

Ke koupi nového mobilu láká výdrž baterie

Většina internetové populace používá relativně nový telefon. Více než třetina má telefon nový (méně než jeden rok), oproti tomu čtvrtina má telefon starší tři let (častěji starší respondenti). Přibližně každý pátý uživatel plánuje letos koupit nového přístroje. Čím starší telefon, tím větší podíl těch, kteří plánují koupit. Zatímco mezi majiteli nových telefonů plánuje koupit nového jen 10 procent, u majitelů telefonů starších pěti let plánuje koupit nový už celá třetina.

Nejčastější důvody pro koupi nového telefonu jsou nevyhovující hardware a poškození součástného. Rada lidí kupuje nový telefon prostě proto, že chce mít poslední model. Uživatelům častěji nevyhovuje stávající telefon (55 procent), než že by je lákal nový přístroj (45 procent). Zde hraje hlavní roli stáří telefonu, starší jednoduše častěji nevyhovují.

Mezi lidmi, kteří nakup nového neplánují, převažují dva hlavní důvody: buď jim jejich současný telefon vyhovuje (platí častěji u mladších telefonů) nebo zkrátka nechť už utrácet za nový. Ke koupi nového telefonu by asi nejvíce přesvědčila extrémní výdrž baterie (argument mladých lidí plánujících koupi telefonu) nebo odolnost vůči poškození. Když už nový telefon, tak smartphone – to je názor většiny, výrazně častěji pak můžu, mladých a lidí s vyšším stupněm dosaženého vzdělání. A mezi smartphony králuje operační systém Android (75 procent preferuje), jablko – čili iOS – preferuje 15 procent.



Český národní panel je projekt výzkumných agentur STEM/MARK, NMS Market Research a Nielsen Admosphere, které společně vytvořily jeden z největších výzkumných panelů v Česku. Slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběr dat o internetové populaci ČR.

Výzkum byl proveden ve dnech 12. – 15. 3. 2015 na reprezentativním vzorku české internetové populace ve věku 15-59 let. Dotazáno bylo 512 respondentů.

GfK

Směrnice PSD2? Většině Čechů to nic neříká

Od ledna letošního roku platí evropská směrnice PSD2, která reguluje na rozvoj digitálních platebních služeb. Věnuje se například ochraně spotřebitelů, zjednodušuje zavádění inovací a usnadňuje různé služby, které dosud byly vázány výhradně na banky.

Ze zjištění výzkumné agentury GfK ovšem vyplývá, že 79 procent lidí o PSD2 nikdy neslyšelo a ani nevědí, co to pro ně znamená. Po vysvětlení možnosti, které PSD2 uživatelům otvírá, vyjádřil zhruba jeden ze sedmi lidí zájem

využít pro svoje platby a správu financí služby třetích stran a jejich aplikace k tomu určené. Značná část obyvatel se ale bojí možného zneužití údajů při placení skrze tyto aplikace, a to nejen prozrazování jejich osobních údajů, ale také krádeže peněz z jejich účtů.

O PSD2 nejčastěji slyšeli lidé ve věku 30 až 49 let, převážně vysokoškolskáci zaměstnaní zejména v manažerských funkcích a lidé s vyššími příjmy. Nejnížší znalost termínu PSD2 mají lidé ve věku od 50 do 70 let. Celkově jen jedno

procento lidí dokáže vysvětlit, co pojem znamená.

„Pro koncového uživatele z PSD2 v první řadě vyplývá možnost zjednodušení obsluhy a kontroly všech využívaných finančních produktů a služeb. Navzdory zmíněným výhodám je povědomí o těchto možnostech mezi koncovými uživateli nízké. Banky ani finanční společnosti zatím v této oblasti nevyvíjejí výrazně viditelné aktivity,“ dodává Kristína Hanušová, leader oddělení Marketing Efficiency z agentury GfK.

Jaký vliv bude mít směrnice PSD2 na vaše finance a platby?

31 % směrnice nebude mít vliv na moje chování



14 % zváží nástroje třetích stran na správu financí

Zjištění vycházejí z volné prodejné studie GfK DICI. Výzkum byl proveden metodou CAWI a CAPI v listopadu 2017 na reprezentativním vzorku 1000 respondentů v České republice.

Zdroj: GfK, listopad 2017.

Ipsos
OČIMA IPSOSU

Češi mají rádi velikonoční tradice

Velikonoce jsou za dveřmi a náš v Ipsosu zajímalo, jak je Češi plánují strávit a jaké zvyky se ještě v dnešní době dodržují. **Téměř polovina populace se přiklání k možnosti strávit tyto sváteční dny s přáteli či rodinou** a necelá třetina využije dny volna k výletu po České republice.

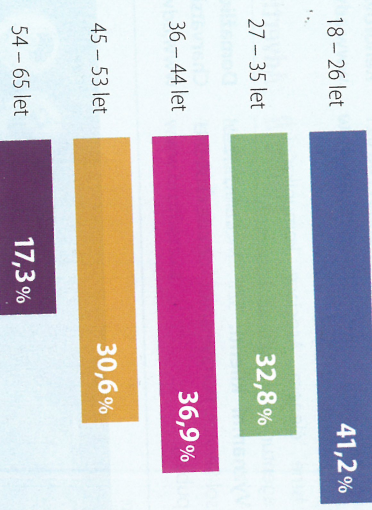
Může se zdát, že v dnešní uspěchané době budou pomalu mizet tradice spojené s těmito svátky jara, ale opak je pravdou. **Velikonočním zvykům není konec, téměř 9 z 10 Čechů**

alespoň některé dodržuje – překvapivě nejvíce to uvedla ta nejmladší věková kategorie.

Velikonoce bez pomlázky, sladkého beránka či malovaných kraslic si umí představit málokdo, a i naši respondenti se nejvíce ztotožňují právě s těmito velikonočními symboly. „Překvapující je, že 60 procent koledujících respondentů bude koleдовать vlastnoručně upletenou pomlázkou. Větší část dotazovaných také neshodne ani po kupovaném beránkovi, ale dají přednost vlastní výrobě,“ komentuje

tuje výsledky **Petra Pivoňková z Ipsosu.**

Vytrácení velikonočních zvyků by vadilo sedmi procentům všech dotázaných. Očekávali jsme, že z regionálního pohledu budou tradice ve větší míře dodržovány v menších městech, ale **Pražané překvapivě ctí většinu velikonočních zvyků ve stejné míře.** Křesťanské zvyky související s Velikonoce se potom nejvíce dodržují na Moravě.



V případě dotazů, prosím, kontaktujte Petru Pivoňkovou z Ipsos Observer – petra.pivonkova@ipsos.com.

Zdroj: Ipsos, panel populace.cz ve věku 18-65 let, n = 1000, reprezentativní soubor, březen 2018