

ANCOM

Autoritatea Națională pentru Administrare
și Reglementare în Comunicații

Studiu calitativ privind percepția și nevoile utilizatorilor de servicii de comunicații electronice

Octombrie 2015

confident
decisions

Cuprins

Context și obiective	Pagina 3
Metodologie	Pagina 5
Capitolul I – Utilizare servicii de comunicații electronice	Pagina 7
Capitolul II – Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice	Pagina 18
Capitolul III – Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020	Pagina 24

Context și obiective

Metodologie

Utilizare servicii de comunicații electronice

Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020



Context și obiective

- > Mercury Research a realizat în perioada septembrie-octombrie 2015 un studiu calitativ privind percepția și nevoile utilizatorilor de servicii de comunicații electronice, având ca principal obiectiv obținerea unui set de informații relevante în ceea ce privește percepția utilizatorilor cu privire la serviciile de comunicații electronice și identificarea nevoilor de consum ale utilizatorilor.
- > Obiectivele specifice ale studiului au constat în obținerea de informații privind următoarele aspecte:
 - identificarea serviciilor de comunicații electronice considerate esențiale (servicii de bază) de către utilizatorii finali;
 - identificarea așteptărilor utilizatorilor cu privire la serviciile de comunicații electronice;
 - identificarea eventualelor caracteristici noi pentru serviciile de comunicații electronice pe care le doresc utilizatorii;
 - percepția utilizatorilor cu privire la evoluția serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020 și cu privire la evoluția consumului lor de servicii în 2020;
 - identificarea unor măsuri care, în opinia utilizatorilor finali, ar conduce la dezvoltarea pieței serviciilor de comunicații electronice (creșterea inovației în domeniu, creșterea concurenței, creșterea penetrării unor servicii, măsuri în domenii conexe etc).

Context și obiective

Metodologie

Utilizare servicii de comunicații electronice

Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020



Metodologie

- > **Metoda de colectare a datelor:** discuții de tip focus grup, cu utilizatori de servicii de comunicații electronice

- > **Profilul grupurilor:**
 1. Utilizatori din mediul urban (București), cu vârsta 16-18 ani (elevi)
 2. Utilizatori din mediul urban (București), cu vârsta 19-30 ani
 3. Utilizatori din mediul urban (București), cu vârsta 31-44 ani
 4. Utilizatori din mediul urban (București), cu vârsta 45-60 ani
 5. Utilizatori din mediul urban (București), cu vârsta 60+ ani
 6. Utilizatori din mediul rural dezvoltat (cu acces la rețea de Internet fix)
 7. Utilizatori din mediul rural slab dezvoltat (fără acces la rețea de Internet fix)
 8. Studenți la facultăți tehnice (electronică, telecomunicații și tehnologia informației sau similar)
 9. Studenți la facultăți economice (ASE sau similar)
 10. Mediul academic (profesori, academicieni, cercetători, lectori, doctoranzi)
 11. Specialiști IT din cadrul companiilor mari, reprezentanți ai întreprinderilor mici și mijlocii
 12. Producători de echipamente
 13. Furnizori de servicii online
 14. Media (ziariști, bloggeri, specialiști în marketing digital)
 15. Reprezentanți ai instituțiilor publice, autorități, organisme de reglementare

Context și obiective

Metodologie

Utilizare servicii de comunicații
electronice

Așteptări cu privire la serviciile de
comunicații electronice

Percepții referitoare la evoluția și
dezvoltarea serviciilor de
comunicații electronice până în
anul 2020



Utilizare servicii comunicații electronice

- > Utilizarea serviciilor de comunicații electronice este relativ variată pe segmentele rezidențiale analizate, cele mai importante diferențe fiind determinate de criteriile de vârstă și nivel de venit / bunăstare.
 - În general, segmentele celor mai tineri utilizează cu precădere serviciile de comunicații mobile (telefonie mobilă sau Internet mobil) și Internetul fix, în timp ce segmentele mai înaintate în vârstă manifestă o predilecție mai mare pentru serviciile de voce (mobilă dar și fixă)
 - Cu cât nivelul de bunăstare este mai ridicat (venituri mari, mediul urban dar și ruralul dezvoltat), cu atât paleta de servicii de comunicații electronice utilizate este mai diversă.
- > Pentru segmentele de afaceri (specialiști IT, companii, producători de echipamente, furnizori de servicii online, media), academic și autorități, utilizarea serviciilor de comunicații este variată și influențată în măsură mare de partea profesională, uneori nevoia pentru anumite servicii fiind declanșată de utilizarea acestora la serviciu.
- > Pagina următoare detaliază o reprezentare a utilizării serviciilor de comunicații electronice pe grupe de vârstă, în funcție de frecvența de utilizare.

Notă: aceasta este o interpretare de natură calitativă și trebuie interpretată cu titlu orientativ.



Televiziune



Telefonie mobilă



Internet mobil



Telefonie fixă



Internet fix

Utilizare servicii comunicații electronice

Utilizare frecventă



Utilizare redusă

16-18 ani

Studenti

19-30 ani

31-44 ani

45-60 ani

60+ ani



Utilizare servicii comunicații electronice

Telefonia fixă

- > Pentru segmentul rezidențial, este serviciul cel mai puțin utilizat / instalat, în unele cazuri nefiind instalat aparatul chiar dacă există serviciul instalat în gospodărie:
'Al meu e bibelou, muzeu, nu se atinge nimeni de el' – Studenți Facultăți Tehnice
 - > De cele mai multe ori este fie moștenită și păstrată în gospodărie din inerție, fie achiziționată ca parte a unui pachet de servicii care includea și Internet și TV, acestea fiind serviciile principale care au determinat achiziția pachetului.
 - > Utilizarea este mai frecventă în rândul persoanelor mai în vârstă, și doar ocazional în rândul celor mai tineri:
 - Pentru comunicarea cu persoanele care nu au telefonie mobilă – bunici, rude din mediul rural, în general persoane mai în vârstă care au respins telefonie mobilă
 - Pentru comunicarea cu persoane din străinătate, în cazurile în care există abonamente cu minute incluse spre astfel de destinații
 - Pentru ocaziile în care se termină creditul pe telefonul mobil sau bateria telefonului mobil
 - (ocazional) o modalitate de control a copiilor, chiar în cazurile când aceștia au telefonie mobilă – prin apelarea pe telefonul fix părinții pot verifica dacă sunt acasă.
-
- > Pentru segmentul de afaceri, telefonia fixă este considerată încă esențială:
 - Transmite un mesaj de credibilitate despre firma respectivă
'ai un fax, ai un sediu... ai o locație, deci ești o firmă, așa cum sunt firmele, nu una de apartament...' – *Furnizori de servicii online*
 - Este utilizată pentru serviciul de fax
-
- > Nivelul de cunoștințe cu privire la posibilitatea de utilizare a telefoniei mobile pe post de telefonie 'fixă' pentru firme (redirecționare apeluri prin centrala telefonică) este relativ scăzut, mențiuni sporadice au apărut doar în grupurile de furnizori de servicii online și specialiști IT.

Utilizare servicii comunicații electronice



Telefonia mobilă

- > Pentru segmentul rezidențial, este serviciul utilizat fără excepție de către toți utilizatorii, indiferent de vârstă.
- > Opțiunile de achiziție diferă în funcție de segmentul de vârstă:
 - Pentru cei mai tineri, achiziția a fost făcută aproape în majoritatea cazurilor de către părinți, din nevoia de a avea control asupra copiilor și de a-i ști în siguranță. Telefonul mobil personal a devenit și mai important în trecerea la etapa de adult, o dată cu apariția responsabilităților (spre exemplu contactarea pentru un interviu de angajare, sau de către furnizorii de utilități)
 - Pentru cei de vârstă medie, achiziția a fost fie din dorința de a fi la modă, 'în rând cu lumea', declanșată de presiunea socială; fie pentru scopuri profesionale, în unele cazuri serviciul fiind chiar achiziționat de angajator și dat spre folosință angajatului
 - Pentru cei de vârstă mai înaintată, ocazional achiziția a fost impulsionată de copii sau nepoți

- > Pentru segmentul de afaceri, avantajele de mobilitate, comunicare rapidă și eficientă au dus la generalizarea utilizării telefoniei mobile. Dezvoltarea în ultima perioadă a Internetului mobil a dus la utilizarea telefoniei mobile în scopuri din ce în ce mai diversificate, care se îndepărtează uneori de scopul original:

'scopul inițial de transmitere de voce e mult depășit, în momentul de față transmit video, transmit muzică, transmit date, verific internetul, dau mesaje numai de vorbit nu prea mai vorbesc' – Mediul academic



Utilizare servicii comunicații electronice

Internetul fix

- > Pentru segmentul rezidențial, utilizare destul de generalizată, cu câteva excepții – mediul rural fără acoperire de Internet fix sau telefonie fixă, unii dintre respondenții din grupa 60+ ani.
 - > Pentru cei mai tineri (16-18 ani, studenții), Internetul fix este prezent în gospodărie înainte de a începe ei utilizarea
'M: Și înainte să ai Internet fix ce făceai? R: Mă duceam la grădiniță că eram prea mică' – Studenți Facultăți Tehnice
 - > Pentru unii dintre respondenții maturi, achiziția a fost inițiată la presiunea copiilor, venită ca și cerință de la școală sau din dorința de a se juca pe calculator / în rețea. Pentru alții, nevoia a fost declanșată după ce au utilizat Internetul la serviciu:
'...la serviciu aveam și mi se părea că sunt în paradis, veneam acasă și mi se părea că sunt în iad' – Mediul Academic
 - > Pentru respondenții mai în vârstă, utilizarea este ocazională, determinată de achiziția de echipamente noi (înlocuire calculator cu laptop)
-
- > Nevoile acoperite de Internetul fix variază de la comunicare (fie simplă, prin email sau aplicații de tip *messenger* - mIRC, HI5, Instant Messenger, fie mai complexă, prin aplicații specializate - Skype, uneori chiar Facebook, sau utilizarea de aplicații de socializare), și informare, până la divertisment (descărcare de conținut media – filme, muzică, jocuri). Astfel Internetul fix devine un substitut pentru celelalte tipuri de media tradiționale – TV, radio, presa scrisă.
-
- > Utilizarea este generalizată pentru segmentul de afaceri, cel academic și chiar al celor din instituții publice, iar obiceiurile de utilizare mai sofisticate (exemplu *webinar*, conferințe online)



Utilizare servicii comunicații electronice

Internetul mobil

- > Utilizare relativ generalizată pentru segmentul rezidențial, inclusiv în ruralul slab dezvoltat (fără acoperire Internet fix sau telefonie fixă), cu mici excepții de non-utilizare în rândul utilizatorilor din grupa 60+ ani. Generalizarea utilizării este declanșată de creșterea penetrării telefoanelor de tip *smartphone* și a ofertelor combinate venite de la furnizorii de servicii electronice.
- > Pentru utilizatorii tineri, Internetul mobil este folosit în special pentru comunicare (inclusiv prin aplicații precum Viber, Skype) și socializare (WhatsApp, Facebook, Instagram)
'dacă nu merge Internetul și nu verificăm Facebookul nu existăm' – Furnizori servicii online
- > Pentru utilizatorii maturi sau cei din segmentul de afaceri și academic, achiziția Internetului mobil a fost declanșată de nevoia profesională, din dorința de a fi mereu conectat și la curent, prin primirea și transmiterea de informații, combinată cu lipsa de timp pentru activități care se pot realiza prin Internetul mobil – plăți facturi, cumpărături, transfer de bani. Beneficiul de mobilitate și de acces ușor la informații se traduce în economia de timp rezultată din utilizarea Internetului mobil:
'...poți să faci din mers, stând în metrou sau mergând pe stradă, toată lumea butonează din mers, în momentul în care ți-ai amintit' – Utilizatori 19-30 ani
- > Pentru toți cei care au achiziționat Internet mobil, utilizarea crește în defavoarea Internetului fix *'...laptopul meu cred că nu a mai fost deschis de 6 luni de zile' – Utilizatori 19-30 ani.*



Utilizare servicii comunicații electronice

Televiziunea

- > Considerat un serviciu esențial pentru majoritatea utilizatorilor:
'atunci când te muți într-o casă nouă, iei cablul după tine... poți să dormi pe jos, poți să nu mănânci, dar să nu poți să te uiți la televizor, e chiar culmea' – Specialiști IT, companii
- > Utilizare în principal pentru nevoi de divertisment pentru segmentul rezidențial, ceva mai redusă în rândul celor mai tineri, care migrează spre Internet:
'...Pentru noi, că suntem tineri, filmele, serialele, le ei de pe net și le descarci' – Utilizatori 16-18 ani
'pe Internet poți să te uiți la un film fără să te întrerupă ceva, dar la televizor sunt o grămadă de reclame' – Utilizatori 16-18 ani
- > Pentru utilizatorii tineri, se remarcă tendința de înlocuire a televiziunii cu Internetul, văzut ca mai facil în utilizare (fără întrerupere datorată reclamelor), cu posibilitatea de personalizare mai mare.

Utilizare servicii comunicații electronice

Servicii considerate esențiale

- > Frecvența utilizării unui anumit serviciu corelează cu percepția că acel serviciu este esențial pentru utilizator.
- > Astfel, serviciul considerat ca fiind absolut esențial de către toate segmentele investigate este telefonia mobilă:
'...când te întrebi cum ar fi viața fără telefonie mobilă, e ca și cum te-ai întreba cum ar fi viața fără roată' – Media
'...ca și când ți-ar lua o ureche sau o mână' – Utilizatori Rural dezvoltat
- > Percepția că telefonia mobilă este un serviciu esențial decurge în principal din accesibilitatea acesteia atât în situații obișnuite cât și în situații de urgență sau în care siguranța este afectată – nevoia de apelare la salvare, pompieri, poliție
'am afla informații mai greu, am putea comunica mult mai dificil' – Utilizatori 19-30 ani
'...ți se întâmplă ceva și trebuie să dai neapărat de o persoană, cred că nu sunt singura care folosește telefonie mobilă, nu dau un mesaj pe Facebook' – Utilizatori 16-18 ani
- > Cu toate acestea, pentru cei mai tineri și pentru o parte dintre segmentele de afaceri, se constată un început de substituie a telefoniei mobile cu Internetul mobil, prin utilizarea aplicațiilor de apelare WhatsApp, Messenger
,telefonul a devenit un soi de telecomandă a existenței noastre, avem concentrat în el totul' - Media
,fără internet și fără telefonie mobilă nu aș mai concepe viața' – Utilizatori 31-44 ani
,rezist fără televiziune, fără telefon fix, fără internet fix, dar să am internet mobil și telefonul mobil, dacă rămân fără baterie deja sunt moartă, deja scot telefonul și fără baterie și mă mai uit de 2 ori la el' – Utilizatori 19-30 ani

Utilizare servicii comunicații electronice

Servicii considerate esențiale

- > Internetul, în primul rând mobil apoi cel fix, sunt considerate ca servicii esențiale mai degrabă de către utilizatorii tineri și de către segmentele de afaceri, media, academic.
- > Pentru utilizatorii rezidențiali, atașamentul pentru Internetul mobil este de natură mai degrabă emoțională decât rațională, în special pentru cei mai tineri:
'nu pot să trăiesc fără net' – Utilizatori 16-18 ani
'de multe ori mă trezesc cu telefonul în mână și nu știu ce vreau să fac' – Utilizatori 16-18 ani
'câteodată intru pe Instagram din 5 în 5 minute deși știu că l-am văzut deja, și pe Facebook la fel' – Utilizatori 16-18 ani
'...de la o anumită vârstă încolo îți poți da seama că se poate trăi, dar generația de la 2000 încoace nu cred că mai pot trăi fără (Internet mobil)' – Utilizatori 45-60 ani
- > Pentru utilizatorii din segmentul de afaceri și cei din mediul academic, Internetul este văzut ca un serviciu esențial fără de care afacerile nu pot progresa, și care ar trebui trecut în sfera serviciului universal
'nu e simplu să faci business fără Internetul mobil' – Producători de echipamente
'(Internetul mobil) nu mai este nice to have, este must have' – Producători echipamente
'dacă trebuie să primesc ceva, un email că este ceva în derulare, trebuie să ajung undeva sau să fac ceva și nu fac lucrurile astea, profesional sunt eliminată să spunem așa, din grupul respectiv, că nu se poate baza lumea pe mine, că nu pot să răspund' – Mediul academic

Utilizare servicii comunicații electronice

Servicii considerate esențiale

- > Pentru segmentul rezidențial, Internetul fix este considerat esențial doar din perspectiva posibilității de descărcare de conținut multi-media, restul activităților / utilizărilor fiind acoperite de Internetul mobil.
 - > Această suprapunere a Internetului fix cu cel mobil este valabilă și pentru segmentul de afaceri, cu excepția cazurilor unde este nevoie de Internet prin bandă largă.
-
- > Televiziunea și telefonia fixă sunt pe ultimul loc ca și servicii considerate esențiale, atât de utilizatorii din segmentul rezidențial cât și de cei din segmentele de afaceri.
 - > Singurul segment care asociază o relativă valoare serviciului de televiziune este cel al utilizatorilor din grupa 60+ ani, cu o dublă perspectivă:
 - Rațională, ca acces comod la divertisment, inaccesibil altfel de vreme ce utilizarea Internetului este mai redusă sau mai puțin intensă
 - Emoțională, ca simbol al libertății în comparație cu perioada de dinainte de 1989
-
- > Restul segmentelor văd pentru viitor o substituie a serviciului actual de televiziune cu Internetul, substituie care în unele cazuri (în special pe segmentele de utilizatori mai tineri) a început chiar în prezent:
'...televizor am avut de când am ajuns acasă, bebeluș. Televizorul stătea aprins. Când a început să apară calculatorul, internetul în casă, l-am stins. Ai mei au zis Doamne-ajută, dar după aceea când a apărut calculatorul și au văzut că stau numai acolo au zis Doamne, ce ne-ai luat, ce ne-ai dat' – Studenți Facultăți Tehnice
-
- > Telefonia fixă este percepută ca neimportantă întrucât telefonia mobilă a substituit-o deja aproape în întregime. În rândul utilizatorilor rezidențiali, telefonia fixă este considerată utilă doar pentru firme, care încă folosesc fax – această percepție venind mai degrabă din lipsa de educație cu privire la posibilitatea de utilizare a serviciului de fax prin email.

Context și obiective

Metodologie

Utilizare servicii de comunicații
electronice

Așteptări cu privire la serviciile de
comunicații electronice

Percepții referitoare la evoluția și
dezvoltarea serviciilor de
comunicații electronice până în
anul 2020





Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice

Așteptări cu privire la Internetul mobil

Există relativ puține diferențe între segmentul rezidențial și cele de afaceri cu privire la așteptările față de Internetul mobil.

- > Principalele așteptări comune celor două segmente țin de:
 - Trafic nelimitat – fără scăderea vitezei după consumarea traficului inclus
 - Viteză mare constantă
 - Acoperire bună, cât mai extinsă atât geografic cât și în arii cu limitări în prezent (ex metrou, subteran, anumite clădiri)
 - Preț accesibil, raport bun calitate-preț, uneori așteptarea de serviciu gratuit de la utilizatorii rezidențiali mai tineri
- > În plus, pentru utilizatorii din segmentele de afaceri, au apărut și așteptări legate de:
 - Conectivitate și disponibilitate 100%
 - Eliminarea tarifelor de roaming
 - Spațiu de stocare nelimitat în *cloud*
 - Securizare, protecție pentru viruși
- > Izolat, pentru utilizatorii din grupa 60+ ani, a apărut nevoia de educare cu privire la Internetul mobil –utilizarea limitată sau non-utilizarea par să fie determinate de percepția că este complicat / greu de accesat diferitele aplicații:
'să fie uniți din astea unde niște oameni mai în vârstă care habar nu au să umble cu acest telefon (smartphone), să fie educați în privința asta. Pentru că sunt mulți oameni care nu își iau pentru că nu știu să îl utilizeze' – Utilizatori 60+ ani



Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice

Așteptări cu privire la Internetul fix

- > Principala așteptare pentru ambele segmente de utilizatori este cea legată de mobilitate, care decurge în mare măsură din experiența curentă de utilizare de tip *wireless* a Internetului fix.
- > Alte așteptări comune ambelor segmente:
 - Stabilitate
 - Trafic nelimitat
 - Viteză mare, inclusiv în condițiile accesării simultane de pe mai multe echipamente
 - Preț accesibil – cu toate că utilizatorii nu percep prețul ca fiind o barieră în prezent
- > Pentru utilizatorii din segmentele de afaceri, adițional au apărut așteptări legate de:
 - Bandă cât mai mare garantată
 - Asigurarea confidențialității, securității
 - Disponibilitate împreună cu asigurarea unei linii de back-up
 - Net neutrality '*să nu-mi filtreze cineva rezultatele sau să-mi blocheze porturi de acces pe criterii neagreate de mine*' – Utilizatori Instituții publice



Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice

Așteptări cu privire la telefonie mobilă

> Așteptările celor din segmentul rezidențial se suprapun în măsură mare cu cele ale celor din segmentele de afaceri:

- Minute și SMS-uri nelimitate
- Acoperire
- Semnal de calitate
- Preț accesibil, inclusiv în roaming
- Securitate și asigurarea confidențialității convorbirii
- Desființarea clauzelor contractuale pe perioadă lungă

'...să se încheie o dată povestea asta cu iobăgia, cu abonament pe 2 ani și nu poți pleca din rețea 2 ani' - Media

> Alte mențiuni (izolate):

- Protecție de radiații
- Infrastructură discretă

Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice



Așteptări cu privire la telefonie fixă

- > În general fiind percepută ca neimportantă, și pe cale de dispariție, așteptările sunt limitate și mai degrabă vizează transformarea acestora în telefonie mobilă
- > Alte așteptări:
 - Gratuitatea serviciului
 - Posibilitatea de apel în orice rețea, fără costuri sau cu costuri foarte reduse
 - Asigurarea de suport tehnic – menționată atât de utilizatorii din grupa 60+ ani cât și de utilizatorii din instituții



Așteptări cu privire la televiziune

- > Cea mai importantă așteptare, regăsită la ambele segmente de utilizatori, se referă la posibilitatea de personalizare a conținutului / grilei de programe, acesta fiind și motivul pentru care are loc migrarea de la serviciul clasic de televiziune către Internet.
- > Alte așteptări:
 - > Stabilitatea emisiei (apărută în special la deținătorii de televiziune DTH, unde întreruperile datorate condițiilor meteo sunt frecvente)
 - > Claritatea imaginii, cât mai multe canale HD
 - > Posibilitatea de înregistrare
 - > Serviciu de *pay-per-view*
 - > Flexibilitate, posibilitatea de a viziona pe mai multe ecrane

Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice

Caracteristici noi dorite pentru serviciile de comunicații electronice

- > Niciunul dintre segmentele investigate nu a identificat caracteristici noi pentru serviciile de comunicații electronice folosite. Așteptările țin mai degrabă de dezvoltarea / extinderea caracteristicilor curente ale serviciilor, în parametri de costuri și mai reduse.
- > Aceste așteptări sunt întemeiate pe observația respondenților cu privire la evoluția de până acum a serviciilor de comunicații electronice, care este în general peste așteptările lor obișnuite în materie de inovație.
- > Așteptarea de obținere a mai multor beneficii / servicii de comunicații cu caracteristici noi pentru prețuri accesibile este de asemenea întemeiată pe evoluția prețurilor serviciilor:

'a trecut vreun an-doi până s-a făcut oferta bună, că țin minte că Dialog-ul, aveau parcă niște spoturi în care săreau oamenii de fericire, că vedeau că e 300 de dolari un pachet și se duceau pe loc și cumpărau...' – Mediul academic

5 *'... când eram noi mai mici, sunam pe credit și vorbeam cinci minute,... Hai, 10 minute cu euro și acum avem sute de minute cu cinci euro, (tariful e) chiar mic...' – Studenți Facultăți Economice*

Context și obiective

Metodologie

Utilizare servicii de comunicații electronice

Așteptări cu privire la serviciile de comunicații electronice

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020



Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020

La nivel general, percepția este că serviciile de comunicații electronice vor migra din ce în ce mai mult spre sfera online-ului, Internetul, în special cel mobil, ajungând să le înglobeze pe toate.



Percepții cu privire la evoluția Internetului mobil

- > Estimare de creștere în următorii 5 ani, atât în rândul utilizatorilor rezidențiali cât și al celor de afaceri

- Scade vârsta primei utilizări

'copii care sunt la grădiniță și au deja smartphone' – Studenți Facultăți Tehnice

'vin generațiile din urmă, care sunt crescuți cu tehnologia avansată' – Utilizatori

Rural dezvoltat

'ne ajunge tehnologia din urmă și n-avem încotro' – Utilizatori Rural slab dezvoltat

- Utilizare mai intensă de către companii, datorită avantajului de mobilitate pentru angajați
- Creștere din avans tehnologic – ieftinirea smartphone-urilor, creșterea calității inclusiv la activități consumatoare de bandă

- > Creșterea este văzută ca venind în principal de la furnizorii de telefoane mobile care permit accesul la Internet

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020



Percepții cu privire la evoluția Internetului fix

> Atitudine duală:

- Utilizatorii rezidențiali mai tineri (până în 30 ani) și cei din rural văd mai degrabă o scădere a utilizării Internetului fix, din prisma înlocuirii lui cu Internetul mobil, care va fi îmbunătățit astfel încât să poată livra beneficiile de bandă largă ale Internetului fix. Pentru companii, utilizatorii văd o tendință de utilizare similară a Internetului fix, în special din prisma spațiului de stocare, întrucât stocarea în *cloud* este prea costisitoare
'e mai ușor să salvezi pe calculatoare decât pe telefoane care au un giga' – Utilizatori 16-18 ani
- Utilizatorii rezidențiali mai maturi (peste 30 ani) precum și segmentele de afaceri, media, autorități, academic, prevăd o creștere a utilizării Internetului fix prin:
 - Adaptarea generațiilor mai vârstnice care nu se descurcă în prezent cu Internetul mobil
 - Preferința pentru caracterul mai sigur / securizat
 - Extinderea accesului în punctele în care nu există în prezent (inclusiv rural)
 - Păstrarea nevoii de bandă largă pentru segmentul de afaceri
 - Creșterea penetrării echipamentelor și apariția unor echipamente mai performante (exemplu – calculatoare cu comandă vocală)
 - Partajarea echipamentelor (exemplu – *router* pentru un întreg bloc de locuințe)

- ### >
- În rândul respondenților din segmentul Autorități / Instituții ale statului au apărut mențiuni de posibilă trecere a Internetului fix în sfera serviciului universal

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020



Percepții cu privire la evoluția Telefoniei mobile

- > Percepție oarecum generalizată de creștere, prin:
 - Scăderea vârstei primei utilizări

'noi am primit telefoane la 12-13 ani și acum cei de 7 ani au telefoane mai bune ca ale noastre' – Studenți Facultăți Economice

- Apariția unor terminale performante la preț din ce în ce mai accesibil
- Creșterea utilizării Internetului mobil
- Partajarea de antene (mențiuni izolate - grupul Media)

- > Pentru unele dintre segmente însă, pare evidentă înlocuirea în viitor a telefoniei mobile cu serviciul de date, cu aplicații care permit comunicarea în timp real prin intermediul Internetului (apeluri pe Facebook, WhatsApp, Skype)

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020



Percepții cu privire la evoluția Telefoniei fixe

- > Percepția generală este de scădere sau chiar dispariție, inclusiv de la segmentele care utilizează în prezent relativ frecvent telefonie fixă (generația 60+ ani)
- > Principalele motive țin de trecerea către telefonie mobilă inclusiv de către companii, singurele pentru care telefonie fixă este văzută ca esențială, și de dispariția generației care utilizează în prezent

'...dacă dispărem noi ăștia, dispăre și telefonie fixă' – Utilizatori 60+ ani



Percepții cu privire la evoluția Televiziunii

- > Percepție generalizată de scădere în forma actuală, înlocuirea cu Internetul, care prezintă avantaje de interactivitate, conținut divers cu posibilitatea de personalizare completă, *pay-per-view*.
- > Majoritatea segmentelor consideră că principalul motor de înlocuire a serviciului tradițional de televiziune cu Internetul este generația tânără, care nu mai folosește nici în prezent servicii de televiziune în forma actuală.

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020

Apariția și dezvoltarea de noi servicii

Ideile de noi servicii apărute ca urmare a dezvoltării serviciilor de comunicații sunt relativ eterogene și neargumentate, fiind mai degrabă mențiuni sporadice, despre servicii cu o notorietate limitată.

> Principalele categorii sunt:

- În domeniul casnic / rezidențial: case inteligente, posibilitatea de citire contoare de la distanță, controlarea aparatelor electrocasnice de la distanță (aer condiționat, cuptor pentru pre-încălzire, curățenie automată, aplicații de securitate, aplicații care să întrerupă gazele, apa, electricitatea pe perioada vacanței), monitorizare prin web-cam

'și în ziua de azi sunt aparate la care dai drumul de pe aplicațiile wi-fi, de pe internet, centrala termică, aerul condiționat acasă, lumina, jaluzelele care sunt legate pe wi-fi și internet' – Rural dezvoltat

- În domeniul industrial: acces de la distanță la instalațiile industriale
- În domeniul sănătății: operații de la distanță, coordonarea de transplanturi la nivel național, diagnostic, imagistică de la distanță
- În domeniul educației: învățământ de la distanță

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020

Măsuri pentru dezvoltarea pieței serviciilor de comunicații electronice

> În principal, așteptarea este că dezvoltarea pieței serviciilor de comunicații electronice este responsabilitatea companiilor de telecom, a furnizorilor. Astfel, concurența între furnizori este percepută ca aducând servicii de calitate la prețuri accesibile.

> Presiunea venită din partea consumatorilor, a clienților mai educați este destul de sporadic menționată, existând mai degrabă un sentiment de ușoară neadaptare:

'eu cred că nici nu știm exact tot ce putem face cu telefonul mobil în ziua de azi, d-apoi să stăm să ne gândim la viitor' – Studenți Facultăți Tehnice

Percepții referitoare la evoluția și dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice până în anul 2020

Măsuri pentru dezvoltarea pieței serviciilor de comunicații electronice

- > Rolul statului în dezvoltarea serviciilor de comunicații electronice este văzut pe mai multe planuri:
 - Investiții: reduceri / scutiri de taxe, desființarea 'taxei pe stâlp', relaxare fiscală dar și investiții directe în cercetare și infrastructură (exemplu Internet prin wi-fi în locuri publice), susținere financiară a noilor dezvoltări, subvenționarea infrastructurii din rural
 - Dezvoltarea cadrului legislativ: reglementarea accesului la date, asigurarea securității datelor
 - Protejarea consumatorilor: protecția informațiilor personale, educarea / alfabetizarea populației în utilizarea serviciilor, informarea asupra drepturilor consumatorilor
 - Încurajarea concurenței reale între furnizori: eliberare benzi pentru 5G, 6G, posibilitatea de partajare a rețelelor

'ar putea permite operatorilor să folosească rețelele între ei, să folosească toți aceleași antene' - Utilizatori 19-30 ani

Pentru mai multe informații vă rugăm
contactați pe:

Ingrid Lambru
Mercury Research
Ingrid_Lambru@mercury.ro
+4021 224 6600

16 Copilului St., District 1, 012178, Bucharest, Romania
Ph: +40-21-224 66 00, Fax: +40-21-224 66 11
Email: contact@mercury.ro
www.facebook.com/mercuryresearch
www.mercury.ro

