**OPPO i infuture.institute prezentują raport: 5G w ujęciu społecznym**

**5G to nowy standard łączności, kolejny krok w ewolucji komunikacji mobilnej, który przyniesie zmiany - umożliwi rozwój wielu obszarów, w efekcie usprawniając funkcjonowanie całych społeczeństw.** **By przybliżyć działanie i wpływ 5G na życie użytkowników, infuture.insitute opublikował właśnie raport na temat społecznego aspektu tej technologii. Jego autorzy, na przykładzie takich obszarów jak edukacja, zdrowie, rozrywka czy przemysł, dzielą się wynikami badań, pozyskaną od ekspertów wiedzą i konkretnymi przykładami wykorzystania 5G. Inicjatorem  
i partnerem raportu jest OPPO.**

5G to odpowiedź na wzrastającą potrzebę transmisji danych oraz liczby połączeń zarówno pomiędzy ludźmi, jak i miliardami urządzeń. Jednak jeśli chodzi o aspekt społeczny – 5G oferuje znacznie więcej. Technologia ta umożliwi rozwój obszarów ludzkiego życia, mając jednocześnie ogromny wpływ na naszą pracę, edukację, medycynę, działanie urzędów, instytucji i całych miast. Co na to użytkownicy?

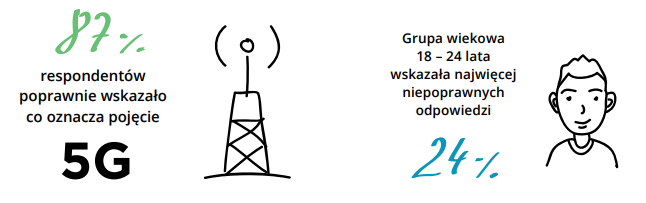
Raport infuture.institute, którego partnerem jest OPPO, globalny producent urządzeń mobilnych aktywnie rozwijający i popularyzujący technologię 5G pokazuje, że **87% Polaków poprawnie definiuje technologię 5G, a 79% ocenia, że będzie ona miała fundamentalne znaczenie dla rozwoju społeczno–gospodarczego. Jednocześnie tylko co drugi ankietowany widzi w niej czynnik wpływający na niego indywidualnie. Luki informacyjne, szum medialny i znikoma namacalność technologii powodują, że technologia 5G – choć według ekspertów mająca rewolucyjne znaczenie w wymiarze społecznym, w dalszym ciągu stanowi zagadkę.**Potwierdzają to zarówno wyniki badań jakościowych, jak i badań ilościowych weryfikujących wiedzę dotyczącą potencjału technologii 5G w konkretnych obszarach życia.

*„Firma OPPO, będąca światowym pionierem we wdrażaniu rozwiązań opartych o 5G, mocno wspiera upowszechnienie tej technologii. Postawiliśmy sobie za cel, by jak najszybciej zapewnić dostęp do technologii 5G użytkownikom na całym świecie” –* mówi Leo Li, CEO OPPO Polska*. „Z tym ściśle wiąże się edukacja. Chcemy wyjść poza czysto techniczne aspekty 5G i pokazywać użytkownikom, jakie korzyści może przynieść 5G właśnie im. Badanie infuture.institute potwierdziło, że mówienie o społecznym aspekcie tej technologii jest bardzo potrzebne”* – dodaje Li.

*„O technologii 5G rozmawialiśmy od dawna. Spodziewaliśmy się, że wraz z nią przyjdą futurystyczne rozwiązania. Że oto nagle będziemy świadkami powszechnego wdrażania autonomicznych samochodów, że staniemy się świadkami połączenia systemów biologicznych, fizycznych i cyfrowych. Na te rozwiązania przyjdzie nam jednak jeszcze poczekać. Ale to nie jest tak, że technologia 5G nic nie zmieni w naszym życiu. Zmieni i to wiele. Wpłynie z pewnością na przemysł i edukację, usprawni nasze funkcjonowanie w miastach i poprawi jakość rozwiązań telemedycznych. Zintensyfikuje wzrost gospodarczy, umożliwi szybsze upowszechnianie się takich rozwiązań jak wirtualna rzeczywistość, internet zmysłów czy świat lustrzany”* – mówi Natalia Hatalska, CEO infuture.institute.

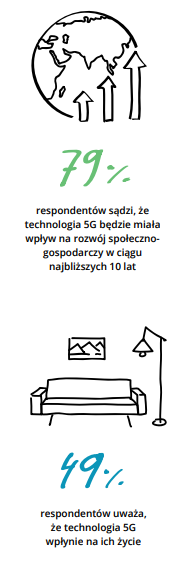
**Czym jest 5G**

Polacy w większości poprawnie definiują pojęcie 5G.Spośród respondentów badania, którzy słyszeli o technologii, **aż 87% poprawnie wskazało co ono oznacza** (superszybka i stabilna mobilna łączność internetowa ludzi i urządzeń). Tym, co może nieco zaskakiwać to fakt, iż przedstawiciele najmłodszej grupy wiekowej (18 – 24 lat), na tle pozostałych grup wiekowych, częściej wskazywali niepoprawne odpowiedzi, a niemal jedna czwarta tej grupy nie wiedziała, czym jest 5G. Na przykład co dziesiąta osoba z tej grupy zaznaczyła, że jej zdaniem 5G to zaawansowana wyszukiwarka w sieci internetowej.



Spora część badanych nie ma aktualnej i rzetelnej wiedzy dotyczącej 5G nie tylko na poziomie istniejących bądź nieistniejących rozwiązań. Np. aż 40% nie potrafiło wskazać, czy teza „Badania przeprowadzone na początku 2020 roku przez WHO (Światowa Organizacja Zdrowia) wykazały, że rozbudowa sieci 5G przyczyni się do rozpowszechniania wirusa COVID-19” jest prawdą (tyle % badanych zaznaczyło odpowiedź „nie wiem”). Generalnie odpowiedź „nie wiem” była najczęstszą, niezależnie od stopnia skomplikowania pytania i wiedzy potrzebnej do udzielenia odpowiedzi (od 40 do 60%). Potwierdza się też wpływ mediów społecznościowych w dziedzinie edukacji – w grupie 18-34 lata aż blisko 40% czerpie z nich wiedzę o nowych technologiach.

Wśród wywiadowanych powszechne są problemy z oceną bilansu korzyści i ryzyk w każdej właściwie badanej dziedzinie życia, począwszy od edukacji z wykorzystaniem rozszerzonej rzeczywistości, po automatyczną konserwację sieci miejskich, na dronach kończąc. Niemal po równo rozkładają się wskazania na korzyści, ryzyka i odpowiedź „nie wiem”. Ciekawostką jest, że 29% respondentów jako korzystne lub jednoznacznie korzystne oceniło zabiegi chirurgiczne wykonywane zdalnie przez robota, ale tylko 21% podobną opinię ma na temat koncertów w domach, gdy muzyk pojawi się jako hologram.



**Wpływ 5G w opinii konsumentów**

Większość respondentów (79%), jednoznacznie twierdzi, że 5G będzie miało wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy. Natomiast 49% badanych uważa, że ta technologia będzie miała bezpośrednie przełożenie na ich życie.

W opinii respondentów trzy główne obszary, na które będzie miała wpływ technologia 5G to **edukacja (33%), przemysł (32%) i rozrywka (27%).** Od **wieku i związanych z tym potrzeb konsumentów zależy też ich postrzeganie technologii 5G.**

Młodym ludziom często zależy na konsumowaniu rozrywki – to oni czekają na zmiany w tym obszarze (41% badanych w wieku 25-34 wskazało, że 5G będzie miało największy wpływ na ten obszar). Starsze osoby z kolei, bardziej niż młodzi ludzie, zmagają się z problemami zdrowotnymi. Wiążą zatem - częściej niż młodzi respondenci - większe nadzieje z 5G jako technologią mającą pozytywny wpływ na obszar zdrowia.

Podobne zależności ukazują się w pytaniach dotyczących tego jak 5G wpłynie na nasze wzajemne relacje. Na tle ogółu ankietowanych Polaków osoby młode rzadziej od pozostałych respondentów wskazują wpływ technologii 5G na obszar relacji – zaledwie 6%. Zgoła odmiennie na kwestię zmian w obszarze relacji patrzą osoby dojrzałe (powyżej 55 lat). Co piąty przedstawiciel wskazał, że ten obszar ulegnie zmianom pod wpływem wprowadzenia technologii 5G.

By przedstawić wpływ technologii 5G na życie konsumentów twórcy raportu przeanalizowali wpływ 5G na takie obszary jak edukacja, przemysł, rozrywka, zdrowie, uwzględniając również wpływ tej technologii na relacje międzyludzkie, czy rozwój inteligentnych miast. Wyniki będą sukcesywnie publikowane z uwzględnieniem specyfiki każdego obszaru. Już teraz można się z nimi zapoznać pod adresem: [www.infuture.institute](http://www.infuture.institute)

Więcej informacji o tym, czym jest technologia 5G, jakie możliwości będzie oferować użytkownikom i jaki potencjał stanowi dla społeczności i miast, można znaleźć w serwisie edukacyjnym [www.5g.onet.pl](http://www.5g.onet.pl)**.**

Raport 5G w ujęciu społecznym można pobrać ze strony: <https://infuture.institute/raporty/5g-w-ujeciu-spolecznym/?_thumbnail_id=6811>.

### infuture.institute to instytut forecastingowy, który definiuje najważniejsze trendy, opisuje je i wskazuje konsekwencje dla gospodarki, kategorii rynkowych czy konkretnych marek. Instytut powołany został przez Natalie Hatalską, jedną z najbardziej wpływowych i uznanych ekspertów w dziedzinie analizy, prognozowania i badania trendów w relacjach na styku rynek-marka-technologia-konsument.

Instytut monitoruje i analizuje wszystkie czynniki, w tym zwłaszcza technologiczne i społeczne, które mogą wywołać fundamentalne zmiany w poszczególnych kategoriach w określonej perspektywie czasowej (krótko-, średnio- i długoterminowej). Na tej podstawie definiuje trendy, opisuje je i wskazuje konsekwencje dla gospodarki, kategorii rynkowych czy konkretnych marek. Odpowiada na pytanie – co może się zdarzyć? – tym samym, dając przedsiębiorstwom i organizacjom podstawy do planowania strategicznego. Pomaga przygotować się na zmianę, podejmować lepsze decyzje, szukać szans i możliwości oraz odkrywać nowe kierunki rozwoju.

**O marce OPPO**

OPPO jest wiodącym producentem inteligentnych urządzeń, który dostarcza produkty o unikalnym wzornictwie, wyposażone w innowacyjne technologie. Firma plasuje się w pierwszej piątce pod względem wielkości udziału w globalnej sprzedaży smartfonów. Obecnie działalność OPPO obejmuje ponad 40 krajów i regionów. Firma posiada 6 instytutów badawczych i 4 centra B&R oraz międzynarodowe centrum wzornictwa w Londynie.

**Rozwiązania OPPO**

OPPO wnosi znaczący wkład w sformułowanie standardów 5G, rozwój produktów, aplikacji i innowacje. Było także jedynym producentem urządzeń, który przyczynił się do globalnego dążenia do ujednoliconego standardu 3GPP w 2015 r. Do grudnia 2020 r. OPPO złożyło ponad 3600 rodzin globalnych zgłoszeń patentowych, złożyło ponad 3000 wniosków dotyczących standardu 5G do 3GPP i zgłosiło ponad 1400 rodzin patentów 5G do ETSI. Według raportu wydanego przez wiodący japoński instytut badawczy NGB Corporation, OPPO znajduje się w pierwszej dziesiątce firm na świecie pod względem liczby zadeklarowanych rodzin patentów 5G w 2020 roku.

OPPO jest pionierem we wdrażaniu rozwiązań opartych o 5G, demonstrując pierwsze realne zastosowania tej technologii dla potrzeb konsumenckich. Firma przedstawiła również pierwsze w Europie dostępne komercyjnie urządzenie, które w pełni korzysta z sieci 5G – OPPO Reno 5G. Współpracuje ściśle w tych zakresach z wiodącymi podmiotami, m.in. Ericssonem i Qualcommem, oraz ponad 50 mobilnymi operatorami na całym świecie.

Na dzisiaj OPPO współpracuje z ponad 50 organizacjami na całym świecie, aby przyspieszyć komercjalizację 5G.

**OPPO w Polsce**

OPPO jest obecne w Polsce od stycznia 2019 roku i systematycznie buduje swoją pozycję na rynku. Dzięki przemyślanej strategii marketingowej, po ledwie półtora roku od debiutu nad Wisłą, marka zdobyła rozpoznawalność już u co trzeciego Polaka. W 2020 r. ambasadorem **OPPO w Polsce**został Marcin Prokop, znany dziennikarz i osobowość telewizyjna. Co więcej, po niespełna dwuletniej obecności na rynku polskim, OPPO zostało marką roku w plebiscycie Tech Awards 2020. Produkty OPPO można zakupić u najbardziej renomowanych sprzedawców detalicznych: MediaMarkt, Media Expert, RTV Euro AGD, NEONET i x-kom oraz poprzez Strefę Marki OPPO na Allegro. Smartfony **OPPO w Polsce** znajdują się także w ofercie wszystkich głównych operatorów telekomunikacyjnych. Rosnąca popularność marki w kraju spowodowała, że seria urządzeń Reno3 odnotowała na polskim rynku najwyższą sprzedaż spośród krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Aktualnie w ofercie **OPPO Polska** znajdują się dwie linie smartfonów – Seria Reno i seria A, a także urządzenia ubieralne jak smartwatche i słuchawki bezprzewodowe.