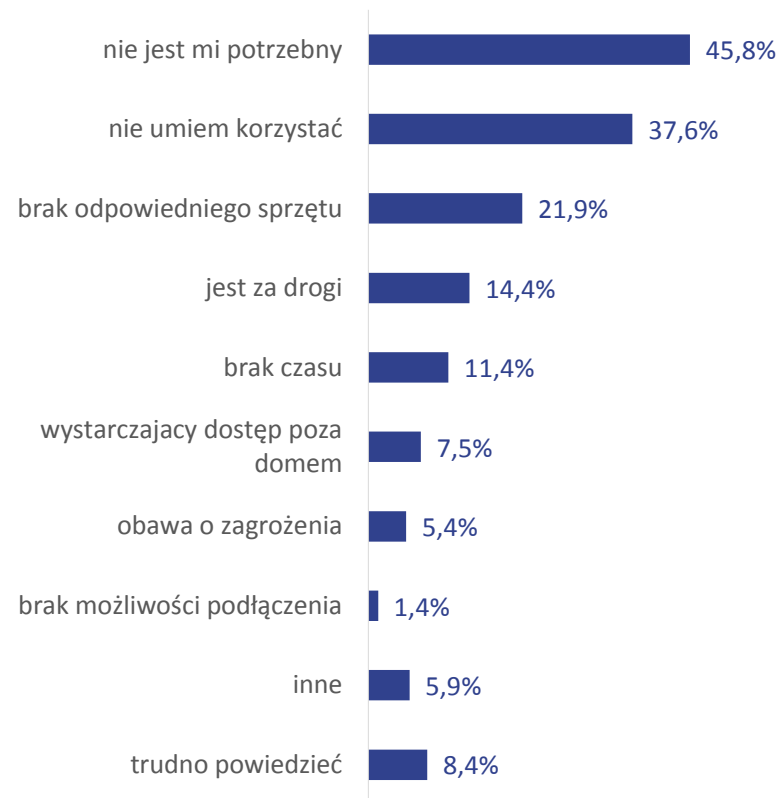
Dostęp wdzwaniany, tzw. dial up jest mało popularnym rozwiązaniem, wykorzystywanym przez zaledwie 0,1% użytkowników Internetu. Inny rodzaj dostępu deklaruje 0,8% korzystających z Internetu.

Osoby nieposiadające Internetu za główny powód podają brak potrzeby posiadania dostępu do sieci (45,8%). Wśród kolejnych wskazań znalazła się nieumiejętność korzystania (37,6%) oraz brak odpowiedniego sprzętu (21,9%).

Podstawa: Korzystający z Internetu, N=1165

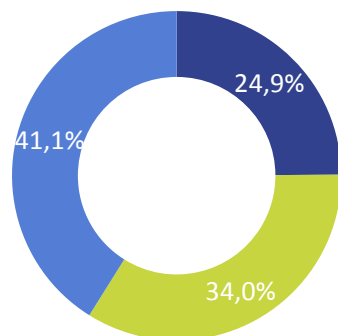
Przyczyny braku Internetu

Z jakich powodów nie posiada Pan(i) dostępu do Internetu?



Korzystanie z sieci WiFi

Jeżeli ma Pan/Pani możliwość podłączenia się do sieci WiFi, to korzysta Pan/Pani z tej opcji czy raczej woli pozostać przy własnym Internecie (np. LTE)?



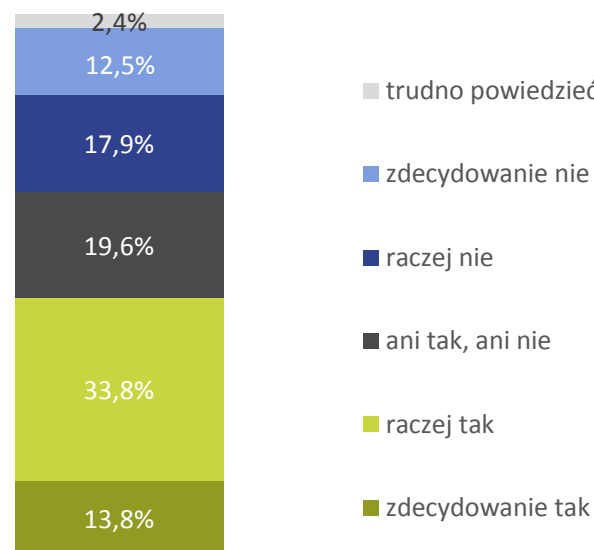
- sieć WiFi
- w domu/pracy WiFi, w miejscu publicznym własny Internet
- własny Internet

Zdania respondentów odnośnie wykorzystywania połączeń WiFi są podzielone. Jedna czwarta podłącza się do sieci jeśli ma ku temu okazję, zaś 40% woli pozostać przy swoim Internecie. Znaczny odsetek, tj. ponad jedna trzecia badanych uzależnia decyzję od okoliczności, w miejscu publicznym pozostając przy własnym zasięgu, w pracy czy w domu korzystając z WiFi.

Podstawa: Posiadacze Internetu mobilnego, N=943

Korzystanie z emotikonek

Czy używanie emotikonek (znaków, minek wyrażających emocje) w komunikacji z innymi ma dla Pana/i duże znaczenie?



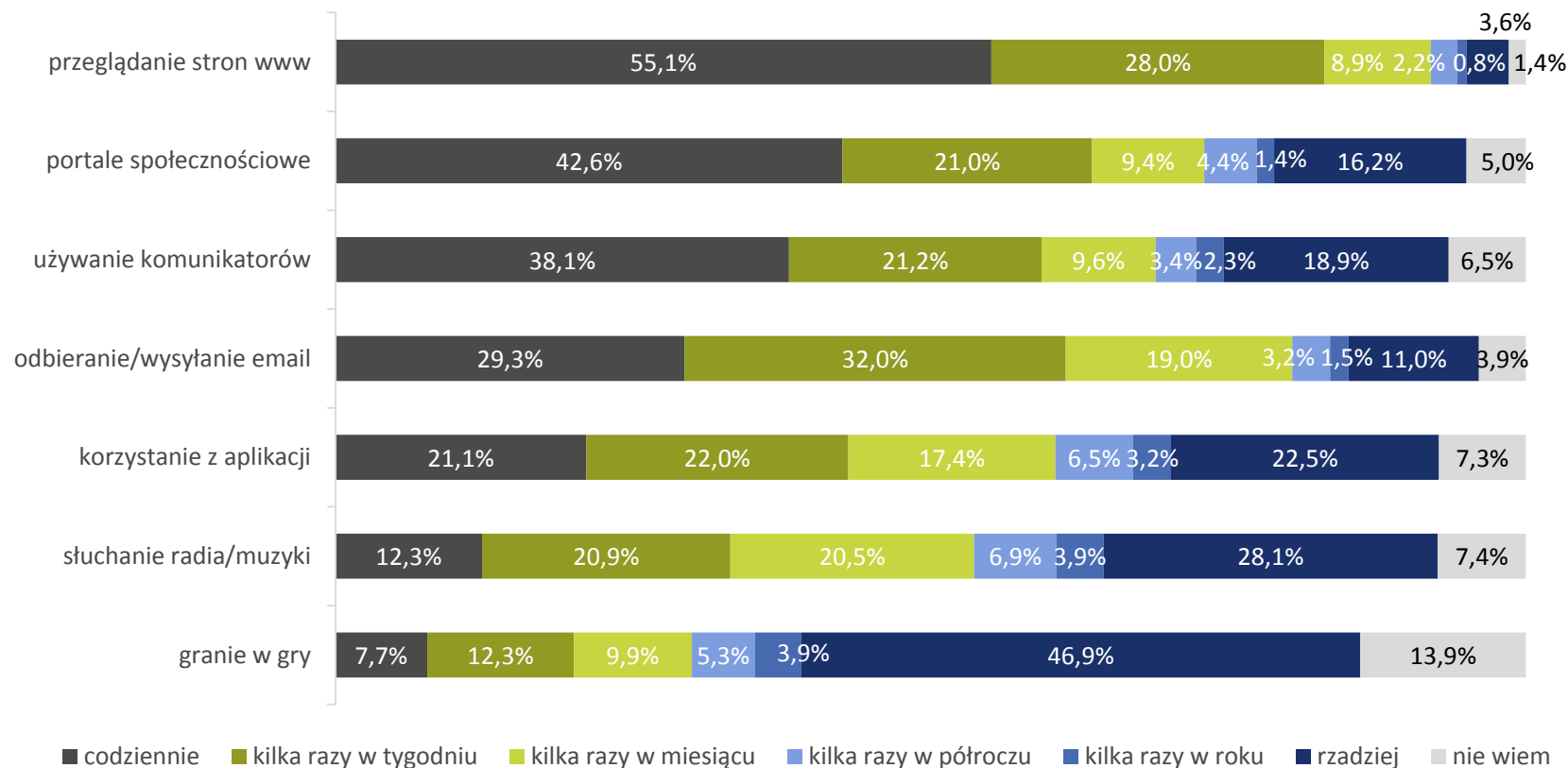
- trudno powiedzieć
- zdecydowanie nie
- raczej nie
- ani tak, ani nie
- raczej tak
- zdecydowanie tak

Zapytano badanych również o stosowanie emotikonek w komunikacji – dla blisko połowy to ważny sposób wyrażania emocji (47,6% odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”). Trzech na dziesięciu pytanych unika stosowania tych znaków i minek (30,4%).

Podstawa: Posiadacze Internetu, N=1040

Korzystanie z usług internetowych

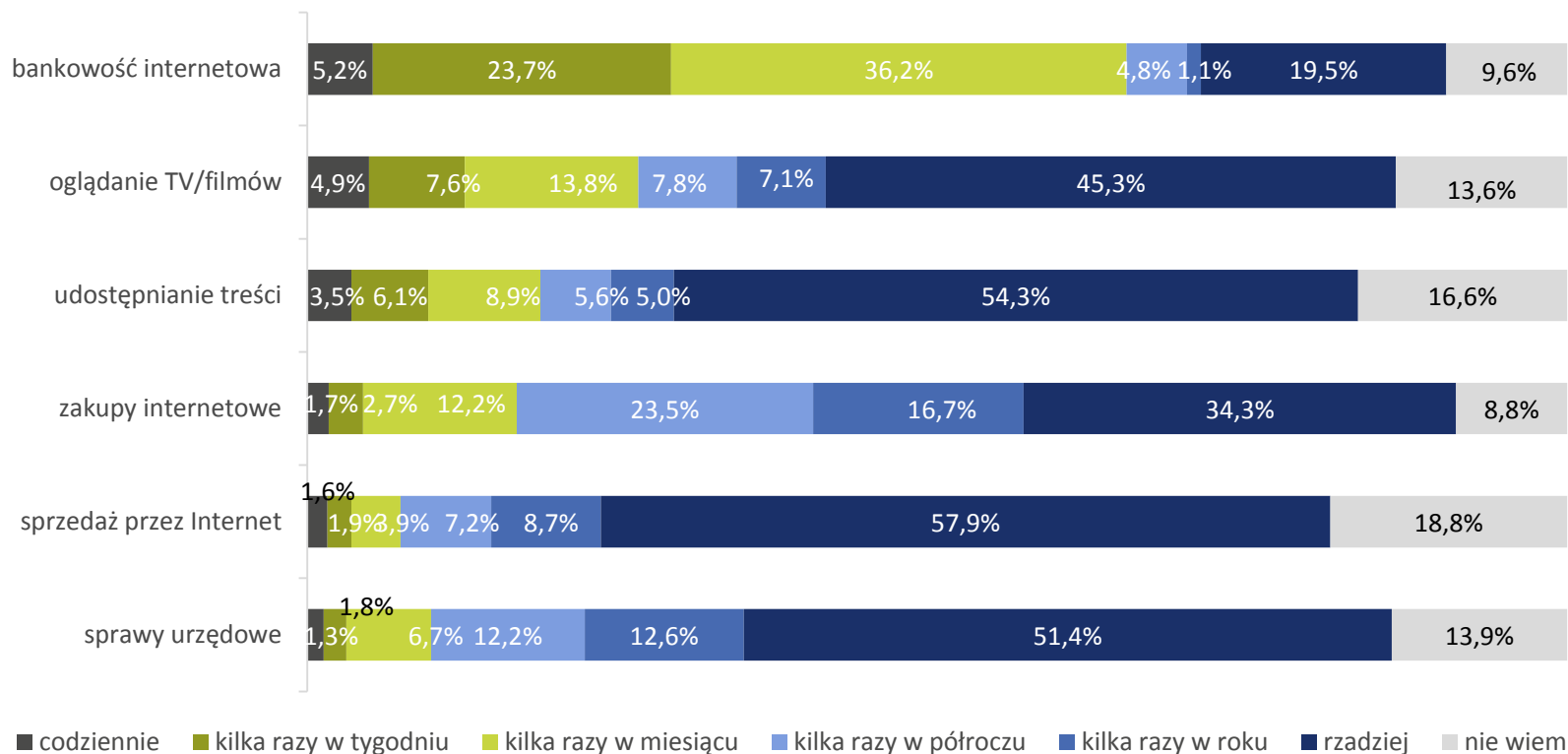
Jak często w ciągu ostatniego roku korzystał(a) Pan/Pani z następujących usług internetowych?



Najczęściej wykorzystywanymi usługami internetowymi jest przeglądanie stron internetowych, korzystanie z portali społecznościowych oraz komunikatorów, jak również wysyłanie i odbieranie poczty email.

Korzystanie z usług internetowych

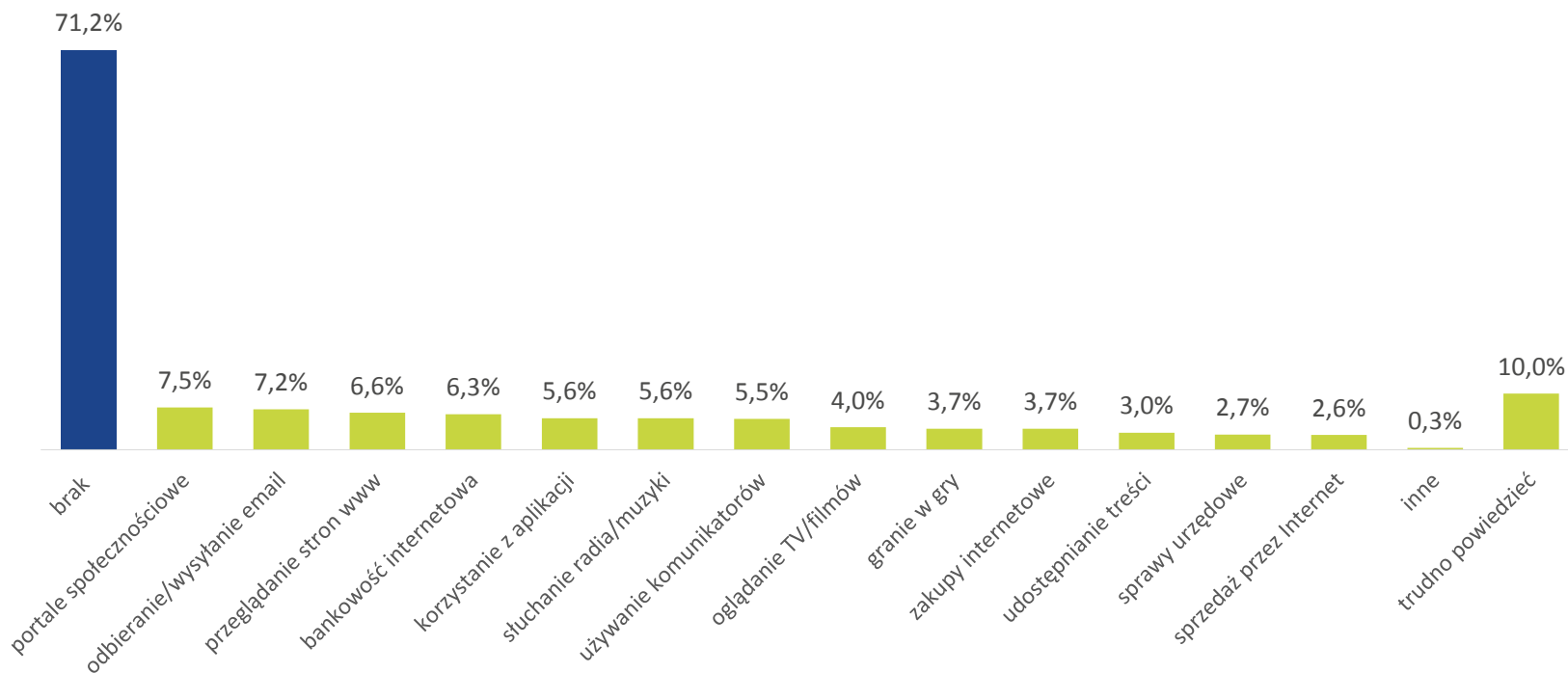
Jak często w ciągu ostatniego roku korzystał(a) Pan/Pani z następujących usług internetowych?



Znacznie rzadziej posiadacze Internetu korzystają z możliwości sprzedaży w sieci, udostępniania własnych treści czy załatwienia spraw urzędowych przez Internet – ponad połowa internautów wykorzystuje te usługi rzadziej niż kilka razy w roku.

Ograniczenia w korzystaniu z usług internetowych

Proszę powiedzieć, z jakich usług nie może Pan/Pani korzystać z powodu aktualnie posiadanej prędkości łącza, a chętnie korzystałby Pan/Pani z nich często?



Większość respondentów jest zadowolona z posiadanej prędkości i uważa, że aktualnie posiadana prędkość pozwala im na korzystanie ze wszystkich usług (71,2%). Nieliczni częściej korzystaliby przede wszystkim z portali społecznościowych i poczty elektronicznej (7,5 i 7,2%), a także częściej przeglądali strony internetowe i korzystali z bankowości internetowej (kolejno 6,6% i 6,3%).

Internet stacjonarny

Internet stacjonarny

Wysokość rachunku

Ile średnio wynosi miesięczna wysokość Pana/Pani rachunku za Internet stacjonarny?

51,5 zł

Minimum: 25 zł

Maximum: 200 zł

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”



■ do 39 zł ■ od 40 do 49 zł ■ od 50 do 59zł ■ powyżej 60 zł

Średnia miesięczna wysokość opłat respondentów za Internet stacjonarny wynosi 51,5 zł. Minimalny rachunek to 25 zł, a maksymalna poniesiona kwota to 200 zł.

Internet stacjonarny – rezygnacja

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

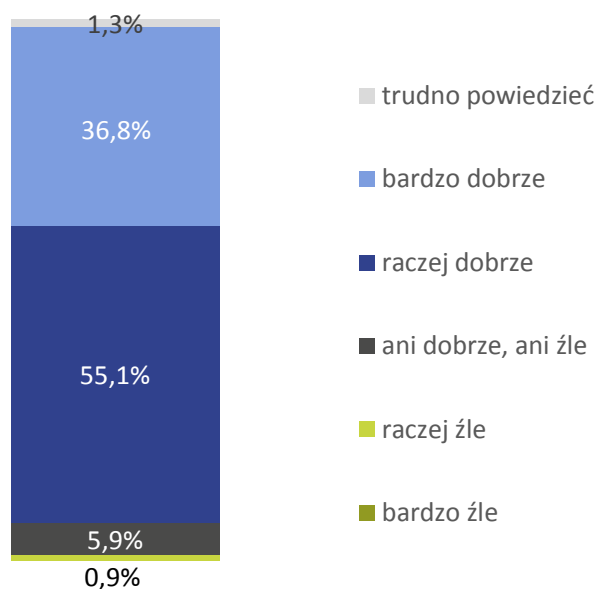


Połowa posiadaczy Internetu stacjonarnego nie zrezygnowałaby z tej usługi. Wśród ewentualnych powodów rezygnacji wymieniane jest pogorszenie jakości łącza (16,1%), lepszy zasięg Internetu mobilnego (15,8%) oraz korzystniejsza oferta dostępu mobilnego (15,1%).

Internet stacjonarny

Jakość usługi

Jak ocenia Pan/Pani jakość posiadanej stacjonarnej usługi dostępu do Internetu?

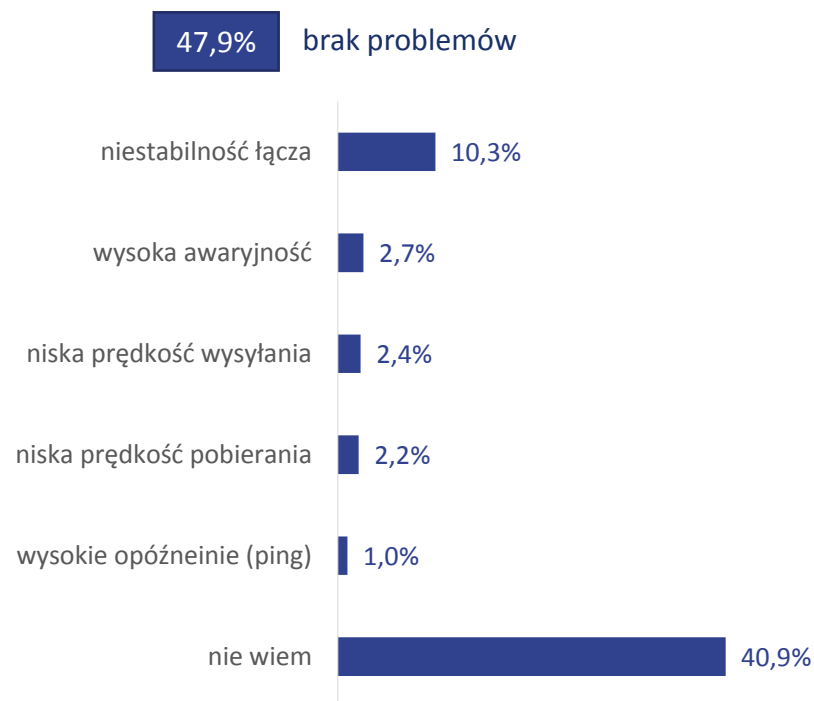


Zdecydowana większość użytkowników jest zadowolona z posiadanej stacjonarnej usługi do Internetu – wysoko lub bardzo wysoko ocenia go aż 91,9% pytaných, w tym 36,8% wypowiada się o nim bardzo dobrze.

Podstawa: Posiadacze Internetu stacjonarnego, N=777

Występujące problemy

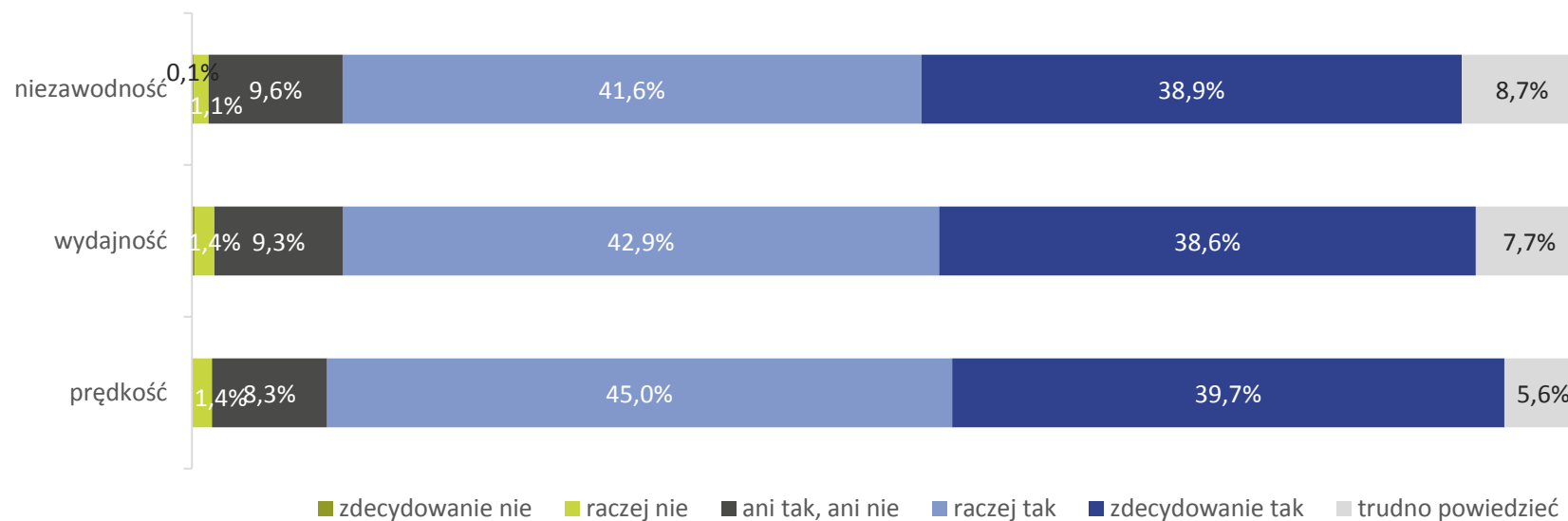
Jakie dostrzega Pan/Pani problemy z jakością posiadanej stacjonarnej usługi dostępu do Internetu?



Z racji dużego zadowolenia z usługi, niemal połowa wskazuje na brak jakichkolwiek problemów z Internetem stacjonarnym (47,9%), a aż 40,9% nie potrafi wskazać, jaki aspekt może być zawodny. Wśród wymienianych problemów najczęściej pojawia się niestabilność łącza, deklarowana przez co dziesiątego użytkownika.

Ocena elementów usługi Internetu stacjonarnego

Czy Pana/i zdaniem aktualne parametry dostępu do Internetu stacjonarnego w Pani/Pana domu są wystarczające?



Użytkownicy usługi Internetu stacjonarnego są zadowoleni z dostępnych parametrów. W każdym z analizowanych aspektów: prędkość, wydajność, niezawodność, pozytywnej odpowiedzi udzieliło ponad 80% pytaných. Najlepiej wśród parametrów wypada prędkość, którą 84,7% respondentów uznało za wystarczającą. 81,5% korzystnie oceniło wydajność Internetu, a 80,5% jego niezawodność.

Dostępne prędkości

Jaka jest zgodnie z umową z dostawcą maksymalna/minimalna/zwykle dostępna prędkość pobierania/wysyłania danych posiadanej przez Pana/Panią Internetu stacjonarnego?

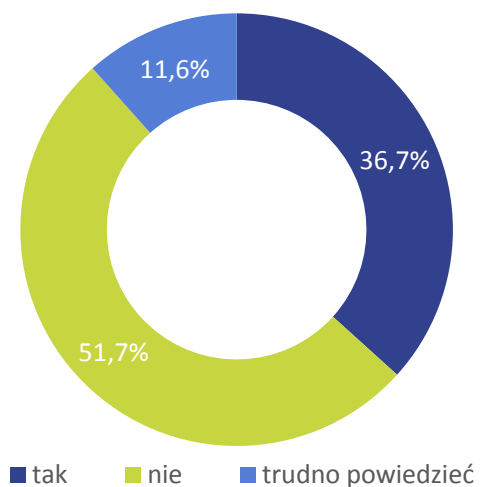
	% odpowiedzi trudno powiedzieć	Średnia [Mb/s]	do 5 Mb/s	od 5 do 10 Mb/s	od 11 do 30 Mb/s	do 31 do 100 Mb/s	powyżej 100 Mb/s	N
MAKSYMALNA prędkość pobierania danych	72,3%	77,7	1,2%	8,2%	17,7%	53,9%	19,0%	216*
MINIMALNA prędkość pobierania danych	81,4%	66,0	3,7%	12,5%	17,7%	51,6%	14,6%	144*
ZWYKLE DOSTĘPNA prędkość pobierania danych	82,5%	70,1	1,9%	8,8%	19,6%	52,8%	17,0%	135*
MAKSYMALNA prędkość wysyłania danych	82,7%	64,7	1,3%	12,5%	18,2%	52,6%	15,5%	134*
MINIMALNA prędkość wysyłania danych	83,5%	57,0	15,0%	12,5%	14,6%	44,8%	13,2%	128*
ZWYKLE DOSTĘPNA prędkość wysyłania danych	83,2%	61,2	3,5%	13,7%	17,9%	51,9%	13,0%	130*

*z wyłączeniem odpowiedzi „trudno powiedzieć”

Zadowolenie z posiadanej prędkości Internetu nie musi iść w parze ze znajomością posiadanych zgodnie z umową prędkości. Zdecydowana większość użytkowników nie posiada takiej wiedzy i nie potrafi wskazać prędkości pobierania czy wysyłania danych – ani maksymalnej, ani minimalnej, jak również zwykle dostępnej. Najwięcej pytanym potrafiło udzielić odpowiedzi na pytanie o maksymalną prędkość pobierania danych, która średnio wynosiła 77,7 Mb/s.

Obowiązki dostawcy Internetu

Czy ma Pan/Pani świadomość obowiązku dostawcy Internetu stacjonarnego określania w umowie prędkości minimalnej (gwarantowanej) i zwykle dostępnej, oprócz prędkości maksymalnej?



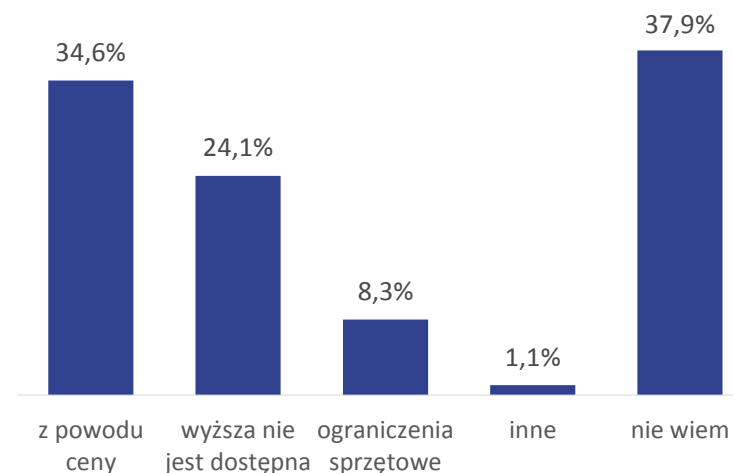
Tylko 36,7% posiadaczy Internetu stacjonarnego wie, iż dostawcy tego Internetu mają obowiązek określania w umowie zarówno maksymalnej, jak i minimalnej i zwykle dostępnej prędkości.

Jak pokazują dane dotyczące posiadanej prędkości – wiedza o prawach konsumenta nie zawsze przekłada się jednak na znajomość warunków umowy.

Podstawa: Posiadacze Internetu stacjonarnego, N=777

Posiadana prędkość – powody

Dlaczego posiada Pan/Pani właśnie taką prędkość Internetu?



37,9% posiadaczy Internetu stacjonarnego nie wie, dlaczego posiada właśnie taką prędkość Internetu.

Pozostali jako główny powód podają przede wszystkim koszt takiej usługi (34,6%) oraz niedostępność wyższych prędkości Internetu (24,1%).

Internet mobilny

Powody korzystania

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



Największą zaletą Internetu mobilnego, która zadecydowała o chęci korzystania z tej usługi, jest możliwość korzystania z niego poza domem i większa elastyczność, wskazywana przez niemal połowę użytkowników. Trzech na dziesięciu pytanych otrzymało usługę w pakiecie z Internetem stacjonarnym czy telefonem komórkowym.

Podstawa: Posiadacze Internetu mobilnego, N=943

Wysokość rachunku

Ile średnio wynosi miesięczna wysokość Pana/Pani rachunku za Internet mobilny?

44,8 zł

Minimum: 1 zł

Maximum: 150 zł



■ do 39 zł ■ od 40 do 49 zł ■ od 50 do 59 zł ■ powyżej 60 zł

Przeciętny miesięczny koszt takiej usługi to 44,8 zł, przy czym najwyższa opłata wyniosła 150 zł, zaś najniższa, promocyjna cena, to 1 zł.

Niemal czterech na dziesięciu pytanych wydaje na usługi mobilne średnio pomiędzy 40 a 49 zł miesięcznie, jedna czwarta – powyżej 60 zł.

Dostępne prędkości

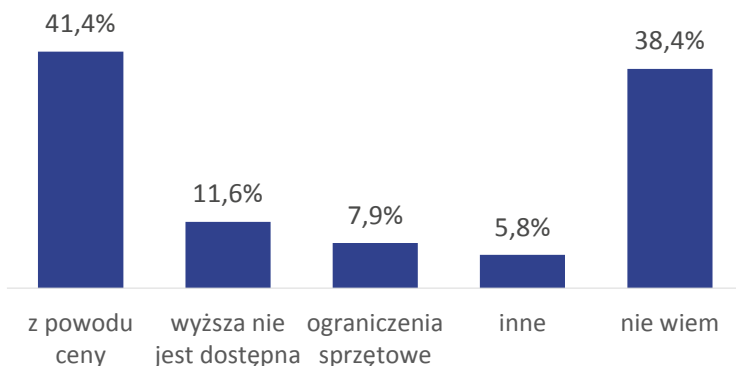
Jaka jest zgodnie z umową z dostawcą szacunkowa maksymalna prędkość pobierania/wysyłania danych posiadanego przez Pana/Panią Internetu mobilnego?



Posiadacze Internetu mobilnego z wyłączeniem odp. „nie wiem”, N=125

Dostępne prędkości – powody

Dlaczego posiada Pan/Pani właśnie taką prędkość Internetu?



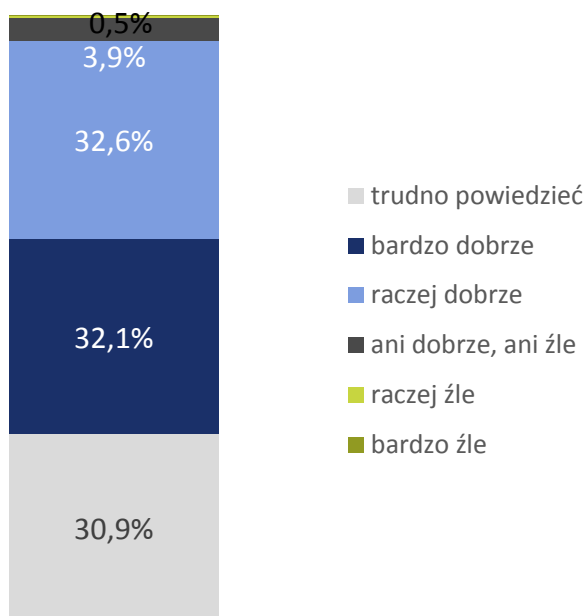
Co znamienne, posiadacze Internetu mobilnego nie znają maksymalnych prędkości jakie zapisane są w ich umowach z dostawcą. Prędkość wysyłanie danych wskazać potrafi 14%, pobierania – zaledwie 2%.

Użytkownicy potrafiący wskazać maksymalną prędkość pobierania danych deklarują, iż wynosi ona średnio 70,7 Mb/s. Największy odsetek, tj. 40,8% dysponuje maksymalną prędkością pomiędzy 31 a 100 Mb/s.

Blisko czterech na dziesięciu posiadaczy Internetu mobilnego (38,4%), nie wie dlaczego posiada taką prędkość Internetu. 41,4% wskazuje, iż czynnikiem decydującym jest cena, dla 11,6% wyższa prędkość nie jest dostępna.

Jakość usługi

Jak ocenia Pan/Pani jakość posiadanej mobilnej usługi dostępu do Internetu?

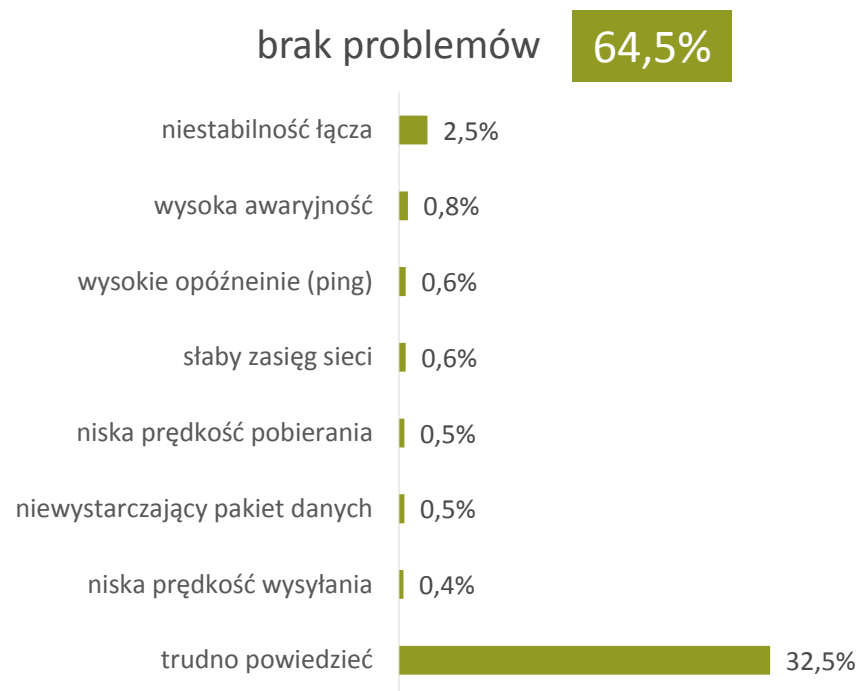


Użytkownicy są w większości zadowoleni z jakości posiadanej mobilnej usługi dostępu do Internetu – pozytywnie wypowiada się o niej 64,7% pytaných, negatywnie – niespełna 1%.

Tym samym dwie trzecie nie dostrzega problemów z jej użytkowaniem (64,5%) lub nie potrafi wskazać widocznych mankamentów. Zaledwie 2,5% skarży się na niestabilność łącza, a niespełna 1% na wysoką awaryjność.

Występujące problemy

Jakie dostrzega Pan/Pani problemy z jakością posiadanej mobilnej usługi dostępu do Internetu?



Transmisja danych – limit

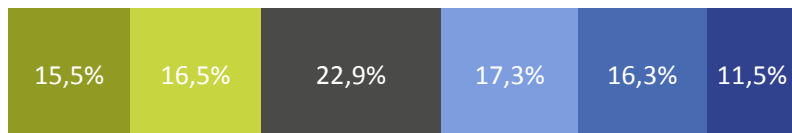
Jaki jest zgodnie z umową z dostawcą limit transmisji danych posiadanego przez Pana/Panią Internetu mobilnego?

32,8%

nie ma określonego limitu transferu danych

42,4%

nie zna określonego limitu transferu danych



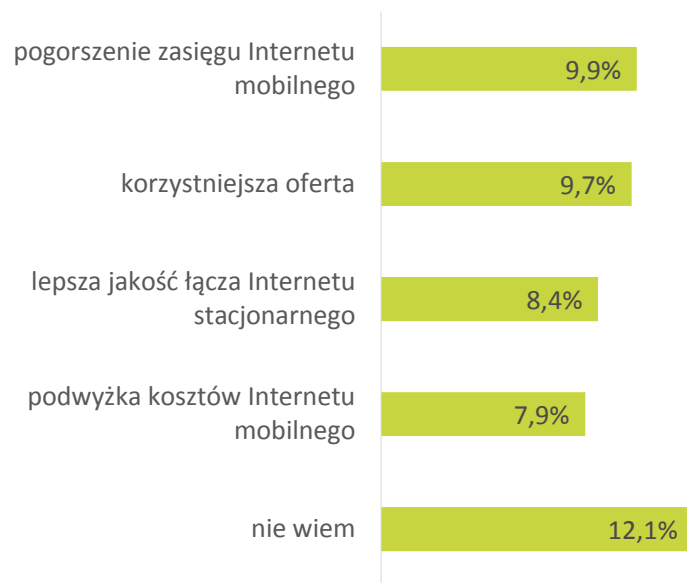
■ 1 GB
 ■ od 2 do 5 GB
 ■ od 6 do 10 GB
■ do 11 do 30 GB
 ■ do 31 do 50 GB
 ■ od 51 do GB

Jedna trzecia użytkowników nie posiada limitu transferu internetowych, a ponad czterech na dziesięciu nie ma o nim wiedzy. Najczęściej posiadany limit transferu, wskazywany przez 22,9% posiadaczy Internetu mobilnego to od 6 do 10 GB.

Internet mobilny – rezygnacja

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

62,6% nie zrezygnowałoby z Internetu mobilnego



Użytkownicy Internetu mobilnego nie są skłonni do rezygnacji z niego – opcję taką wyklucza 62,6% pytaných. Do odejścia od usługi skłonili mogłoby pogorszenie zasięgu lub korzystniejsza oferta Internetu stacjonarnego, wskazywane przez co dziesiątego użytkownika.

Znajomość pojęcia i korzystanie

Czy spotkał(a) się Pan/Pani z technologią LTE?



Podstawa: Wszyscy respondenci N=1600

Czy korzysta Pan/Pani z Internetu mobilnego w technologii LTE?



Pojęcie technologii LTE jest znane 70,1% respondentów, niemal analogiczny odsetek znających jest jej użytkownikami.

W większości korzystający mają dostęp do tej technologii na smartfonach (91%), niespełna połowa na laptopie/notebooku. Zdecydowana większość jest zadowolona z jakości usługi.

Podstawa: Posiadacze Internetu mobilnego, N=943

Korzystanie z LTE

Na jakich urządzeniach korzysta Pan/Pani z Internetu mobilnego w technologii LTE?



Smartfon

91,0%



Laptop/notebook

46,5%



Tablet

10,5%

Zadowolenie z usługi LTE

Jak ocenia Pan/Pani jakość usługi Internetu mobilnego w technologii LTE?



■ zdecydowanie źle

■ ani dobrze, ani źle

■ zdecydowanie dobrze

■ raczej źle

■ raczej dobrze

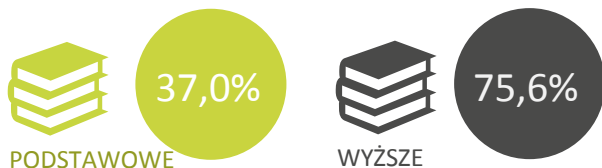
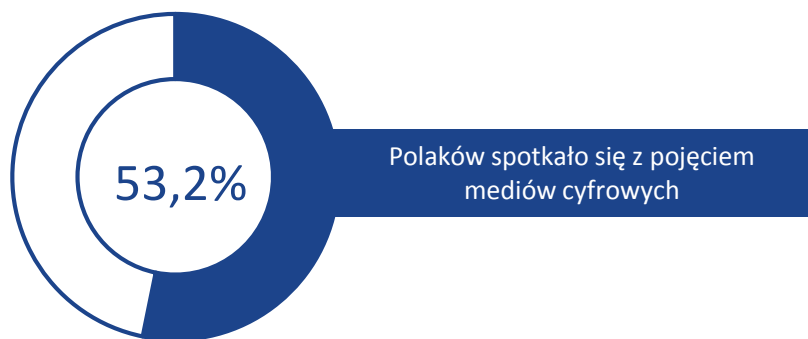
■ nie wiem

Podstawa: Użytkownicy Internetu w technologii LTE, N=667

Media cyfrowe

Znajomość pojęcia

Czy spotkał się Pan/Pani z pojęciem mediów cyfrowych?



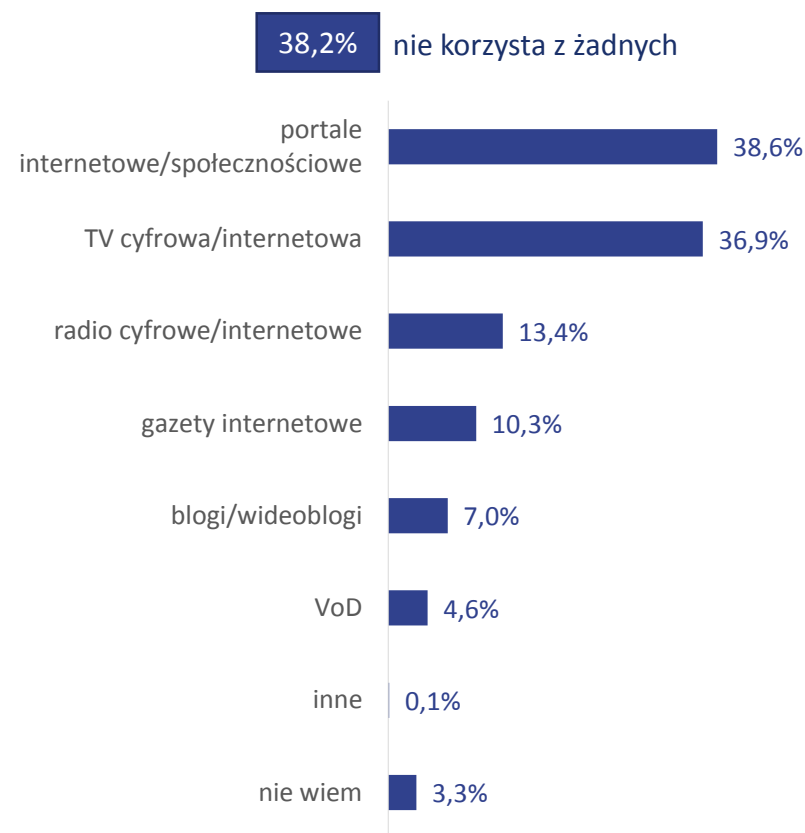
Pojęcie mediów cyfrowych jest znane nieco ponad połowie pytanym, w tym przede wszystkim osobom z wyższym wykształceniem.

Jednocześnie 38,2% deklaruje, że nie korzysta z żadnych tego typu usług. Wśród użytkowników natomiast najpopularniejsze są portale internetowe i społecznościowe (38,6%), a także telewizja cyfrowa i internetowa (36,9%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=1600

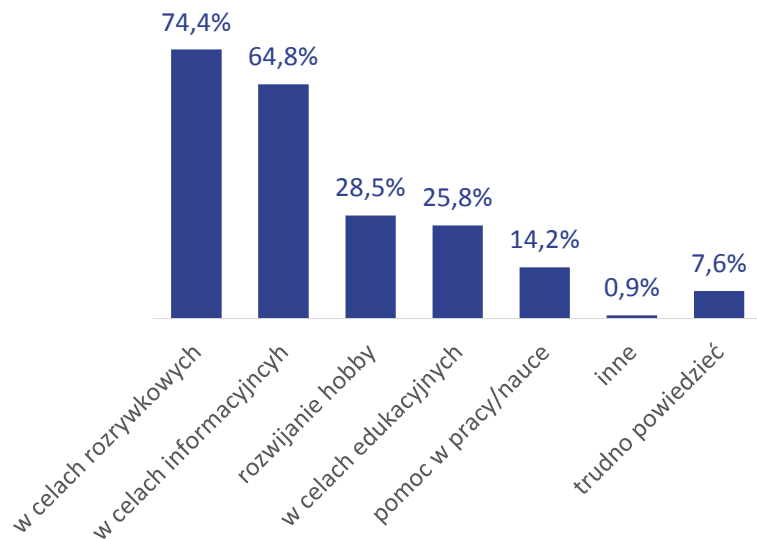
Korzystanie z mediów cyfrowych

Z jakich mediów cyfrowych Pan/Pani korzysta?



Cel korzystania

W jakim celu korzysta Pan/Pani z mediów cyfrowych?



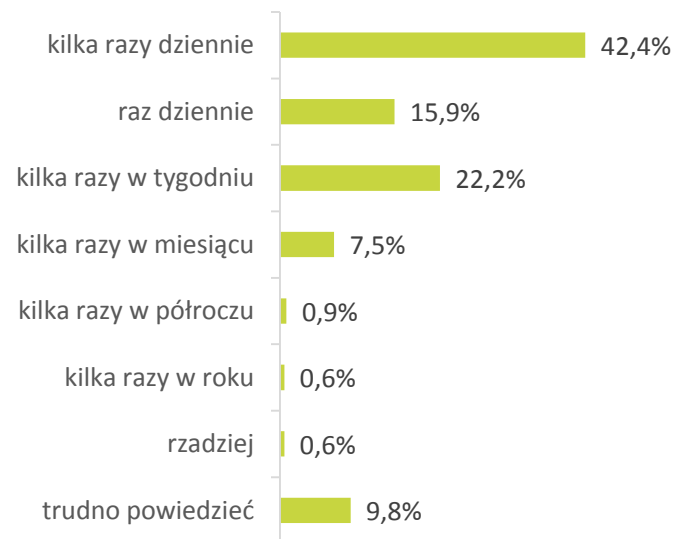
Media cyfrowe służą przede wszystkim celom rozrywkowym (74,4%), jak również informacyjnym (64,5%). Podobny odsetek badanych wykorzystuje je chcąc rozwinąć zainteresowania, co w celach edukacyjnych (kolejno 28,5% i 25,8%).

Najwięcej, bo ponad 42,4% użytkowników, korzysta z mediów cyfrowych kilka razy dziennie. Jednocześnie w grupie wiekowej 60+ taką deklarację składa już ponad połowa (51,5%), zaś wśród osób pomiędzy 45 a 59 rokiem życia – jedna trzecia. Więcej niż co czwarty korzystający (22,2%) po ten rodzaj usługi sięga kilka razy w tygodniu.

Podstawa: Korzystający z mediów cyfrowych, N=989

Częstotliwość korzystania

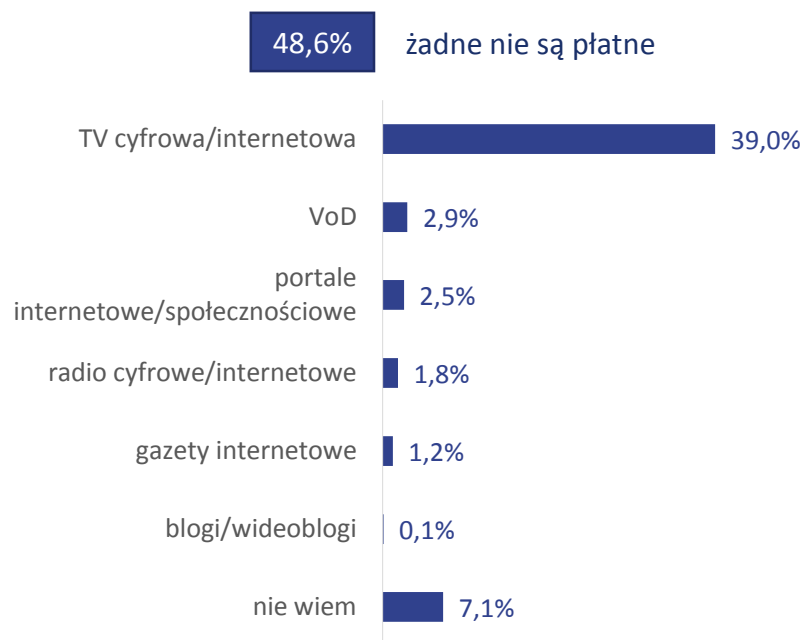
Jak często korzysta Pan/Pani z mediów cyfrowych?



	Kilka razy dziennie	Raz dziennie	Kilka razy w tygodniu	Rzadziej	Nie wiem	N
15-24 lat	47,8%	12,2%	21,1%	12,2%	6,7%	180
25-34 lat	44,6%	16,7%	23,3%	8,3%	7,1%	240
35-44 lat	40,7%	14,8%	23,3%	10,2%	11,0%	236
45-59 lat	33,3%	23,4%	21,6%	11,3%	10,4%	222
60+ lat	51,4%	4,5%	23,4%	5,4%	15,3%	111

Opłaty

Które z wykorzystywanych przez Pana/Panią mediów cyfrowych są płatne?



Większość mediów cyfrowych użytkowana jest bezpłatnie (48,6%), a wśród tych płatnych najczęściej wymieniana jest telewizja. Maksymalna akceptowalna miesięczna kwota za korzystanie z mediów cyfrowych to przeciętnie 54,6 zł. 46,6% deklaruje, że użytkowałoby je częściej, gdyby były całkowicie darmowe.

Podstawa: Korzystający z mediów cyfrowych, N=989

Akceptowalna kwota

Jaka maksymalna wydawana miesięcznie kwota jest akceptowalna?

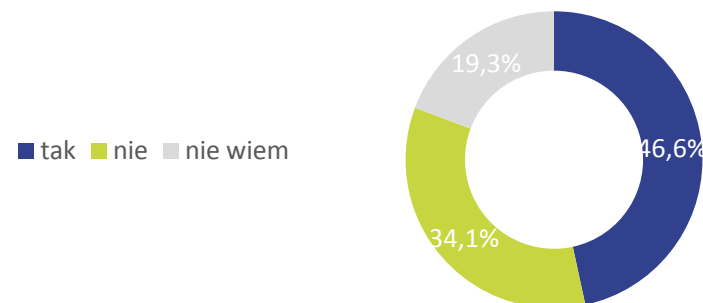
Telewizja cyfrowa/internetowa

Średnia	Mediana	Maximum	Minimum	N
54,6 zł	50,0 zł	200 zł	5 zł	366

*pozostałe media cyfrowe są płatne dla zbyt małej liczby użytkowników, aby można było przeprowadzić analizę

Zniesienie opłat a korzystanie

Jeżeli wykorzystywane przez Pana/ Panią media cyfrowe byłyby całkowicie darmowe czy korzystałby Pan/Pani z nich częściej?



Rezygnacja z mediów tradycyjnych

Które media tradycyjne zamienił(a)by Pan/Pani na media cyfrowe?

28,8%

Chciałoby korzystać z obu usług

27,9%

Nie zamieniłoby żadnych usług

15,2%

Tradycyjne radio na cyfrowe

9,5%

Tradycyjne gazety/książki na internetowe/e-booki

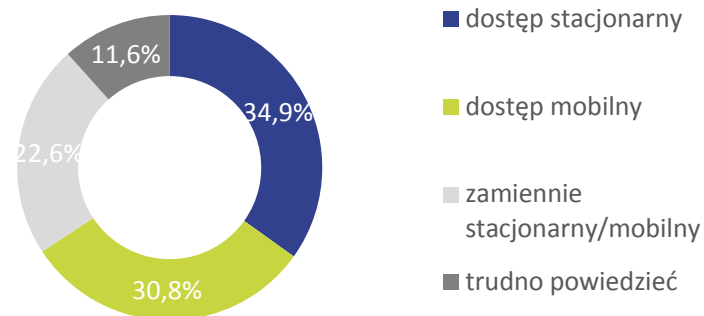
Badanie niechętni są całkowitej rezygnacji z mediów tradycyjnych – 28,8% chciałoby mieć możliwość korzystania z obu rodzajów usług, niemal tyle samo deklaruje, że nie zamieniłoby żadnych mediów tradycyjnych. 15,2% byłoby skłonnych zrezygnować z tradycyjnego radia, a 9,5% z gazet czy książek na e-booków bądź pracy internetowej.

Ponad jedna trzecia badanych do korzystania z mediów cyfrowych wykorzystuje Internet stacjonarny, a 30,8% - dostęp mobilny. Jednocześnie blisko siedmiu na dziesięciu uważa parametry dostępu do Internetu za wystarczające do korzystania z mediów cyfrowych

Podstawa: Korzystający z mediów cyfrowych, N=989

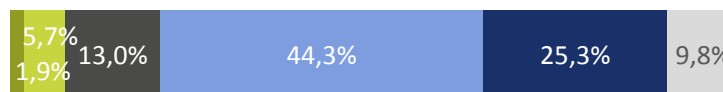
Rodzaj dostępu

Jakiego rodzaju dostępu do Internetu Pana/Pani użytkuje w celu korzystania z mediów cyfrowych?



Parametry dostępu

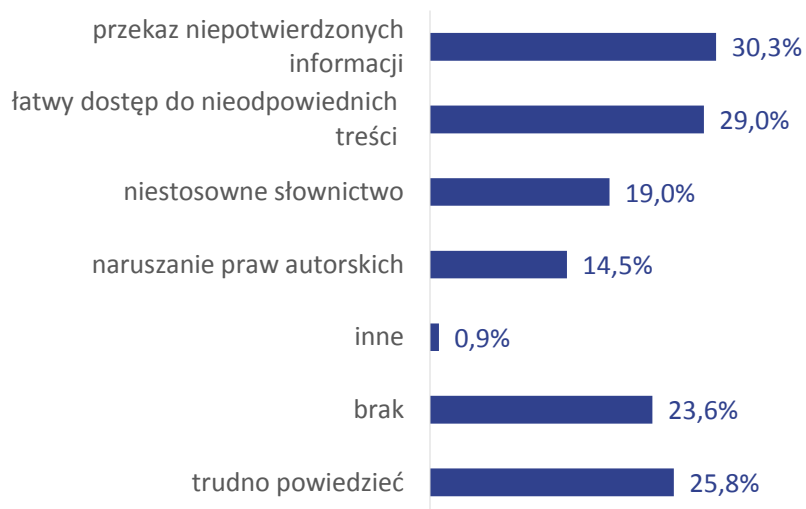
Czy aktualne parametry dostępu do Internetu, których Pan/Pani używa są wystarczające w celu korzystania z mediów cyfrowych?



■ zdecydowanie nie ■ raczej nie ■ ani tak, ani nie
 ■ raczej tak ■ zdecydowanie tak ■ nie wiem

Zagrożenia

Jakie widzi Pan/Pani zagrożenia związane z korzystaniem z mediów cyfrowych?



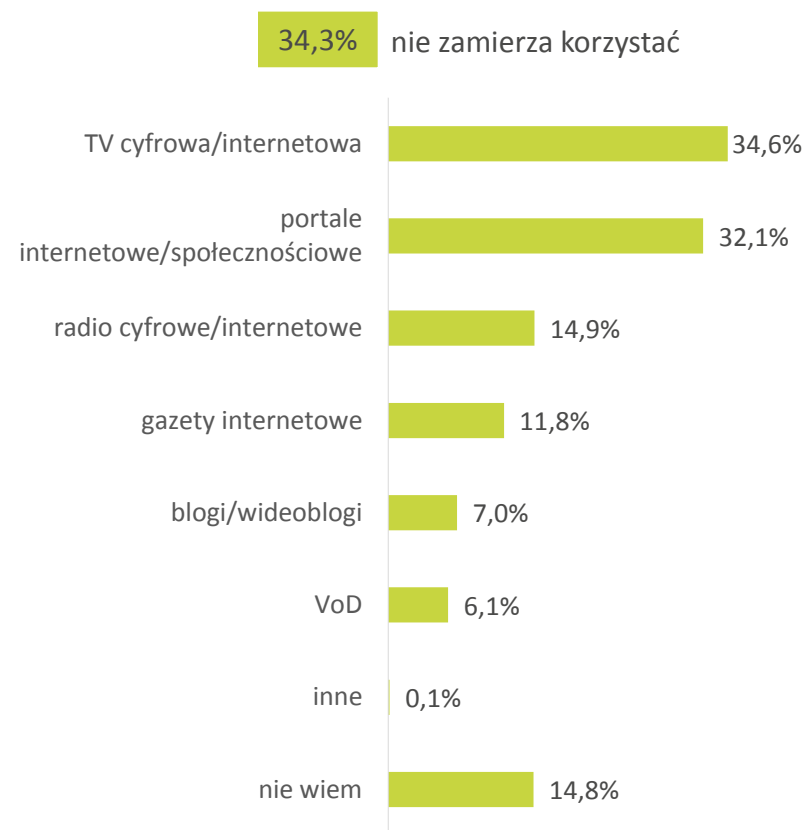
Największe obawy Polaków związane z mediami cyfrowymi to przekazywanie niepotwierdzonych informacji oraz łatwy dostęp do filmów czy stron internetowych nieprzeznaczonych dla dzieci i młodzieży, na które wskazuje niespełna jedna trzecia pytaných. To częściej osoby z niższymi poziomami wykształcenia nie widzą zagrożeń lub trudno jest im odpowiedzieć na to pytanie.

Z kolei w przyszłości najchętniej wykorzystywana będzie telewizja cyfrowa i internetowa, a także portale społecznościowe i internetowe (wskazywane przez około jedną trzecią pytaných).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=1600

Korzystanie w przyszłości

Z jakich mediów cyfrowych Pan/Pani zamierza korzystać w przyszłości?



Usługi wiązane

Korzystanie z pakietu usług wiązanych

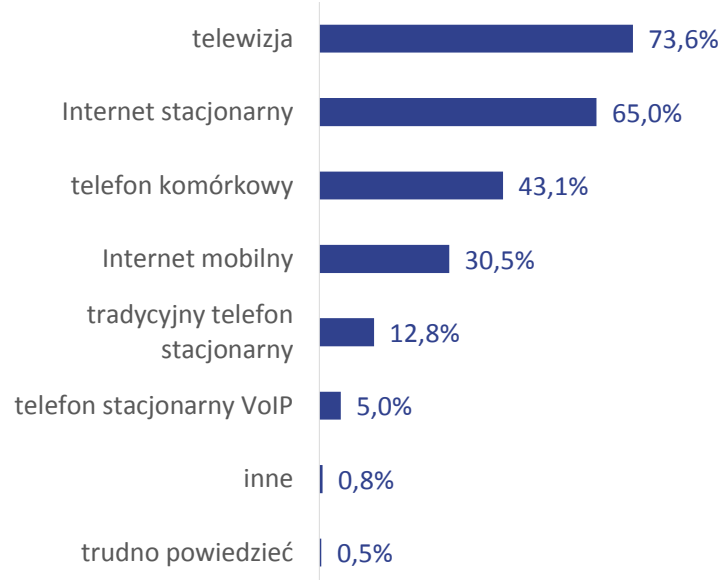
Czy korzysta Pan(i) w swoim gospodarstwie domowym z pakietu usług wiązanych?



Wielkość gospodarstwa



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

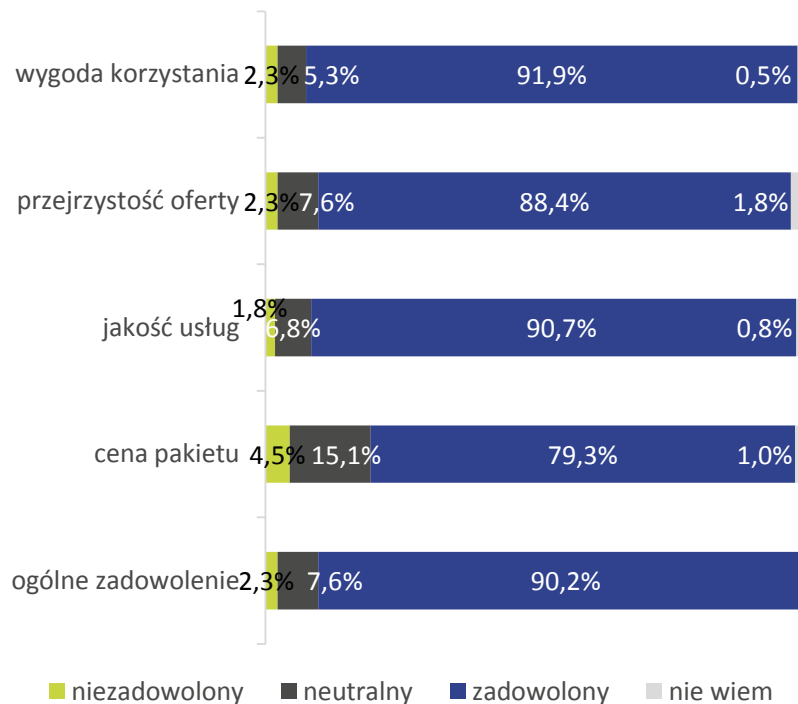


Usługi wiązane to oferty pakietów dwóch lub więcej różnych usług telekomunikacyjnych dostarczane przez jednego operatora i rozliczane w ramach jednej, zbiorczej faktury jako jedna oferta. Z rozwiązania takiego korzysta jedna czwarta badanych (24,8%). Najczęściej to osoby zamieszkujące w dwu- i trzyosobowych gospodarstwach domowych (odpowiednio 33,7% i 25,6%).

W ramach posiadanych pakietów najczęściej oferowana jest telewizja, wskazywana przez niemal trzy czwarte użytkowników. Na drugim miejscu znalazł się Internet stacjonarny (65%), a następnie telefon komórkowy (43,1%) i Internet mobilny (30,5%).

Usługi wiązane

Zadowolenie z usług



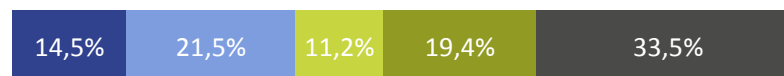
Wysokość rachunku

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

103,1 zł

Minimum: 10 zł

Maximum: 300 zł



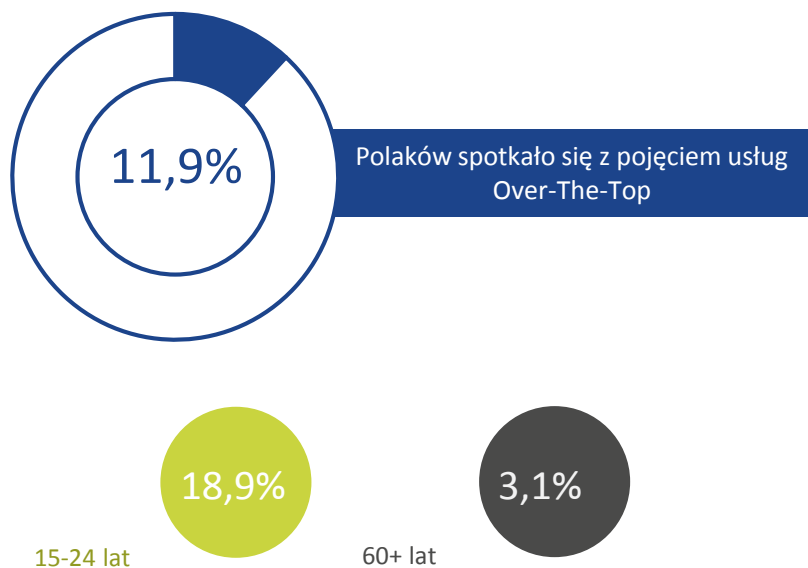
■ do 70 zł ■ od 70 do 89 zł ■ od 90 do 99 zł
 ■ od 100 do 119 zł ■ powyżej 120

Posiadacze pakietu usług wiązanych zadowoleni są ze wszystkich analizowanych aspektów, tj. wygody korzystania, przejrzystości oferty czy jakości usług. Najniżej, choć wciąż wysoko, oceniana jest cena pakietu usług wiązanych (15,1% wskazań neutralnych), przy czym średni miesięczny rachunek to ok. 103 zł. Jedna trzecia użytkowników za dostęp taki płaci powyżej 120 zł, zaś 14,5% mniej niż 70 zł miesięcznie. Maksymalny rachunek to 300 zł.

Usługi Over-The-Top (OTT)

Znajomość pojęcia

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



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

Pojęcie to nie jest powszechnie znane wśród respondentów – spotkało się z nim 11,9%, przy czym najczęściej kojarzą je osoby młode (18,9%) oraz posiadające wyższe wykształcenie (zna je 20% w tej grupie).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=1600

Korzystanie z usług OTT

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



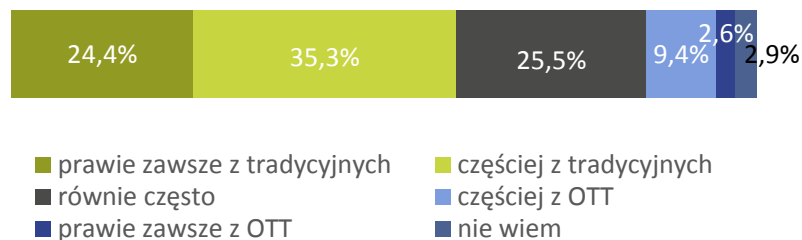
Najczęściej wykorzystywane usługi OTT to usługi komunikacyjne (np. Skype, Messenger, WhatsApp, Viber), z których korzysta więcej niż cztery osoby na dziesięć (43,4%). Na drugim miejscu znalazły się usługi aplikacyjne np. nawigacja, przechowywanie danych w chmurze czy smart dom – 19,9%. Z usług video (np. Netflix czy Showmax) korzysta co dziesiąty badany.

Blisko połowa nie korzysta z żadnych usług OTT (48,3%).

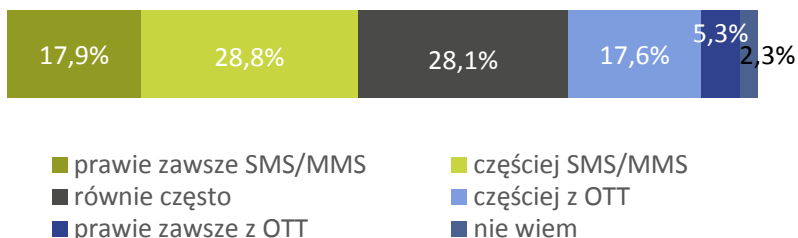
Usługi Over-The-Top

OTT vs. media tradycyjne

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



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



Mimo korzystania z usług komunikacyjnych OTT, tradycyjny sposób komunikacji wciąż ma duże znaczenie. Jeśli chodzi o rozmowy, tylko 12% użytkowników częściej posiłkuje się usługą OTT.

Odsetek ten jest wyższy w przypadku wysyłania wiadomości i wynosi 22,9%. 46,7% wciąż chętniej wysyła tradycyjne SMSy/MMSy.

Podstawa: Korzystający z usług komunikacyjnych OTT, N=694

Opłaty za usługi OTT

Które z wykorzystywanych przez Pana/Panią usług Over-The-Top są płatne?



Korzystający z usług OTT przeważnie nie płacą za dostęp do treści internetowych (67,1%). Wśród płatnych usług przeważają usługi video, a następnie usługi komunikacyjne. Najrzadziej korzystający pokrywają opłaty za usługi audio (np. Tidal czy Spotify).

Podstawa: Korzystający z poszczególnych usług OTT, N=790

Zamiana usług tradycyjnych

Jakie tradycyjne usługi zamienił(a)by Pan/Pani na usługi Over-The-Top?

34,9%

Chciałoby korzystać z obu typów usług

16,9%

Nie zamieniłoby żadnych usług



12,7%

Tradycyjne usługi telefoniczne



6,8%

Tradycyjne usługi telewizyjne



5,9%

Tradycyjne radio

Korzystający z usług Over-The-Top niechętnie zrezygnowaliby z usług tradycyjnych na rzecz OTT.

34,9% chciałoby mieć dostęp do obu typów usługi, a 16,9% nie zamieniłoby żadnych usług tradycyjnych, takich jak telewizja czy radio, na internetowe.

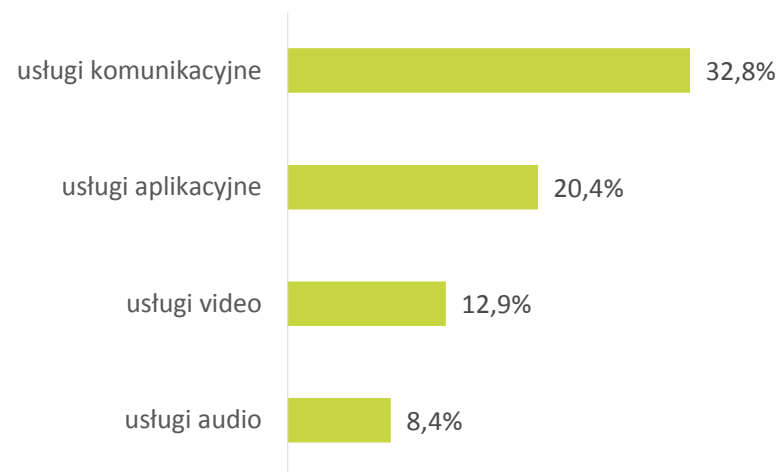
Najprędzej zrezygnowano by z tradycyjnych usług telefonicznych.

Podstawa: Korzystający z usług OTT, N=828

Korzystanie w przyszłości

Korzystanie, z których usług Pan/Pani rozważa w przyszłości?

43,5% nie zamierza korzystać



44% pytaných deklaruje, iż nie zamierza korzystać z żadnych usług OTT w przyszłości.

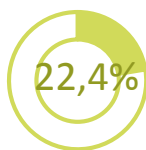
Największym zainteresowaniem cieszą się usługi komunikacyjne, wskazywane przez 33% pytaných. Podobnie jak w przypadku obecnego korzystania, na drugim miejscu znalazły się usługi aplikacyjne (20,4%), a na kolejnym – video i audio (odpowiednio 12,9% i 8,4%).

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=1600

Sieć 5G

Znajomość pojęcia

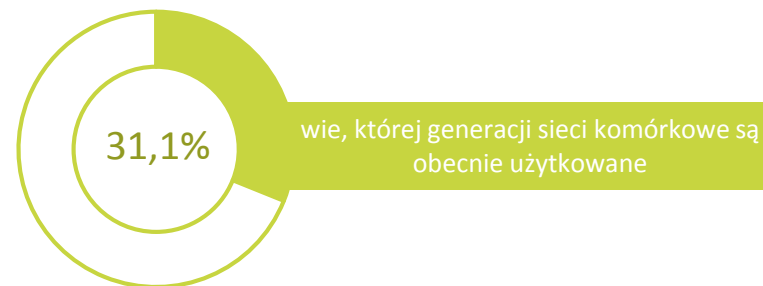
Czy spotkał(a) się Pan/Pani z pojęciem „sieci 5G”?



Sieć 5G to najnowszy standard sieci komórkowej – sieć nowej generacji, odporna na spadki wydajności. Z pojęciem tym spotkało się 27,1% respondentów, nieco bliższe jest ono mężczyznom niż kobietom.

Wiedza nt. generacji sieci

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



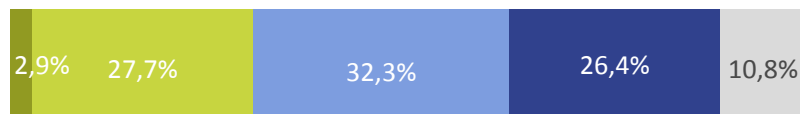
	Tak	Nie	Nie wiem	N
15-24 lat	44,8%	46,6%	8,6%	217
25-34 lat	49,4%	44,6%	5,9%	311
35-44 lat	42,5%	49,0%	8,6%	325
45-59 lat	21,4%	70,4%	8,2%	395
60+ lat	6,7%	86,7%	6,6%	352

Jednocześnie blisko jedna trzecia pytaných (31,1%) deklaruje, że wie, jakiej generacji sieci komórkowe są obecnie użytkowane.

Do niewiedzy w tym temacie częściej przyznają się osoby z najstarszych grup wiekowych.

Maszta telekomunikacyjny

Czy wyraził(a)by Pan/Pani zgodę na budowę masztu telekomunikacyjnego oddalonego o ok. 200 m od Pani/Pana miejsca zamieszkania?



■ zdecydowanie tak ■ raczej tak ■ raczej nie
■ zdecydowanie nie ■ nie wiem

Badani niechętnie widzieliby maszt telekomunikacyjny w pobliżu swojego miejsca zamieszkania. Przeciwnych budowie byłoby 58,7% pytanym. Niespełna jedna trzecia nie miałaby nic przeciwko, by ten element infrastruktury został postawiony w okolicy.

Podstawa: Wszyscy respondenci N=1600

Ryzyko chorób

Niektórzy obawiają się, że promieniowanie wysyłane przez anteny telefonów komórkowych oraz innych nadajników powoduje choroby np. raka. Czy podziela Pan/Pani te obawy?



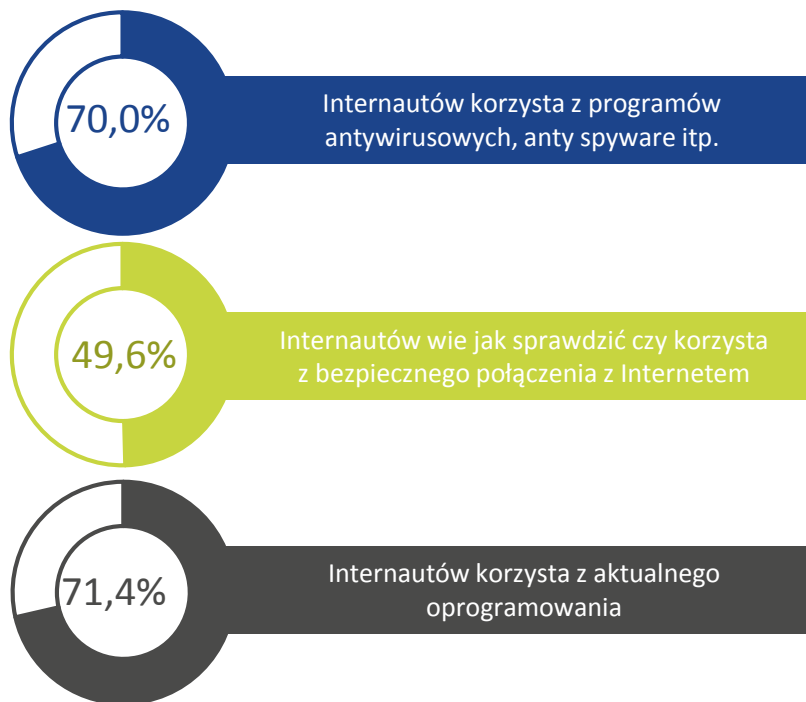
■ zdecydowanie tak ■ raczej tak ■ raczej nie
■ zdecydowanie nie ■ nie wiem

Opinie dotyczące tego czy promieniowanie wysyłane przez anteny telefonów komórkowych i nadajników jest szkodliwe, są podzielone.

42,9% pytanym nie podpisałoby się pod stwierdzeniem dotyczącym szkodliwości promieniowania. Obawy, iż może ono powodować choroby, np. raka, podziela blisko połowa badanych, przy czym 15,8% zdecydowanie boi się tego wpływu. 8% nie ma w tej kwestii zdania.

Bezpieczeństwo w sieci

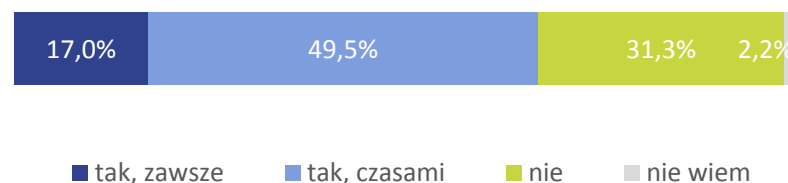
Działania na rzecz bezpieczeństwa



Zgodnie z deklaracjami, wzrasta liczba działań na rzecz bezpieczeństwa w sieci. Siedmiu na dziesięciu internautów (70%) korzysta z programów antywirusowych, anty spyware lub innych, pozwalających zabezpieczyć komputer przed potencjalnymi zagrożeniami. 71,4% stosuje aktualizacje systemowe i aktualizacje programów, a blisko połowa wie jak sprawdzić, czy korzysta z bezpiecznego połączenia z Internetem.

Podstawa: Posiadacze Internetu, N=1040

Czytanie regulaminów



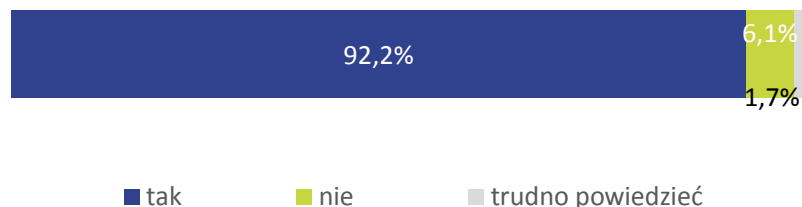
	Tak, zawsze	Tak, czasami	Nie	Nie wiem	N
podstawowe	13,0%	45,0%	40,0%	2,0%	100
zawodowe	14,0%	43,0%	38,8%	4,2%	214
średnie	17,4%	52,4%	28,4%	1,8%	437
wyższe	19,8%	51,8%	26,8%	1,4%	276

Mniejsza jest natomiast skłonność do czytania regulaminów korzystania z usług internetowych. Blisko jedna trzecia internautów przyznaje, że tego nie robi (31,3%), a prawie połowa, że z treścią regulaminów zapoznaje się czasami. Częściej do pomijania treści regulaminu przyznają się osoby z wykształceniem podstawowym, wśród których odsetek nieczytających regulaminów wynosi 40%.

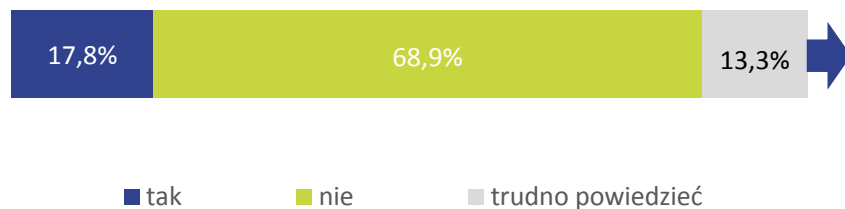
Bezpieczeństwo w sieci

Prywatność w sieci

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



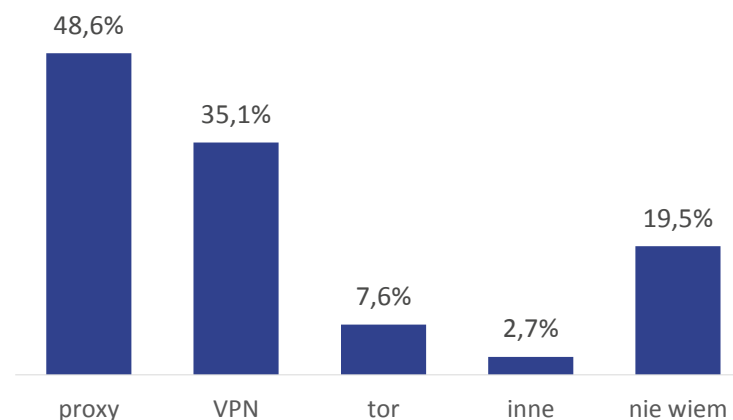
Czy korzysta Pan/Pani z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci?



Dla zdecydowanej większości internautów (92,2%) prywatność w sieci ma duże znaczenie.

Mimo to blisko siedmiu na dziesięciu użytkowników Internetu (68,9%) nie stosuje rozwiązań mających na celu poprawę prywatności w Internecie.

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

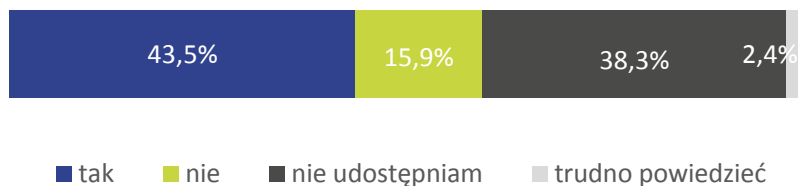


Korzystanie z rozwiązań zwiększających poziom prywatności użytkowników deklaruje mniej niż jedna piąta (17,8%).

Wśród najczęściej stosowanych zabezpieczeń wymieniane jest przede wszystkim proxy (prawie połowa wskazań – 48,6%), a także VPN (35,1%).

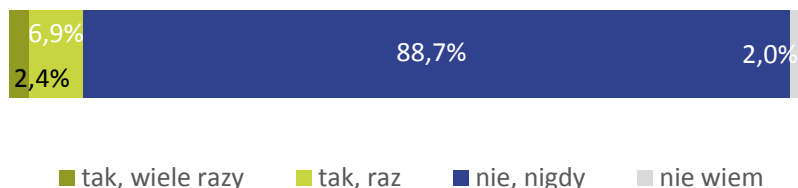
Udostępnianie danych

Czy ma Pan/Pani świadomość udostępnianych przez siebie danych?



Podstawa: Posiadacze Internetu, N=1040

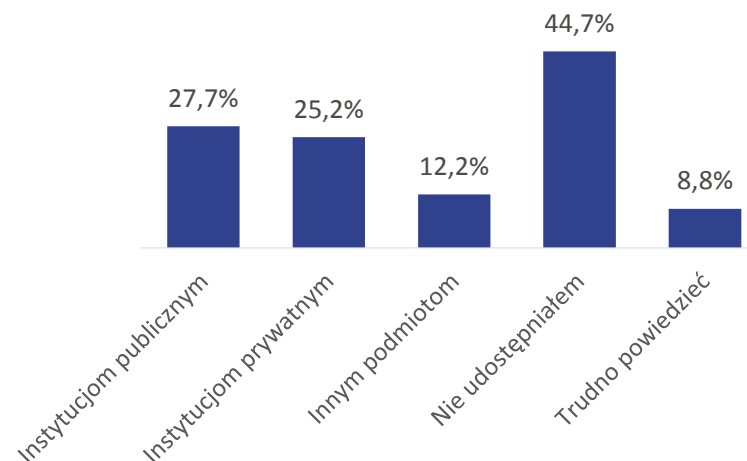
Czy kiedykolwiek padł(a) Pan/Pani ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnionych przez Pana(ią) danych?



38,3% procent posiadaczy Internetu twierdzi, że nie udostępnia żadnych danych w sieci. Z kolei 43,5% deklaruje, że ma świadomość ich udostępniania. Spośród nich zdecydowana większość nigdy nie padła ofiarą żadnych nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnianych danych (88,7%). Z takim incydentem 6,9% spotkało się raz, a 2,4% kilka razy.

Podstawa: Osoby wiedzące o udostępnieniu danych, N=452

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

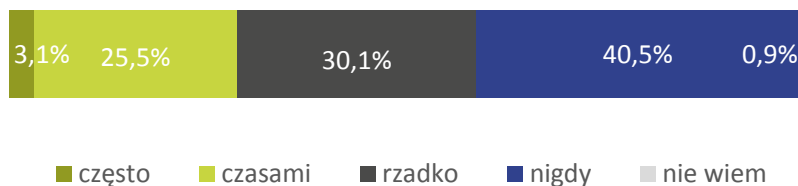


44,7% tych, którzy mają świadomość udostępniania danych w sieci nie udostępniało ich żadnym podmiotom w ostatnim roku.

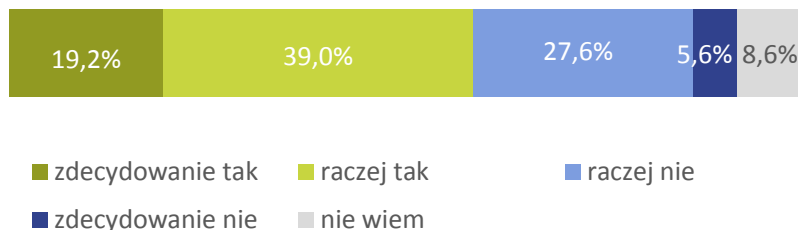
Podobny odsetek udostępniał dane instytucjom publicznym (27,7%), co prywatnym (25,2%).

Zdjęcia bliskich i negatywne treści

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



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



Blisko 60% Internautów udostępnia zdjęcia swoich bliskich w sieci, przy czym jedna trzecia deklaruje, że robi to rzadko, a zaledwie 3,1% udostępnia je z dużą częstotliwością. Zdjęciami częściej dzielą się przedstawiciele najmłodszych grup wiekowych.

Zdaniem blisko 60% badanych, w Internecie pokazane jest zbyt dużo przemocy, seksu i przekleństw. Odsetek popierających tę opinię wzrasta wraz ze wzrostem wykształcenia.

Podstawa: Posiadacze Internetu, N=1040

Zagrożenia w sieci

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



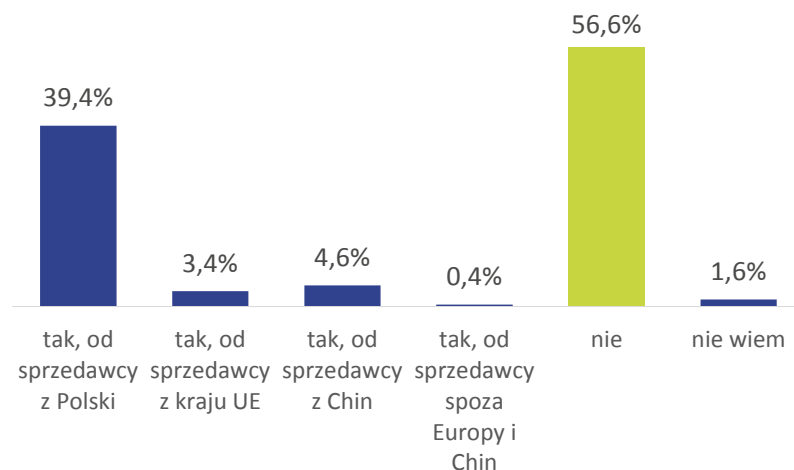
Największe niebezpieczeństwa związane z korzystaniem z sieci, wskazywane przez badanych to: możliwość wyłudzenia loginów i haseł oraz ryzyko kradzieży tożsamości (po prawie 48%). Obawy budzi też niebezpieczeństwo zaciągnięcia zobowiązań (37,6%). Niespełna co piąty nie zna żadnych zagrożeń (18,4%), przy czym wśród osób najstarszych odsetek ten wzrasta do 30,7%.

Podstawa: Wszyscy respondenci, N=1600

Jednolity Rynek Cyfrowy

Zakupy online

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy dokonał(a) Pan(i) zakupu przez Internet jakiegokolwiek towaru lub usługi?



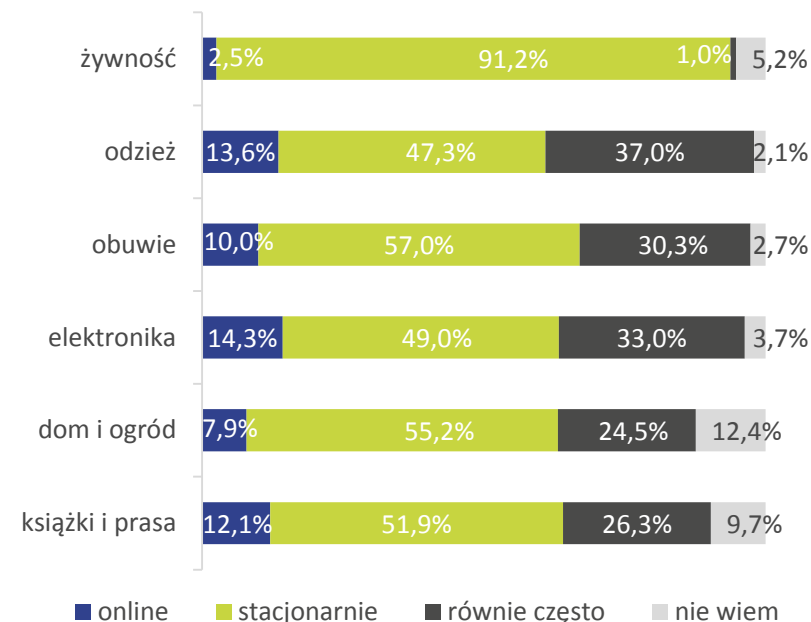
Zakupów online w ostatnim roku dokonało około czterech na dziesięciu badanych, równie często kobiet, co mężczyzn.

Najczęściej kupowano towary i usługi od polskich sprzedawców (39,4%), znacznie mniej, tj. 4,6% dokonało zakupów internetowych z Chin, a 3,4% od sprzedawców z innych krajów UE.

Podstawa: Wszyscy Respondenci, N=1600

Zakupy online a stacjonarne

Czy dokonując zakupów wymienionych kategorii produktów, korzysta Pan/Pani z zakupów online czy kupuje stacjonarnie?



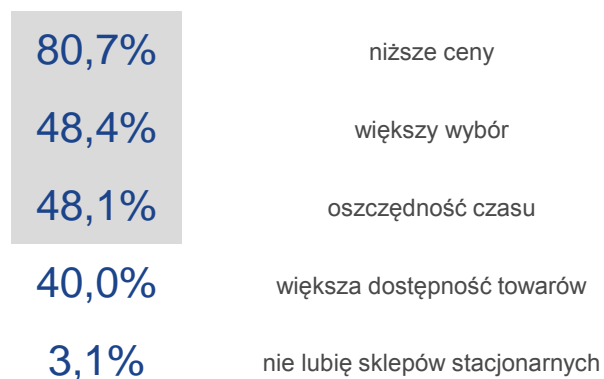
Kupujący online rzadko rezygnują jednak z zakupów stacjonarnych, co widać szczególnie w przypadku żywności. Ponad połowa wyłącznie stacjonarnie kupuje również obuwie (57%), wyposażenie z kategorii dom i ogród (55%) oraz książki i prasę (52%).

Przez Internet najczęściej kupowana jest elektronika oraz odzież.

Podstawa: Dokonujący zakupów online, N=670

Powody kupna online

Co sprawia, że decyduje się Pan/Pani na zakupy w sieci?

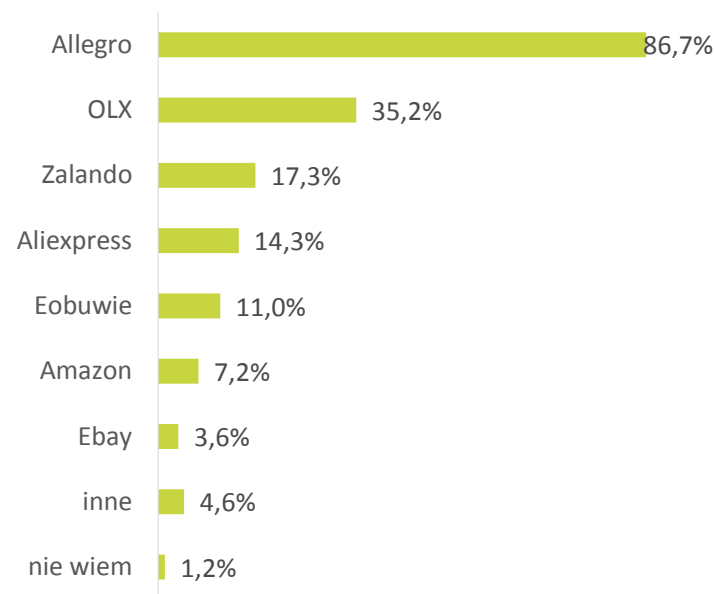


Na decyzje zakupowe w sieci wpływ mają przede wszystkim niższe ceny towarów i usług oferowane online, wskazywane przez 80,7% kupujących.

Nie bez znaczenia są również większy wybór w sieci oraz oszczędność czasu (po około 48%), jak również większa dostępność towarów online.

Portale i serwisy

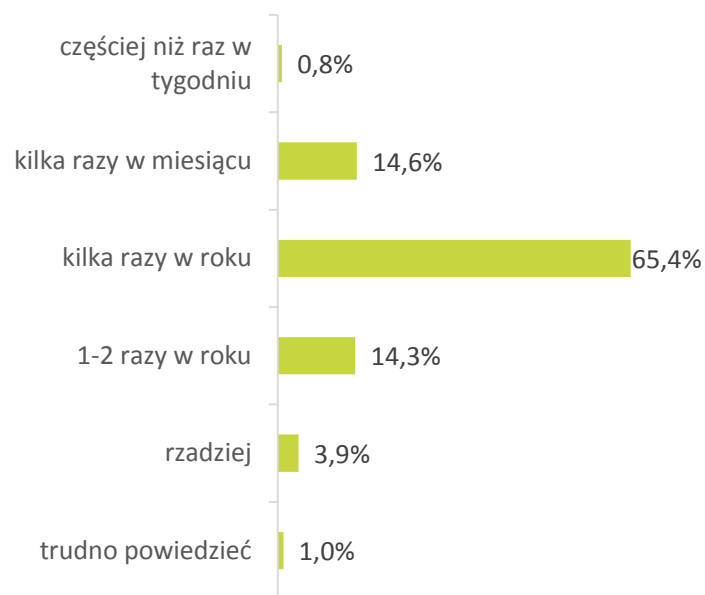
Na których portalach aukcyjnych/ogłoszeniowych dokonał(a) Pan(i) zakupu przez Internet jakiegokolwiek towaru lub usługi w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Najpopularniejszym portalem, na którym dokonywane są zakupy internetowe jest Allegro. Korzysta z niego 86,7% kupujących online. Drugim wskazywanym serwisem jest OLX (35,2%), zaś na trzecim miejscu znalazło się Zalando z 17,3% wskazań.

Częstotliwość zakupu online

Jak często dokonywał(a) Pan(i) zakupu przez Internet jakiegokolwiek towaru lub usługi w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Kupujący online najczęściej dokonują transakcji kilka razy w roku – odpowiedź tę wskazuje 65,4% korzystających z tego typu usług.

Zakup zagraniczny

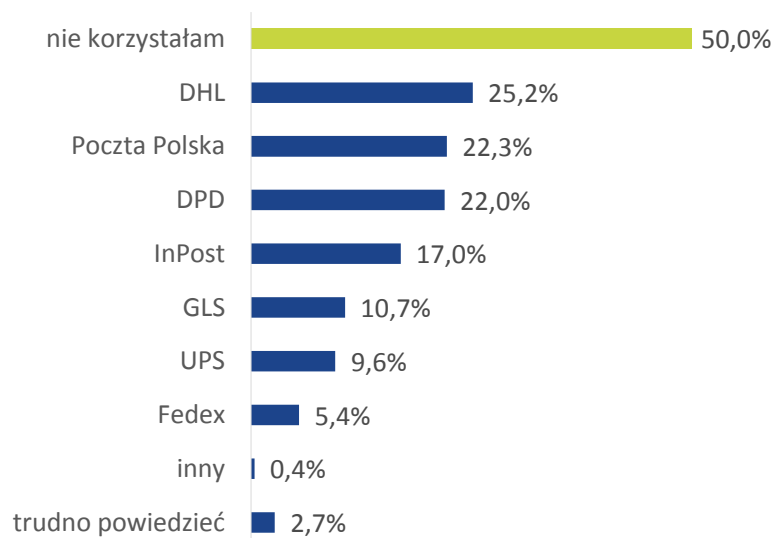
Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy dokonał(a) Pan(i) zakupu jakiegokolwiek towaru lub usługi za pośrednictwem kanałów innych niż Internet od sprzedawcy z innego państwa UE?



Niewielką popularnością cieszą się zakupy towarów i usług dokonane w innych państwach Unii Europejskiej w inny sposób niż za pośrednictwem Internetu. Zakupu takiego dokonało niespełna 4% badanych.

Dostawcy usług kurierskich

Z usług których dostawców przesyłek korzystał(a) Pan(i) w Polsce w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

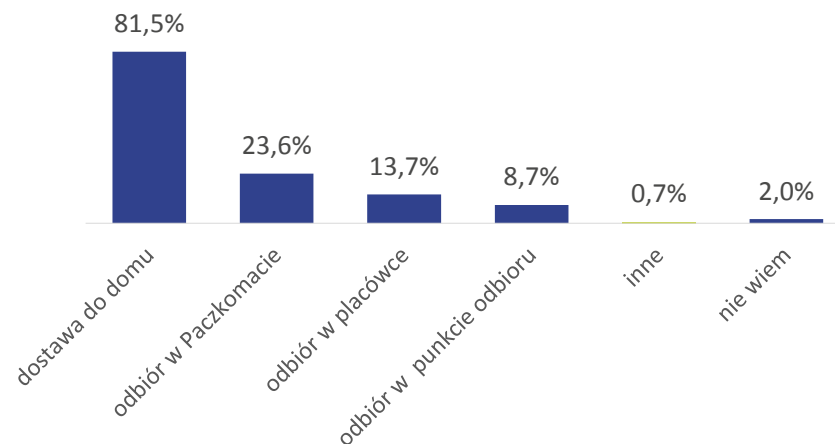


Połowa badanych w ostatnim roku nie korzystała z usług dostawców przesyłek kurierskich. W trójce najpopularniejszych dostawców znalazły się natomiast usługi DHL, Poczty Polskiej oraz DPD. Preferowana forma usługi to bezpośrednia dostawa do domu, wskazywana przez 81,5% użytkowników. Alternatywę, w przypadku braku możliwości osobistego odbioru, równorzędnie stanowi dostawa do pracy, pozostawienie w umówionym z kurierem miejscu lub samodzielny odbiór w placówce.

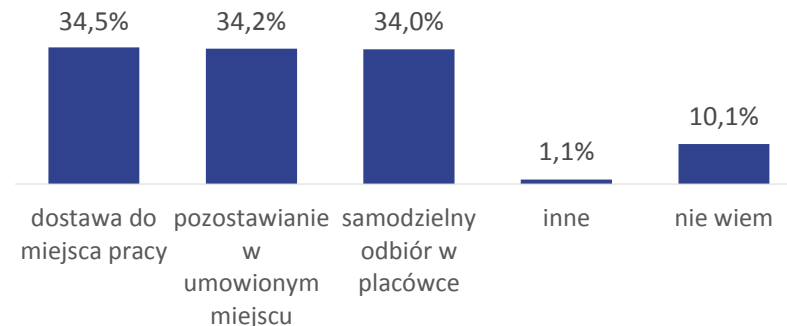
Podstawa: Wszyscy Respondenci, N=1600

Forma dostawy

Którą formę dostawy przesyłki wybierał(a) Pan(i) najczęściej?



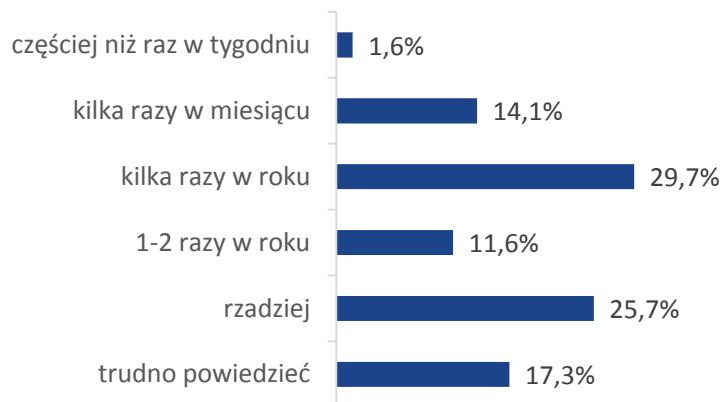
Jaką formę dostawy przesyłki wybrał(a) by Pan(i) w przypadku preferencji lecz braku możliwości odebrania przesyłki osobiście?



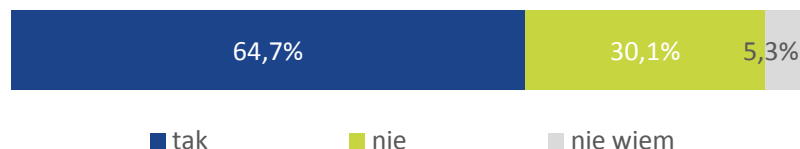
Podstawa: Korzystający z usług kurierskich, N=757

Dostawy usług kurierskich w obrocie transgranicznym

Jak często korzysta Pan(i) z usług kurierskich w obrocie transgranicznym?



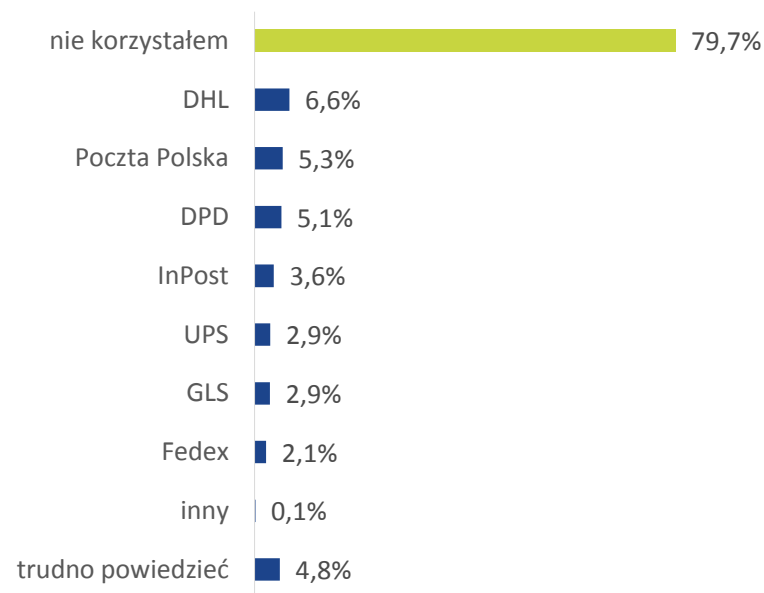
Czy informacje o śledzeniu zamówionej przesyłki, podawane przez operatorów pocztowych są dla Pana(i) zrozumiałe?



Korzystający z tego typu usług kurierskich uważają, że informacje o śledzeniu przesyłki są podawane w sposób zrozumiały (65%). Na problem z czytelnością przekazu wskazuje trzech na dziesięciu (30%).

Podstawa: Korzystający z usług kurierskich w obrocie transgranicznym, N=249

Z usług kurierskich których operatorów korzystał(a) Pan(i) w obrocie transgranicznym w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Zdecydowana większość badanych nie korzystała z usług kurierskich w obrocie transgranicznym (79,7%). Użytkownicy natomiast zazwyczaj dokonują zakupów za granicą kilka razy w roku (29,7%) lub rzadziej niż 1-2 razy do roku (25,7%).

Do najczęściej wybieranych dostawców w obrocie transgranicznym zaliczają się DHL, Poczta Polska oraz DPD.

Podstawa: Wszyscy Respondenci, N=1600

Dostawy usług kurierskich w obrocie transgranicznym

Dlaczego nie korzystał(a) Pan(i) z usług kurierskich w obrocie transgranicznym?



Główną przyczyną niekorzystania z usług kurierskich zagranicą jest brak takiej potrzeby (15,5%), o czym świadczy też wysoki odsetek odpowiedzi „nie wiem”.

Wśród wskazywanych barier najczęściej wskazywane są wysokie koszty dostawy, zbyt długi czas oczekiwania na przesyłkę oraz bariera językowa.

Podstawa: Niekorzystający z usług kurierskich w obrocie transgranicznym, N=1275

Co skłoniłoby Pan(i)ą do częstszego zamawiania towarów w innym kraju?



Analogicznie – 50,9% wskazuje, że nic nie skłoniłoby ich do zamawiania towarów w innym kraju. Zachętą dla około 15% stanowiłaby niższa cena produktów, niższe koszty dostawy, a dla 12,8% - krótszy czas dostawy.

Podstawa: Wszyscy Respondenci, N=1600

Przesyłki transgraniczne

Czy kiedykolwiek w przypadku zakupów dokonywanych przez sieć u zagranicznego sprzedawcy zrezygnował(a) Pan(i) z transakcji z powodu:

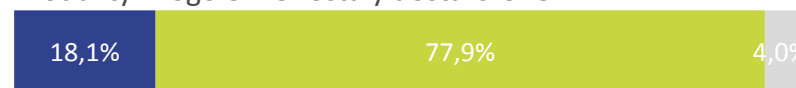


Spośród respondentów korzystających w ciągu ostatnich 12 miesięcy z usług kurierskich w obrocie transgranicznym 25,7% zadeklarowało, że nigdy nie zrezygnowało z transakcji transgranicznej. Najczęstszą przyczyną odstąpienia od zakupów był zbyt wysoki koszt dostawy (27,7%). Respondenci rezygnowali z transakcji także z powodu braku zaufania do pewności dostawy (19,3%), braku wiedzy na temat naliczania cła (19,3%), czy braku możliwości zapłaty przy odbiorze w kraju (18,1%).

Podstawa: Korzystający z usług kurierskich w obrocie transgranicznym, N=249

Proszę mi powiedzieć, jakie doświadczenia dotyczą Pan(i) zakupów w ciągu minionych 12 miesięcy?

Produkty w ogóle nie zostały dostarczone:



Produkty zostały dostarczone później niż obiecano:



Otrzymał Pan uszkodzony produkt lub inny produkt niż ten, który Pan zamówił:

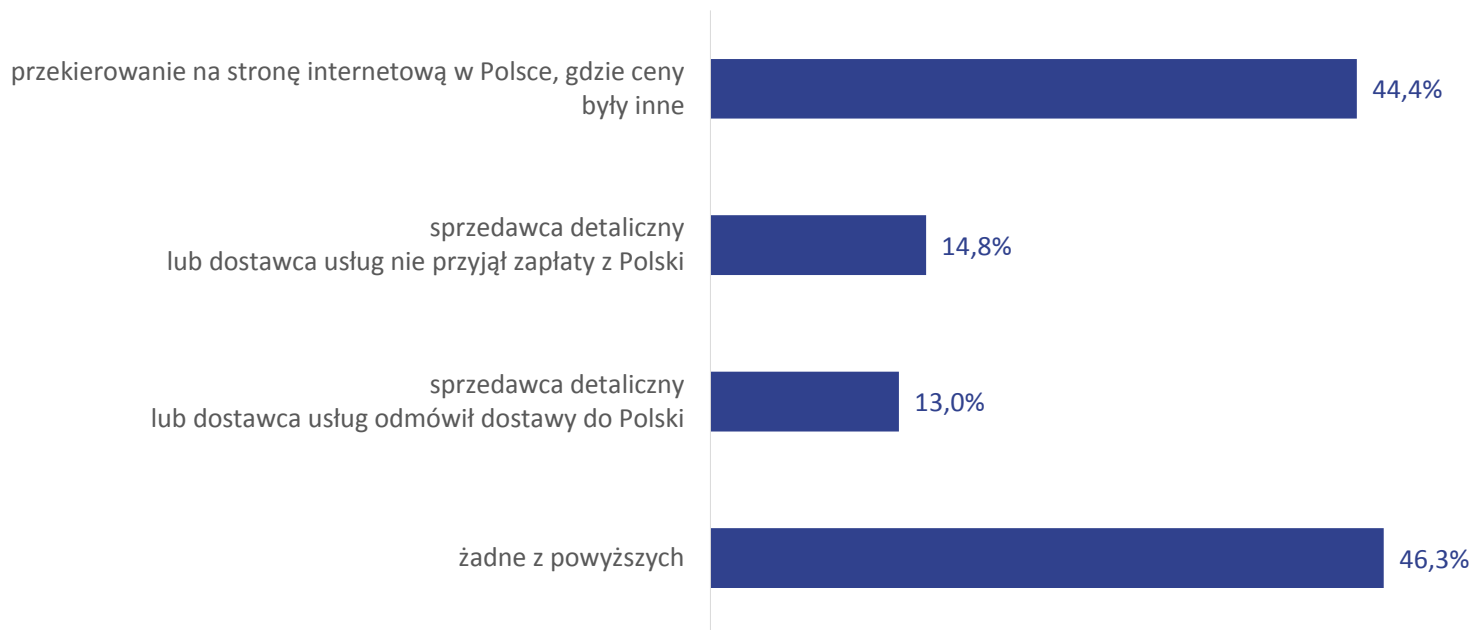


■ tak ■ nie ■ nie wiem

Respondentów korzystających w ciągu ostatnich 12 miesięcy z usług kurierskich w obrocie transgranicznym zapytano o doświadczenia związane z ich zakupami. Co trzecia osoba przyznała, że zdarzyło się, iż produkty zostały dostarczone później niż obiecano. W przypadku 18,1% odpowiadających produkty w ogóle nie zostały dostarczone. Ponadto, 18,1% otrzymało uszkodzony produkt lub produkt niezgodny z zamówieniem.

Napotkane trudności

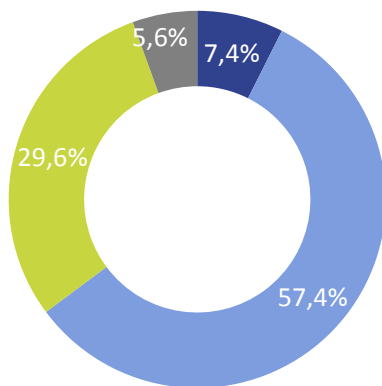
Czy w ciągu minionych 12 miesięcy napotkał(a) Pan(i) któryś z następujących problemów przy kupowaniu przez Internet towarów lub/i usług z innego państwa UE?



Najczęściej napotykanym problemem przy kupowaniu przez Internet towarów z innego państwa UE było przekierowanie na stronę internetową w Polsce, gdzie ceny były inne. W przypadku 14,8% odpowiadających sprzedawca nie przyjął zapłaty z Polski, zaś w przypadku 13,0% sprzedawca odmówił dostawy do Polski. Niemal połowa badanych nie napotkała żadnych z powyższych problemów.

Terminowość przesyłek

Jak ocenia Pan(i) terminowość doręczenia przesyłek transgranicznych?



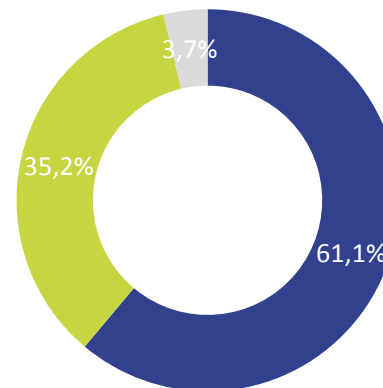
- przesyłki zawsze są doręczane na czas
- przesyłki zazwyczaj doręczane są w odpowiednim czasie
- przesyłki zazwyczaj nie są doręczane na czas
- przesyłki nigdy nie są doręczane na czas
- nie wiem, trudno powiedzieć

W ocenie przeważającej części respondentów przesyłki transgraniczne doręczane są zazwyczaj w odpowiednim czasie (57,4%). Ponadto 7,4% badanych zadeklarowało, że przesyłki zawsze są doręczane na czas. Tymczasem 29,6% odpowiadających przyznało, że przesyłki zazwyczaj nie są doręczane na czas.

Podstawa: Respondenci, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy dokonali zakupu przez Internet od sprzedawcy z kraju Unii Europejskiej, N=54

Ocena przesyłek zagranicznych

Czy była(a) Pan(i) zadowolony(a) z usługi doręczenia przesyłek zagranicznych?



- tak
- nie
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Przeważająca część badanych (61,1%) była zadowolona z usługi doręczenia przesyłek zagranicznych. Niezadowolenie wyraziło 35,2% odpowiadających (n=19 osób). Jako powód niezadowolenia wskazywano opóźnienie w wykonaniu usługi oraz niewykonanie usługi.

Reklamacje

Czy składał(a) Pan(i) dotychczas reklamację w zakresie doręczenia przesyłek w obrocie transgranicznym/polskim?

Kraje UE:



Polska:



■ tak

■ nie

Reklamacje częściej były dokonywane w zakresie przesyłek w obrocie transgranicznych niż w obrocie polskim – 31,5% wobec 9,7%.

Ocena procesu reklamacji

przyjęcie reklamacji

Kraje UE:



Polska:



rozpatrzenie reklamacji

Kraje UE:



Polska:



jakość procesu obsługi

Kraje UE:



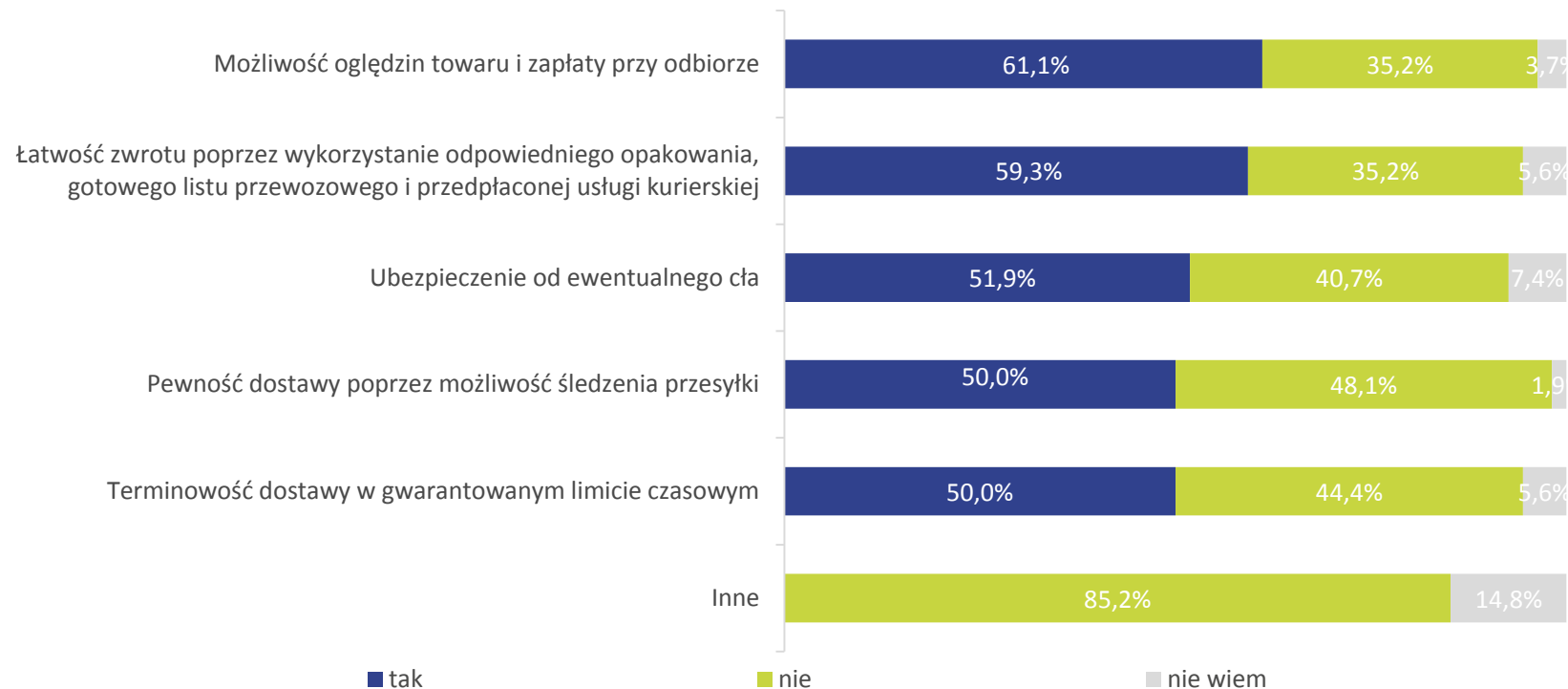
Polska:



Przeważająca część reklamacji została przyjęta bez problemu zarówno za granicą, jak i w Polsce. Zazwyczaj zostały one pozytywnie rozpatrzone na obu rynkach. Odpowiadający pozytywnie oceniają jakość obsługi w procesie reklamacyjnym. W przypadku obrotu transgranicznego nie odnotowano negatywnych ocen, natomiast w przypadku reklamacji w Polsce, kilkanaście procent było z niego niezadowolonych. Z uwagi na niską podstawę procentowania, zrezygnowano z podawania wartości procentowych – im ciemniejszy kolor grafiki, tym lepsza ocena.

Dostawa towaru z Unii Europejskiej

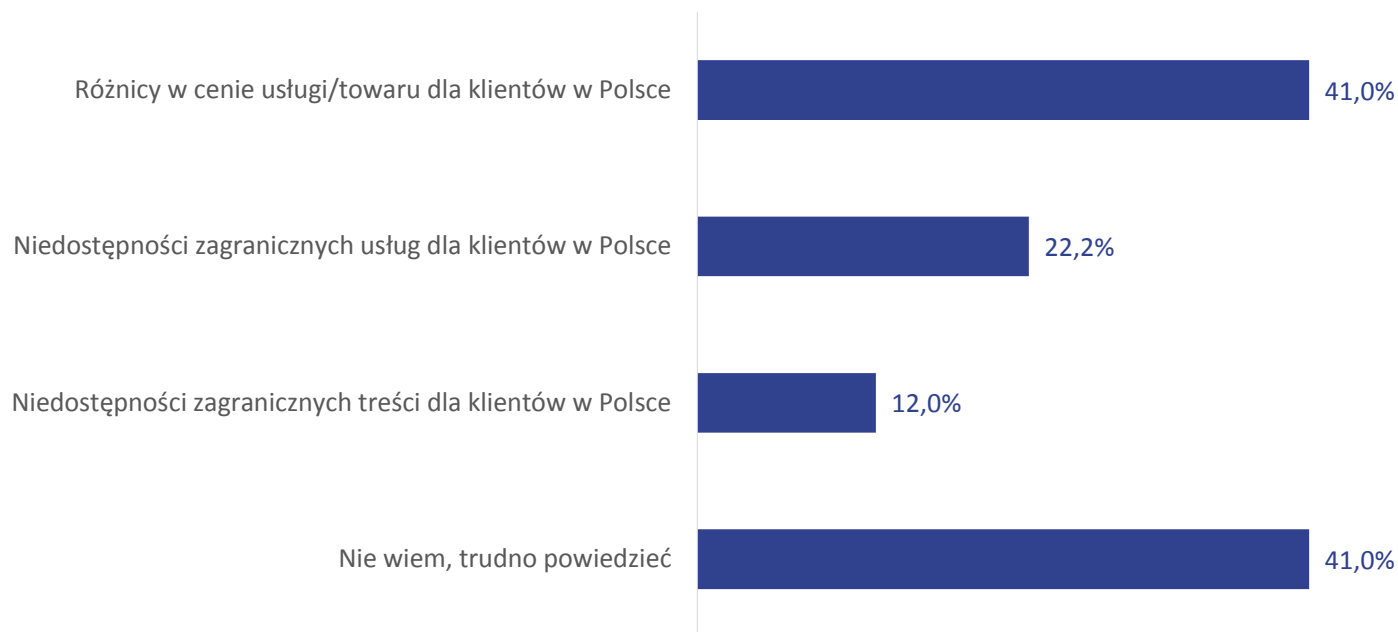
Czy był(a)by Pan(i) gotowy(a) zapłacić więcej za dostawę towaru kupionego przez Internet otrzymując w zamian:



Odpowiadający najczęściej byliby gotowi zapłacić więcej za dostawę towaru kupionego przez Internet od dostawcy z kraju Unii Europejskiej, gdyby otrzymali w zamian możliwość oględzin i zapłaty przy odbiorze (61,1%) oraz łatwość zwrotu poprzez wykorzystanie odpowiedniego opakowania, gotowego listu przewozowego i przedpłaconej usługi kurierskiej (59,3%). Znaczna część osób wskazała również na pozostałe udogodnienia – ubezpieczenie od ewentualnego cła (51,9%), pewność dostawy poprzez możliwość śledzenia przesyłki (50,0%) oraz terminowość dostawy w gwarantowanym limicie czasowym (50,0%).

Zjawiska niedostępności usług

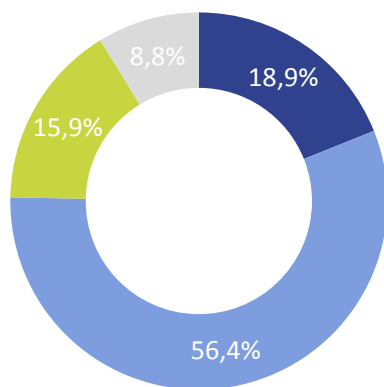
Czy spotkał(a) się Pan(i) osobiście ze zjawiskiem:



Najwięcej (41,0%) spośród osób dokonujących zakupów przez Internet od sprzedawców zagranicznych spotkało się osobiście ze zjawiskiem różnicy w cenie usługi/towarów dla klientów w Polsce. Z niedostępnością zagranicznych usług spotkało się 22,2% odpowiadających, zaś z niedostępnością zagranicznych treści dla klientów w Polsce – 12,0%.

Zakup nowego sprzętu

Czy dokonując zakupu nowego sprzętu (smartphone, laptop itp.), zwraca Pan/i uwagę na firmę czy raczej na funkcjonalność sprzętu?



- Raczej na firmę
- Raczej na funkcjonalność
- Nie podejmuję decyzji odnośnie zakupu sprzętu
- Nie wiem, trudno powiedzieć

	Na firmę	Na funkcjonalność	Nie podejmuję decyzji	Nie wiem	N
15-24 lat	24,9%	54,4%	11,1%	9,7%	217
25-34 lat	21,9%	64,0%	7,7%	6,4%	311
35-44 lat	24,3%	57,8%	10,2%	7,7%	325
45-59 lat	14,4%	59,7%	18,5%	7,3%	395
60+ lat	12,8%	45,7%	28,7%	12,8%	352

	Na firmę	Na funkcjonalność	Nie podejmuję decyzji	Nie wiem	N
podstawowe	17,9%	42,9%	26,3%	12,9%	224
zawodowe	15,6%	52,1%	22,5%	9,9%	463
średnie	21,0%	60,4%	11,1%	7,6%	596
wyższe	21,0%	65,3%	7,3%	6,3%	300

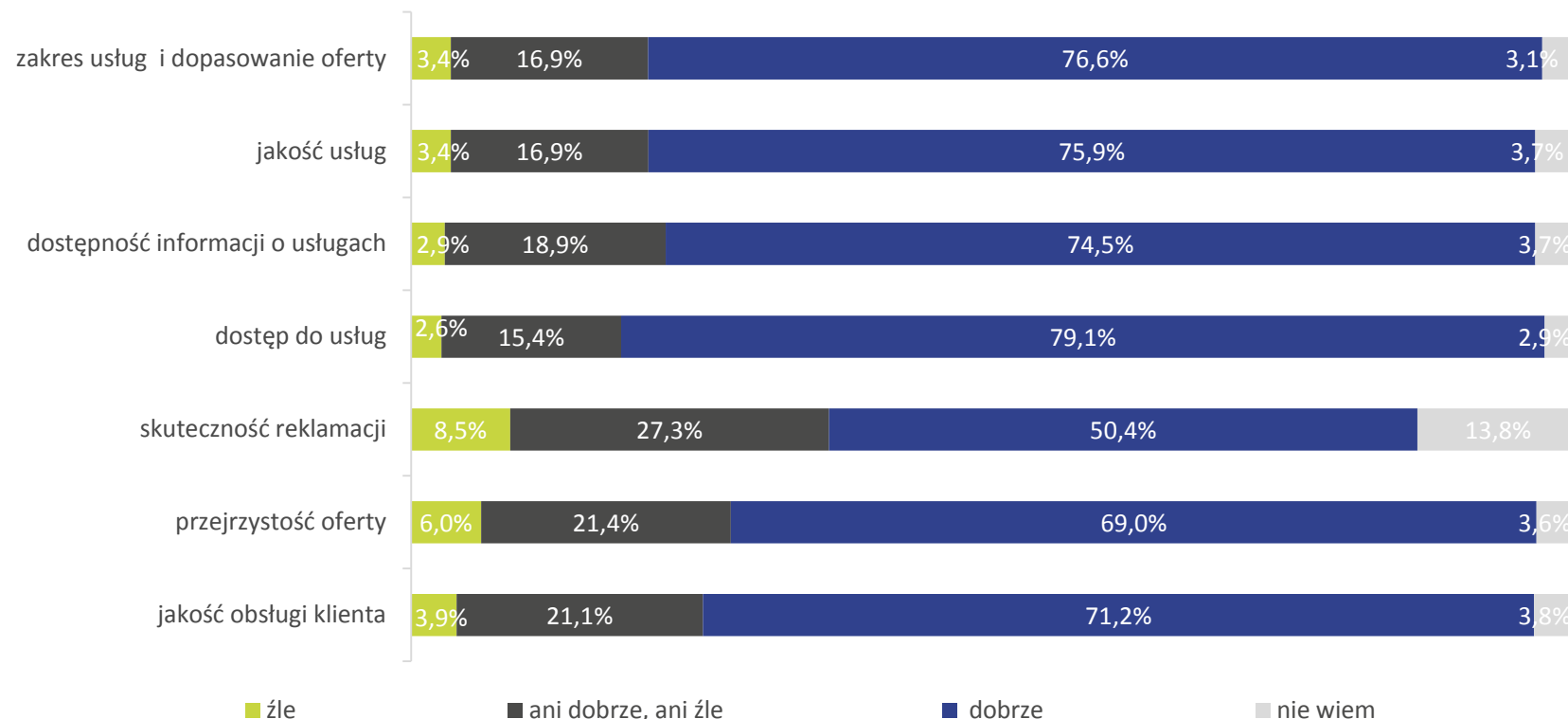
Dokonując zakupu nowego sprzętu respondenci częściej zwracają uwagę na funkcjonalność sprzętu niż na firmę, 56,4% względem 18,9%. Ponadto 15,9% badanych przyznało, że nie podejmuje takich decyzji, a 8,8% udzieliło odpowiedzi *nie wiem, trudno powiedzieć*.

Na funkcjonalność sprzętu podczas decyzji zakupowych częściej zwracają uwagę osoby pomiędzy 25. a 34. rokiem życia, funkcje najmniej istotne są dla osób po 60. roku życia i osób z podstawowym wykształceniem.

Ocena rynku telekomunikacyjnego

Rynek telekomunikacyjny w Polsce

Proszę ocenić poniższe aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce:



Niemal wszystkie aspekty funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce oceniane są przez badanych bardzo wysoko. Najlepiej wypada dostęp do usług (79% pozytywnych wskazań), zakres oferowanych usług i dopasowanie oferty do potrzeb (77%) oraz jakość usług i dostępność informacji o nich (każde po około 75%). Najniżej oceniana jest natomiast skuteczność procesu reklamacji.

Pozytywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym

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



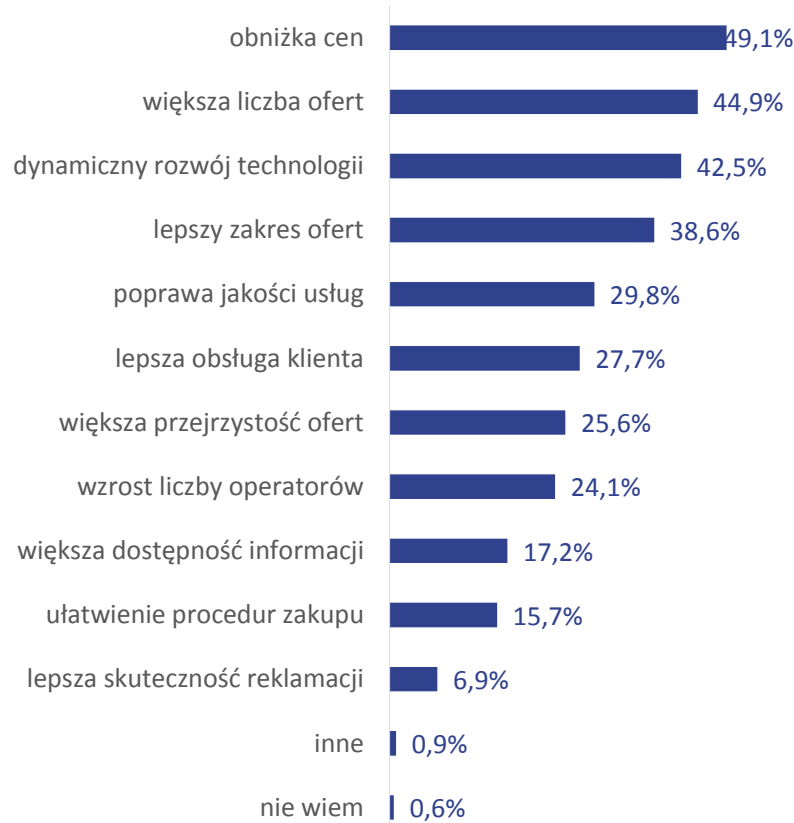
	Tak	Nie	Nie wiem	N
podstawowe	16,1%	68,7%	15,2%	224
zawodowe	15,7%	67,0%	17,3%	463
średnie	22,4%	60,7%	16,9%	596
wyższe	29,0%	56,7%	14,3%	300

W ciągu ostatniego roku pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych zauważyło 20,8% badanych; częściej były to osoby z wyższym wykształceniem.

Do najczęściej obserwowanych zmian zaliczyć można obniżkę cen usług telekomunikacyjnych (49,1%), wzrost liczby ofert (44,9%), a także dynamiczny rozwój technologii (43%).

Podstawa: Wszyscy Respondenci, N=1600

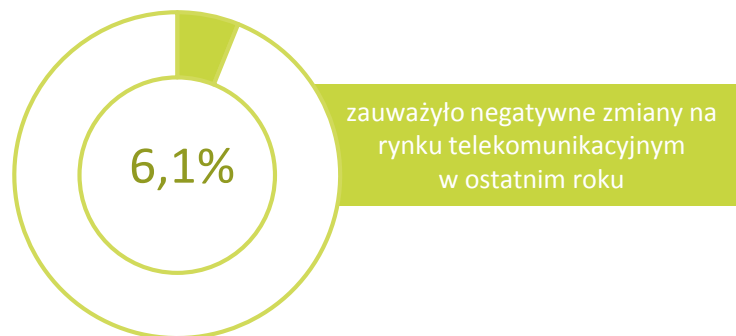
Jakie pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych zauważył(a) Pan/Pani w ciągu ostatniego roku?



Podstawa: Dostrzegający pozytywne zmiany na rynku, N=332

Negatywne zmiany na rynku telekomunikacyjnym

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



Większość badanych nie dostrzega żadnych negatywnych zmian na rynku usług telekomunikacyjnych. Niepożądane zjawisko zaobserwowało zaledwie 6,1% pytanych. Poproszeni i ich wskazanie, najczęściej wymieniają wzrost cen, pogorszenie jakości usług i mniejszą przejrzystość ofert.

Podstawa: Wszyscy Respondenci, N=1600

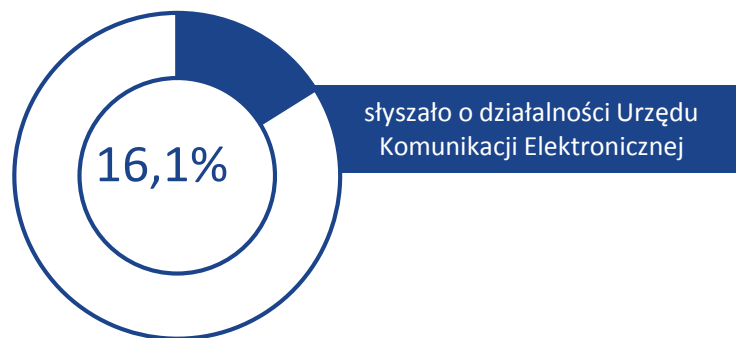
Jakie negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych zauważył(a) Pan/Pani w ciągu ostatniego roku?



Podstawa: Dostrzegający negatywne zmiany na rynku, N=98

Działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej

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

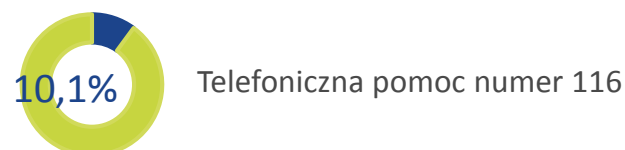
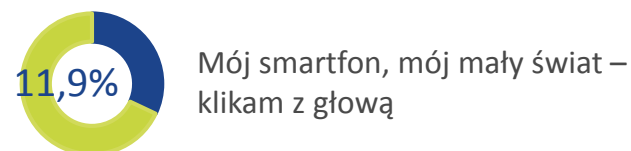
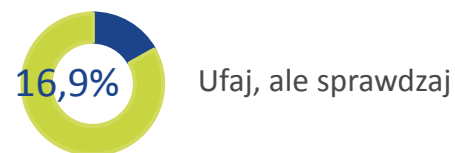
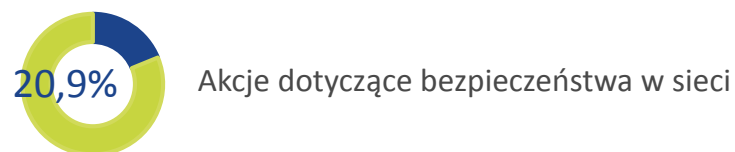


	Tak	Nie	Nie wiem	N
15-24 lat	17,5%	79,3%	3,2%	217
25-34 lat	25,7%	69,1%	5,1%	311
35-44 lat	19,4%	73,2%	7,4%	325
45-59 lat	13,4%	82,8%	3,8%	395
60+ lat	6,8%	89,8%	3,4%	352

O Urzędzie Komunikacji Elektronicznej słyszało 16,1% klientów indywidualnych. Najczęściej instytucję tę kojarzą osoby młode.

Najbardziej rozpoznawaną akcją społeczną okazały się działania dotyczące bezpieczeństwa w sieci, kojarzone przez 20,9% osób. 16,9% słyszało też o akcji „Ufaj, ale sprawdzaj”, pozostałe działania rozpoznaje między 10 a 12% badanych.

Czy słyszał(a) Pan/Pani o następujących akcjach społecznych?



Ocena działalności UKE

Jak ocenia Pan/Pani dotychczasowe działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



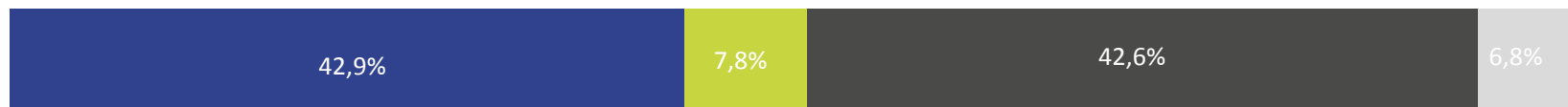
	źle	Neutralnie	Dobrze	Nie wiem	N
Mężczyzna	2,7%	35,6%	48,6%	13,0%	146
Kobieta	2,7%	32,1%	58,0%	7,1%	112

Działalność UKE oceniana jest pozytywnie przez ponad połowę badanych (52,7% wskazań – suma odpowiedzi „raczej dobrze” i „zdecydowanie dobrze”). Nieco ponad jedna trzecia ma w tej kwestii neutralny stosunek (34,1%).

Kobiety oceniają działalność Urzędu Komunikacji Elektronicznej lepiej niż mężczyźni – o ile odsetek wskazań negatywnych jest taki samo niski w obu grupach, o tyle odsetek odpowiedzi pozytywnych jest w przypadku kobiet o niemal 10 p.p. wyższy.

Wpływ nowych technologii

Proszę powiedzieć, czy obserwuje Pan/Pani wpływ nowych technologii na Pani/Pana życie codzienne lub zawodowe?



■ tak, pozytywny

■ tak, negatywny

■ nie obserwuję wpływu

■ trudno powiedzieć

	Pozytywny	Negatywny	Brak wpływu	Nie wiem	N
15-24 lat	50,7%	6,9%	39,6%	2,8%	217
25-34 lat	60,5%	6,4%	28,3%	4,8%	311
35-44 lat	49,2%	6,5%	39,1%	5,2%	325
45-59 lat	37,0%	9,1%	46,3%	7,6%	395
60+ lat	23,3%	9,1%	56,0%	11,6%	352

Czy badani obserwują wpływ nowych technologii na życie rodzinne i zawodowe? Ponad połowa widzi taki wpływ, przy czym zdecydowanie jest on pozytywny (42,9% badanych).

42,6% nie odczuwa większego wpływu w związku z pojawieniem się nowych technologii, przy czym opinie taką częściej wyrażają osoby po 60. roku życia, gdzie odsetek odpowiedzi wzrasta do 56%. Najczęściej pozytywne zmiany zauważają osoby pomiędzy 25. a 34. rokiem życia.

Podsumowanie



Telefonia komórkowa

Telefonia komórkowa wykorzystywana jest powszechnie – korzysta z niej 93,1% badanych. Większość w tym celu używa smartfonów, zaś preferowanym typem oferty jest abonament (65,6%). Średnie miesięczne wydatki na telefon to 49,9 zł.

70,1% posiadaczy telefonów komórkowych korzysta z usługi Internetu w telefonie, najczęściej w formie abonamentu bądź doładowania. Internet mobilny w telefonie wykorzystywany jest głównie do przeglądania stron www, jak również w celu korzystania z portali społecznościowych oraz poczty elektronicznej.

36,8% użytkowników Internetu w telefonie ma zainstalowaną aplikację bankową, z której korzysta zazwyczaj kilka razy w tygodniu. Płatności zbliżeniowej telefonem dokonuje z kolei trzech na dziesięciu (30%) posiadaczy aplikacji bankowej.

W zeszłym roku 18,2% badanych odbyło podróż do innych krajów Unii Europejskiej. Podczas zagranicznych wyjazdów z usług roamingu korzystało blisko dziewięciu na dziesięciu pytanym, przy czym najczęstszą usługą było wykonywanie i odbieranie połączeń oraz SMSów.

O zasadzie Rome Like At Home (RLAH) słyszało 45,1% badanych. Ponad 85% pozytywnie ocenia tę regulację.



Telefonia stacjonarna

Z telefonii stacjonarnej korzysta 9,1% badanych. Większość badanych posiada stacjonarny telefon z przyzwyczajenia. Telefon ten używany jest również dla wygody przez 20,8% pytanym. Mimo to dla większości posiadaczy jest on istotny – wykorzystują go kilka razy w tygodniu i nie chcieliby zrezygnować z telefonu stacjonarnego na rzecz mobilnego.

Użytkownicy telefonii stacjonarnej wysoko oceniają jej dostępność, jakość połączeń oraz ofertę cenową. Za rachunki płacą miesięcznie przeciętnie 39,3 zł.

Powodem rezygnacji z telefonu stacjonarnego jest przede wszystkim rozwój sieci komórkowej – trzy czwarte niekorzystających uważa, że telefon komórkowy jest dla nich wystarczający.



Usługi Premium Rate

Usługi Premium Rate, czyli dodatkowo płatne połączenia lub SMSy, nie są powszechnie wykorzystywane przez posiadaczy telefonów. Korzysta z nich 6,6% badanych.

Jeśli już respondenci decydują się na wysłanie płatnej wiadomości lub wykonanie połączenia, najczęściej jest to udział w akcji charytatywnej, wskazywany przez ponad połowę.



Wybrane elementy usługi powszechnej (OBN, OSA)

Ogólnokrajowe Biuro Numerów (OBN) oraz Ogólnokrajowy Spis Abonentów (OSA) to usługi, które wychodzą z użytku. Z OBN nigdy nie korzystało 70,4% pytanych, a tylko 4,9% widzi potrzebę ich użytkowania. W przypadku OSA odsetki te wynoszą odpowiednio 62,8% i 7,5%. Nieco inaczej wygląda kwestia publicznych aparatów/budek telefonicznych – mimo, iż znakomita większość korzystała z nich więcej niż 3 lata temu lub wcale, 23,0% uważa, że są one potrzebne.



Dostęp do Internetu

Dostęp do usług internetowych posiada 72,7% badanych, z czego 90,7% stanowi Internet mobilny w telefonie, a 66,7% to posiadacze Internetu stacjonarnego.

Internet najczęściej wykorzystywany jest do przeglądania stron internetowych, korzystania z portali społecznościowych oraz do komunikacji. 71,2% internautów jest zdania, że nie ma takich usług, z których nie mogłaby korzystać z uwagi na posiadaną prędkość łącza.

Najczęstszą przyczyną braku dostępu do Internetu jest brak potrzeby (45,8%) oraz nieumiejętność korzystania z niego (37,6%).



Internet stacjonarny

Połowa posiadaczy Internetu stacjonarnego nie zrezygnowałaby z tej usługi; wśród ewentualnych powodów rezygnacji wymieniane jest pogorszenie jakości łącza (16,1%), lepszy zasięg Internetu mobilnego (15,8%) oraz korzystniejsza oferta dostępu mobilnego (15,1%).

Średnia miesięczna wysokość opłat respondentów za Internet stacjonarny wynosi 51,5 zł. Respondenci przeważnie nie znają prędkości Internetu wynikających z umowy, choć 36,7% ma świadomość obowiązku informowania przez dostawcę.

Zdecydowana większość użytkowników jest zadowolona z posiadanej stacjonarnej usługi do Internetu w każdym jej aspekcie i nie wskazuje problemów z jej jakością.



Internet mobilny

Internet mobilny Polacy posiadają przede wszystkim w smartfonie. Badani jako korzyść posiadania Internetu mobilnego wskazują najczęściej większą mobilność i potrzebę korzystania z sieci poza domem (59,6%). 62,6% z nich uważa, że nic nie jest w stanie skłonić ich do zmiany na rzecz Internetu stacjonarnego. Bardzo wysoko oceniają również jakość Internetu mobilnego.

Średnia miesięczna wysokość opłat za Internet mobilny wynosi 44,8 zł. Jedna trzecia deklaruje, iż nie posiada limitu transferu danych. Maksymalna prędkość pobierania danych to średnio 70,7Mb/s, choć większość nie potrafi jej wskazać. O wyborze prędkości decyduje cena (41,4%).



Media cyfrowe

Pojęcie mediów cyfrowych jest znane nieco ponad połowie pytanych. Wśród użytkowników najpopularniejsze są portale internetowe i społecznościowe, a także telewizja cyfrowa i internetowa. Służą one przede wszystkim celom rozrywkowym, w dalszej kolejności informacyjnym. Większość używana jest bezpłatnie (48,6%), a wśród płatnych najczęściej wymieniana jest telewizja. Maksymalna akceptowalna kwota użytkowania tych mediów to 54,6 zł, a wykorzystywany dostęp do Internetu w celu korzystania z mediów cyfrowych to nieco częściej Internet stacjonarny niż mobilny.

Badanie niechętni są całkowitej rezygnacji z mediów tradycyjnych, najchętniej korzystaliby z obu możliwości.

38,2% badanych nie korzysta z tego typu usług, a 34,3% nie zamierza też korzystać w przyszłości. Największe obawy Polaków związane z mediami cyfrowymi to przekazywanie niepotwierdzonych informacji oraz łatwy dostęp do nieodpowiednich treści.



Usługi wiązane

Jedna czwarta badanych korzysta z pakietu usług wiązanych. W jego skład najczęściej wchodzi telewizja i Internet stacjonarny. Respondenci miesięcznie wydają średnio 103,1 zł za pakiet usług wiązanych. Posiadacze takiego pakietu są zadowoleni ze wszystkich analizowanych aspektów – ogólne zadowolenie wyraża 90,2% badanych.



Usługi Over-The-Top

11,9% badanych spotkało się z pojęciem usług Over-The-Top.

Blisko połowa nie korzysta z żadnych usług OTT (48,3%), zaś przez korzystających zdecydowanie najczęściej wskazywane są usługi komunikacyjne. Mimo to, wciąż większe znaczenie mają tradycyjne rozmowy głosowe oraz wiadomości wysyłane przez SMS/MMS niż komunikaty za pomocą usług OTT. Również niechętnie zrezygnowano by z usług tradycyjnych na rzecz OTT, przy czym badani najbardziej skłonni byłiby do zamiany usług komunikacyjnych.

Korzystający z usług OTT przeważnie nie płacą za dostęp do treści internetowych (67,1%).

5G

Sieć 5G

27,1% respondentów spotkało się z pojęciem „sieci 5G”. Blisko jedna trzecia badanych wie, której generacji sieci komórkowe są obecnie użytkowane.

Pytani o budowę masztu telekomunikacyjnego oddalonego ok. 200 m od miejsca zamieszkania, badani niechętnie by go tam widzieli (58,7% przeciwników). Niespełna jedna trzecia nie miałaby nic przeciwko.

Opinie dotyczące szkodliwości promieniowania z nadajników są podzielone – obawy podziela połowa badanych, a 42,9% zaprzecza, by było one chorobotwórcze.



Bezpieczeństwo w sieci

Ponad 70% badanych deklaruje, iż korzysta z programów antywirusowych i aktualnego oprogramowania, a blisko połowa wie jak sprawdzić korzysta z bezpiecznego połączenia z Internetem. Niespełna jedna trzecia internautów przyznaje natomiast, że nie czyta regulaminów.

Dla większości pytanych prywatność w sieci ma duże znaczenie. 40,5% nigdy nie udostępnia też zdjęć swoich bliskich.

38,3% posiadaczy Internetu twierdzi, że nie udostępnia żadnych danych w sieci, 43,5% deklaruje, że robi to świadomie. Większość (88,7%) nigdy nie padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnianych danych. Najczęściej dostrzegane niebezpieczeństwa związane z korzystaniem z sieci to: możliwość wyłudzenia loginów i haseł oraz ryzyko kradzieży tożsamości (po ok. 48%). Zdaniem blisko 60% badanych, w Internecie pokazane jest też zbyt dużo przemocy, seksu i przekleństw.



Ocena rynku telekomunikacyjnego

Najwyżej ocenianym aspektem funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego jest dostęp do usług, czyli możliwość wyboru różnorodnych operatorów i usług. Najślabiej ocenianym aspektem jest skuteczność reklamacji i rozpatrywanie skarg.

O działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej słyszało 16,1% klientów indywidualnych. Ponad połowa z nich ocenia ją pozytywnie.



Jednolity rynek cyfrowy

Zakupów online w ostatnim roku dokonało ok. 40% badanych; najczęściej kupowano od polskich sprzedawców (39,4%). Online najczęściej kupowana jest elektronika oraz odzież. Czynnikiem decydującym o zakupie w sieci to przede wszystkim niższa cena. Nie bez znaczenia są również większy wybór oraz oszczędność czasu. Kupujący online rzadko rezygnują jednak z zakupów stacjonarnych.

Połowa badanych w ostatnim roku nie korzystała z usług kurierów, a w przypadku obrotu transgranicznego odsetek ten wyniósł 79,7%. W trójce najpopularniejszych dostawców niezależnie do rynku znalazły się usługi DHL, Poczty Polskiej oraz DPD. Wybrana forma doręczenia przesyłki to bezpośrednia dostawa do domu (81,5%).

Większość badanych nie odczuwa potrzeby korzystania z usług zagranicznych przesyłek kurierskich. Jedna czwarta korzystających nigdy nie zrezygnowała z transakcji transgranicznej, a w przypadku odstąpienia najczęstszą przyczyną był zbyt wysoki koszt dostawy.

Większość badanych była zadowolona z usługi doręczenia przesyłek zagranicznych, choć zdarzyło się, iż produkty zostały dostarczone później niż obiecano. To na opóźnienia najbardziej skarżą się badani. Wśród napotkanych problemów pojawiło się także zjawisko różnicy w cenie usługi/towarów dla klientów w Polsce.

Reklamacje częściej były dokonywane w zakresie przesyłek w obrocie transgranicznym niż w obrocie polskim, większość z nich została jednak przyjęta i rozpatrzona bez problemu.

Nota metodologiczna

- Zaprezentowane w raporcie dane zostały poddane procedurze ważenia analitycznego, mającego na celu korektę struktury zrealizowanej próby względem populacji.
- Dane procentowe zaprezentowane w raporcie są wartościami ważonymi. Dane liczbowe (N) to dane nieważone.
- Wyjątek od powyższego stanowią dane metryczkowe (społeczno-demograficzne), w których wartości procentowe również są danymi nie poddanymi ważeniu.
- Na wykresach kolumnowych i słupkowych, suma wartości może przekraczać 100% - możliwe było wskazanie więcej niż jednej pasującej odpowiedzi.
- Na wykresach kołowych oraz wykresach skumulowanych suma poszczególnych wartości procentowych może wynosić 99,9% lub 100,1%. Jest to wynikiem stosowanych zaokrągleń w wartościach liczbowych po przecinku.

www.uke.gov.pl