

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

Raport z badania klientów instytucjonalnych

Spis treści

Podstawowe informacje	3	Sieć 5G	39
Charakterystyka próby	5	Automatyzacja pracy	41
Telefonia komórkowa	11	Przetwarzanie wielkich zbiorów danych	43
Telefonia stacjonarna	20	Przetwarzanie danych w chmurze	46
Korzystanie z Internetu	24	Ocena rynku telekomunikacyjnego	49
Bezpieczeństwo w sieci	31	Wpływ COVID-19 na rynek telekomunikacyjny	54
Usługi Over the Top (OTT)	34		

Podstawowe informacje

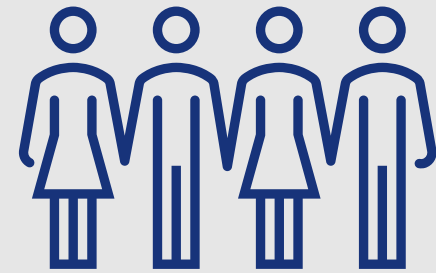
Tytuł	Poznanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych
Zamawiający	Urząd Komunikacji Elektronicznej
Wykonawca	Danae Sp. z o.o.
Wielkość próby	N=518 klientów instytucjonalnych
Dobór próby	Próba losowo-kwotowa, warstwowana ze względu na lokalizację oraz wielkość zatrudnienia
Technika	CAPI – wywiad indywidualny wspomagany komputerowo
Lokalizacja	Badanie ogólnopolskie
Termin	Listopad 2021

Objaśnienia

Nota metodologiczna

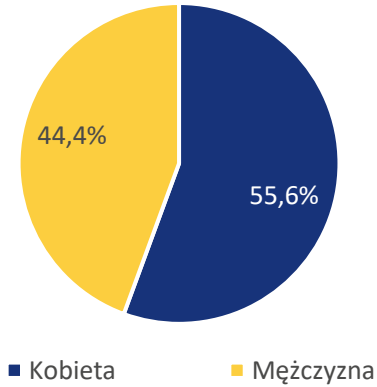
- Zaprezentowane w raporcie dane zostały poddane procedurze ważenia analitycznego, mającego na celu korektę struktury zrealizowanej próby względem populacji.
- Dane procentowe zaprezentowane w raporcie są wartościami ważonymi. Dane liczbowe (N) to dane nieważone.
- Wyjątek od powyższego stanowią dane 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.

Charakterystyka próby

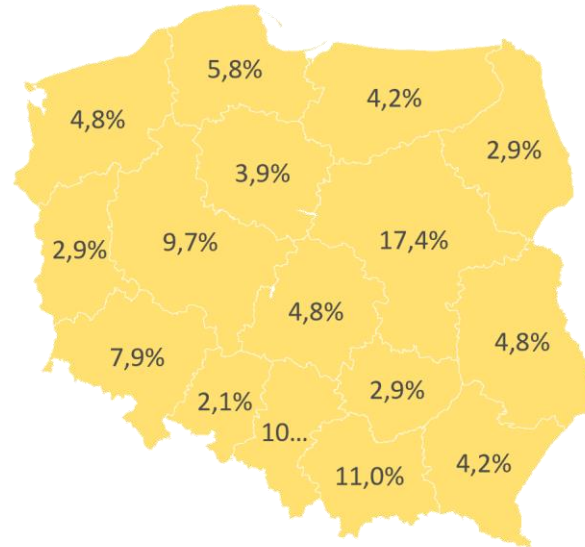


Charakterystyka próby

Płeć

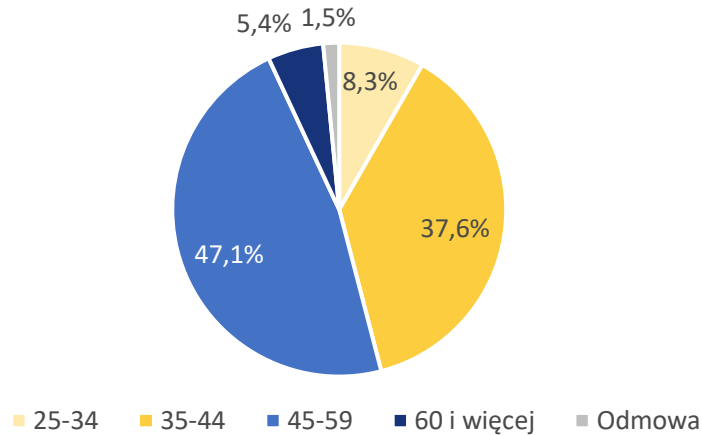


Województwo



WOJEWÓDZTWO	%	WOJEWÓDZTWO	%
dolnośląskie	7,9%	podkarpackie	4,2%
kujawsko-pomorskie	3,9%	podlaskie	2,9%
lubelskie	4,8%	pomorskie	5,8%
lubuskie	2,9%	śląskie	10,6%
łódzkie	4,8%	świętokrzyskie	2,9%
małopolskie	11,0%	warmińsko-mazurskie	4,2%
mazowieckie	17,4%	wielkopolskie	9,7%
opolskie	2,1%	zachodniopomorskie	4,8%

Wiek



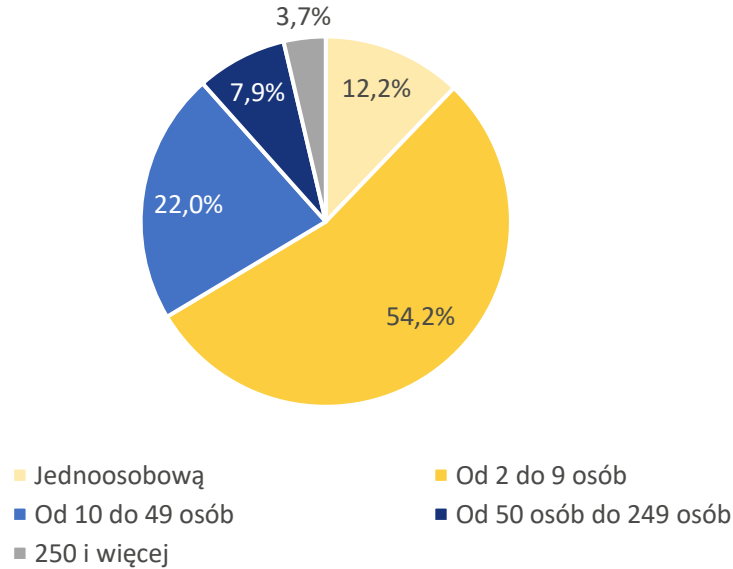
W próbie znalazło się więcej kobiet niż mężczyzn (55,6% vs. 44,4%). W badaniu najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku 45-59 lat, w kategorii tej znajdowała się prawie połowa badanych (47,1%). Drugą co do liczebności grupą były osoby w wieku 35-44 lat (37,6%). Najmniejszy odsetek stanowiły osoby powyżej 60 lat (5,4%).

Najliczniej reprezentowane było województwo mazowieckie (17,4%), a kolejno małopolskie (11,0%), śląskie (10,6%) oraz wielkopolskie (9,7%).

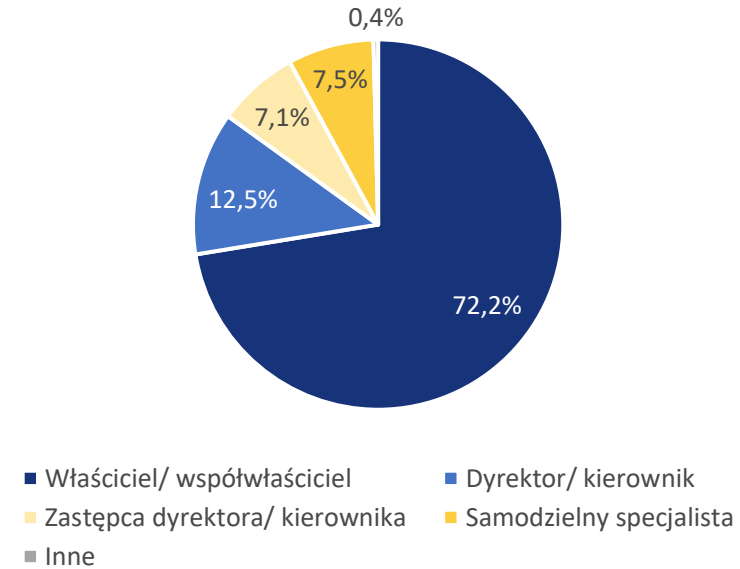
Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Charakterystyka próby

Wielkość instytucji



Stanowisko respondenta



Najwięcej spośród badanych respondentów prowadzi firmę, która zatrudnia od 2 do 9 osób (54,2%). Blisko co piąty respondent prowadzi firmę zatrudniającą od 10 do 49 osób, a blisko co ósmy jednoosobową działalność gospodarczą. Najmniejszy odsetek stanowiły osoby reprezentujące firmy zatrudniające powyżej 250 osób (3,7%). Wśród respondentów przeważali właściciele bądź współwłaściciele badanych przedsiębiorstw (72,2%). 12,5% badanych jest zatrudnionych na stanowisku dyrektora lub kierownika. W próbie odnotowano niewielki udział zastępców dyrektora/kierownika oraz samodzielnych specjalistów.

Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Charakterystyka próby

Branża działalności



Najliczniej reprezentowane przedsiębiorstwa w próbie zarejestrowane są pod głównym PKD związanym z handlem hurtowym i detalicznym, naprawą pojazdów samochodowych (27,2%), pozostałą działalnością usługową (24,1%).

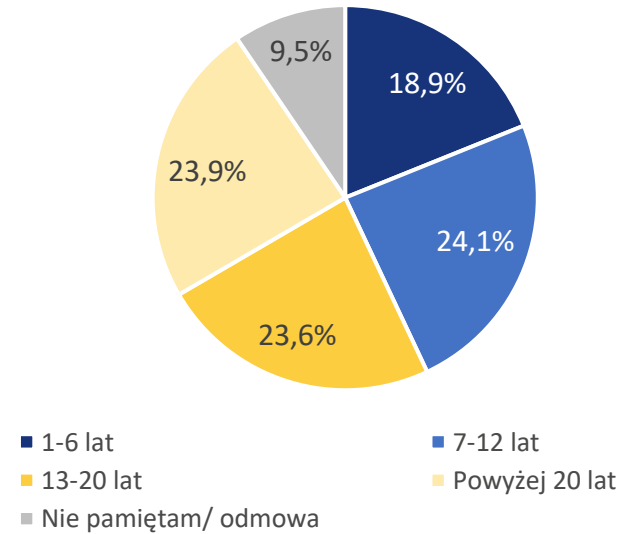
Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Charakterystyka próby

Rynek działalności



Okres działalności



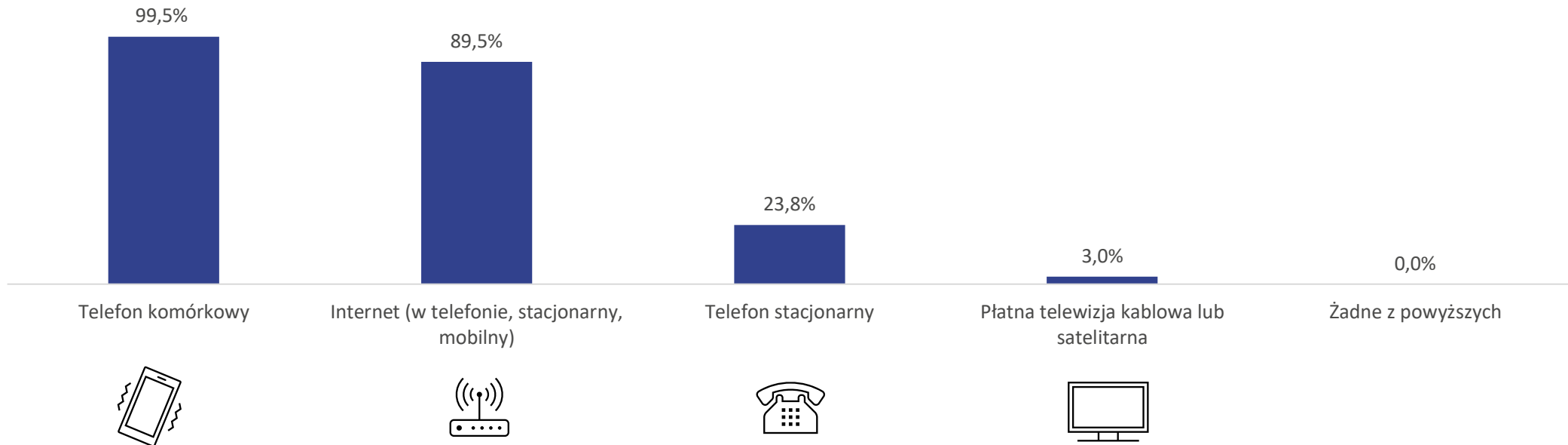
Jedynie 5,4% badanych organizacji prowadzi działalność na rynkach zagranicznych.

Wśród badanych firm najwięcej funkcjonuje na rynku pomiędzy 7 a 12 lat (24,1%). Drugą z kolei największą grupę stanowią firmy działające ponad 20 lat (23,9%). Niewiele mniej firm (23,6%) funkcjonuje na rynku od 13 do 20 lat.

Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Korzystanie z usług telekomunikacyjnych

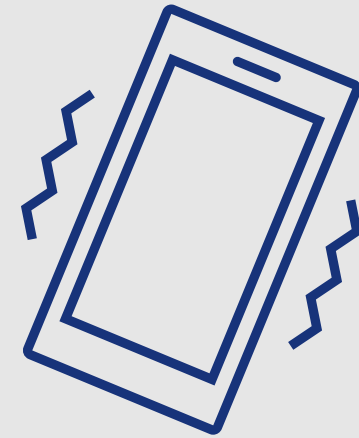
Usługi telekomunikacyjne w firmach



Niemal każdy z respondentów przyznał, że w jego firmie korzysta się z telefonów komórkowych, a blisko dziewięć na dziesięciu, że w ich firmie korzysta się z internetu (niezależnie od jego rodzaju). Ponadto niemal co czwarty przedsiębiorca wskazał na korzystanie w firmie z telefonu stacjonarnego, a 3% z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej. Wśród badanych nie było ani jednej osoby, która przyznałaby, że w jej firmie nie korzysta się z żadnych usług telekomunikacyjnych.

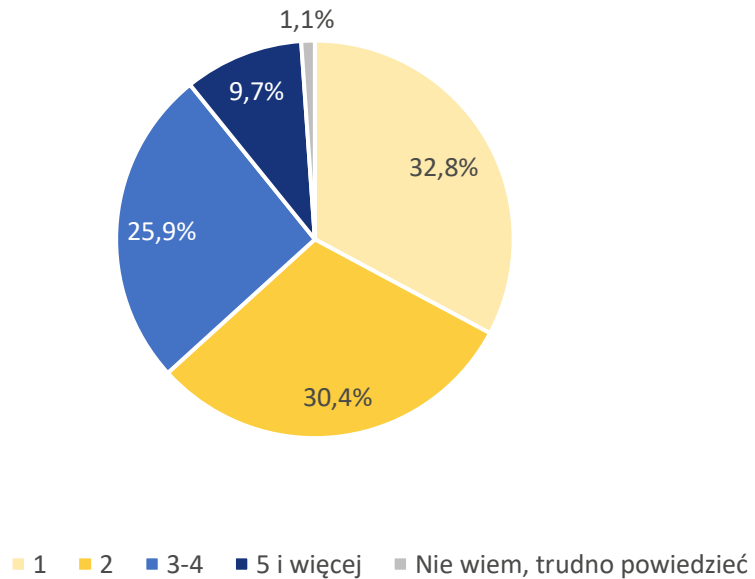
Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Telefonia komórkowa



Liczba aktywnych kart w firmie

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



Firmy zazwyczaj dysponują nie więcej niż 4 aktywnymi kartami SIM (32,8% - 1 karta i 30,4% - 2 karty i 25,9% - 3-4 karty).

Podstawa: firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=516

2,5

średnia liczba aktywnych kart SIM z przeznaczeniem do usług głosowych

2,3

średnia liczba kart SIM z przeznaczeniem do usług głosowych w firmach zatrudniających od 1 do 9 osób

5,1

średnia liczba kart SIM z przeznaczeniem do usług głosowych w firmach zatrudniających między 10 a 49 osób

20,2

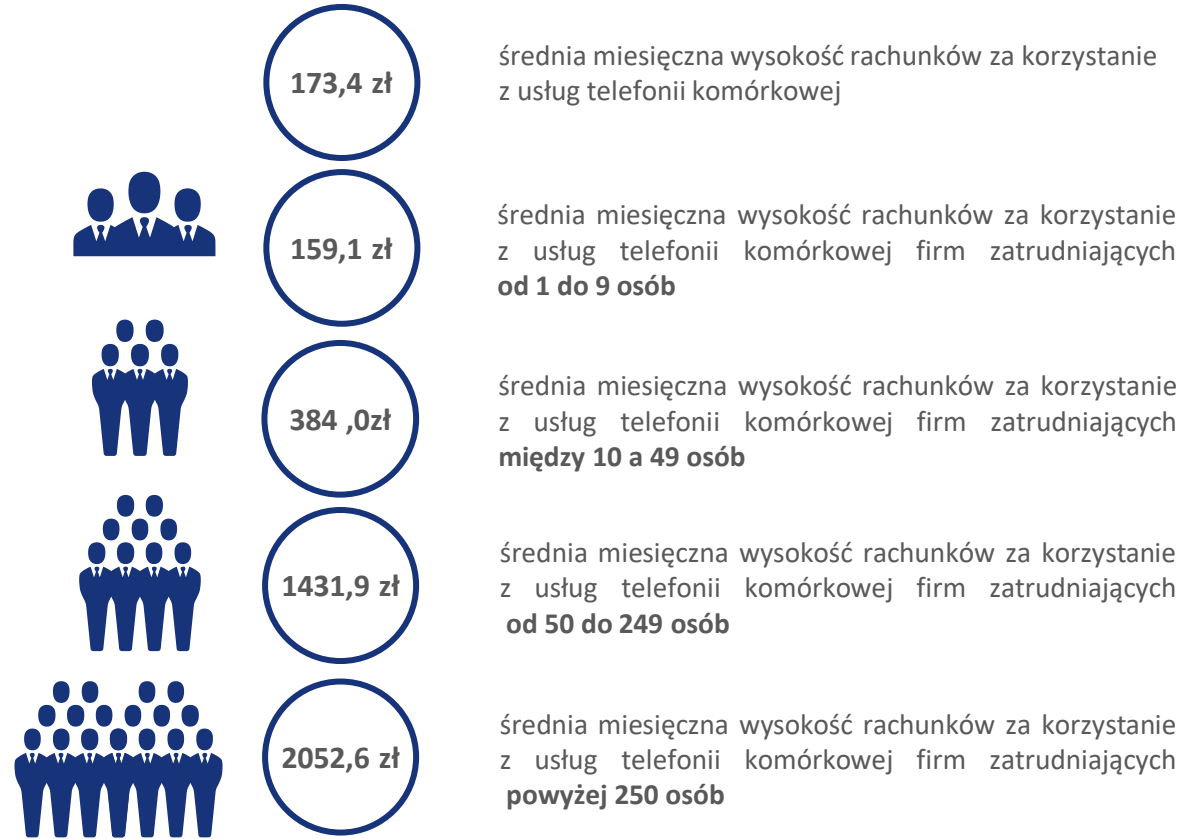
średnia liczba kart SIM z przeznaczeniem do usług głosowych w firmach zatrudniających między 50 a 249 osób

39,5

średnia liczba kart SIM z przeznaczeniem do usług głosowych w firmach zatrudniających 250 osób i powyżej

Koszt korzystania z telefonii komórkowej

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



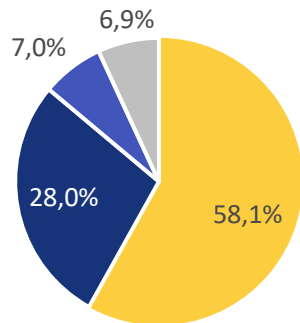
Podstawa: firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=516

Komunikatory internetowe w telefonie

Czy w Pana/Pani firmie korzysta się z komunikatorów internetowych na telefonie?



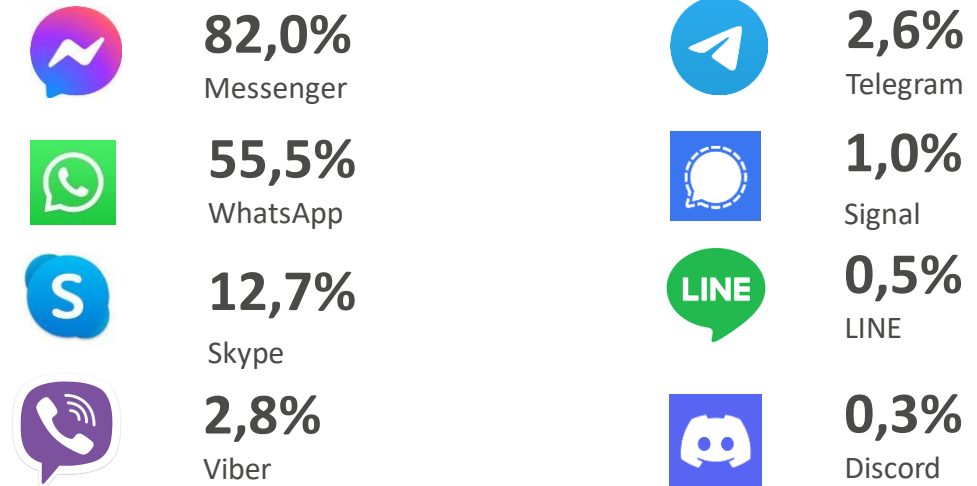
Dla której z usług, Państwa zdaniem, komunikatory internetowe stanowią największą konkurencję?



■ Połączeń głosowych ■ SMS ■ MMS ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Podstawa: firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=516

Z jakich komunikatorów na telefonie Pan/Pani korzysta?



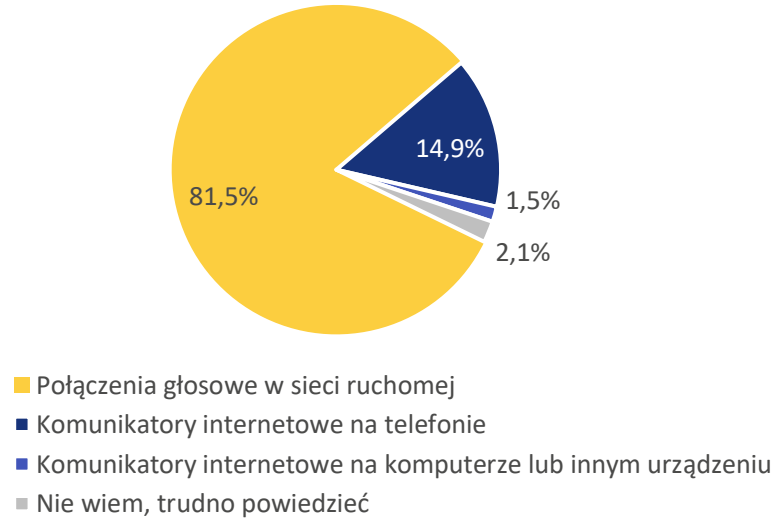
Podstawa: firmy korzystające z komunikatorów internetowych, N=348

Dwie trzecie firm korzysta z komunikatorów internetowych na telefonach. Najbardziej popularnym jest Messenger, z którego korzysta 82% firm korzystających z komunikatorów internetowych. Dużą popularnością cieszy się również WhatsApp (55,5%).

Według blisko trzech na pięciu przedsiębiorców komunikatory internetowe są największą konkurencją dla połączeń głosowych w sieci ruchomej. Dla 28% przedsiębiorców są one także konkurencją dla wiadomości SMS.

Połączenia głosowe

W jaki sposób w Pana/Pani firmie najczęściej wybiera się usługę połączeń głosowych?



Podstawa: firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=516

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



Podstawa: firmy wykonujące połączenia głosowe przez komunikatory internetowe, N=94

Cztery na pięć firm wybierając usługę połączeń głosowych najczęściej korzysta z połączeń głosowych w sieci ruchomej (81,5%). Niemal 15% pracodawców wskazało także na komunikatory internetowe w telefonie.

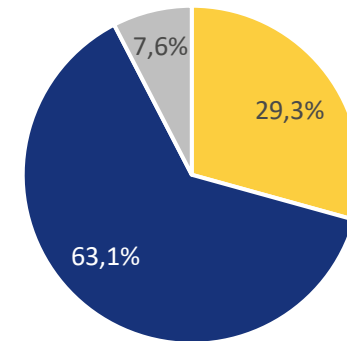
Osoby korzystające najczęściej w tym celu z komunikatorów internetowych do zalet tej opcji zaliczają przede wszystkim darmowe aplikacje (59,6%), darmową komunikację głosową i tekstową, w tym międzynarodową (42,8%), a także stabilność połączenia (36,7%).

Połączenia głosowe i komunikacja

Czy w Pana/Pani firmie najczęściej korzysta się z tradycyjnych rozmów głosowych czy rozmów przez komunikatory?

Praktycznie zawsze korzystamy z tradycyjnych rozmów głosowych	62,1%
Częściej korzystamy z tradycyjnych rozmów głosowych, jednak również rozmawiamy przez komunikatory	24,0%
Równie często korzystamy z tradycyjnych rozmów głosowych co z rozmów przez komunikatory	11,7%
Częściej korzystamy z rozmów przez komunikatory, jednak również korzystamy z tradycyjnych rozmów telefonicznych	1,7%
Nie wiem, trudno powiedzieć	0,5%

Czy Pana/Pani zdaniem, bardziej funkcjonalna jest komunikacja poprzez aplikacje na telefonie czy za pośrednictwem ruchomej sieci telekomunikacyjnej?



- Komunikacja poprzez aplikacje
- Komunikacja za pośrednictwem ruchomej sieci telekomunikacyjnej
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Przedstawiciele firm najczęściej preferują tradycyjne połączenia głosowe (62,1%). Blisko w co czwartej firmie częściej korzysta się z tradycyjnych rozmów głosowych, chociaż używane są do tego celu także komunikatory.

Większość przedsiębiorców preferuje korzystanie z tradycyjnych usług głosowych (63,1%) niż z aplikacji (29,3%).

Podstawa: firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=516

Preferencje wysyłania wiadomości

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

Praktycznie zawsze korzystamy z usługi SMS	45,4%
Równie często korzystamy z usługi SMS co z wysyłania wiadomości przez komunikatory	19,0%
Częściej korzystamy z usługi SMS, jednak również wysyłamy wiadomości przez komunikatory	17,7%
Częściej korzystamy z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory, jednak również korzystamy z usługi SMS	7,7%
Praktycznie zawsze korzystamy z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory	3,8%
Inne	1,6%
Nie wiem, trudno powiedzieć	4,9%

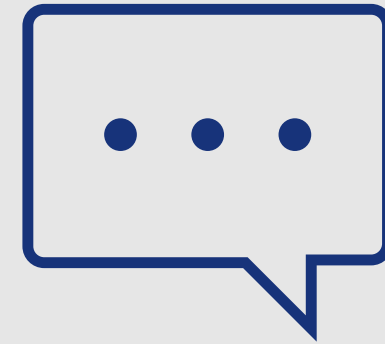
Czy korzysta Pan/Pani częściej z usług MMS czy wysyłania wiadomości multimedialnych przez komunikatory?

Praktycznie zawsze korzystamy z usługi MMS	34,0%
Równie często korzystamy z usługi MMS co z wysyłania wiadomości przez komunikatory	20,0%
Częściej korzystamy z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory, jednak również korzystamy z usługi MMS	15,9%
Częściej korzystamy z usługi MMS, jednak również wysyłamy wiadomości przez komunikatory	10,5%
Praktycznie zawsze korzystamy z możliwości wysyłania wiadomości przez komunikatory	6,4%
Inne	1,5%
Nie wiem, trudno powiedzieć	11,7%

Zarówno w przypadku wiadomości tekstowych, jak i multimedialnych przedstawiciele firm częściej wykorzystują tradycyjne usługi (SMS – 45,4%, MMS – 34,0%). W blisko co piątej firmie korzysta się równie często z usług tradycyjnych, jak i komunikatorów (wiadomości tekstowe – 19,0%, wiadomości multimedialne – 20,0%). Wąska grupa przedsiębiorstw zaprzestała korzystania z usług tradycyjnych na rzecz komunikatorów (wiadomości tekstowe – 3,8%, wiadomości multimedialne – 6,4%).

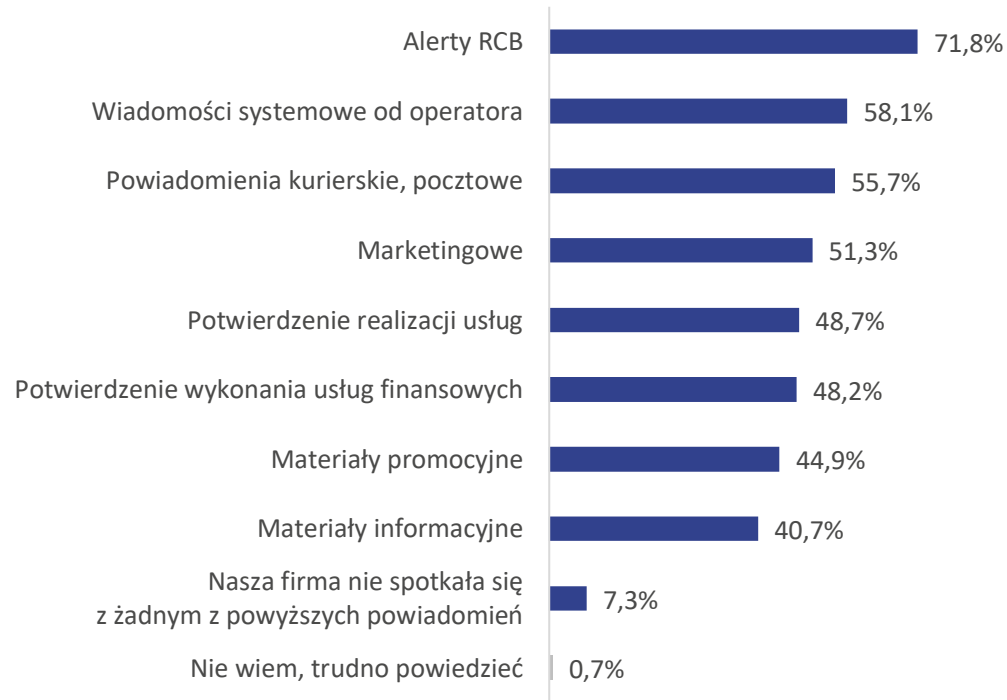
Podstawa: firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=516

Automatyczne powiadomienia



Automatyczne powiadomienia

Z jakimi rodzajami automatycznych powiadomień SMS Pana/Pani firma się spotkała?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Z jakich usług automatycznych powiadomień SMS/e-mail wysyłanych przez aplikacje/ systemy informatyczne korzysta Pana/Pani firma?



Podstawa: firmy, które spotkały się z automatycznymi powiadomieniami SMS, N=477

Najwięcej firm spotkało się z otrzymywaniem powiadomień SMS o zagrożeniach, czyli tak zwanych Alertów RCB (71,8%) oraz wiadomości systemowych od operatora (58,1%).

Rzadziej firmy otrzymywały materiały promocyjne (44,9%) oraz informacyjne (40,7%).

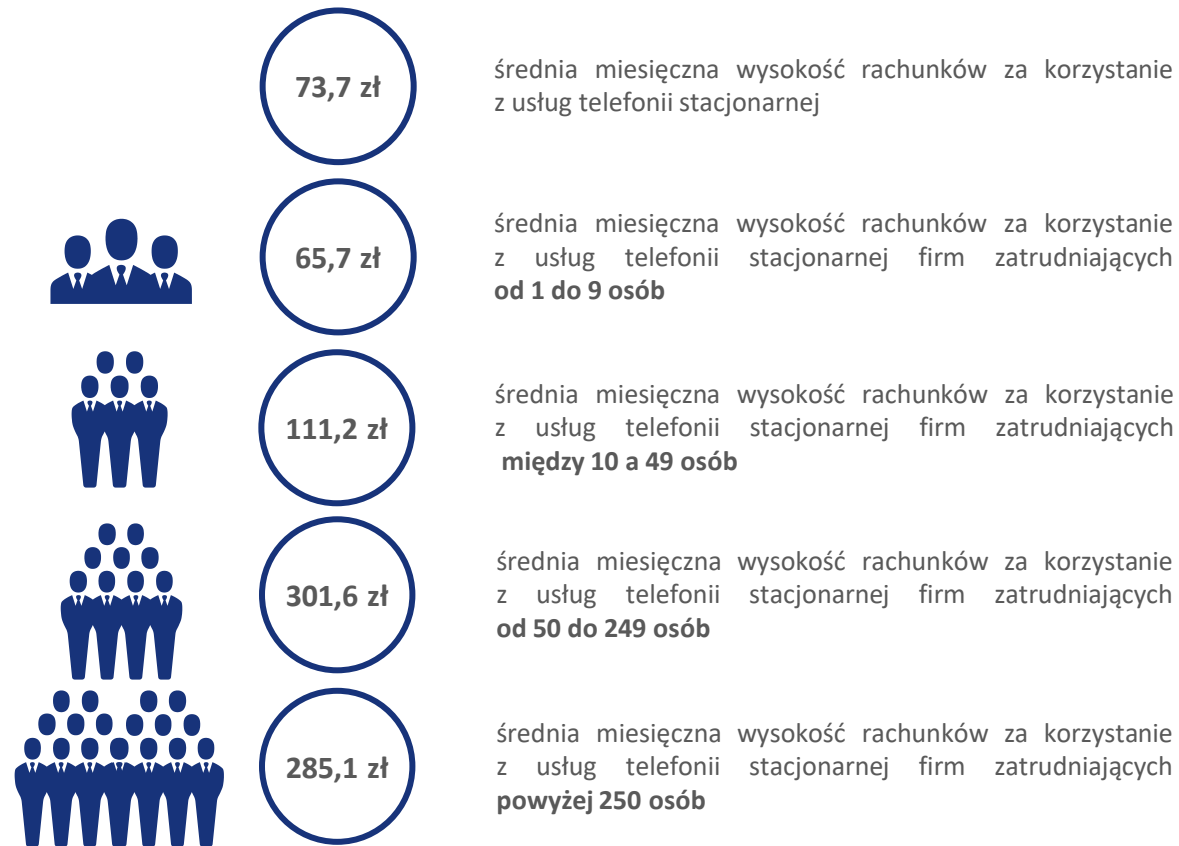
Przedsiębiorstwa, które spotkały się z usługami automatycznych powiadomień najczęściej korzystają z powiadomień kurierskich/pocztowych (35,7%).

Telefonia stacjonarna



Koszt korzystania z telefonii stacjonarnej

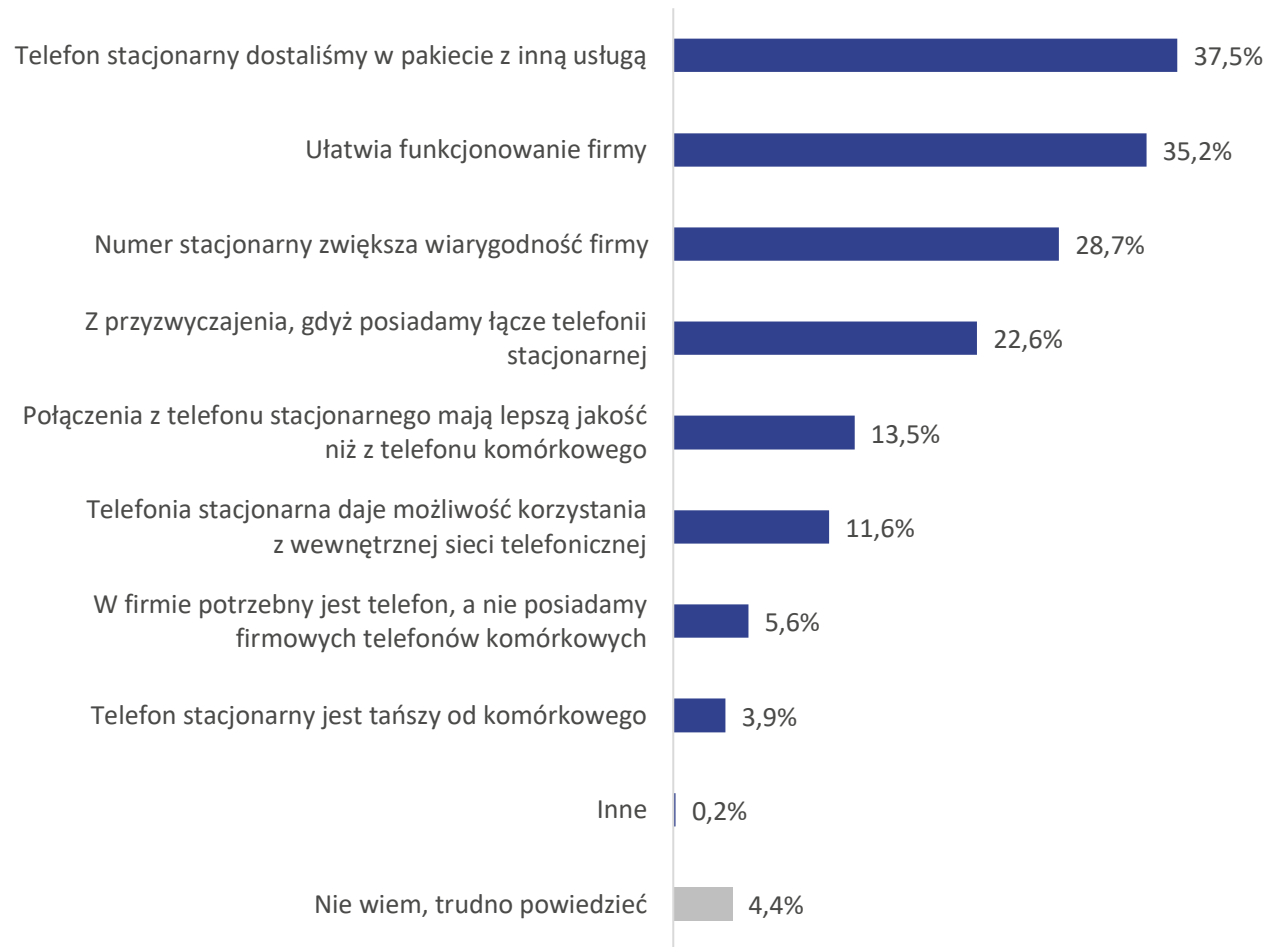
Ile średnio wynosi miesięczna łączna wysokość rachunków Pana/Pani firmy za telefon u operatora telefonii stacjonarnej, z usług którego Pana/Pani firma korzysta?



Podstawa: firmy korzystające z telefonii stacjonarnej, N=184

Przyczyny korzystania z telefonii stacjonarnej

Dlaczego Pana/Pani firma korzysta z telefonii stacjonarnej?



Wśród najczęstszych powodów korzystania przez firmy z telefonii stacjonarnej pracodawcy podali otrzymanie usługi w pakiecie z innymi usługami (37,5%), ułatwienie funkcjonowania firmy (35,2%) oraz zwiększenie wiarygodności firmy (28,7%). Stosunkowo często przedsiębiorcy wskazują także na przyzwyczajenie (22,6%).



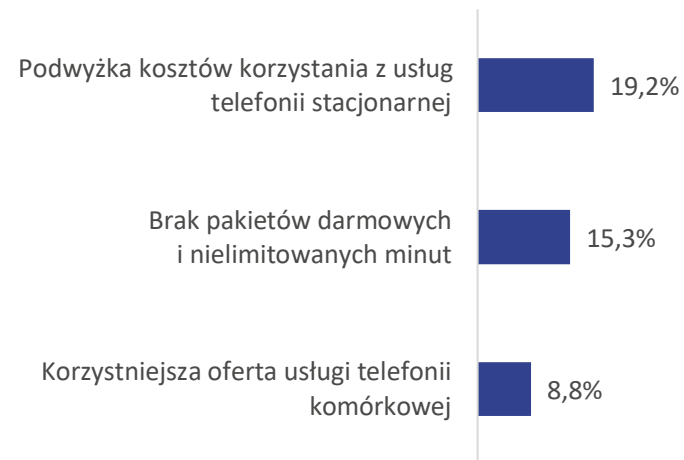
Podstawa: firmy korzystające z telefonii stacjonarnej, N=184

Rezygnacja z telefonii stacjonarnej

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

42,9% firm nie zrezygnowałoby z korzystania z usług telefonii stacjonarnej

17,6% respondentów nie wie, co mogłoby skłonić firmę do rezygnacji



Podstawa: firmy korzystające z telefonii stacjonarnej, N=184

Wśród firm korzystających z telefonii stacjonarnej, aż 42,9% wskazało, że nie zrezygnowałoby z korzystania z tych usług na rzecz telefonii komórkowej. Prawie 18% przedsiębiorców nie jest w stanie wskazać powodu, który mógłby ich skłonić do rezygnacji z usług telefonii stacjonarnej.

Nieco ponad 19% przedsiębiorców wskazuje, iż do rezygnacji z telefonii stacjonarnej skłoniłaby ich podwyżka kosztów, a 15,3% zrezygnowałoby z telefonii stacjonarnej w sytuacji, gdyby usługi te nie oferowały pakietów darmowych i nielimitowanych minut. Prawie 9% przedsiębiorców byłoby skłonnych odejść od telefonii stacjonarnej w przypadku otrzymania korzystniejszej oferty usług telefonii komórkowej.

Korzystanie z internetu (stacjonarnego i mobilnego)



Dostęp do internetu

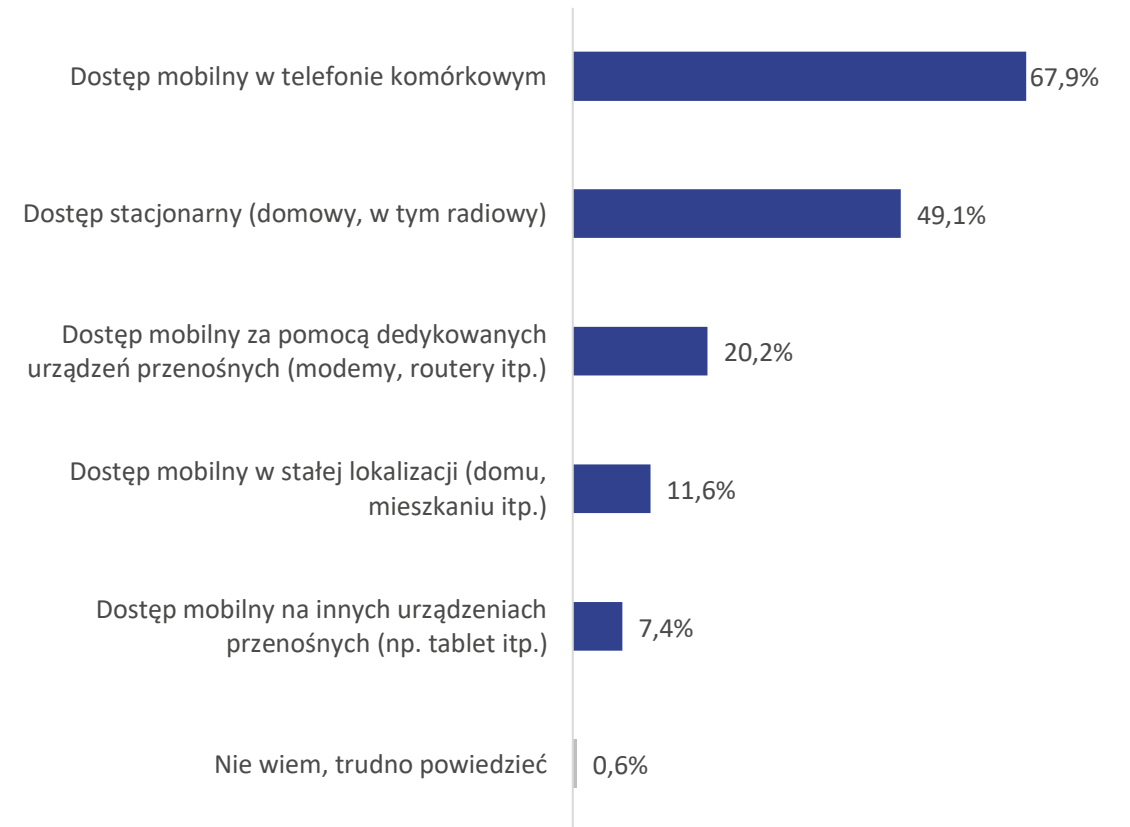
Czy Pana/Pani firma posiada dostęp do internetu (np. stacjonarny, w telefonie)?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Niemal wszystkie przedsiębiorstwa posiadają dostęp do internetu (96,7%). Najwięcej z nich posiada dostęp mobilny w telefonie komórkowym (67,9%) oraz dostęp stacjonarny (49,1%). Najmniej firm korzysta z dostępu mobilnego na innych (niż telefon) urządzeniach przenośnych (7,4%).

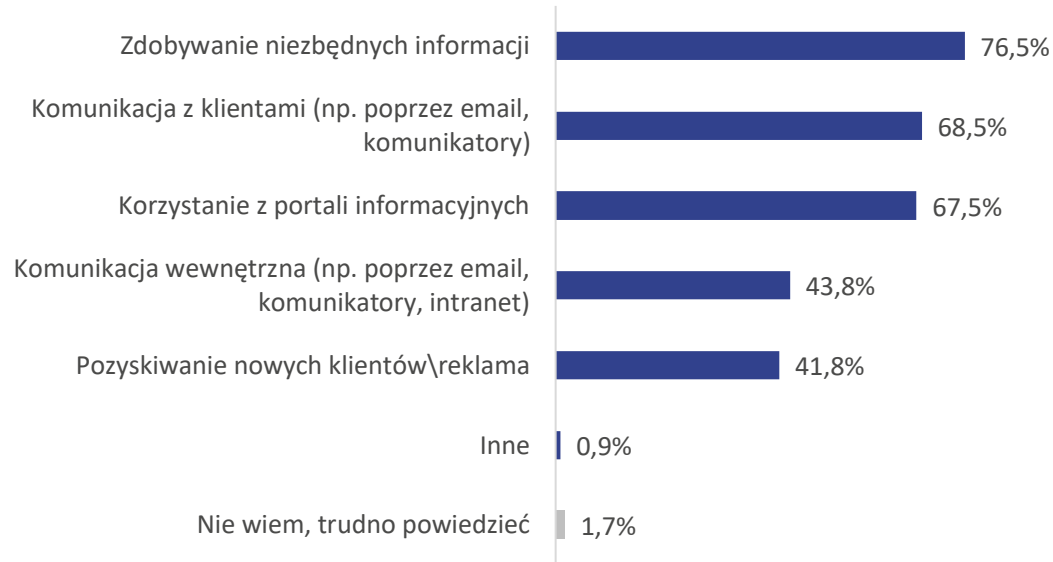
Jakiego rodzaju dostęp do internetu posiada Pana/Pani firma?



Podstawa: firmy posiadające dostęp do internetu, N=506

Powody korzystania i znaczenie internetu

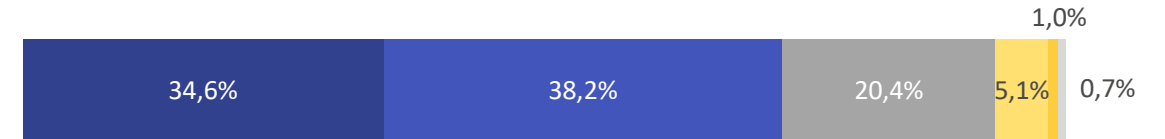
W jakim celu wykorzystywany jest internet w Pana/Pani firmie?



Większość firm posiadających dostęp do internetu wykorzystuje go w celu zdobywania niezbędnych informacji (76,5%), komunikacji z klientami (68,5%) oraz do korzystania z portali informacyjnych (67,5%).

Podstawa: Firmy posiadające dostęp do internetu, N=400

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



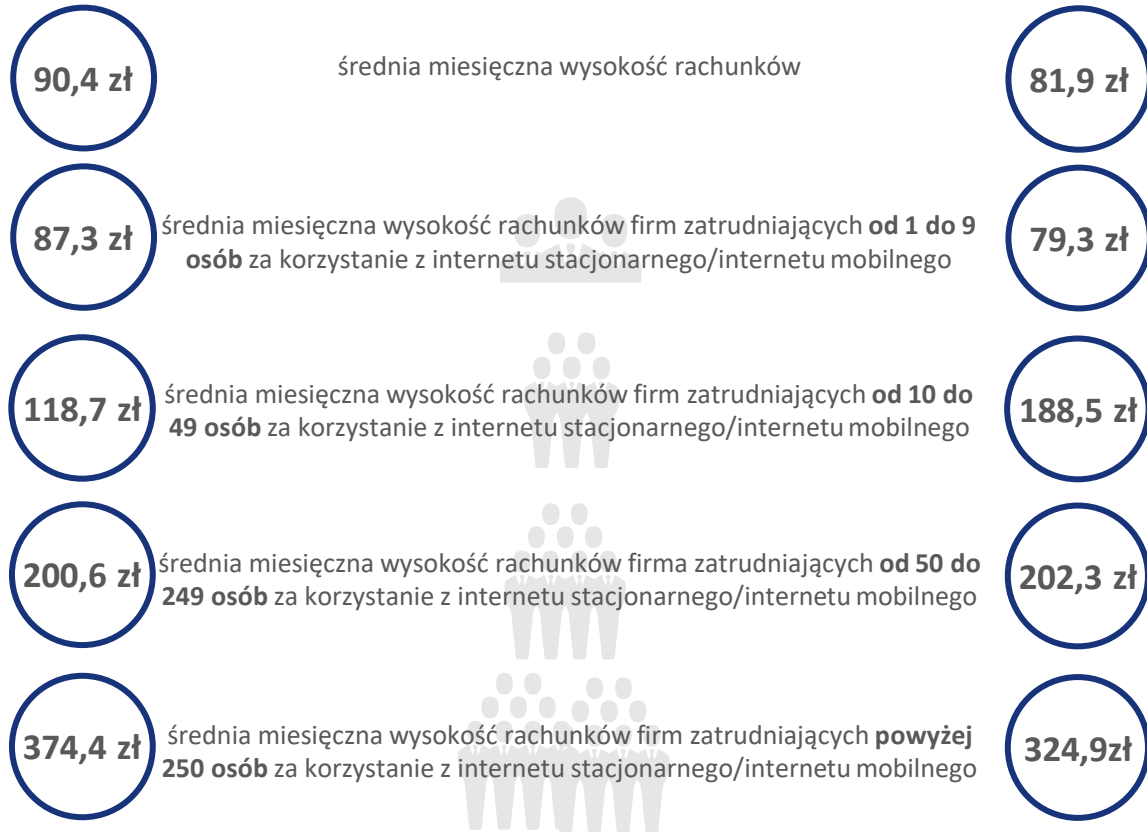
- Jest narzędziem kluczowym, niezbędnym dla podstawowej działalności naszej firmy
- Jest ważnym narzędziem, ale ma charakter pomocniczy dla podstawowej działalności naszej firmy
- Jest potrzebny, ale nie jest bezpośrednio związany z działalnością naszej firmy
- Ma znikome znaczenie
- W ogóle nie ma znaczenia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

Blisko 4 na 10 firm posiadających dostęp do internetu, podkreśla, iż jest to ważne narzędzie pracy, lecz ma charakter pomocniczy wobec podstawowej działalności firmy. Tymczasem dla 34,6% podmiotów jest to narzędzie kluczowe z perspektywy prowadzonej działalności gospodarczej.

Koszt korzystania z internetu

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

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

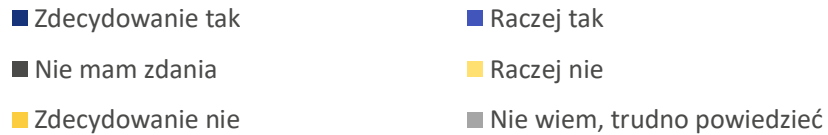
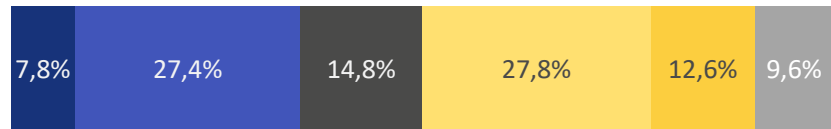


Podstawa: Firmy korzystające z internetu stacjonarnego, N=299

Podstawa: Firmy korzystające z internetu mobilnego, N=374

Internet stacjonarny

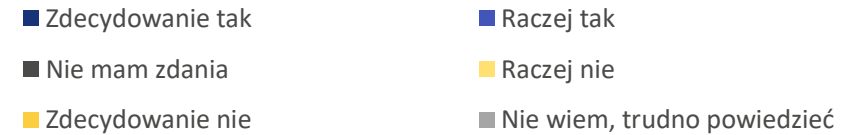
Czy zdecydowałby(ałaby) się Pan/Pani na zakup pakietu składającego się z telefonu stacjonarnego oraz dostępu do internetu zapewniającego korzystanie z podstawowych usług, jeśli jego cena nie byłaby wygórowana?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Większość firm nie zdecydowałaby się na zakup pakietu internetu i telefonu stacjonarnego, nawet gdyby cena nie była zbyt wygórowana (41%). Co czwarte przedsiębiorstwo nie ma zdania lub nie wie czy zdecydowałoby się na taki zakup.

Czy zrezygnowałby(ałaby) Pan/Pani z podłączenia do internetu stacjonarnego, jeśli zachowany zostałby dostęp do telefonu stacjonarnego, a koszty tej usługi także by spadły?

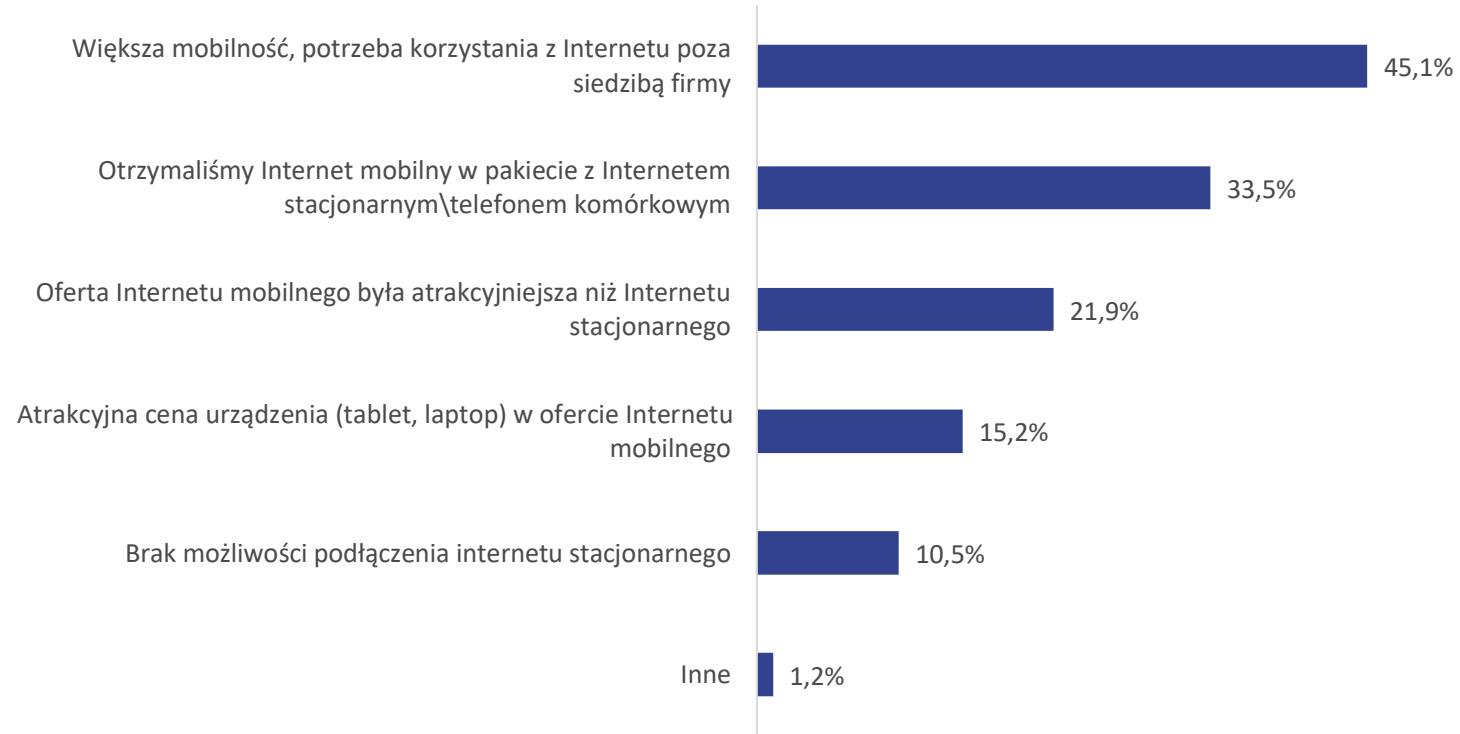


Podstawa: firmy korzystające z internetu i telefonu stacjonarnego, N=161

Większość przedsiębiorstw korzystających z internetu i telefonu stacjonarnego nie zrezygnowałoby z dostępu do internetu, nawet gdyby został zachowany dostęp do telefonu stacjonarnego (51%).

Internet mobilny

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



Najczęstszym powodem korzystania z internetu mobilnego jest większa mobilność (45,1%). Firmy często potrzebują dostępu do internetu poza siedzibą. Jedna trzecia przedsiębiorstw otrzymała internet mobilny w pakiecie z Internetem stacjonarnym lub telefonem komórkowym (33,5%). Brak możliwości podłączenia internetu stacjonarnego jest rzadko wskazywany przez respondentów jako powód korzystania z internetu mobilnego (10,5%).

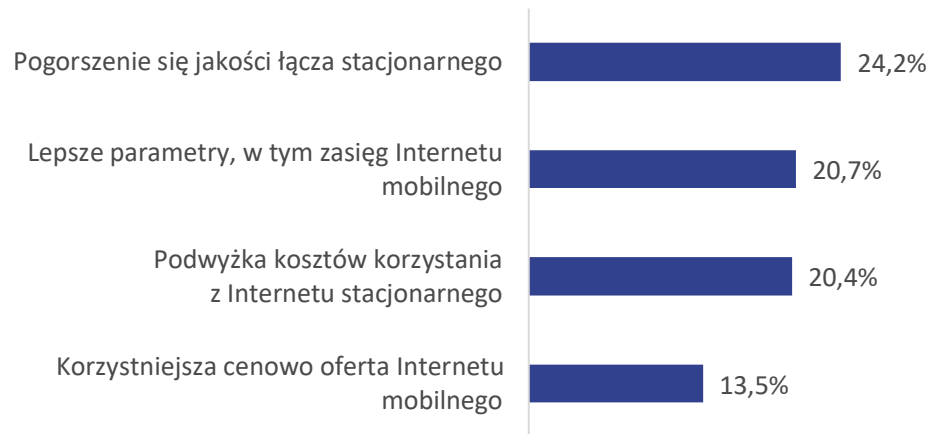
Podstawa: firmy korzystające z telefonu komórkowego, N=516

Zmiana rodzaju internetu

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

44,3% firm nie zrezygnowałoby z korzystania z usług internetu stacjonarnego

3,7% respondentów nie wie, co mogłoby skłonić firmę do rezygnacji



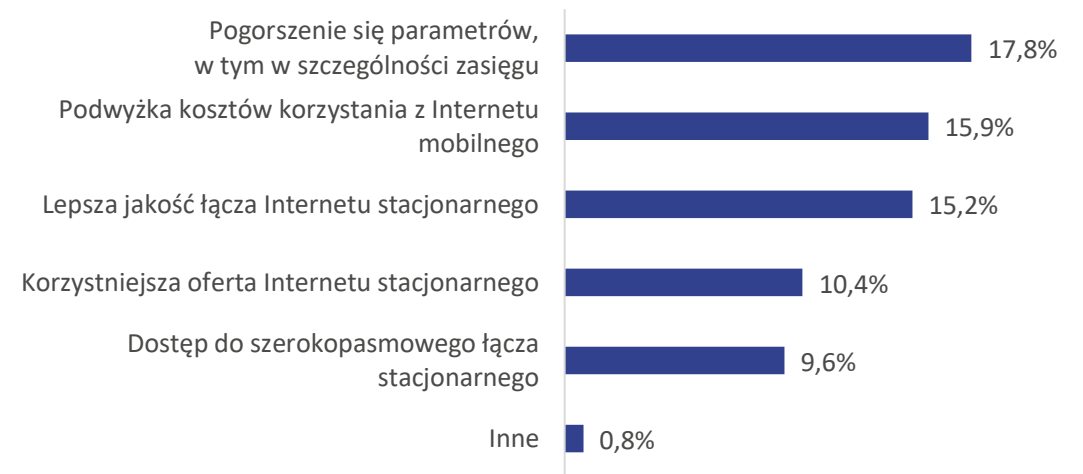
Podstawa: firmy korzystające z internetu stacjonarnego, N=299

Prawie połowa firm posiadających dostęp do internetu stacjonarnego nie zrezygnowałaby z usług internetu stacjonarnego na rzecz internetu mobilnego. Tymczasem niemal jedna czwarta podmiotów rozważyłaby taką zmianę, gdyby pogorszyła się jakość łącza.

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

44,5% firm nie zrezygnowałoby z korzystania z usług internetu mobilnego

7,4% respondentów nie wie, co mogłoby skłonić firmę do rezygnacji



Podstawa: firmy korzystające z internetu mobilnego, N=374

44,5% podmiotów posiadających dostęp do internetu mobilnego deklaruje, że nie zrezygnowałoby z usług internetu mobilnego na rzecz stacjonarnego. Niemal 18% firm rozważyłoby taką zmianę, gdyby pogorszyły się parametry internetu mobilnego.

Bezpieczeństwo w sieci



Programy i oprogramowania

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



Czy Pana/Pani firma korzysta z zaktualizowanego oprogramowania (systemu operacyjnego, programów antywirusowych itp.)?



Podstawa: firmy posiadające dostęp do internetu, N=506

61,5% firm korzysta z programów antywirusowych, anty spyware lub innych tego typu, a 61,2% zadeklarowało korzystanie z aktualnego oprogramowania.

27,7% firm korzysta z rozwiązań zwiększających poziom prywatności sieci. Najpopularniejszym tego typu rozwiązaniem wśród firm jest oprogramowanie antywirusowe (52,6%).

Znacznie rzadziej korzysta się z menadżera haseł (37,8%). Zgodnie z deklaracjami firmy najrzadziej korzystają z sieci proxy lub wirtualnej, np. Tor (16,2%).

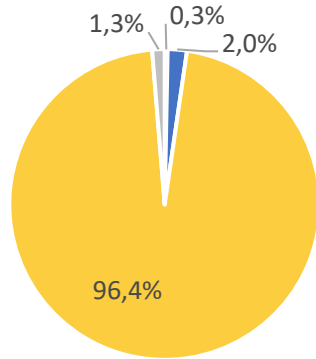
Z jakich rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci korzysta Pana/Pani firma?



Podstawa: firmy korzystające z rozwiązań zwiększających poziom prywatności w sieci, N=173

Nadużycia i wyłudzenia danych

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



■ Tak, wiele razy ■ Tak, raz ■ Nie ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

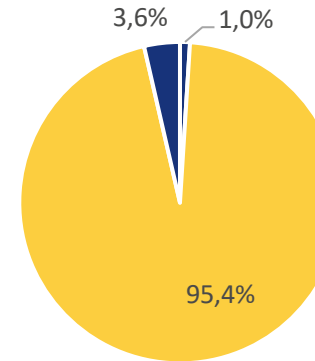
Zdecydowana większość firm nigdy nie padła ofiarą nadużyć związanych z wykorzystaniem udostępnianych przez firmę danych (96,4%), natomiast 1,3% nie jest świadoma tego czy padła ofiarą tego typu praktyk.

W przeciągu ostatniego roku jedynie 1% firm spotkało się z próbą wyłudzenia danych, które dotyczyły częściej klientów niż pracowników.

Spośród firm posiadających dostęp do internetu, 6,1% zatrudnia osobę odpowiedzialną za zabezpieczenie sieci i bezpieczeństwo danych w firmie.

Podstawa: firmy posiadające dostęp do internetu, N=506

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



■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem, trudno powiedzieć



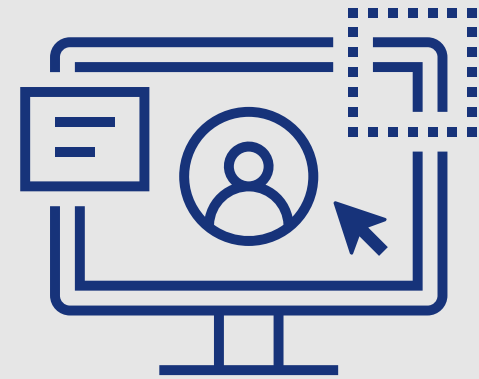
Próby wyłudzenia dotyczyły częściej klientów (70%) niż pracowników (28%)

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



firm zatrudnia osoby odpowiedzialne za bezpieczeństwo sieci i danych

Usługi „Over the Top”



Korzystanie i wpływ na firmę

Czy Pana/Pani firma korzystała z usług „Over the Top”?



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

Z usług OTT korzysta 64,1% firm. 28,5% z nich uważa, że rozwój usług OTT poprawił komunikację w firmie. Wśród najczęściej wskazywanych odpowiedzi znalazła się również korzyść związana z ograniczeniem kosztów (11,1%). Ponad połowa stwierdziła natomiast, że usługi OTT w żaden sposób nie wpłynęły na funkcjonowanie firmy, w której pracują (52,2%).

Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

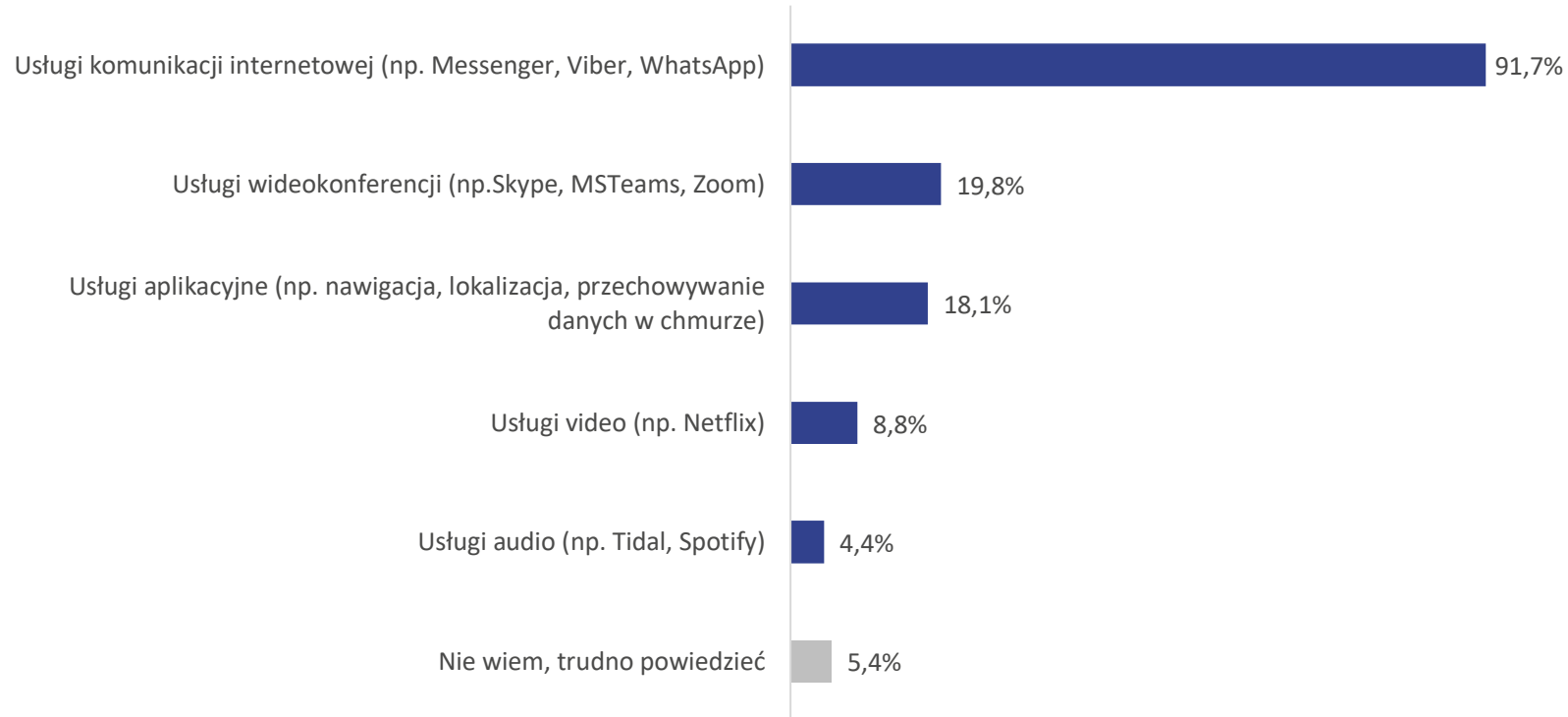
W jaki sposób rozwój usług OTT wpłynął na Pana/Pani firmę?



Podstawa: firmy korzystające z usług OTT, N=360

Korzystanie w firmie

Z jakich usług OTT korzysta Pana/Pani firma?



Z przeprowadzonego badania wynika, że firmy zdecydowanie najczęściej korzystają z OTT w postaci usług komunikacyjnych (91,7%). Stosunkowo dużą popularnością cieszą się również usługi wideokonferencji – ich użytkowanie wskazało 19,8% z nich. Firmy stosunkowo często korzystają też z usług aplikacyjnych takich jak np. nawigacja, lokalizacja czy przechowywanie danych w chmurze (18,1%). Zdecydowanie rzadziej przedsiębiorcy decydują się na usługi wideo czy audio.

Podstawa: firmy korzystające z usług OTT, N=360

Korzystanie w firmie

Czy w poniższych aspektach posiada Pan/Pani pozytywne czy negatywne doświadczenia z dostawcami usług OTT?

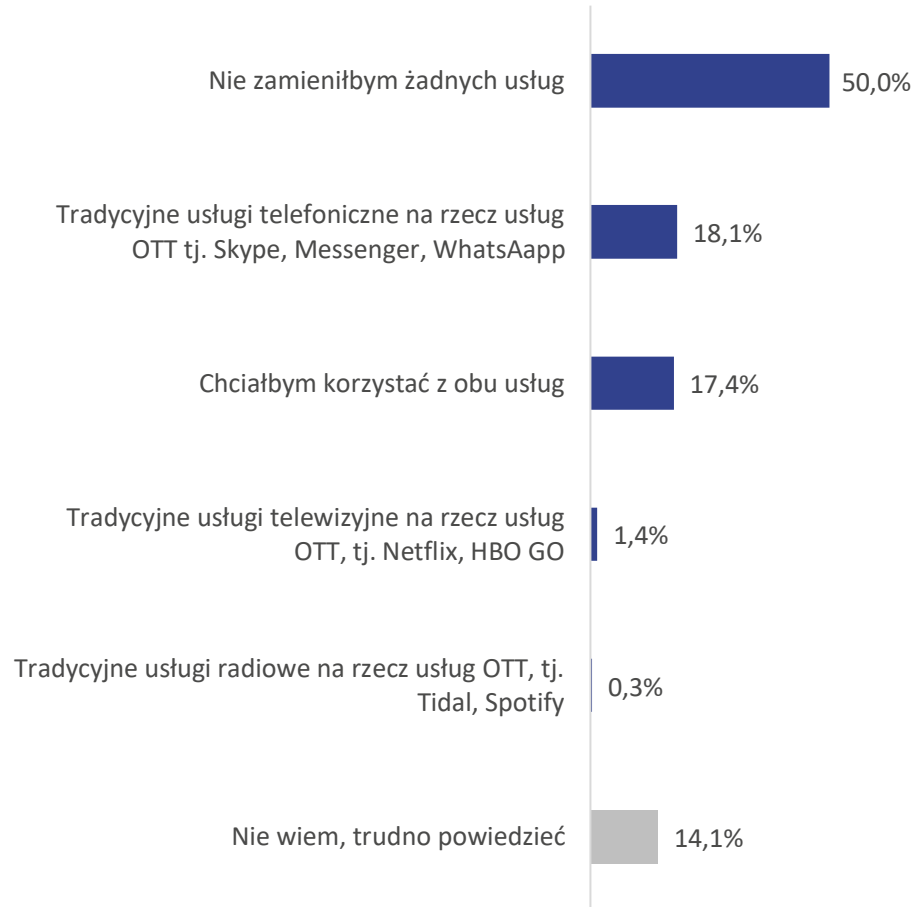
	Zdecydowanie pozytywnie	Raczej pozytywnie	Ani pozytywnie, ani negatywnie	Raczej negatywnie	Zdecydowanie negatywnie	Nie wiem, trudno powiedzieć
Odbieranie komunikacji marketingowej za pośrednictwem poczty, e-mail, sms lub mediów społecznościowych	23,40%	50,10%	17,50%	4,30%	1,30%	3,50%
Kontakt z obsługą klienta w przypadku problemów technicznych	18,60%	52,10%	18,40%	2,50%	0,90%	7,50%
Otrzymywanie rachunku lub problemy z niepoprawną płatnością	17,50%	51,10%	18,60%	2,70%	0,40%	9,70%
Otrzymywanie rabatów lojalnościowych za długoletnią współpracę z dostawcami	17,30%	43,90%	23,90%	3,80%	1,50%	9,60%
Anulowanie/ zmiana usługi za pośrednictwem poczty, e-maila lub mediów społecznościowych	19,70%	39,90%	26,60%	3,60%	-	10,30%
Uaktualnienie lub obniżenie posiadanego pakietu	14,00%	44,90%	26,20%	4,40%	0,50%	10,10%
Otrzymywanie rekomendacji - programy TV lub filmy	13,20%	45,40%	27,70%	3,70%	0,80%	9,30%
Zawarcie umowy u dostawcy usług wideo	14,30%	44,00%	26,50%	3,10%	0,40%	11,80%
Otrzymywanie specjalnej oferty z prośbą o ponowne dołączenie do usługi, która wcześniej została anulowana	12,50%	44,00%	26,00%	3,50%	0,90%	13,10%

Przedsiębiorcy przeważnie posiadają pozytywne doświadczenia z dostawcami usług OTT. Najwięcej respondentów jest zadowolonych z odbierania komunikacji marketingowej za pośrednictwem poczty, e-mail, SMS lub mediów społecznościowych oraz z kontaktu z obsługą klienta w przypadku problemów technicznych.

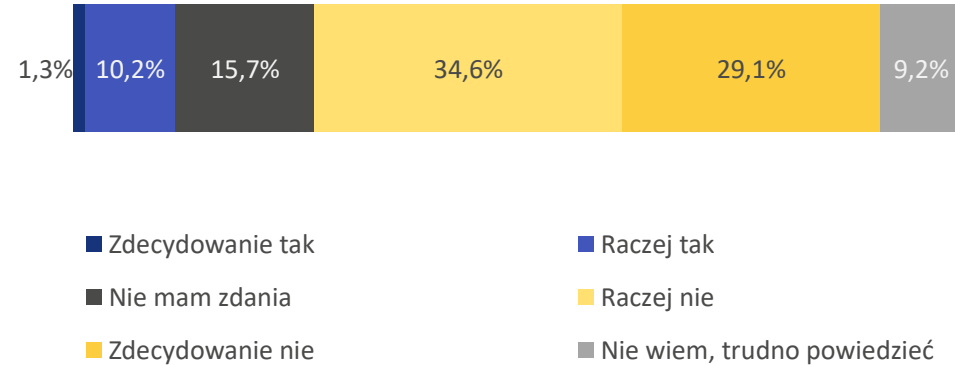
Podstawa: firmy korzystające z usług OTT, N=360

Rezygnacja z usług tradycyjnych na rzecz OTT

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



Czy Pana/Pani firma jest lub byłaby w stanie zrezygnować z dotychczasowych usług telekomunikacyjnych na rzecz rozwiązań OTT?



Połowa badanych firm nie zamieniłaby żadnych tradycyjnych usług na usługi OTT. Prawie jedna piąta respondentów mogłaby zamienić tradycyjne usługi telefoniczne na rzecz usług takich jak np. Skype, Messenger czy WhatsApp (18,1%). Zaledwie 1,4% badanych zamieniłoby tradycyjne usługi telewizyjne na rzecz np. Netflixa czy HBO GO. Firmy przeważnie nie są skłonne do rezygnacji z dotychczasowych usług telekomunikacyjnych na rzecz rozwiązań OTT (63,7%).

Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Sieć 5G



Sieć 5G

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



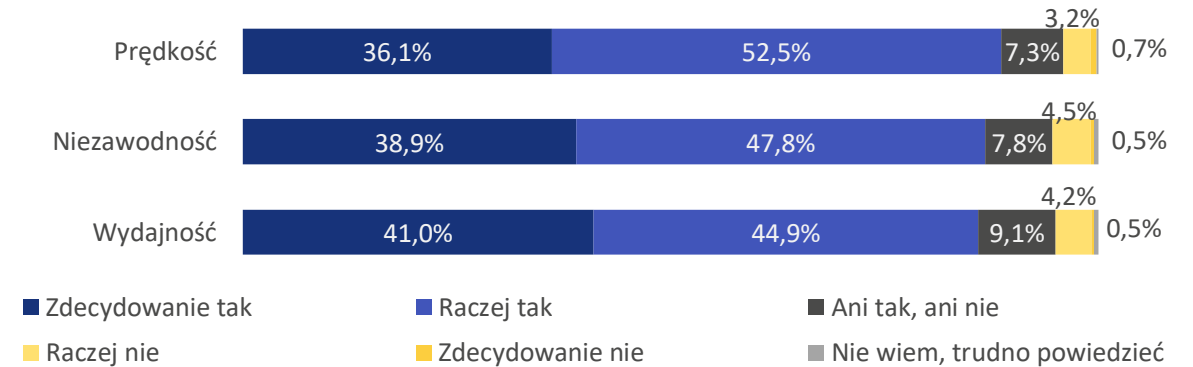
Podstawa: firmy posiadające dostęp do internetu, N=506

Prawie 80% firm jest zaznajomionych z pojęciem „sieć 5G”.

Zdecydowana większość przedsiębiorców potwierdza, że aktualne parametry dostępu do internetu w ich firmie są wystarczające do prowadzenia działalności. Dotyczy to takich aspektów jak prędkość (88,6%), niezawodność (86,7%) oraz wydajność (85,9%).

Według ponad połowy firm znających pojęcie „sieci 5G”, jej rozwój nie wpływa/nie wpłynie na prowadzoną działalność. Jedna czwarta uważa, że przyczynia się/może przyczynić się do poprawy komunikacji (26,2%).

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



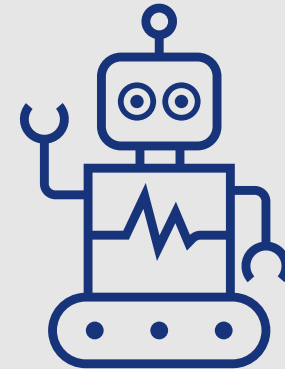
Podstawa: firmy posiadające dostęp do internetu, N=506

W jaki sposób rozwój sieci 5G wpływa/może wpłynąć na Państwa firmę?

- Poprawia/może poprawić komunikację (26,2%)
- Rozszerza/może rozszerzyć ofertę produktów (8,7%)
- Zwiększa/może zwiększyć koszty (7,1%)
- Ogranicza/może ograniczyć koszty (7,0%)
- Nie wpływa/nie wpłynie na naszą firmę (56,5%)

Podstawa: firm, które spotkały się z pojęciem „sieć 5G”, N=506

Automatyzacja pracy (wykorzystanie sztucznej inteligencji)



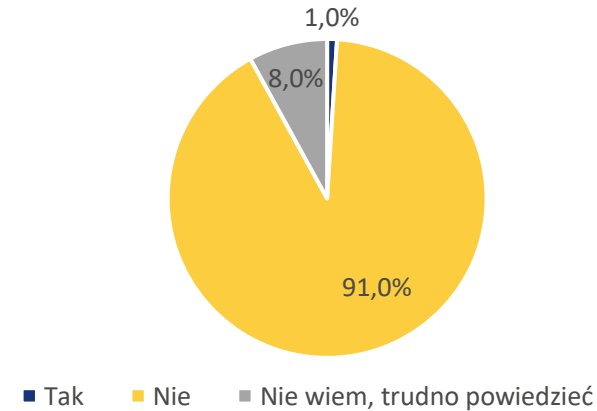
Korzystanie z automatyzacji pracy

Czy Pana/Pani firma korzysta obecnie z automatyzacji pracy, tj. możliwe zastąpienie pracowników rozwiązaniami sztucznej inteligencji?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Czy Pana/Pani firma planuje korzystać z automatyzacji w przyszłości?



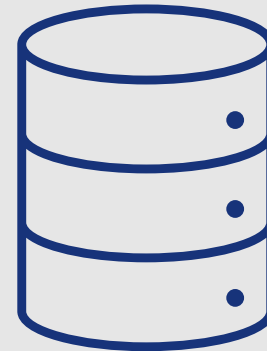
Podstawa: firmy nie korzystające z automatyzacji pracy, N=489

Zdecydowana większość przedsiębiorstw nie korzysta z rozwiązań sztucznej inteligencji (95,4%), ani nie planuje korzystać z niej w przyszłości (91%).

Z procesu automatyzacji korzysta zaledwie 17 badanych przedsiębiorstw. Może to wynikać z faktu, że w Polsce sztuczna inteligencja dopiero się rozwija i często wprowadzenie jej do firmy może okazać się bardzo kosztowne. Główne przyczyny, które zostały wskazane to chęć rozwoju (67%), wzrost wymagań klientów (52%) oraz potrzeba dorównania konkurencji (51%). Połowa firm wykorzystujących sztuczną inteligencję znajduje jej zastosowanie w procesach, a jedna trzecia w technologii. Najrzadziej wykorzystywana jest w zakresie infrastruktury.

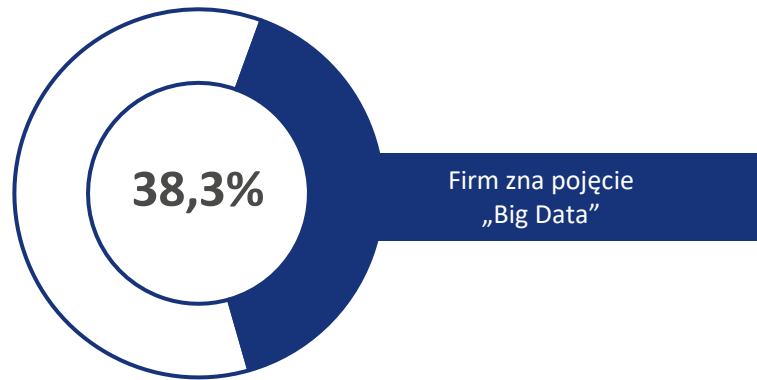
Najwięcej korzyści w automatyzacji pracy firmy widzą przede wszystkim w oszczędności czasu i wzroście produktywności. Rzadziej wskazywane były redukcja kosztów oraz poprawa dokładności analiz, a najrzadziej zmiany w zatrudnieniu. Największym zagrożeniem związanym z wprowadzeniem sztucznej inteligencji do firm jest wzrost kosztów.

Przetwarzanie wielkich zbiorów danych (Big Data)



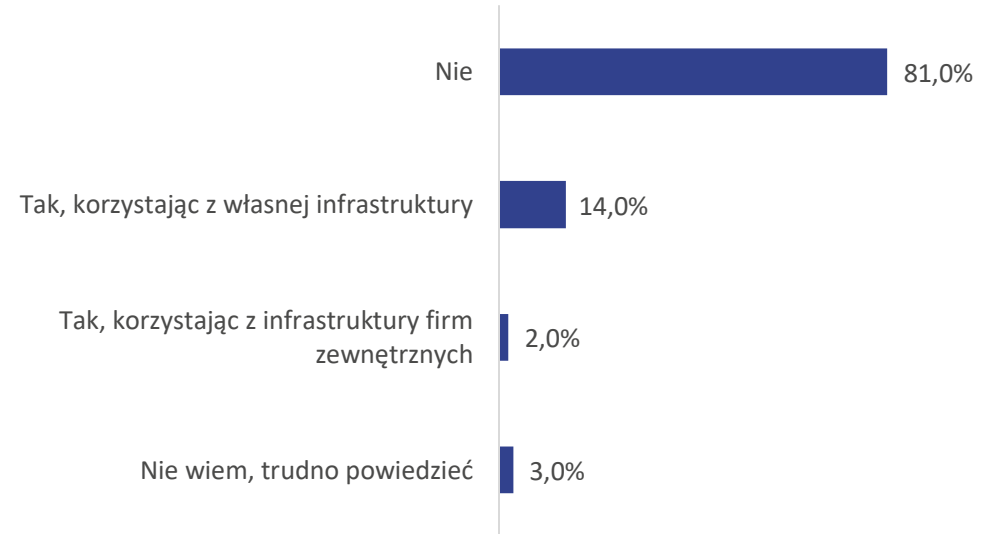
Znajomość pojęcia „Big Data” i korzystanie w firmie

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



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Czy korzysta Pan/Pani w firmie z przetwarzania wielkich zbiorów danych?








Podstawa: firmy posiadające dostęp do internetu, N=506

Blisko cztery na dziesięć przedsiębiorców spotkały się z pojęciem przetwarzania wielkich zbiorów danych (Big Data). Zaobserwowano, iż wiedza respondentów wzrasta wraz z wielkością firmy, w której pracują. Firmy korzystają jednak częściej z własnej infrastruktury (14%) niż z infrastruktury zewnętrznej (2,0%).

Korzyści i zagrożenia wynikające z „Big Data”

Czy widzi Pan/Pani korzyści z korzystania z Big Data w Pana/Pani firmie?








-  Wiarygodność danych (63,3%)
-  Pogłębiona analiza rynku produktów lub usług (38,9%)
-  Precyzyjne planowanie strategii firmy (33,8%)
-  Poprawa systemu zarządzania w firmie (31,2%)
-  Wzrost satysfakcji klientów końcowych – zrozumienie ich potrzeb (24,6%)

Podstawa: firmy widzące korzyści z „Big Data”, N=67

Czy widzi Pan/Pani zagrożenia z korzystania z Big Data w Pana/Pani firmie?



-  Naruszenia prywatności (39,8%)
-  Ryzyko błędów (36,1%)
-  Ryzyko nadużyć wśród dysponentów danych (28,7%)
-  Ograniczenie podstawowych praw obywatelskich poprzez ingerencję w szczegółowe dane dotyczące aktywności ludzkich (10,9%)
-  Osłabienie gospodarki opartej na konkurencji (7,5%)

Podstawa: firmy widzące zagrożenia z „Big Data”, N=21

Podstawa: firmy korzystające z przetwarzania wielkich zbiorów, N=107

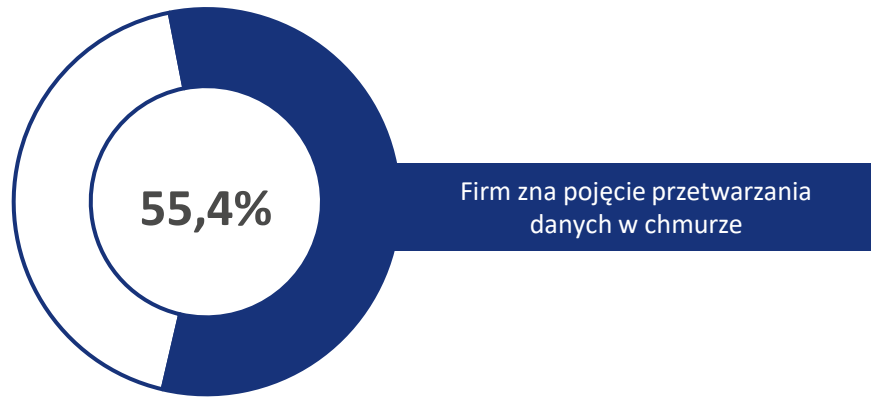
Więcej firm widzi korzyści (63,4%) niż zagrożenia (22,8%) wynikające z przetwarzania wielkich zbiorów danych. Najwięcej korzyści przedsiębiorstwa widzą we wiarygodności danych (63%). Z kolei zagrożeniem, którego firmy najbardziej się obawiają jest naruszanie prywatności.

Przetwarzanie danych w chmurze



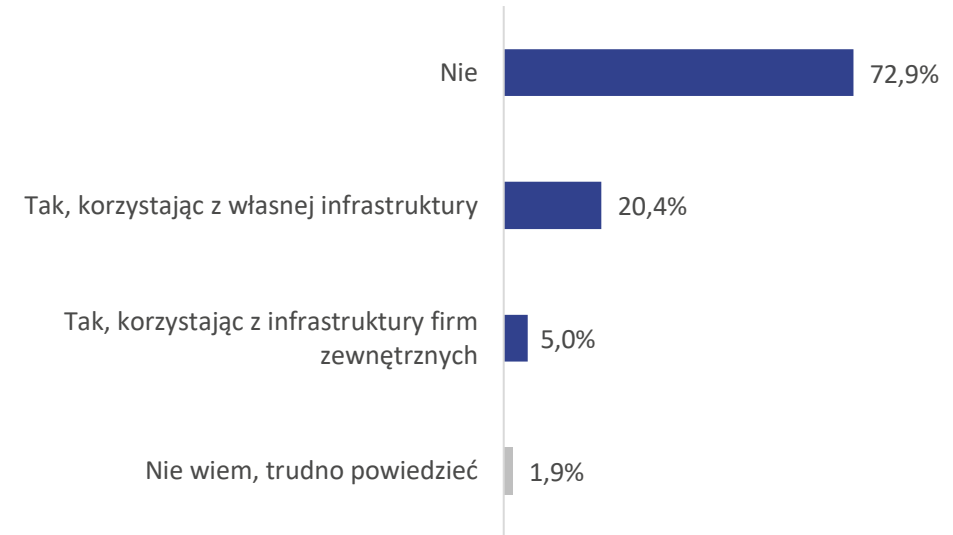
Znajomość i korzystanie z przetwarzania danych w chmurze

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



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Czy korzysta Pan/Pani w firmie z przetwarzania danych w chmurze?








Podstawa: firmy posiadające dostęp do internetu, N=506

55,4% przedsiębiorców spotkało się z pojęciem przetwarzania danych w chmurze. Zaobserwowano, iż wiedza respondentów wzrasta wraz z wielkością firmy, w której pracują. Firmy korzystają jednak w tym kontekście częściej z własnej infrastruktury (20,4%) niż z infrastruktury zewnętrznej (5%).

Korzyści i zagrożenia wynikające z przetwarzania danych w chmurze

Czy widzi Pan/Pani korzyści z korzystania z Big Data w Pana/Pani firmie?








-  Bezpieczeństwo przed utratą danych (70,9%)
-  Wiarygodność i niezawodność (51,2%)
-  Bieżący monitoring procesów (42,3%)
-  Łatwość obsługi – dostęp z każdego komputera w sieci (34,4%)
-  Oszczędność kosztów związanych ze zmianą nośników fizycznych na wirtualne (26,9%)

Podstawa: firmy widzące korzyści z przetwarzania danych w chmurze, N=135

Czy widzi Pan/Pani zagrożenia z korzystania z Big Data w Pana/Pani firmie?



-  Ryzyko dotyczące wycieku danych na skutek awarii (51,9%)
-  Ryzyko dotyczące prywatności i bezpieczeństwa chmury związane z niedostatecznymi uregulowaniami tych kwestii (41,8%)
-  Ryzyko dotyczące wycieku danych na skutek włamań hakerów (41,1%)
-  Potencjalny wgląd w dane przez właściciela usługi lub podmioty trzecie (31,2%)
-  Zróżnicowany poziom dostępności usług na chmurze, zależny od jej operatora (19,4%)

Podstawa: firmy widzące zagrożenia z przetwarzania danych w chmurze N=30

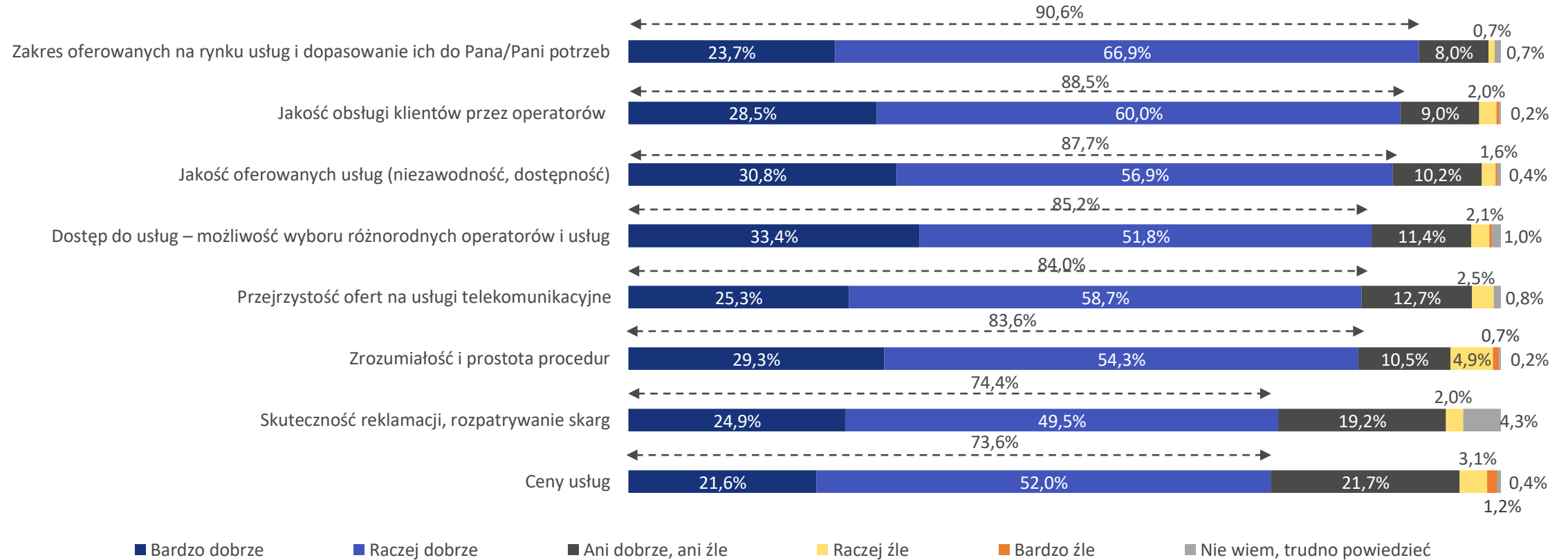
Więcej firm widzi korzyści (84,0%) niż zagrożenia (20,9%) wynikające z przetwarzania danych w chmurze. Najwięcej korzyści przedsiębiorstwa widzą w bezpieczeństwie przed utratą danych (70,9%). Jednocześnie, co ciekawe, zagrożeniem, którego najbardziej obawiają się respondenci jest ryzyko dotyczące wycieku danych na skutek awarii chmury (51,9%).

Ocena rynku telekomunikacyjnego



Ocena funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego

Proszę o ocenę poniższych aspektów funkcjonowania rynku telekomunikacyjnego w Polsce.

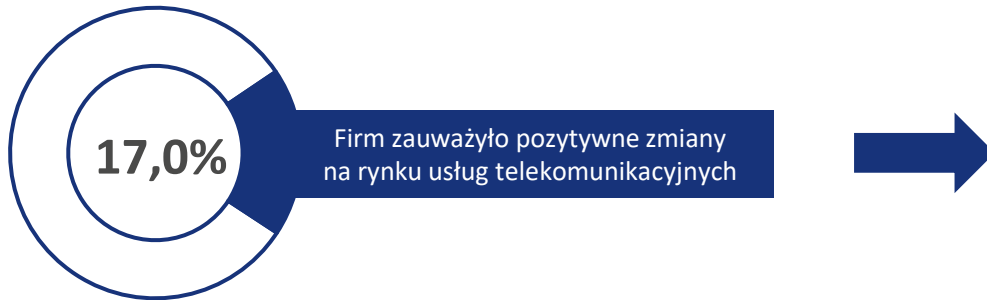


Przedsiębiorcy przeważnie pozytywnie oceniają funkcjonowanie rynku telekomunikacyjnego – w żadnym przypadku odsetek odpowiedzi pozytywnych nie wyniósł mniej niż 73%. Najwyżej ocenianym aspektem jest zakres oferty i jej dopasowanie do potrzeb (90,6%) oraz jakość obsługi klientów (88,5%).

Podstawa: firmy korzystające z usług OTT, N=360

Pozytywne zmiany

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



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatniego roku zauważyło 17% firm.

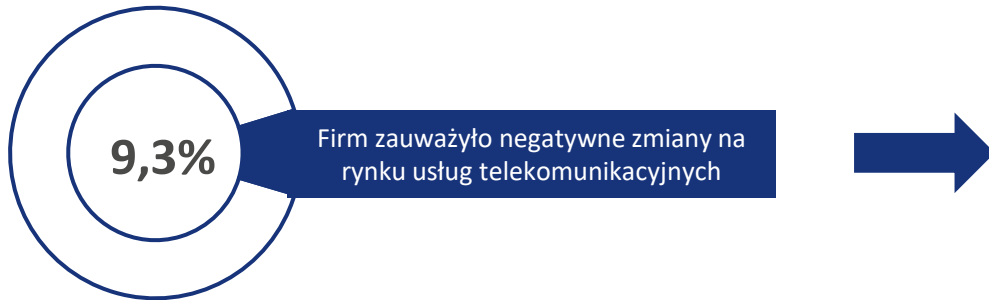
Najczęściej wskazywane pozytywne zmiany to większa liczba ofert (46,2%), dynamiczny rozwój technologii (45,2%) oraz lepsza obsługa klienta (40,5%).



Podstawa: firmy widzące pozytywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych, N=89

Negatywne zmiany

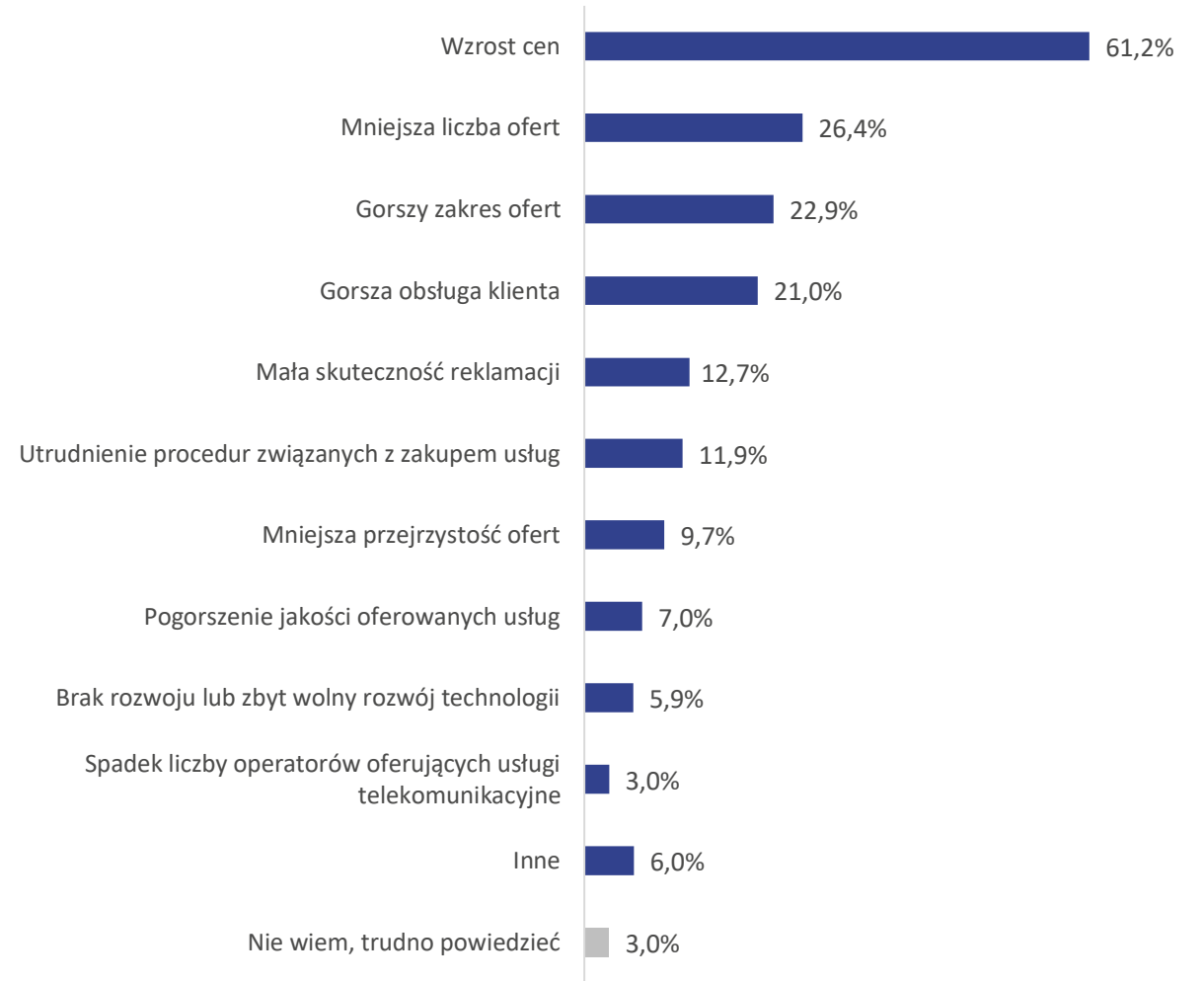
Czy w ciągu ostatniego roku zauważył(a) Pan/Pani z perspektywy firmy jakieś negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Około 9% przedsiębiorców zauważa negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

Najwięcej przedsiębiorców zaobserwowało wzrost cen (61,2%). Pozostałe negatywne zmiany to mniejsza liczba ofert (26,4%), gorszy zakres ofert (22,9%) oraz gorsza obsługa klienta (21%).



Podstawa: firmy widzące negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych, N=43

Działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE)

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



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani dotychczasowe działania Urzędu Komunikacji Elektronicznej?



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

Podstawa: firmy widzące negatywne zmiany na rynku usług telekomunikacyjnych, N=43

O działalności Urzędu Komunikacji Elektronicznej słyszało niespełna 27% przedsiębiorców.

Działania UKE przeważnie były oceniane pozytywnie lub neutralnie przez przedsiębiorców. Odpowiedź „raczej źle” wskazało zaledwie 2,1% badanych, a odpowiedzi „bardzo źle” nie udzielił nikt.

Wpływ COVID-19 na rynek telekomunikacyjny



Kwarantanna

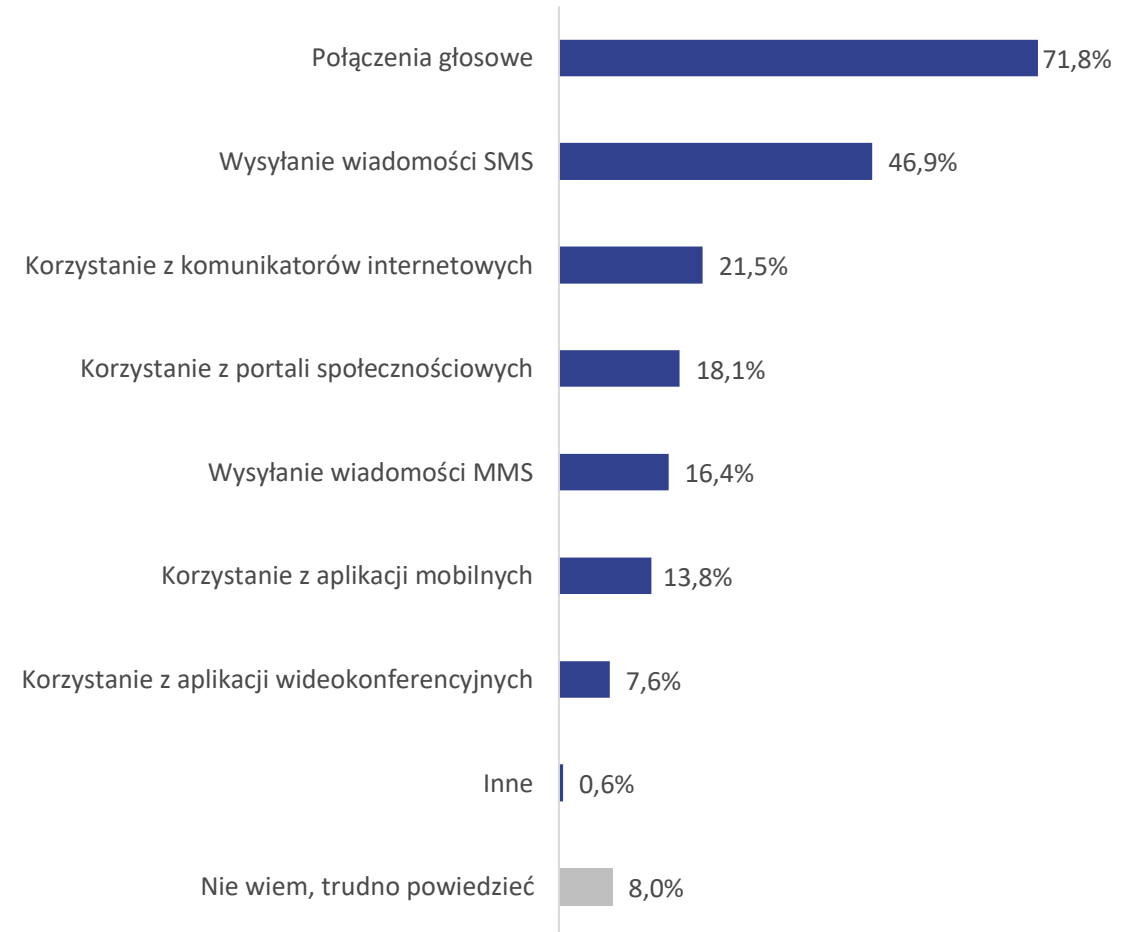
Czy w czasie kwarantanny wzrosło zapotrzebowanie Pana/Pani firmy na usługi telekomunikacyjne?



Pandemia COVID-19 i związana z nią kwarantanna skutkowały wzrostem zapotrzebowania na usługi telekomunikacyjne w 18,1% przedsiębiorstw.

Podczas kwarantanny najczęściej korzystano z usług połączeń głosowych (71,8%) oraz wysyłania wiadomości SMS (46,9%). Przedsiębiorcy najrzadziej wskazywali na korzystanie z aplikacji wideokonferencyjnych (7,6%) oraz inne usługi (0,6%).

Z jakich usług korzystała Pana/Pani firma najczęściej podczas pandemii COVID-19?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Zmiana oferty i problemy ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych

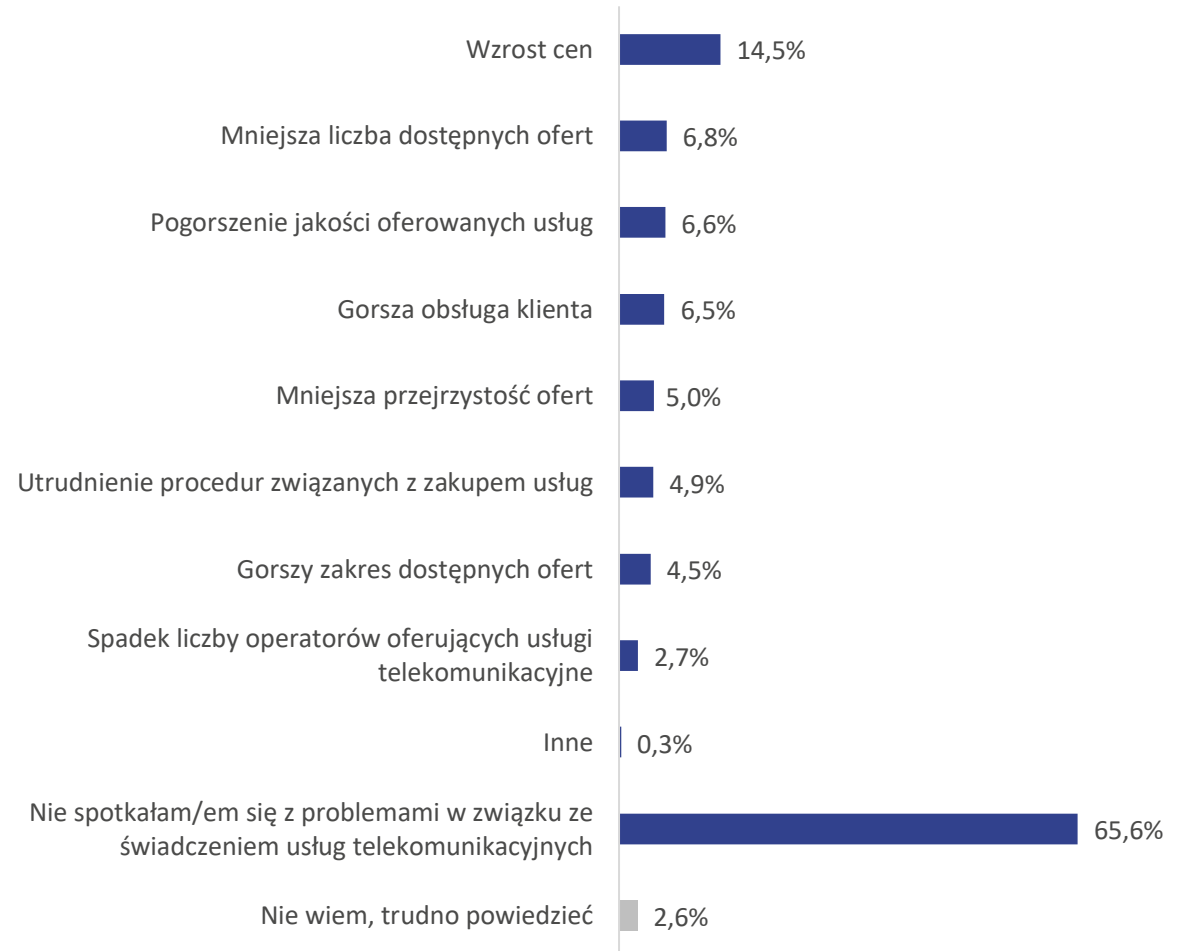
Czy COVID-19 ma wpływ na wybór lub zmianę przez Pana/Pani firmę oferty telekomunikacyjnej?



Pandemia COVID-19 miała wpływ na wybór/zmianę usług telekomunikacyjnych 6,6% przedsiębiorstw.

Większość firm nie spotkała się z problemem ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych z powodu pandemii (65,5%). Jeśli już problem występował, najczęściej dotyczył wzrostu cen (14,5%).

Z jakimi problemami w związku ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych spotkała się Pana/Pani firma podczas epidemii COVID-19?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Praca zdalna

Czy pracownicy w Pana/Pani firmie pracowali zdalnie podczas pandemii?



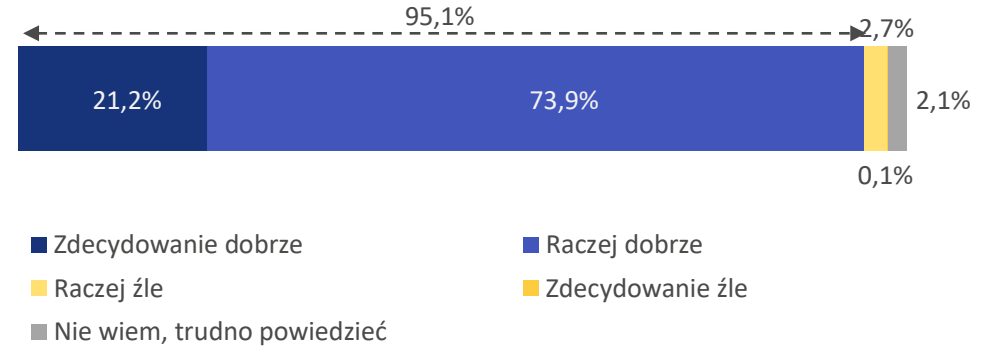
Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

W blisko co piątej firmie pracownicy podczas pandemii pracowali zdalnie. Praca zdalna była częstsza w przypadku średnich i dużych firm (zatrudniających powyżej 50 osób).

Większość pracodawców pozytywnie ocenia jakość świadczonych usług podczas pracy zdalnej (95,1%).

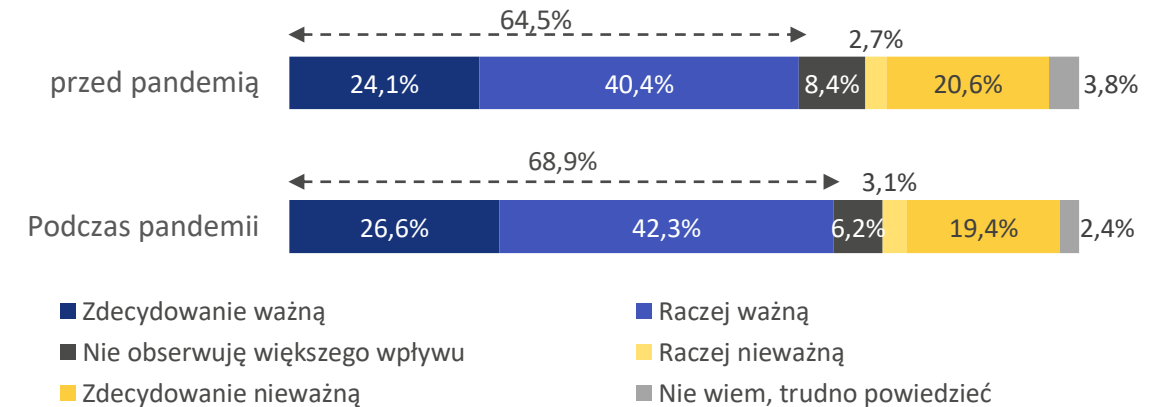
Nie widać znacznego wzrostu w znaczeniu usług telekomunikacyjnych podczas pandemii (68,9%), ponieważ dla większości firm były one ważne już przed ogłoszeniem kwarantanny (64,5%).

Jak Pana/Pani firma ocenia jakość świadczonych usług podczas pracy zdalnej?



Podstawa: firmy, których pracownicy podczas pandemii pracowali zdalnie, N=114

Jaką rolę pełnią/pełniły usługi telekomunikacyjne przed pandemią i podczas niej?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

E-learning

Czy podczas trwania epidemii pracownicy Pana/Pani firmy korzystali z e-learningu (np. szkolenia on-line)?



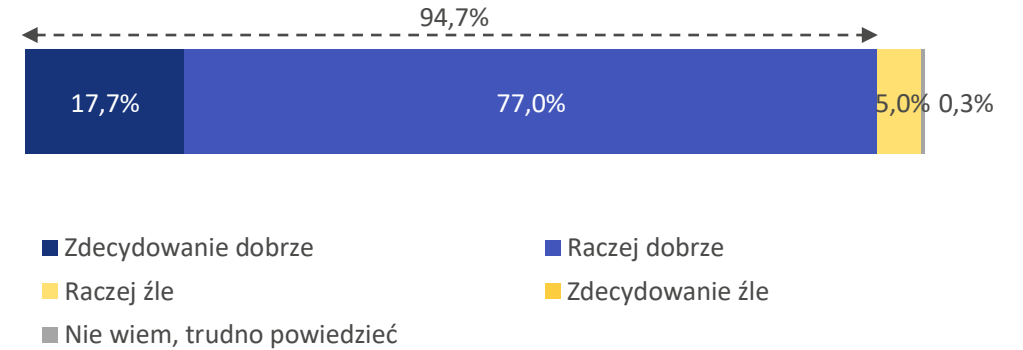
Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Prawie 11% firm potwierdziło, że pracownicy podczas pandemii korzystali ze szkoleń w formie on-line. Praca zdalna była częstsza w przypadku średnich i dużych firm (zatrudniających powyżej 50 osób).

Większość przedsiębiorców pozytywnie ocenia jakość świadczonych usług e-learningu (94,7%).

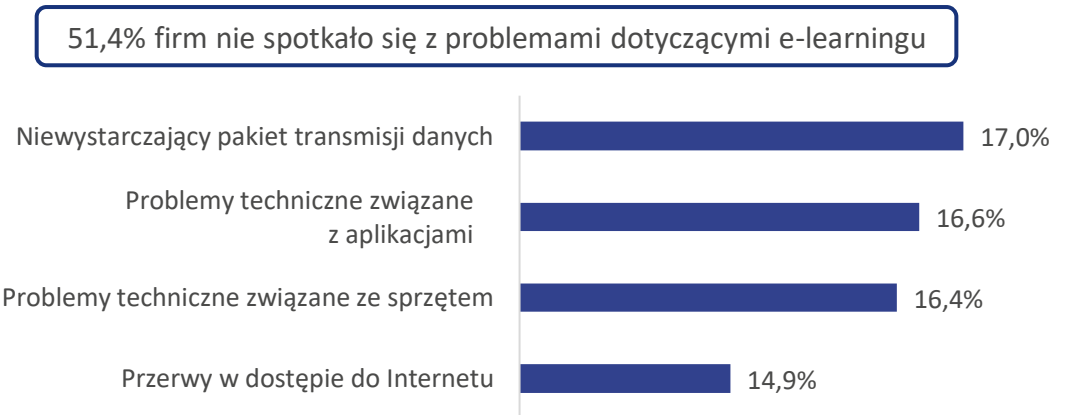
Połowa firm nie zauważyła problemów w związku z e-learningiem. Jeśli już pojawiał się problem, najczęściej dotyczył on niewystarczającego pakietu transmisji danych (17,0%).

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



Podstawa: firmy, których pracownicy korzystali z e-learningu, N=72

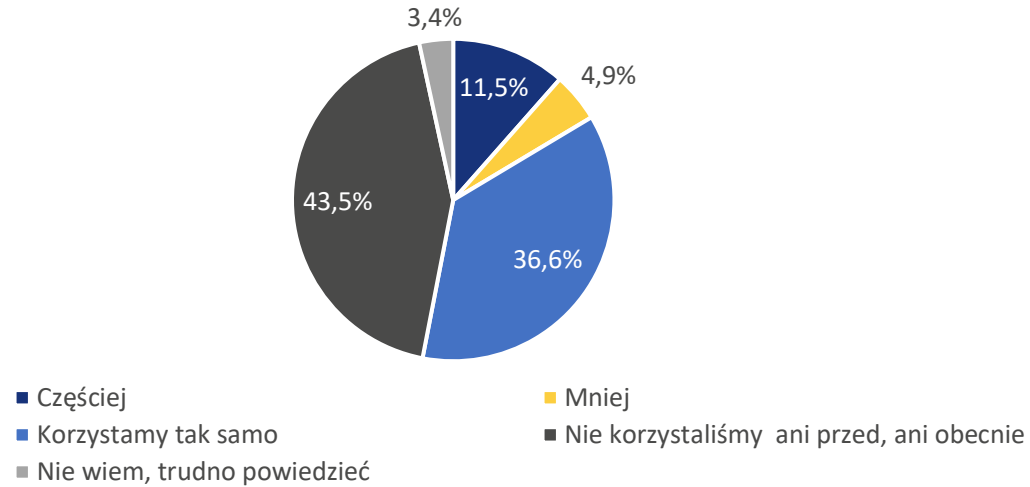
Z jakimi problemami podczas e-learningu spotkali się pracownicy Pana/Pani firmy?



Podstawa: firmy, których pracownicy korzystali z e-learningu, N=72

Programy wideokonferencyjne

Czy po wybuchu pandemii COVID-19 Pana/Pani firma korzystała częściej z aplikacji i programów wideokonferencyjnych?

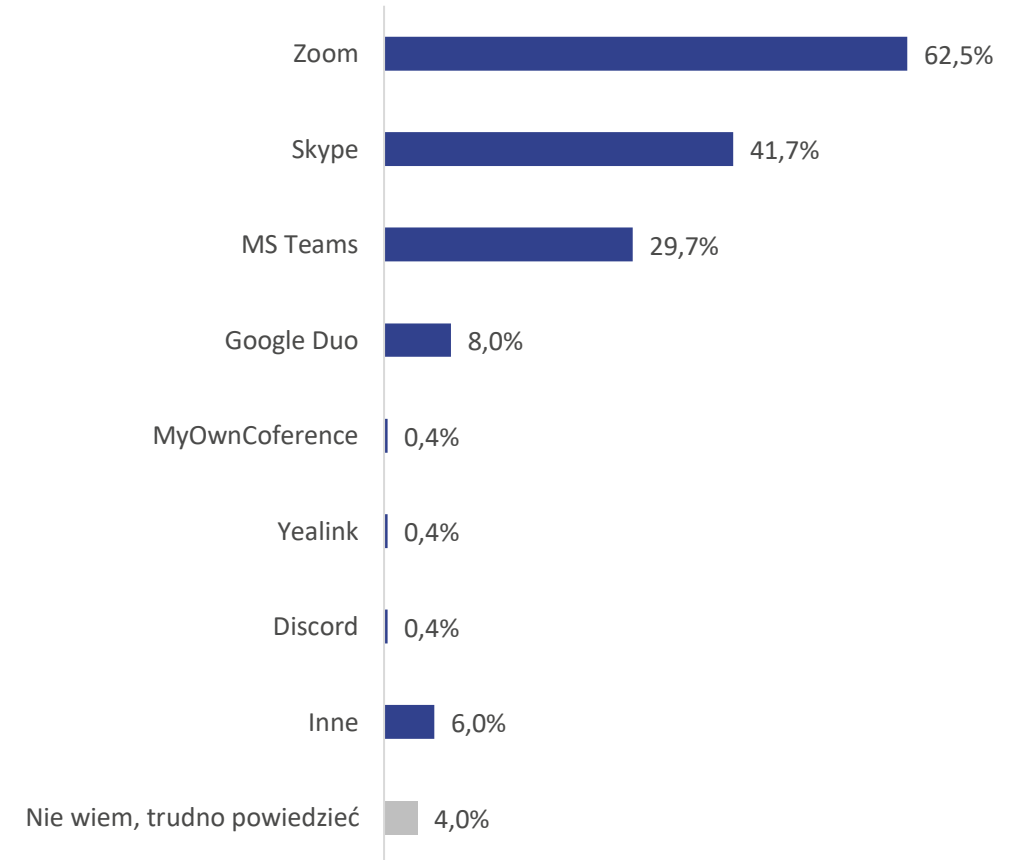


Podstawa: wszyscy respondenci, N=518

Większość firm albo nie korzystała i nadal nie korzysta z programów wideokonferencyjnych (43,5%), albo korzysta z nich w takim samym stopniu (36,6%) jak przed pandemią.

Najpopularniejszymi programami do wideokonferencji wśród respondentów są Zoom (62,5%), Skype (41,7%) oraz MS Teams (29,7%).

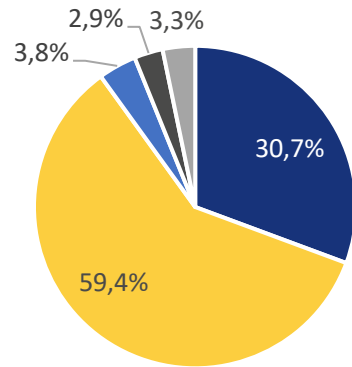
Z jakich aplikacji i programów wideokonferencyjnych korzysta Pana/Pani firma?



Podstawa: firmy, które korzystają z usług wideokonferencji, N=100

Programy wideokonferencyjne

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

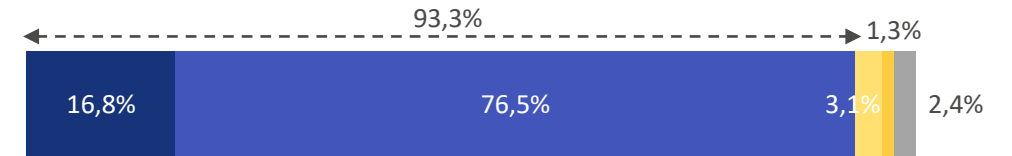


- Obie formy są na równym stopniu
- Zdecydowanie lepsze są wideokonferencje
- Nie mam zdania
- Nie wiem, trudno powiedzieć
- Zdecydowanie lepsze są spotkania osobiste

Większość firm zdecydowanie preferuje spotkania osobiste niż wideokonferencje (59,4%). Niemal co trzeci przedsiębiorca ocenia obie formy na podobnym poziomie. Zdecydowana większość firm dobrze ocenia jakość połączenia podczas korzystania z programów do wideokonferencji (93,3%).

Podstawa: firmy, które korzystają z usług wideokonferencji, N=100

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



- Zdecydowanie dobrze
- Raczej dobrze
- Raczej źle
- Zdecydowanie źle
- Nie wiem, trudno powiedzieć

Urząd Komunikacji Elektronicznej

UKE