

5G představuje neznámý pojem pro téměř polovinu internetových uživatelů

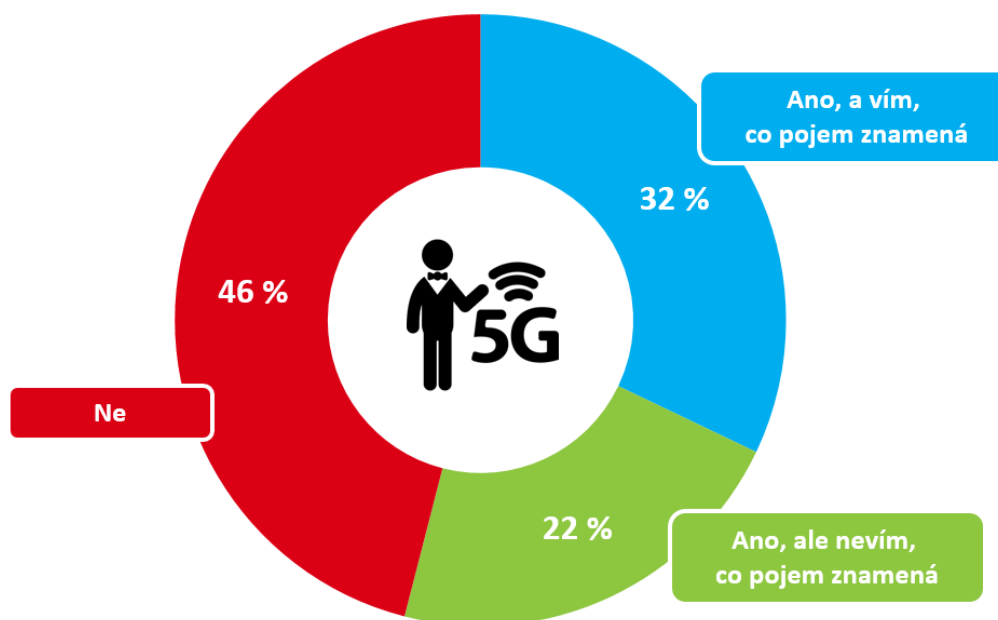
Vstup čtvrtého operátora na český trh by vnímali pozitivně

V oblasti telekomunikací je pojem 5G dlouhodobě diskutovaným tématem, neboť představuje novou mobilní datovou síť, která má nahradit stávající řešení 4G. Proto jsme prostřednictvím výzkumu zjišťovali, do jaké míry je pojem 5G známý českým internetovým uživatelům. Výsledky mimo jiné ukázaly, že znalost termínu je výrazně vyšší u mužů než u žen a o něco více také u respondentů s vysokoškolským či vyšším vzděláním než u dotázaných z ostatních vzdělanostních skupin. Výzkumné šetření realizovala společnost Nielsen Admosphere na vzorku tisícovky respondentů z aktivní internetové populace starší 15 let.

Třetina dotázaných deklarovala, že se již někdy setkala s pojmem 5G síť, a zároveň ví, co znamená. 22 % respondentů pak sice odpovědělo, že pojem již někdy slyšeli, ale na rozdíl od první skupiny nevědí, co zastupuje. Výrazně větší povědomí o významu termínu mají muži než ženy a o něco větší také lidé s vysokoškolským či vyšším vzděláním. Zcela neznámý je pojem 5G síť pro 46 % dotazovaného vzorku.

Setkali jste se již s pojmem 5G síť? Víte, co znamená?

ZÁKLAD: Celý vzorek, N=1010



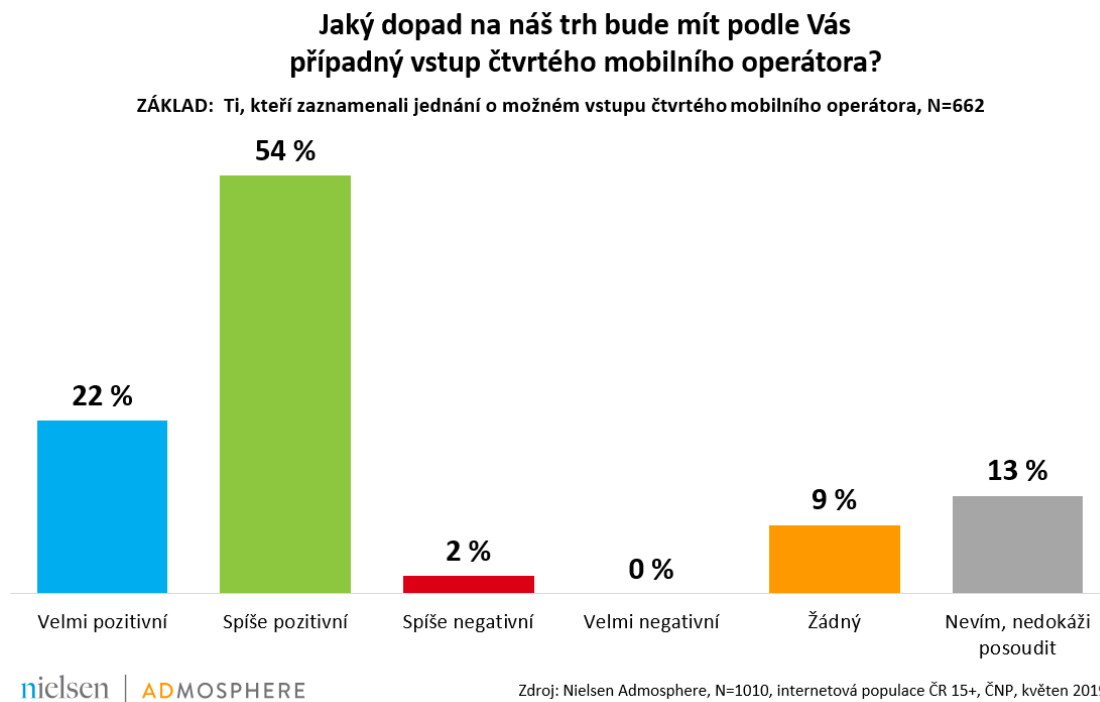
nielsen | ADMOSPHERE

Zdroj: Nielsen Admosphere, N=1010, internetová populace ČR 15+, ČNP, květen 2019

Aktuálním tématem v souvislosti se sítěmi páté generace je také jejich bezpečnost. Internetoví uživatelé, kteří se již s termínem 5G sítí setkali, ve výzkumu vyjádřili téměř v polovině případů (48 %)

názor, že s jejich budováním může být spojeno i nějaké bezpečnostní riziko. Třetina (34 %) si to však nemyslí a dalších 18 % to nedokáže posoudit.

Paralelně s budováním 5G sítí se v České republice již několik měsíců hovoří také o vstupu čtvrtého operátora na český trh, od něhož si řada lidí i odborníků slibuje obecné zlevnění telekomunikačních služeb. Toto téma rezonuje u internetových respondentů výzkumu Nielsen Admosphere o něco více než 5G: **jednání o vstupu dalšího operátora zaznamenaly dvě třetiny dotázaných. Naprostá většina z nich (76 %) míní, že tato změna by měla pozitivní dopad na zdejší trh.** Podle 9 % by její dopad byl nulový a jen podle 2 % negativní.



Mezi hlavní pozitiva případného vstupu čtvrtého operátora patří dle respondentů **zlevnění dat** (myslí si to 78 % respondentů, kteří vyjádřili pozitivní názor na chystanou změnu), **zlevnění volání** (76 %) a **rozšíření nabídky služeb** (50 %).

Eliška Morochovičová | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™.

Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Český národní panel (www.ceskynarodnipanel.cz) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku a v Maďarsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 50 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 17 000 v Polsku a 10 000 v Maďarsku.