**44 proc. Polaków nie wie, z jakiego kraju pochodzą używane przez nich programy. Połowa ocenia poziom świadomości na temat cyberbezpieczeństwa w Polsce jako średni. Najnowsze dane**

**Tylko co 10. Polak wysoko ocenia poziom świadomości swoich współobywateli na temat bezpieczeństwa cyfrowego, jak wynika z najnowszych danych polskiego ClickMeeting. Najbardziej pesymistyczni są pod tym względem przedstawiciele pokolenia tzw. baby boomers. Tymczasem, według Ministerstwa Cyfryzacji, liczba incydentów cyberbezpieczeństwa w Polsce w ubiegłym roku wzrosła aż o 23 proc. Jedną ze strategii rządu na poprawę sytuacji jest wspieranie krajowego potencjału technologicznego. Aż 90 proc. badanych przez ClickMeeting widzi potrzebę edukacji w tym zakresie, a nieco ponad ⅓ Polaków deklaruje, że używa polskich rozwiązań technologicznych.**

**Najmłodsi Polacy najbardziej optymistyczni w kwestii poziomu świadomości zagrożeń bezpieczeństwa cyfrowego**

W najnowszym reprezentatywnym badaniu polskiej platformy webinarowej ClickMeeting **połowa dorosłych Polaków oceniła poziom świadomości swoich współobywateli na temat zagrożeń cyberbezpieczeństwa jako średni, a tylko 10 proc. jako wysoki.** Najbardziej optymistyczni są w tym wypadku milenialsi i najmłodsi przedstawiciele pokolenia X – wśród badanych w wieku od 28 do 44 lat 15 proc. uważa, że Polacy mają wysoki poziom świadomości na temat zagrożeń w cyfrowym świecie. Wśród osób w wieku od 18 do 27 lat jest to 14 proc., w grupie respondentów od 45 do 59 lat już tylko 7 proc., a wśród badanych powyżej 60 roku życia – zaledwie 6 proc. Już **90 proc.** badanych przez ClickMeeting jest zdania, że w Polsce **potrzeba więcej edukacji** na temat bezpieczeństwa w świecie cyfrowym.

**W 2024 r. w Polsce** [zarejestrowano](https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/krajobraz-cyberprzestrzeni-roczne-sprawozdanie-o-cyberbezpieczenstwie) **111,6 tys. incydentów naruszających bezpieczeństwo cyfrowe**, **o 23 proc. więcej niż w roku poprzednim**. Większość ataków była skierowana z Rosji i Białorusi. Z kolei liczba **zgłoszeń incydentów ze strony obywatelek i obywateli** wzrosła rok do roku aż **o 64 proc**. *Te dane wskazują na bardzo poważną skalę problemu, ale można je też z pewną nadzieją uznać za świadectwo rosnącej świadomości Polek i Polaków na temat zagrożeń cyfrowych* – mówi **Martyna Grzegorczyk, Marketing Manager z ClickMeeting,** lidera polskiego rynku webinarów i spotkań online.

**⅓ Polaków deklaruje, że korzysta z polskich rozwiązań technologicznych**

W badaniu ClickMeeting na temat patriotyzmu konsumenckiego **ponad połowa** respondentów deklarowała, że przy podejmowaniu decyzji o zakupie oprogramowania i usług technologicznych **preferuje produkty polskiego pochodzenia**. Jednak tylko **35 proc.** przyznało, że **faktycznie z polskich rozwiązań technologicznych korzysta**. Blisko połowa z tej liczby wskazała, że jest to chat lub komunikator, nieco ponad ¼ korzysta z polskiej platformy do wydarzeń online i webinarów, a po 19 proc. – z platformy edukacyjnej lub szkoleniowej oraz oprogramowania księgowego.

Aż **44 proc. badanych przez ClickMeeting nie zna pochodzenia używanych przez nich programów**. Tymczasem jest to kwestia o kluczowym znaczeniu dla bezpieczeństwa danych osobowych ich użytkowników. Firmy działające na terenie Unii Europejskiej są zobowiązane do przestrzegania ścisłych regulacji dotyczących bezpieczeństwa danych, jak najlepiej chyba znane RODO.

*Warto wybierać dostawców usług technologicznych, którzy tak jak polski ClickMeeting, współpracują wyłącznie z certyfikowanymi centrami danych i legitymują się międzynarodową certyfikacją ISO/IEC 27001:2022 potwierdzającą wdrożenie i utrzymywanie Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji. Na szczęście, jak wynika z naszego badania, już 52 proc. Polaków zdaje sobie sprawę z faktu, że pochodzenie firmy z Unii Europejskiej ma wpływ na bezpieczeństwo tworzonych przez nią narzędzi oraz przechowywanych danych. Dobrze byłoby jednak zwiększyć ten odsetek* – podsumowuje **Martyna Grzegorczyk, Marketing Operations Manager z ClickMeeting.**

**Metodologia badań ClickMeeting:**

Badanie na temat cyberbezpieczeństwa przeprowadzono w kwietniu 2025 r. na reprezentatywnej grupie 1000 osób w wieku powyżej 18 lat. Badanie na temat patriotyzmu konsumenckiego przeprowadzono we wrześniu 2024 r. na reprezentatywnej grupie 1000 osób w wieku od 18 do 65 lat.