

# Távközlési szolgáltatások használata az üzleti felhasználók körében, 2013.

Kutatási összefoglaló  
a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság [NMHH] részére

# 1. A kutatás háttere és módszertana

### ■ **A kutatás háttere**

Az NMHH a BellResearch közreműködésével 2009 óta éves rendszerességgel vizsgálja a legalább 10 alkalmazottat foglalkoztató üzleti, intézményi és nonprofit gazdálkodó szervezetek körében a távközlési szolgáltatások használatát.

### ■ **A kutatás során vizsgált területek, témakörök:**

- fix [vezetékes] telefónia,
- alközpontok, alközponti megoldások
- mobiltelefonía,
- internethozzáférés-szolgáltatások,
- adatátviteli szolgáltatások,
- informatikai háttér,
- bundling.

### ■ **A kutatás célcsoportja:**

Legalább 10 alkalmazottat foglalkoztató

- társas vállalkozások [N=31,9 ezer db],
- költségvetési intézmények és nonprofit szervezetek [N=8,0 ezer db].

### ■ **Teljes alapsokaság:**

A 10+ alkalmazottat foglalkoztató, a kutatás tárgykörébe tartozó szervezetek száma 39 843, a kutatás során ezt tekintettük alapsokaságnak, illetve a mintavételi terv kialakítása és a feldolgozás során is e sokaság optimális reprezentációjára törekedtünk.

## ▪ A kutatás módszertana

- Régió szerint arányosan, létszám, gazdálkodási forma és LTO-terület szerint nem arányosan rétegzett, az egyes alszegmenseken belül egyszerű véletlen mintavétel történt.
- Az interjúk a telefonos előszervezést követően személyes interjúk segítségével készültek el.
- A célszemély a szervezetek informatikai és távközlési szakmai döntéshozója/döntéshozói volt/voltak.
- Interjúk száma: 1562 db
- Az adatfelvétel 2013. szeptember 9. és november 22. között zajlott.

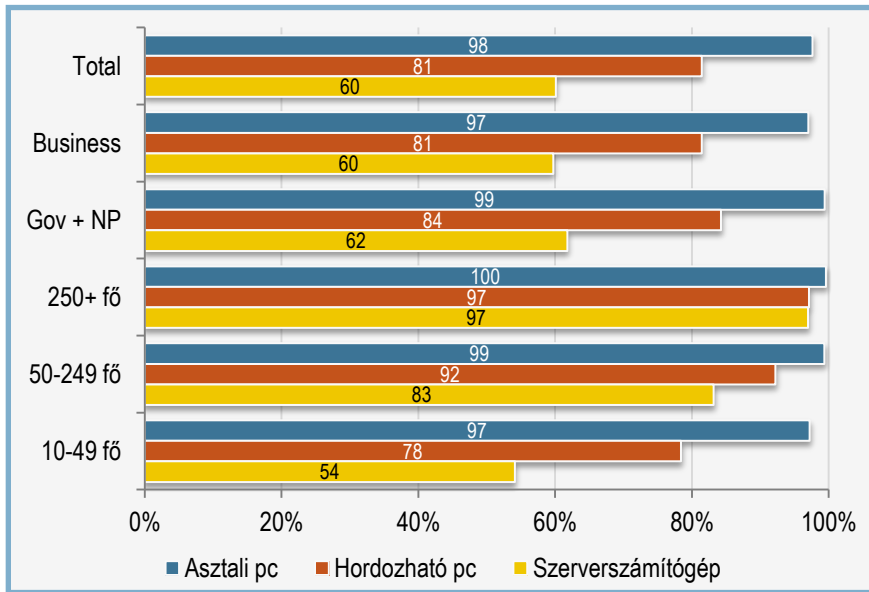
	Alapsokaság [db]	Minta [db]	Max. hibahatár [±%]*
<b>Total [10+]</b>	<b>39 843</b>	<b>1562</b>	<b>±2,4%</b>
Business [10+]	31 864	1051	±3,0%
Government + nonprofit [10+]	7979	511	±4,2%
250+ fő	1345	302	±5,0%
50-249 fő	6994	510	±4,2%
10-49 fő	31 504	750	±3,5%

\* 95%-os megbízhatósági szinten, feltételezve a legrosszabb, 50%-os eloszlást

- A nem arányos rétegzésből és az adatfelvétel véletlenszerűségéből eredő torzításokat matematikai-statisztikai eljárással, ún. súlyozással korigáltuk. A kapott eredmények így létszám, iparág, regionális elhelyezkedés, LTO- [inkumbens szolgáltatói] terület és gazdálkodási forma szerint reprezentatívnak tekinthetők a teljes alapsokaságra vonatkozóan.

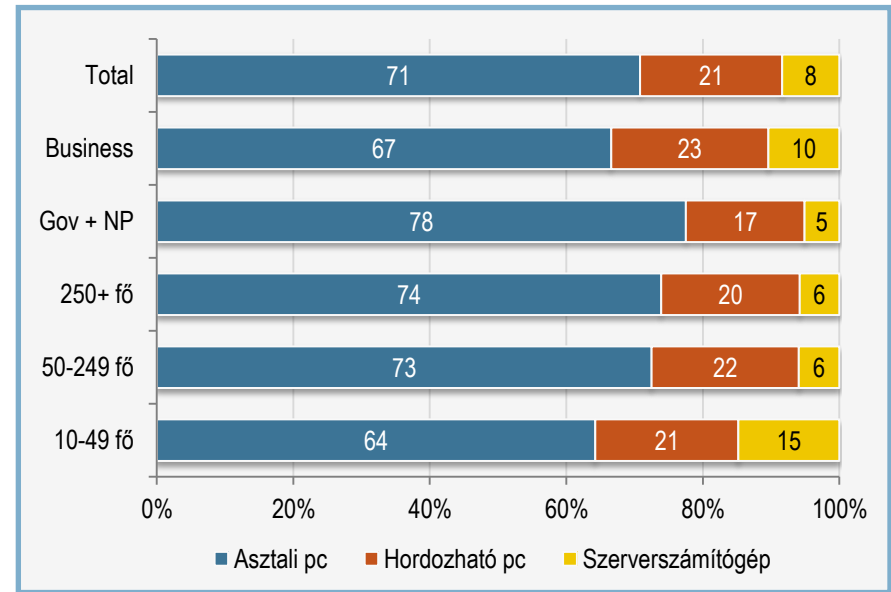
## 2. Informatikai háttér

Pc-penetráció



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979] [250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

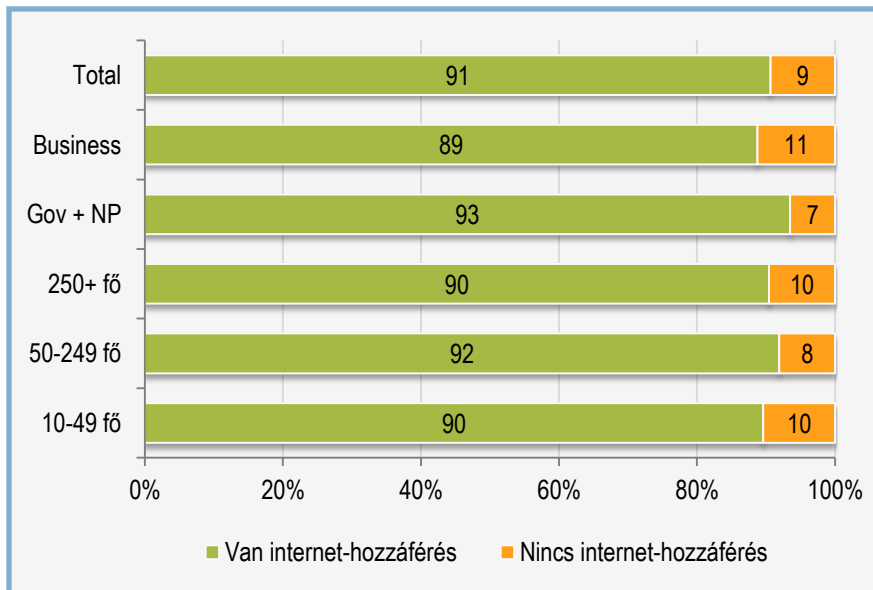
Pc- és szerverszámítógép-állomány megoszlása



Bázis: összes asztali, hordozható és szerverszámítógép, Total= 1 680 761 [Business= 1 030 359, Gov+NP= 650 402] [250+ fő= 742 072, 50-249 fő= 468 683, 10-49 fő= 470 006]

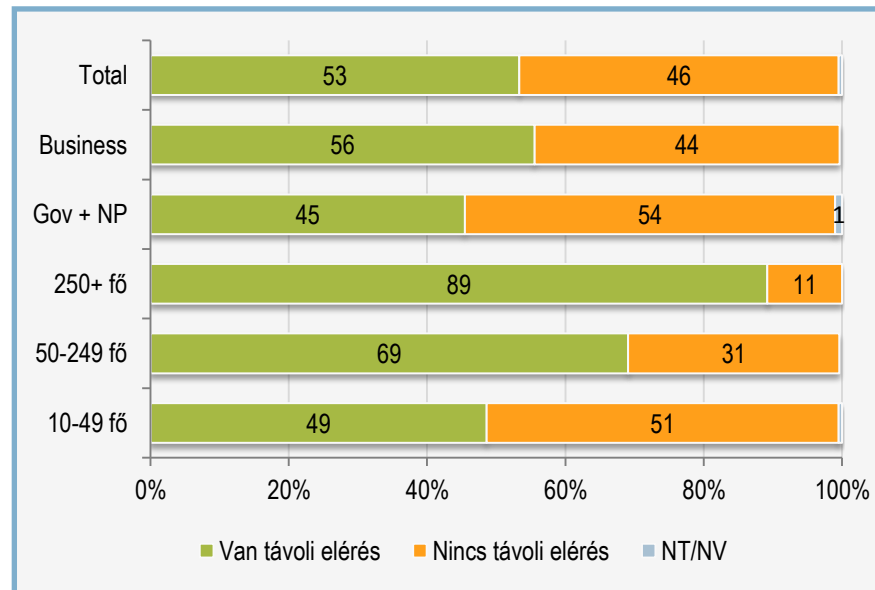
- Az asztali pc penetrációja minden szegmensben csaknem teljes körű. A laptopok, netbookok, tabletek együttes penetrációja mindenhol elmarad a desktopokétól. A hordozható eszközök és a szerverek penetrációja 2012-höz képest érdemben nem változott.
- A szervezetek használatában álló kb. 1,68 millió számítógép 71%-a asztali személyi számítógép, és mindössze 21%-uk hordozható pc, azaz kb. 350 ezer a laptopok, netbookok, tabletek együttes volumene. A szerverszámítógépek aránya 8% körüli [kb. 140 ezer db].
- A hordozható számítógépek aránya az üzleti szférában magasabb [23%], mint az állami és nonprofit szervezetek körében [17%].

**Pc-állomány megoszlása | Internet-hozzáférés lehetősége szerint**



Bázis: összes asztali és hordozható pc, Total= 1 540 386 [Business= 923 185, Gov+NP= 617 201 ]  
[250+ fő= 699 026, 50-249 fő= 440 870, 10-49 fő= 400 490 ]

**Helyi hálózat (LAN) távoli elérésének lehetősége**



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

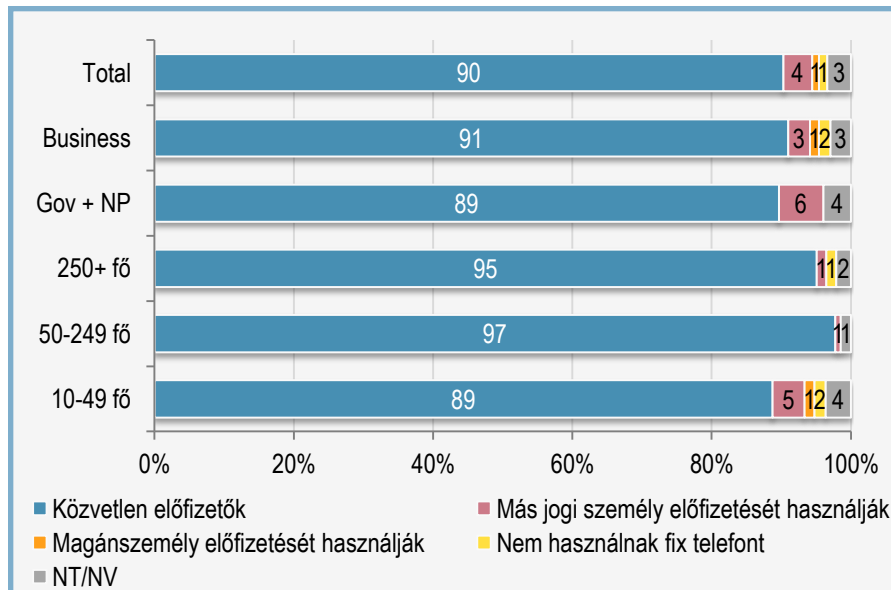
- **A pc-állomány közel 91%-a, azaz kb. 1,4 millió személyi számítógép rendelkezik internet-hozzáféréssel.**
- **Ahol van helyi hálózat (LAN), ott a szervezetek 52%-a esetében lehet részben vagy teljesen távolról is elérni. A távoli hozzáférés a legtöbb esetben nemcsak az elektronikus levelezéshez való hozzáférésre nyújt lehetőséget, hanem alkalmazások, adatállományok elérését is biztosítja emellett.**

## 3. Távközlési szolgáltatások részpiacai



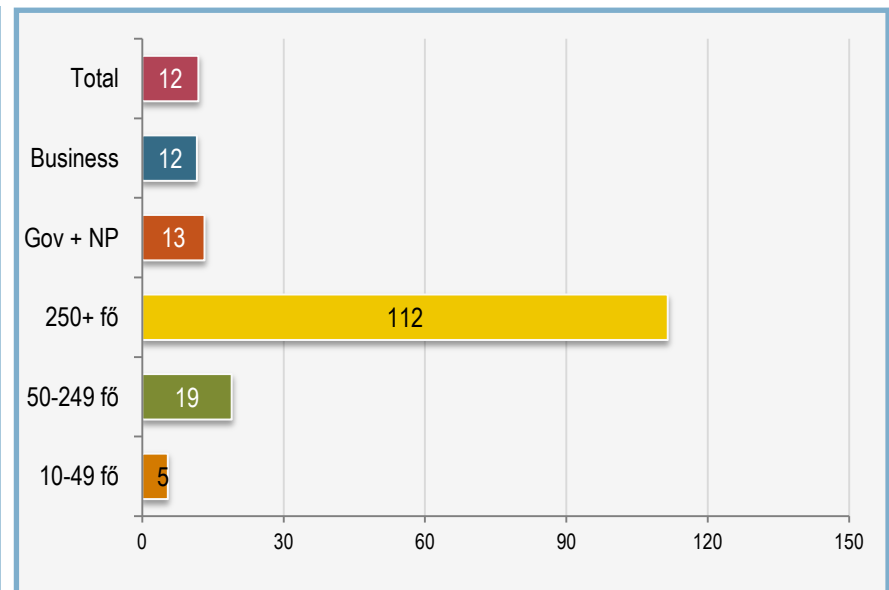
## 3.1. Fix telefónia

### Előfizetés és használat



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

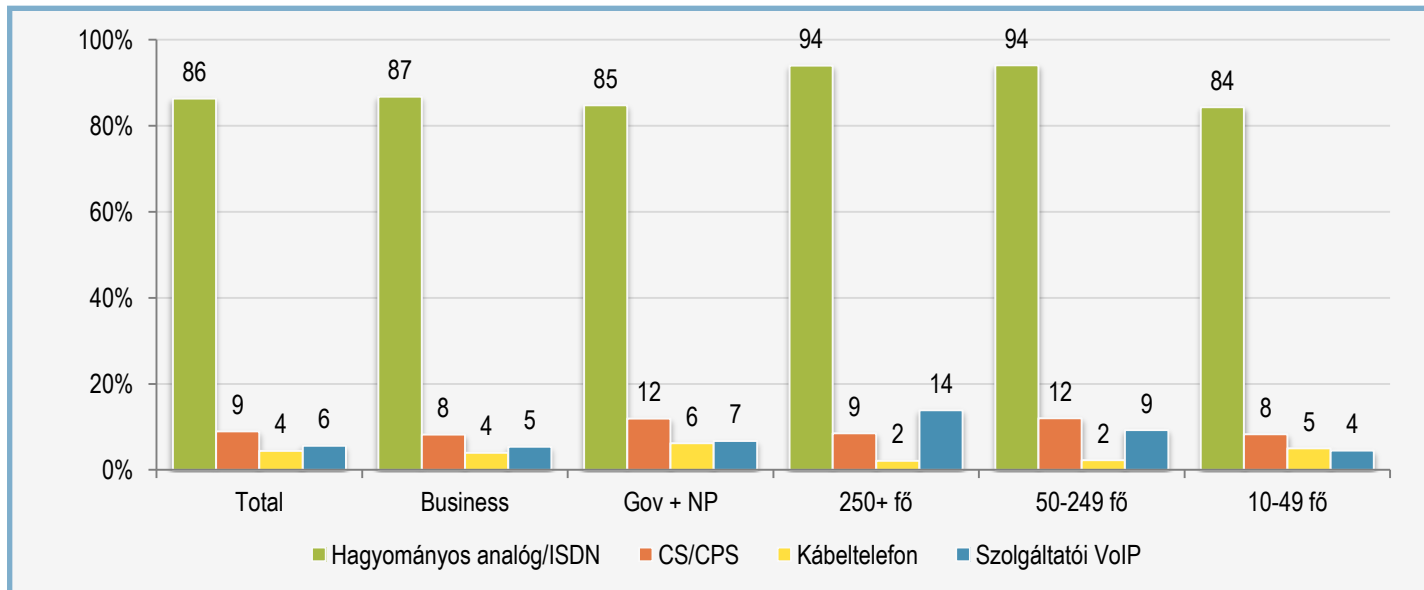
### PSTN fővonalak átlagos száma [közvetlen előfizetések]



Bázis: közvetlen analóg vagy ISDN előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=37 181  
[Business=29 751, Gov+NP=7431] [250+ fő=1307, 50-249 fő=6893, 10-49 fő=28 982]

- **A fixtelefon-használat gyakorlatilag teljes körűnek tekinthető a vizsgált alapsokaságban.**
- **A döntő többség közvetlen előfizetéssel rendelkezik [90%, kb. 38 ezer szervezet].**
- **Csupán 4% azok aránya, akik más jogi személy fixtelefon-előfizetését használják. A közigazgatási intézményeknél és nonprofit szervezeteknél magasabb, 6% körüli ez az érték.**
- **A szervezetek átlagosan 12 db, összességében mintegy 410 ezer fővonalat tartanak fenn. Ez nem különbözik szignifikánsan az előző évben mért értékektől.**

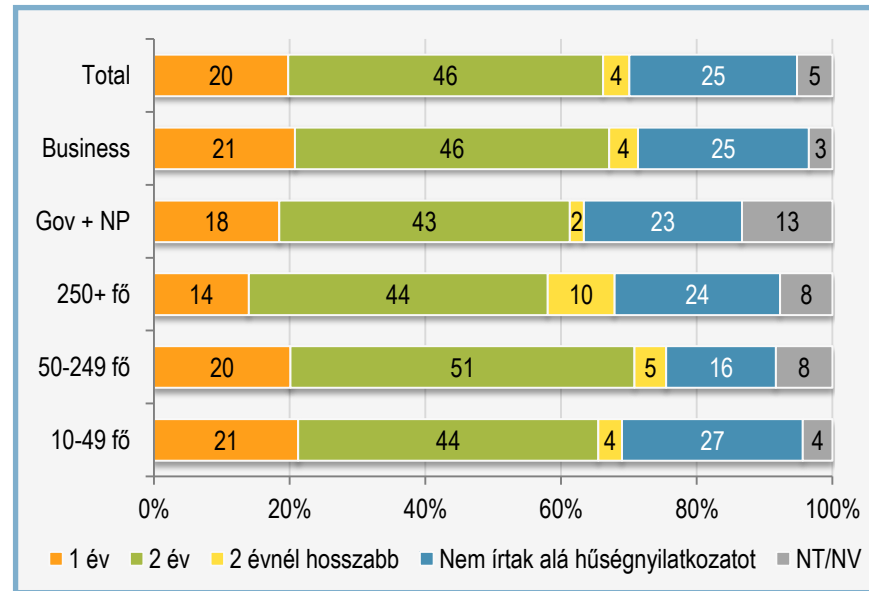
Fix technológiák penetrációja [közvetlen előfizetések]



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
 [250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

- A legelterjedtebbnek a hagyományos analóg és ISDN vonal számít, a 10+ fős üzleti és nonprofit szférában a döntő többségnél [86%, kb. 34 ezer szervezet] megtalálható.
- A kábeltelefon, valamint a szolgáltatói VoIP penetrációja mindössze 4%, illetve 6%. A szolgáltatói VoIP penetrációja a 250 főnél több foglalkoztatottal rendelkező szervezetek körében eléri a 14%-ot is.
- A szervezetek 91%-a nem vesz igénybe közvetítőválasztásos telefonszolgáltatást. Ennek legfőbb oka egyrészt az igények hiányában [67%] keresendő, másrészt sokan úgy vélik, hogy a megoldás valójában nem jelentene költségmegtakarítást [28%].

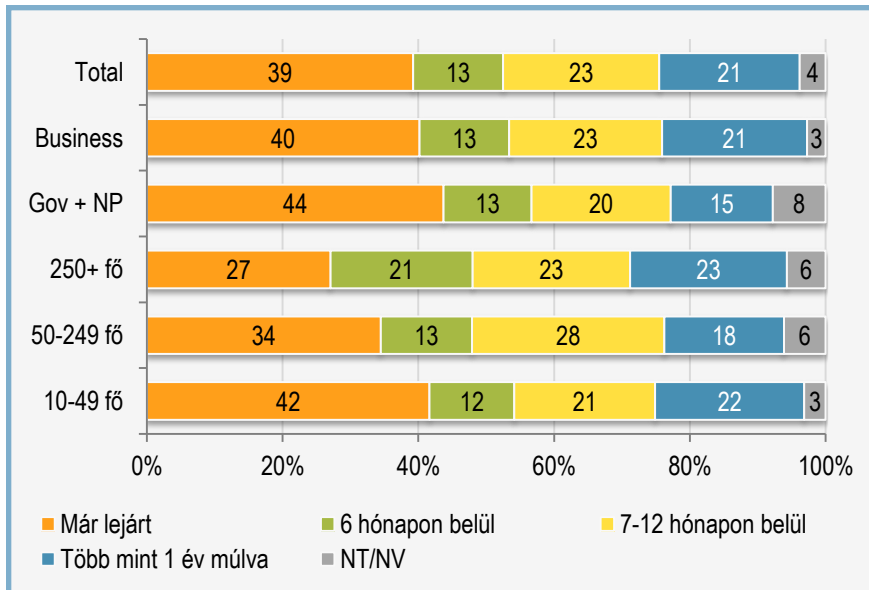
**Fixtelefon-előfizetésre vonatkozó [aláírt] hűség szerződés hossza**



Bázis: közvetlen fixtelefon-előfizetéssel rendelkezők, Total=37 181  
 [Business=29 751, Gov+NP=7431] [250+ fő=1307, 50-249 fő=6893, 10-49 fő=28 982]

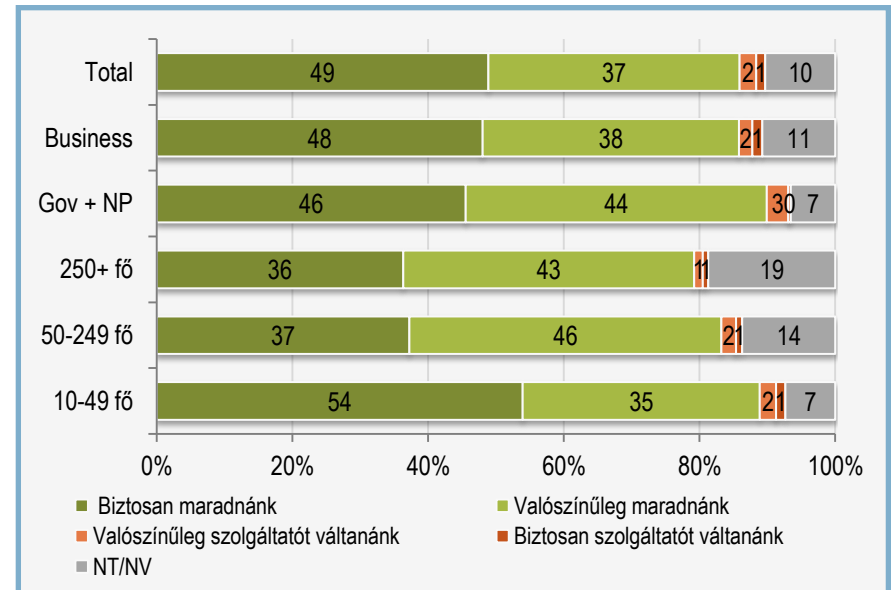
- **A szervezetek negyede nem írt alá hűségnyilatkozatot a szerződés megkötésekor. Ötödük 1 éves, közel felük pedig 2 éves hűség szerződést kötött a szolgáltatójával.**
- **A 2 évnél hosszabb hűség szerződés nem jellemző, arányuk mindössze 4%.**
- **Az 50-249 fős szervezeteknél az átlagnál magasabb azok aránya, akik rendelkeznek hűség szerződéssel [76%], tehát ez a szervezeti kör az átlagosnál erősebben korlátozott a váltásban.**
- **A 250 főnél nagyobb szervezeteknél viszonylag magas, 10% a 2 évnél hosszabb hűség szerződés.**

**Mikor jár le a jelenlegi hűség szerződésük? [jelenlegi szerződés megkötésekor hűségnyilatkozatot aláírók]**



Bázis: közvetlen fixtelefon-előfizetéssel rendelkezők, akiknek van/volt a mostani előfizetéséhez kapcsolódó hűség szerződésük

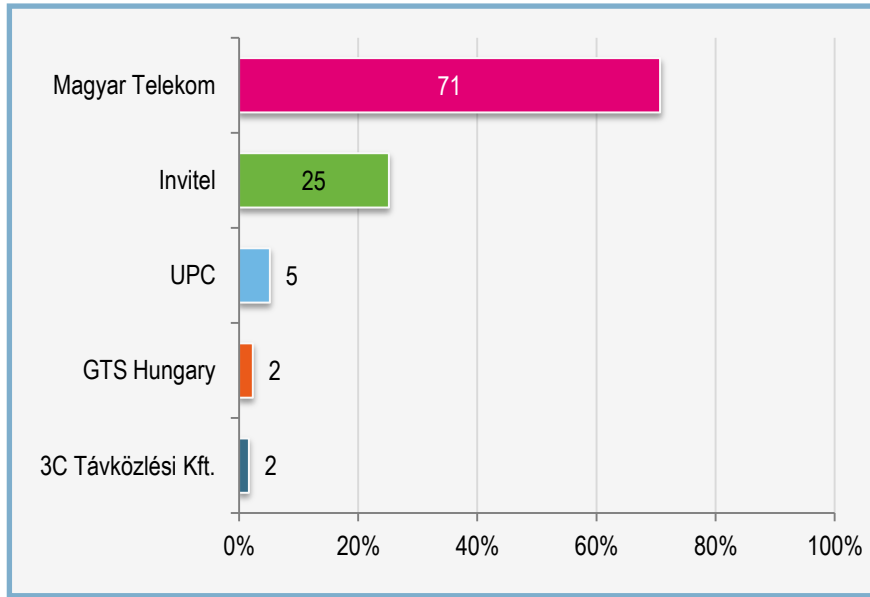
**Maradnának-e a jelenlegi vezetékes szolgáltatónál, amennyiben nem lenne érvényes hűség szerződésük?**



Bázis: közvetlen fixtelefon-előfizetéssel rendelkezők, akiknek még nem járt le a hűség szerződésük

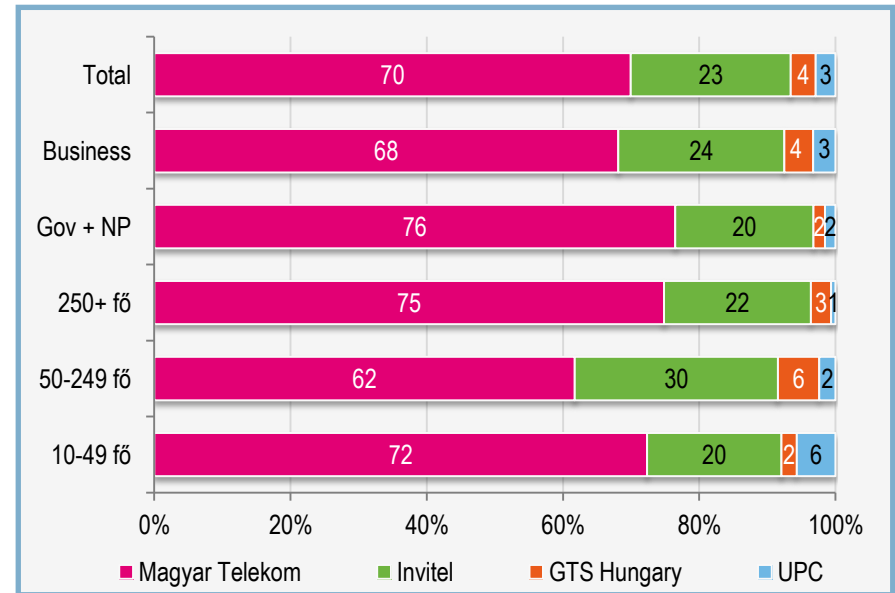
- **A hűség szerződések közel kétötöde már lejárt, további 36%-uk egy éven belül le fog járni. 21% azon szerződések aránya, amelyek egy éven túl is érvényben maradnak.**
- **A 250 fő feletti szervezeteknél jóval kiegyenlítettebb a helyzet, csupán negyedüknek járt már le a hűség szerződése, ötödük az, akinek 6 hónapon belül és 23%-uk az, akinek 7-12 hónapon belül fog lejárni.**
- **Azok, akiknek még nem járt le a hűség szerződésük, többségében úgy gondolják, hogy akkor is a jelenlegi szolgáltatójuknál maradnának, ha nem lenne érvényes szerződésük. Ez különösen érvényes a 10-49 fős szervezetekre.**

**Fix telefonos szolgáltatói kapcsolatok technológiától függetlenül [Top5 cég]**



Bázis: közvetlen fixtelefon-előfizetéssel rendelkezők, Total=37 181  
 [Business=29 751, Gov+NP=7431] [250+ fő=1307, 50-249 fő=6893, 10-49 fő=28 982]

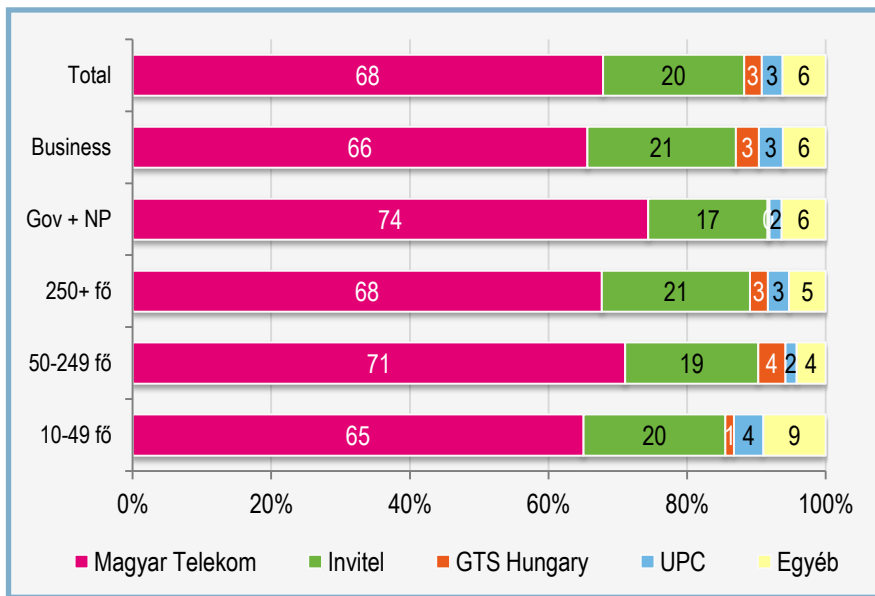
**Szolgáltatók részesedése az összes b csatornából [analóg + ISDN]**



Bázis: b csatornák száma az egyes szegmensekben, Total=409 930  
 [Business=320 528, Gov+NP=89 352] [250+ fő=140 937, 50-249 fő=124 813, 10-49 fő=144 179]

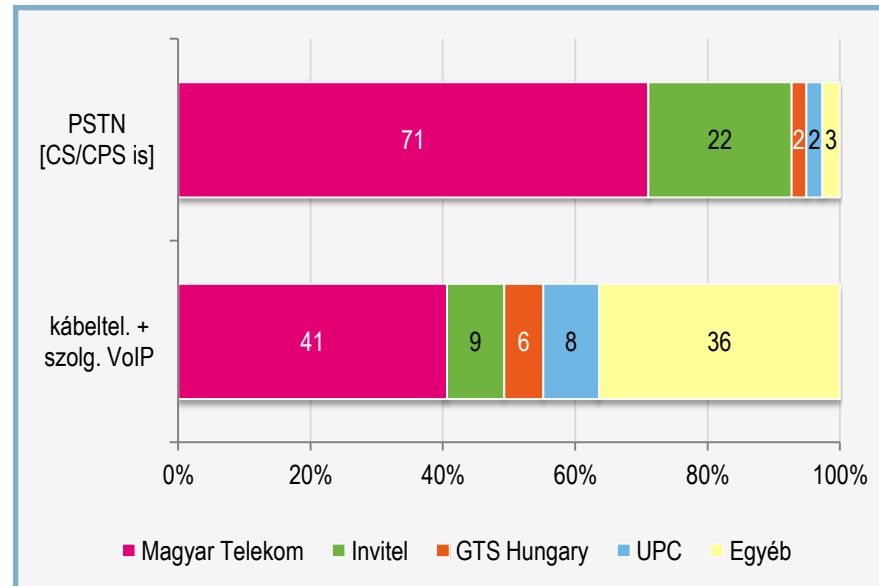
- A fixtelefon-szolgáltatás [közvetlen előfizetések] esetében a legjelentősebb szolgáltató a Magyar Telekom, a szervezetek 71%-a áll vele kapcsolatban. Az Invitel a második leggyakrabban említett szolgáltató, 25%-kal. Összességében a tavalyi évhez képest jelentős elmozdulás nem történt a szolgáltató-kapcsolatokban.**
- A b csatornák 70%-át a Magyar Telekom biztosítja, míg közel egyötödüket [23%] az Invitel.**
- A Magyar Telekom részesedése a 250 fő feletti szervezeteknél [75%], míg az Invitelé az 50-249 fős szervezetek körében a legnagyobb [30%].**

Főbb piaci szereplők részesedése | Szegmensek szerint



Bázis: teljes fix-kiadás [mFt], Total=2196 [Business=1633, Gov+NP=564]  
[250+ fő=706, 50-249 fő=722, 10-49 fő=768]

Főbb piaci szereplők részesedése | Technológiák szerint

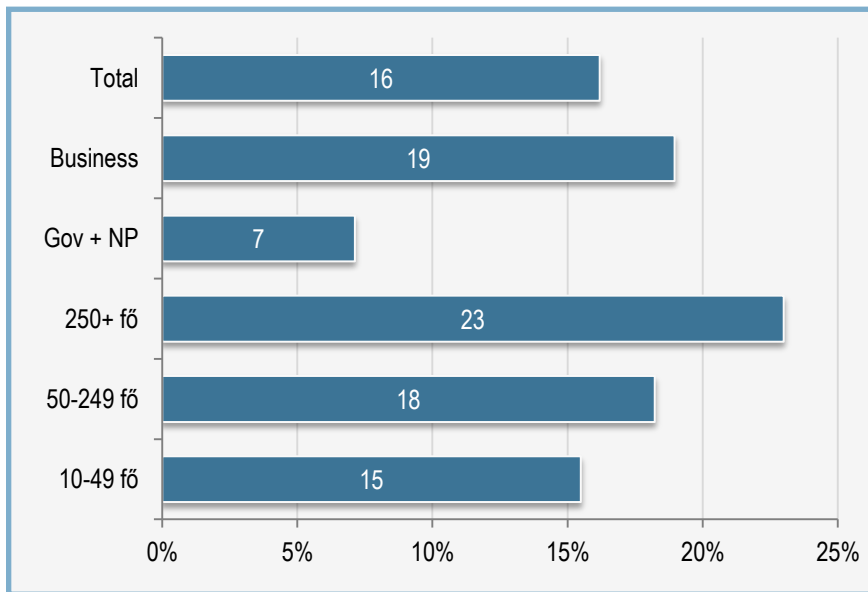


Bázis: PSTN-piac, beleértve CS/CPS-t [mFt]=2373, kábelteléfono + szolg. VoIP a fizetés VoIN nélkül [mFt]=323

- **Össességében nézve a Magyar Telekom a teljes fixtelefon-piaci bevételek kétharmada felett diszponál.**
- **A hagyományos PSTN-piacon [hagyományos vezetékes + CS/CPS] a bevételek 71%-át a Magyar Telekom, 22%-át pedig az Invitel realizálja, ami tavalyhoz képest nem mutat érdemi elmozdulást.**
- **A VoIP típusú szolgáltatások piacán [kábelteléfono + szolgáltatói VoIP] a Magyar Telekom megőrizte vezető szerepét, a piac 41%-át birtokolja, míg az Invitel részesedése 9%. A GTS és a UPC együttesen a piac 14%-a felett diszponál. Figyelemre méltó, hogy az egyéb kisebb szolgáltatók a VoIP típusú szolgáltatások bevételeiből 36%-ban részesednek.**

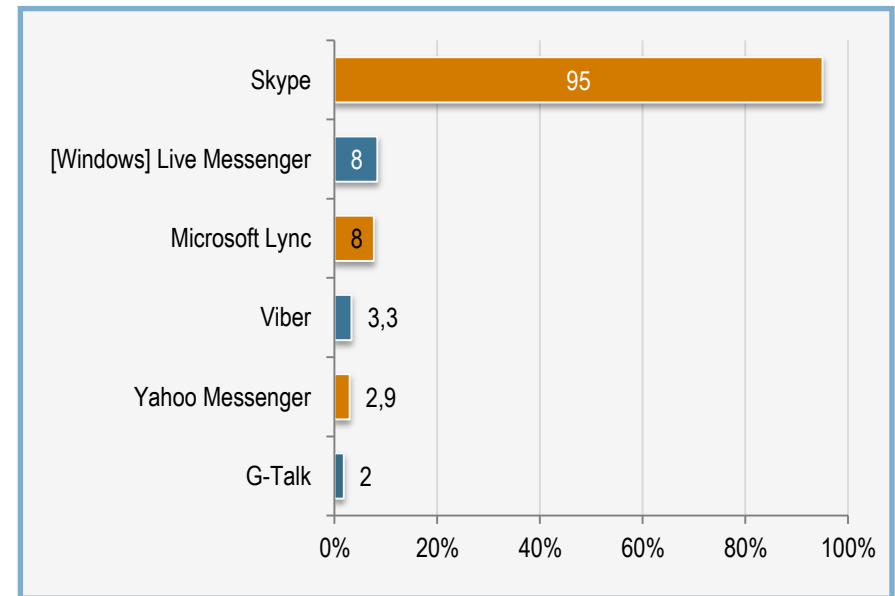
**VoIN:** a VoIN alatt olyan internetes telefonálási megoldásokat értsen, mint a Skype, a Live Messenger stb. A VoIN esetében nem szükséges a szolgáltatóval való direkt szerződéskötés, a szolgáltatást bárki tudja aktiválni a saját internetes számítógépén, a szolgáltató nem vállal minőségi garanciákat az internetalapú hangszolgáltatásra.

VoIN megoldást igénybe vevők aránya



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

VoIN-beszélgetésekhez használt kommunikációs programok

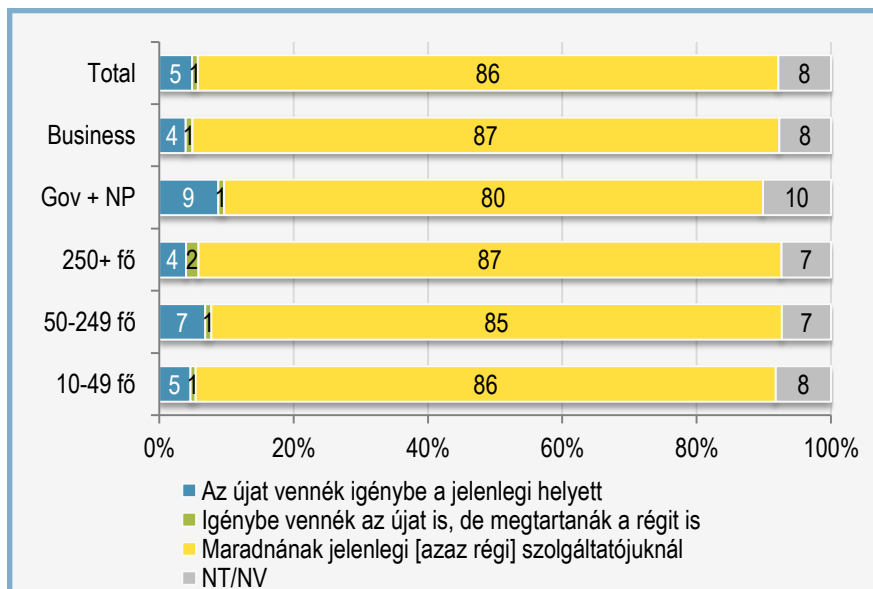


Bázis: VoIN-t használó szervezetek

- A vizsgált szervezetek hatoda használ – legalább eseti jelleggel – VoIN-szolgáltatást. A megoldás használata az üzleti szférában elterjedtebb, mint az intézmények és a nonprofit szervezetek körében. Az előző évhez képest a VoIN-használat valamelyest visszaesett, vélhetően azért, mert a VoIN használatát a cégek egyre erőteljesebben szabályozzák, korlátozzák.**
- A Skype egyeduralma tovább erősödött [88%→95%], a legtöbb cégnél és intézménynél Skype-ot használnak.**



### Várható magatartás új szolgáltató megjelenése esetén



Bázis: közvetlen fixtelefon-előfizetéssel rendelkezők, Total=37 181  
[Business=29 751, Gov+NP=7431] [250+ fő=1307, 50-249 fő=6893, 10-49 fő=28 982]

### Visszatartó tényezők

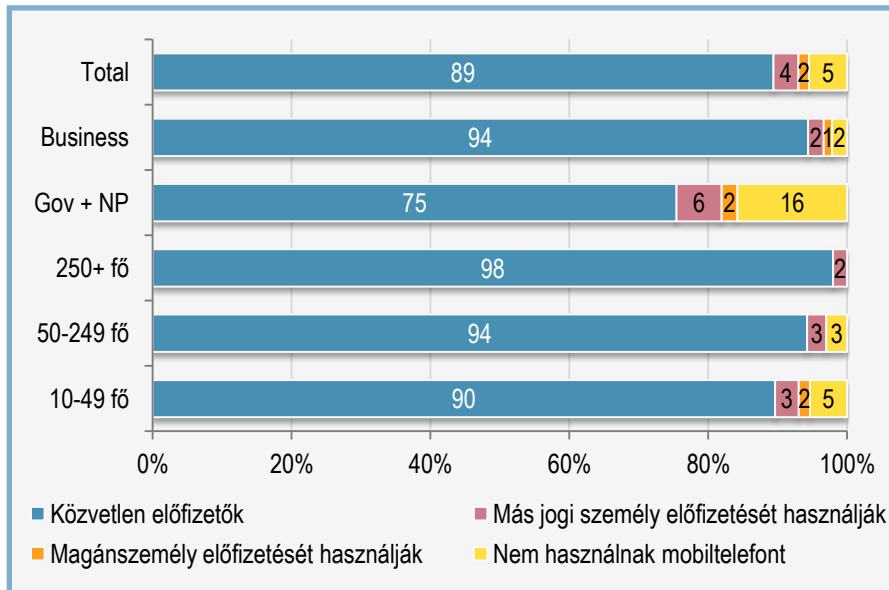
- A jelenlegi szerződés nem engedélyezi [21%]
- Nem kívánnak számot változtatni [16%]
- A többi szolgáltató ajánlata sem kedvezőbb [15%]
- Számukra a szolgáltatás [műszakilag] nem elérhető [5%]
- Bonyolult az ügyintézés [5%]
- Közbeszerzés szükséges hozzá [3%]
- Tart a szolgáltatás minőségétől [3%]

Bázis: közvetlen fixtelefon-előfizetéssel rendelkezők, Total=37 181  
[Business=29 751, Gov+NP=7431] [250+ fő=1307, 50-249 fő=6893, 10-49 fő=28 982]

- **Egy új szolgáltató megjelenése kevéssé alakítaná át a jelenlegi viszonyokat a fixtelefonpiacon. A megkérdezett közvetlen előfizetők mintegy 86%-a várhatóan maradna a jelenlegi szolgáltatójánál, és mindössze 5%-uknál van arra komoly esély, hogy migráljon az új szolgáltatóhoz.**
- **Az új szolgáltatónak átlagosan 26%-kal kellene olcsóbbnak lennie ahhoz, hogy biztosan átpártoljanak hozzá az ezt preferáló megkérdezettek.**
- **A szolgáltatóváltástól leginkább az tartja vissza a szervezeteket, hogy a jelenlegi szerződésük nem teszi lehetővé a váltást, illetve sokan úgy vélik, hogy ez számváltással járna. A közvetlen fixtelefon-előfizetők 43%-a azonban azt állítja, hogy egyébként nincs akadálya annak, hogy szolgáltatót váltsanak.**

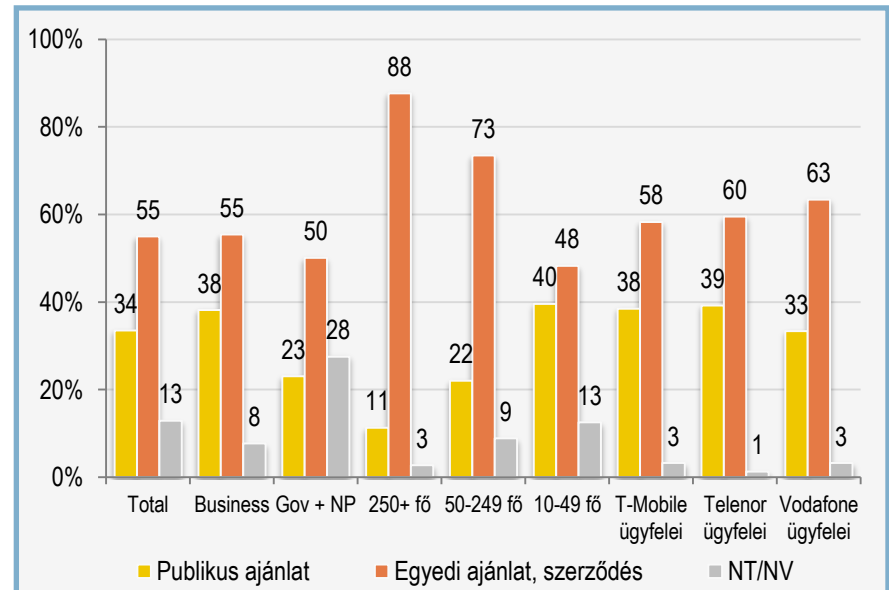
## 3.2. Mobiltelefonía

### Előfizetés és használat



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

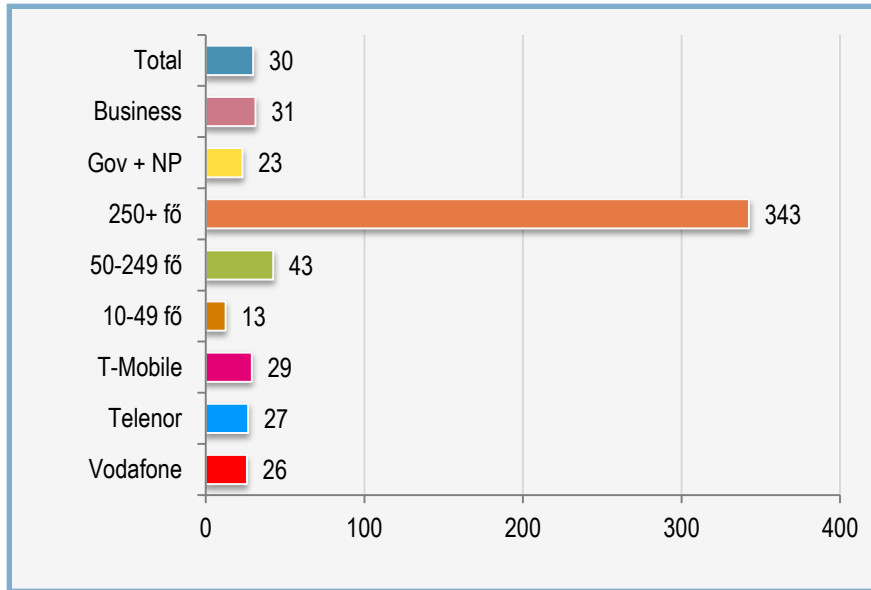
### Publikus, illetve egyedi ajánlat alapján előfizetők [a válaszadók tudomása szerint]



Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezetek =36 109  
[Business=30 088, Gov+NP=6021] [250+ fő=1314, 50-249 fő=6560, 10-49 fő=28 235]

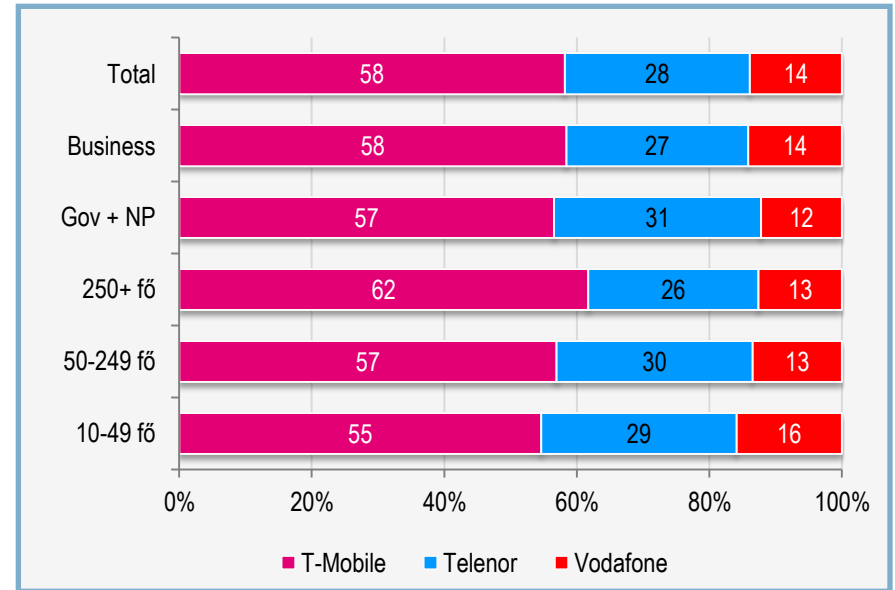
- **A mobiltelefon-használat a vizsgált sokaságban alapvető [ez alól valamelyest az intézmények és nonprofit szervezetek kivételt képeznek – 16%-uknál nem használnak mobilhang-szolgáltatást]. A penetrációs arányok nem változtak jelentősen a tavalyi évhez képest.**
- **Formáját tekintve tipikusnak a cég/szervezet nevében lévő előfizetések számítanak.**
- **A vizsgált szervezetek több mint fele – úgy tudja/úgy véli, hogy – egyedi ajánlatot kapott a szerződéskötést megelőzően. A 250+ fős kategóriában – a kapott adatok alapján – ez szinte magától értetődő.**

Közvetlen előfizetések átlagos száma [db]



Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezetek =36 109  
 [Business=30 088, Gov+NP=6021] [250+ fő=1314, 50-249 fő=6560, 10-49 fő=28 235]

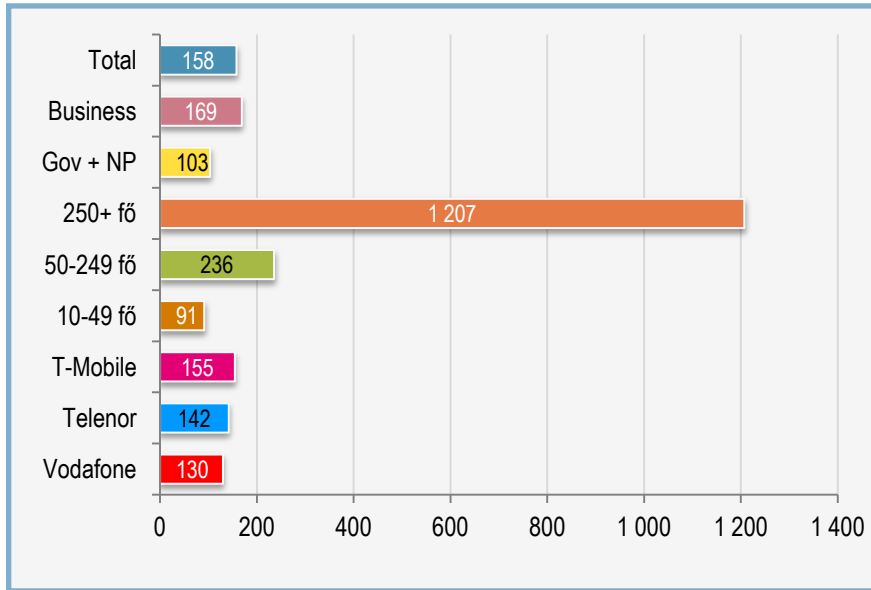
Szolgáltatók részesedése a közvetlen előfizetések száma alapján



Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezetek =36 109  
 [Business=30 088, Gov+NP=6021] [250+ fő=1314, 50-249 fő=6560, 10-49 fő=28 235]

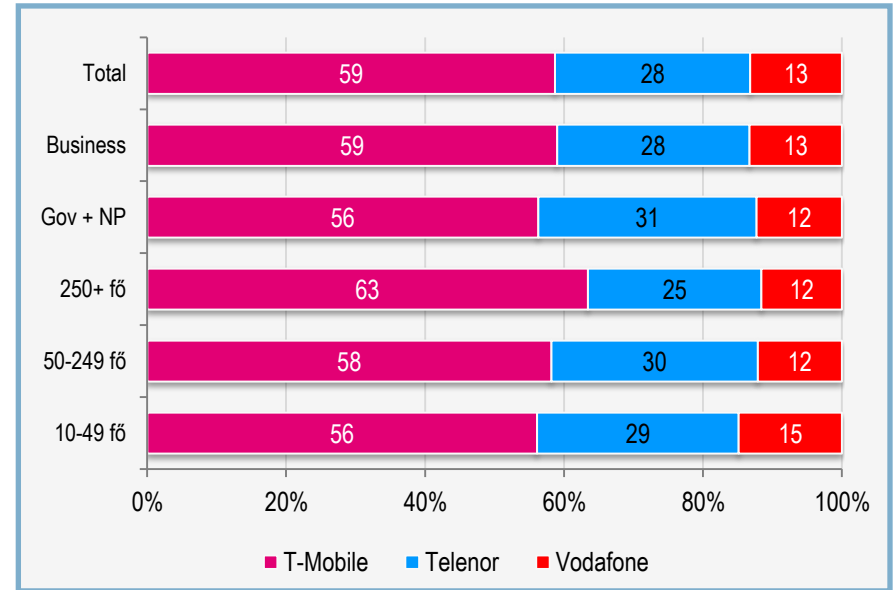
- A mintegy 36 ezer, közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezet összesen kb. 1 080 ezer közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkezik – a tavaly mért számhoz képest nem történt számottevő elmozdulás.
- A teljes sim-kártya-állomány közel 90%-a az üzleti szférában koncentrálódik.
- A sim-kártyák 58%-ánál [kb. 630 ezer db] a T-Mobile a szolgáltató. Az állomány 28%-át [kb. 302 ezer db] a Telenor, 14%-át [kb. 150 ezer db] pedig a Vodafone biztosítja.

**Egy szervezetre jutó átlagos havi költség [ezer Ft]**



Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezetek =36 109  
 [Business=30 088, Gov+NP=6021] [250+ fő=1314, 50-249 fő=6560, 10-49 fő=28 235]

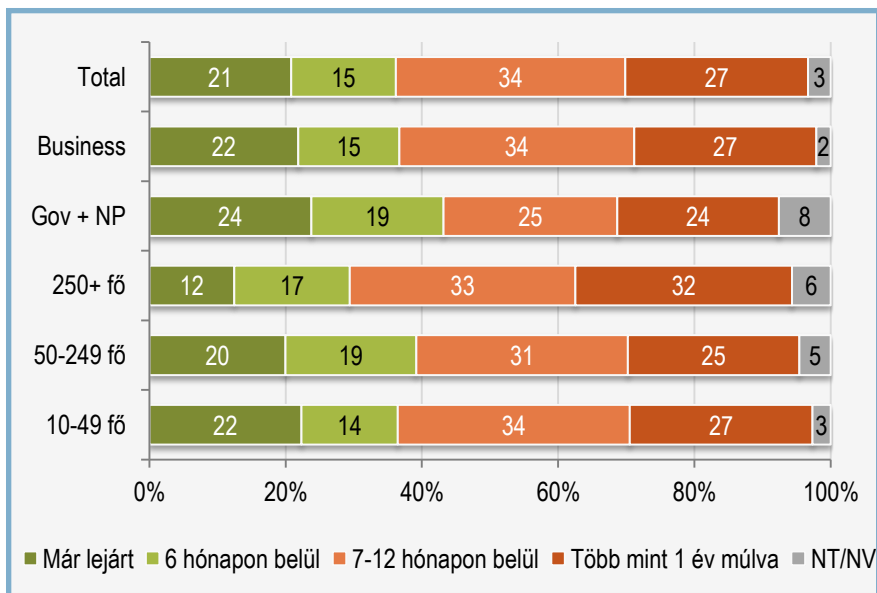
**Szolgáltatók bevétel-alapú részesedése**



Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezetek =36 109  
 [Business=30 088, Gov+NP=6021] [250+ fő=1314, 50-249 fő=6560, 10-49 fő=28 235]

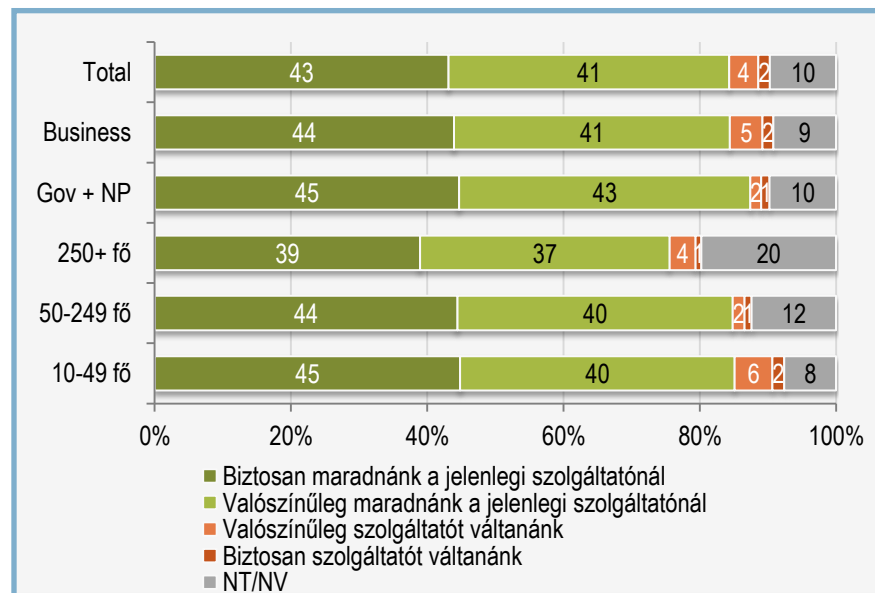
- **Az alapsokaságba tartozó szervezetek havi szinten átlagosan és összességében 158 ezer forintot fizetnek közvetlen mobiltelefon-előfizetéseik után.**
- **Összességében mintegy havi 5,7 milliárd forintra tehető a mobilhang-szolgáltatások üzleti és intézményi előfizetőinek piaca [hangpiac].**
- **A piaci részesedések évek óta meglehetősen stabilak a mobilhangpiacon.**

**Mikor jár le a jelenlegi hűség szerződésük? [jelenlegi szerződés megkötésekor hűségnyilatkozatot aláírók]**



Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezetek =36 109 [Business=30 088, Gov+NP=6021] [250+ fő=1314, 50-249 fő=6560, 10-49 fő=28 235]

**Mit tennének, amennyiben jelenleg nem lenne érvényes hűség szerződésük?**



Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező szervezetek =36 109 [Business=30 088, Gov+NP=6021] [250+ fő=1314, 50-249 fő=6560, 10-49 fő=28 235]

- **A releváns szervezetek ötödénél [21%] már lejárt a hűség szerződés, míg 15%-uk esetén erre legalább egy fél évet kell várni, a vizsgált szervezetek 61%-ának ennél is többet kell várnia arra, hogy szabadon szolgáltatót válthasson.**
- **A hűség szerződés befolyásolja ugyan a vállalatok és intézmények lehetőségeit, de ezt a szervezetek nem feltétlenül élik meg erős korlátozásnak: döntő többségük hűség szerződés nélkül is maradna jelenlegi szolgáltatójánál.**
- **Azoknak az aránya, akik hűség szerződés nélkül vélhetően szolgáltatót váltanának, mindössze 6%-os.**
- **Az ügyfelek alapvetően lojálisnak számítanak mindhárom szolgáltató esetében, nagy többségük másoknak is ajánlaná jelenlegi mobiltelefon-szolgáltatóját.**

## 3.3. Internet

## ▪ **Internetellátottság**

- Bármilyen [„vezetékes” és /vagy „mobil” ] internet-hozzáféréssel rendelkező szervezetek:
  - közvetlenül a szolgáltatótól igénybevett internet-előfizetés,
  - más gazdasági szervezet [anyavállalat, felettes szerv, irodaház stb.] által előfizetett internetszolgáltatás,
  - internet-hozzáférésre is használt adatátviteli szolgáltatás,
  - magánszemély által előfizetett internetszolgáltatás.

## ▪ **Közvetlen internet-előfizetés**

- Minden olyan „vezetékes” és „mobil” internetkapcsolat, melynek az adott szervezet az előfizetője, azaz közvetlen szerződéses kapcsolatban áll az internetszolgáltatóval.

## ▪ **Bérelt vonali internet-hozzáférés**

- Rézérpárra, optikára, műholdas, illetve mikrohullámú stb. technológiára épülő dedikált, specifikáció szerint kialakított telekommunikációs vonali összeköttetés, amelyen keresztül a felhasználó eléri az internetszolgáltatóját.

## ▪ **DSL-re épülő internet-hozzáférés**

- Adott típusú DSL technológián alapuló szélessávú kapcsolat, melynek során a felhasználó hagyományos analóg vagy ISDN telefoné páron DSL-modem útján kapcsolódik a vonal foglalása nélkül a távközlési szolgáltató hálózatához, amely biztosítja az adatforgalmat a számítógép és a választott internetszolgáltató között.

## ▪ **Kábeltelevíziós internet-hozzáférés**

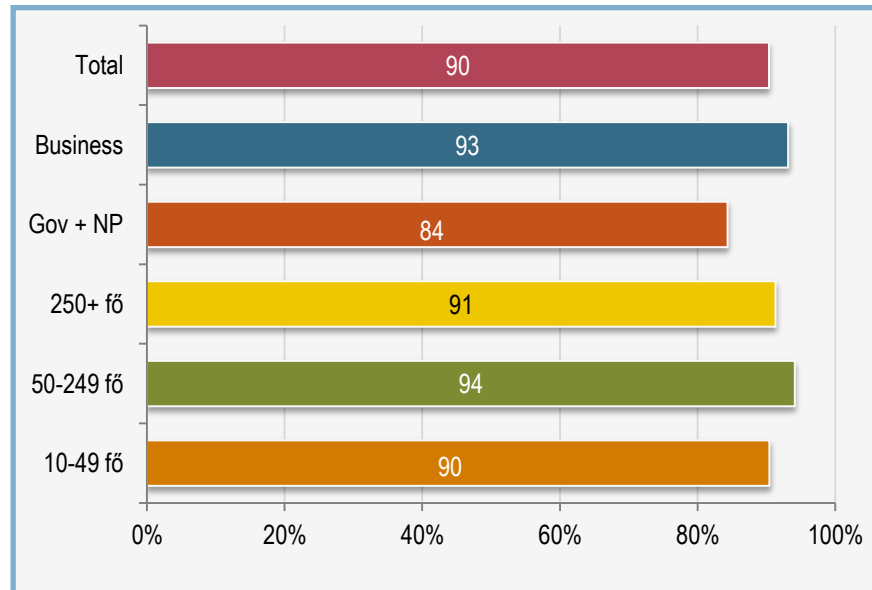
- Kábelmodemes internetkapcsolat, melynek során a felhasználó számítógépe kábelmodem útján csatlakozik a kábeltelevíziós koaxiális kábelre, és ezen keresztül éri el a kábelinternet-szolgáltatót.

## ▪ **Mobilinternet-hozzáférés**

- Kizárólag a beszédcélra nem használható mobilinternet-kártyákkal, mobilinternet-modemekkel használt előfizetések tartoznak ide; a beszédcélra használt mobiltelefonhoz kapcsolódó havi előfizetési díjas mobilinternet-csomagokat nem soroltuk ide a jelen kutatásban.



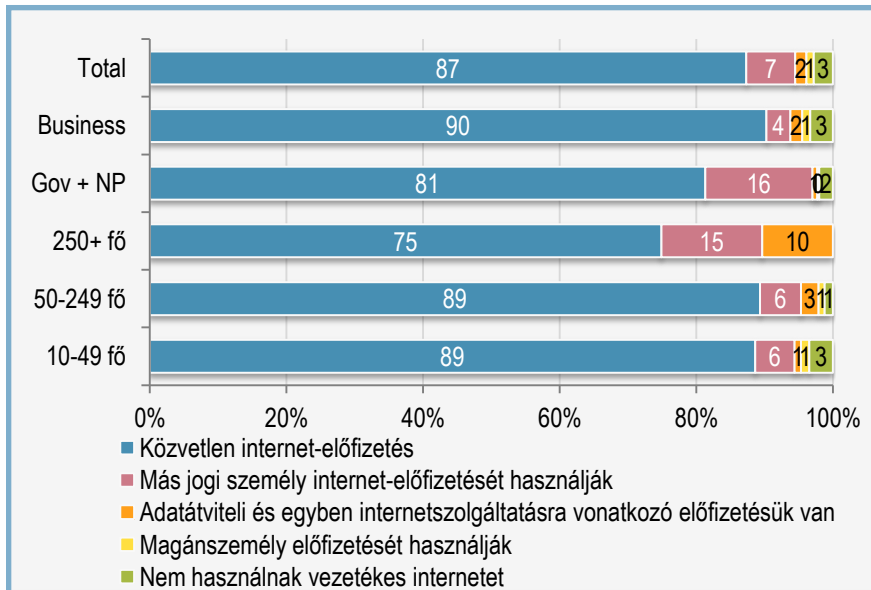
**Közvetlen internet-előfizetés [Bármilyen technológiájú közvetlen internettel rendelkezik]**



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
 [250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

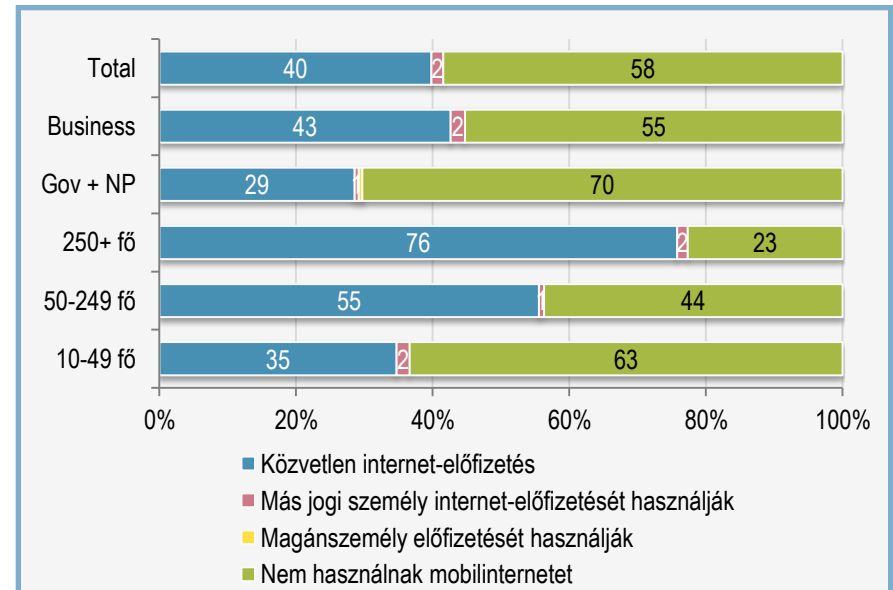
- **A 10 fő feletti szervezetek döntő többsége [90%, kb. 36 ezer] rendelkezik közvetlen internet-hozzáféréssel, míg az internetet használó szervezetek száma 40 ezerre tehető. Az előző évhez képest a penetráció nem változott.**
- **Az üzleti szegmensben az átlagnál valamelyest magasabb, míg a kormányzati és nonprofit szférában alacsonyabb a közvetlen előfizetéssel rendelkezők aránya.**
- **A szervezet méretétől kevéssé függ a penetráció mértéke.**

Vezetékes internet | Előfizetés és használat



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

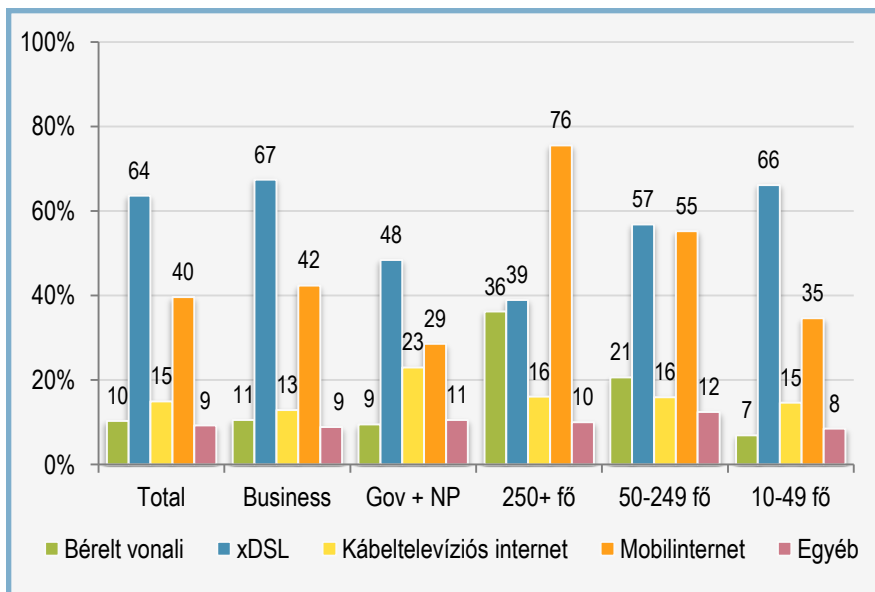
Mobilinternet | Előfizetés és használat



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

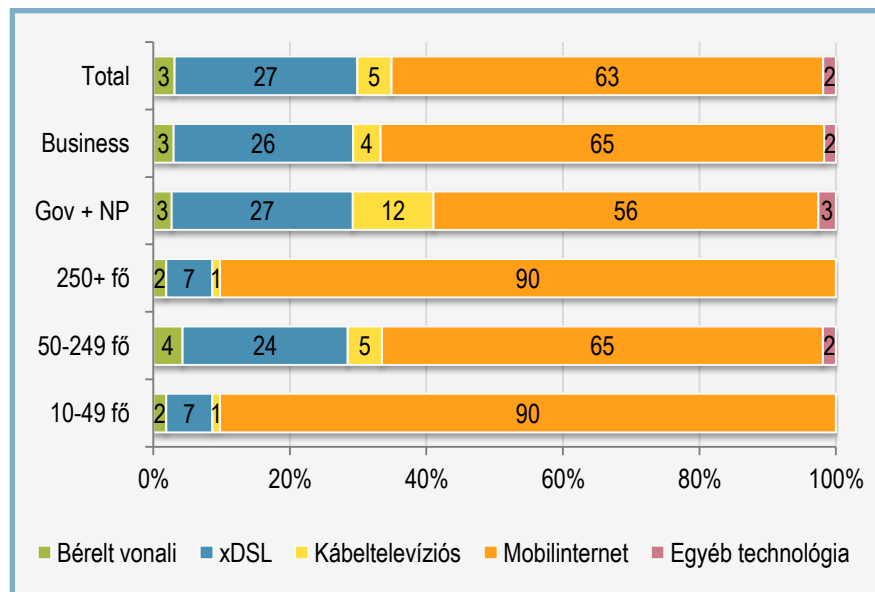
- **A 10 fő feletti szervezetek döntő többsége [87%, kb. 35 ezer szervezet] rendelkezik közvetlen vezetékesinternet-hozzáféréssel, míg 40%-uk közvetlen mobilinternet-előfizetéssel.**
- **A kormányzati és nonprofit szegmensben jellemzően magasabb a „közvetett” vezetékes előfizetés [pl. felettes szerv előfizetésének igénybevétele]. A mobilinternet-használók aránya ugyanebben a körben ritkább: csupán 29%.**
- **A 250 fő feletti szervezetek esetében szintén kiemelkedik a közvetett vezetékes előfizetések [anyavállalaton, felettes szerven keresztül történő használat], valamint az adatátviteli és egyben internetszolgáltatásra vonatkozó előfizetések aránya is.**
- **A 250 fő feletti vállalatoknál/intézményeknél jóval átlagot meghaladó mértékű, közel 76%-os a közvetlen mobilinternet-előfizetések aránya.**

### Internettechnológiák penetrációja



Bázis: bármilyen közvetlen internet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=36 374 [Business=29 642, Gov+NP=6732] [250+ fő=1231, 50-249 fő=6597, 10-49 fő=28 547]

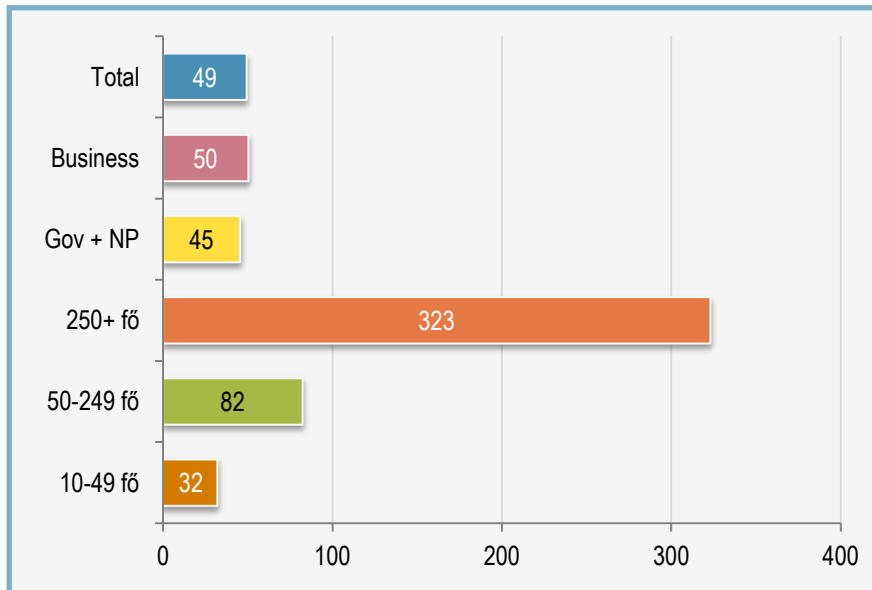
### Különböző technológiájú közvetlen internet-előfizetések számának megoszlása



Bázis: bármilyen közvetlen internet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=36 374 [Business=29 642, Gov+NP=6732] [250+ fő=1231, 50-249 fő=6597, 10-49 fő=28 547]

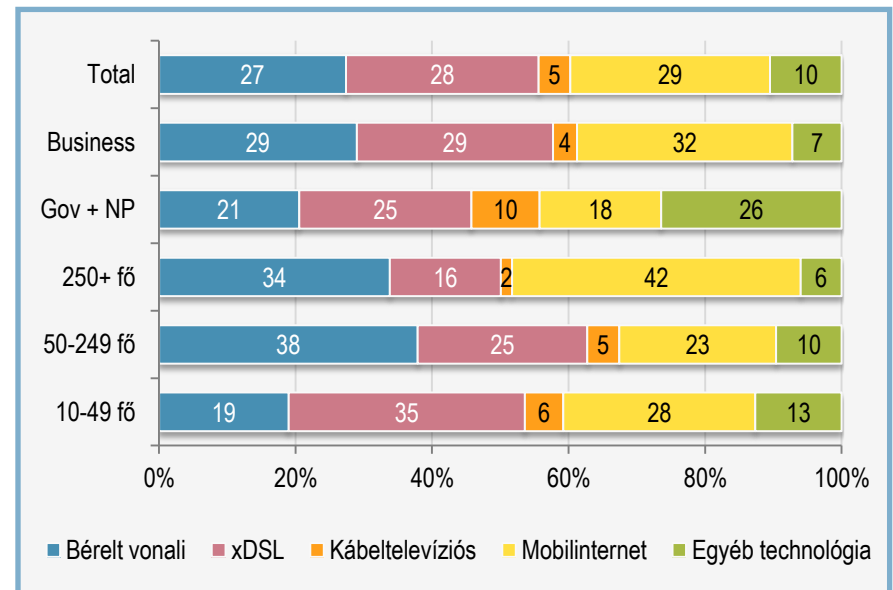
- **A közvetlen előfizetéssel rendelkező szervezetek arányát tekintve összességében még mindig a DSL a legelterjedtebb hozzáférési technológia, azonban a 250 fő feletti szervezeteknél már megelőzi a mobilinternet.**
- **A közvetlen előfizetések számát tekintve többségben van a szélessávú mobilinternet, míg az előfizetések csupán alig több mint negyede DSL technológiájú, annak ellenére, hogy ez számít a legelterjedtebb technológiának. Fontos azonban figyelembe venni, hogy a mobilinternet-előfizetések inkább személyes jellegűek, míg a többi technológia esetében egy-egy előfizetés jellemzően több felhasználó számára teszi lehetővé az internet-hozzáférést.**

### Egy szervezetre jutó átlagos havi költség [ezer Ft]



Bázis: bármilyen közvetlen internet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=36 374 [Business=29 642, Gov+NP=6732] [250+ fő=1231, 50-249 fő=6597, 10-49 fő=28 547]

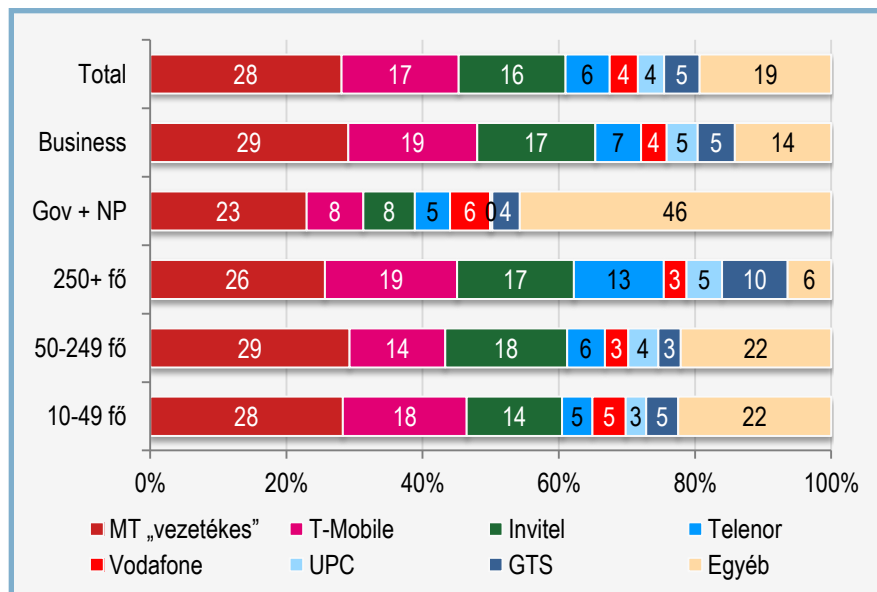
### Bevétel-alapú részesedések technológiák szerint



Bázis: teljes havi internetkiadás [m Ft], Total=1743 [Business=1452, Gov+NP=295] [10-49 fő=897, 50-249 fő=516, 250+ fő=329]

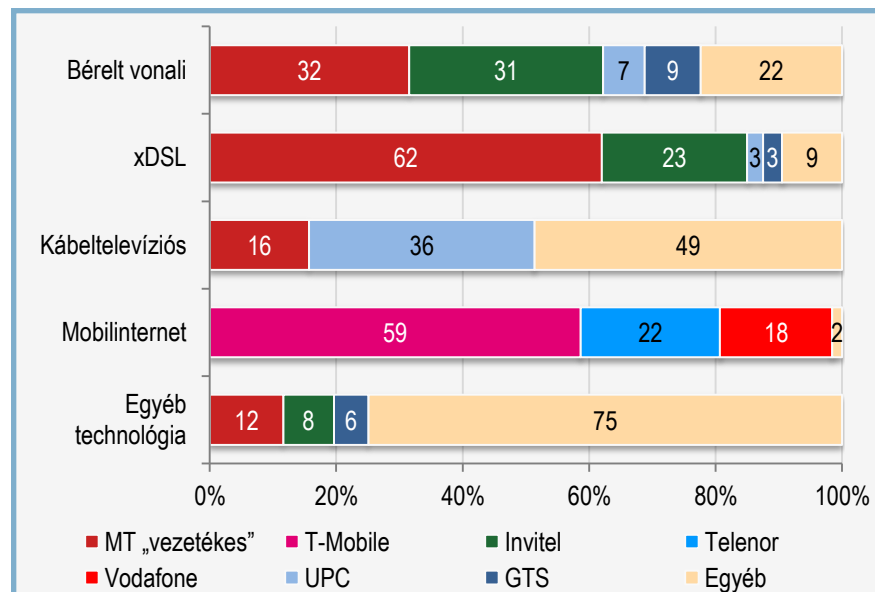
- Havonta átlagosan 49 ezer forintot fordítanak a vizsgált szervezetek közvetlen internet-előfizetésekre. Az üzleti szervezetek átlagos költsége meghaladja a kormányzati és nonprofit szervezetek átlagos internet-célú kiadását, aminek valószínűleg az áll a háttérben, hogy az üzleti szegmensben a vezetékes mellett jóval több a mobilnet-előfizetés, mint a köz- és nonprofit szférában. Az előző évhez képest a költségek nagyon enyhe, szervezetenként mintegy 1 ezer forintos növekedése figyelhető meg.**
- A teljes internetpiaci költségek 28%-a kötődik a DSL-hozzáférésekhez, míg a bérelt vonali költségek 27%-kal járulnak hozzá a teljes piachoz. A mobilinternet-kiadások aránya mintegy 29%-ra tehető.**

### Szolgáltatók piacrészesedése felvevői szegmensek szerint



Bázis: teljes havi internetkiadás [m Ft], Total=1743 [Business=1452, Gov+NP=295]  
[10-49 fő=897, 50-249 fő=516, 250+ fő=329]

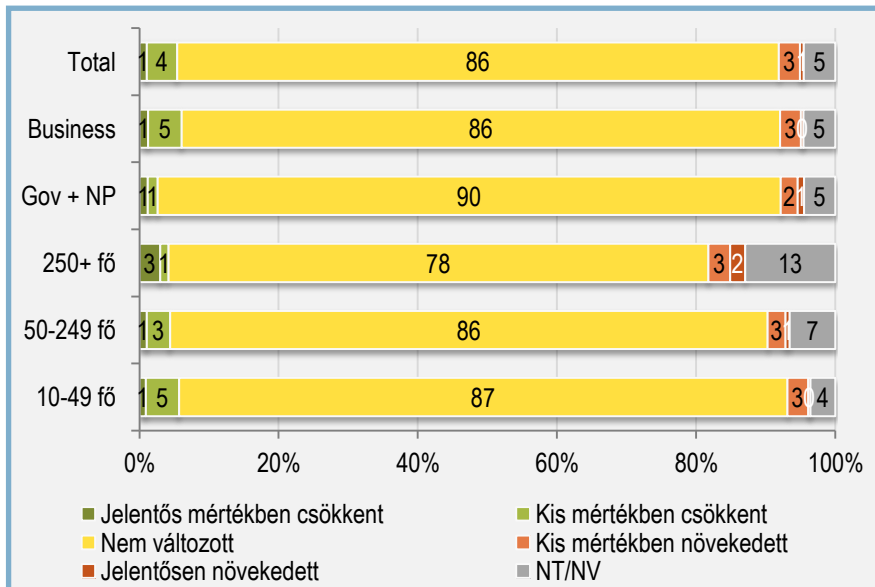
### Szolgáltatók piacrészesedése technológiák szerint



Bázis: internetkiadás technológiánként [m Ft], [bérelt vonali=478, xDSL=492, kábeltelevíziós=80, szélessávú mobilinternet=511, egyéb technológia=183]

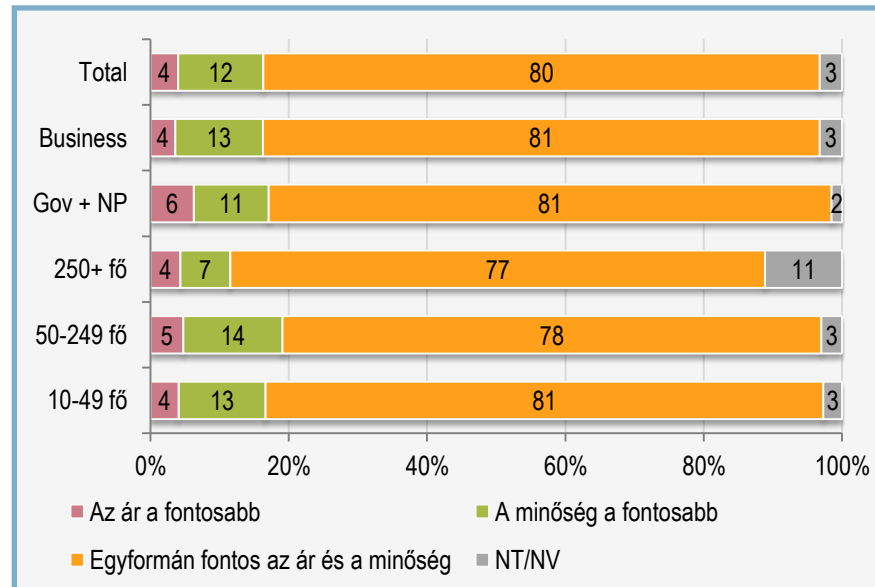
- A legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező internetszolgáltató egyértelműen a Magyar Telekom [28%, a T-Mobile-lal együtt 45%], amit az Invitel 16%-kal követ. Ezek az arányok a tavalyi trendeket követik.
- Az intézmények és nonprofit szervezetek esetében szintén jelentős súllyal bír a Magyar Telekom, ám az egyéb szolgáltatók 46%-os részaránya döntő jelentőséggel bír. Ez utóbbi körben a kormányzati távközlési szolgáltatókhoz kapcsolódik a kiadás jelentős része.
- A bérelt vonali piacon a Telekom [32%] és az Invitel [31%] a legerősebb, míg a szélessávú mobilinternet piacának vezető szolgáltatója a T-Mobile [59%].
- A kábeltelevíziós piacon a UPC a meghatározó szolgáltató, ugyanakkor itt a kisebb szolgáltatók is jelentős részarányt képviselnek.

### Internet-hozzáférési kiadások változása az elmúlt egy évben



Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=35 295 [Business=28 806, Gov+NP=6489] [250+ fő=1019, 50-249 fő=6275, 10-49 fő=28 002]

### Az internetszolgáltatások esetében az ár vagy a szolgáltatás minősége a fontosabb?

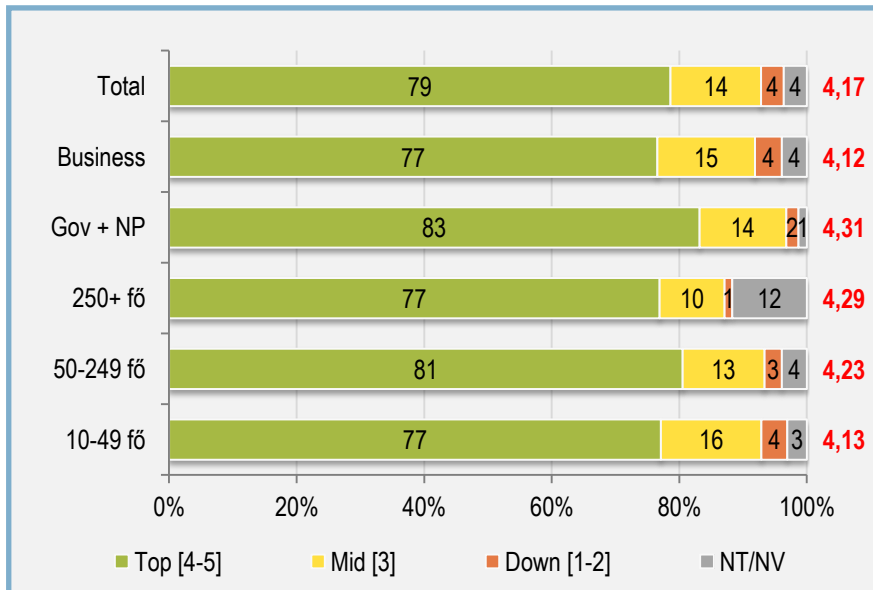


Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=35 295 [Business=28 806, Gov+NP=6489] [250+ fő=1019, 50-249 fő=6275, 10-49 fő=28 002]

- **Az elmúlt egy év során a szervezetek 86%-ánál – saját tapasztalataik alapján – nem változott az az összeg, amit internetre fordítottak. Minden huszadik szervezet tapasztalt a kiadásaiban csökkenést, és hasonló arányban számoltak be növekedésről is.**
- **A szervezetek 80%-a számára az ár és a minőség egyaránt fontos az internetszolgáltatás esetében.**
- **Fontos itt megjegyeznünk, hogy az internet az egyetlen olyan szolgáltatás, ahol valamivel többen tartják fontosnak a szolgáltatás minőségét, mint az árát.**

### Elégedettség a szolgáltató által vállalt minőség megfogalmazásával

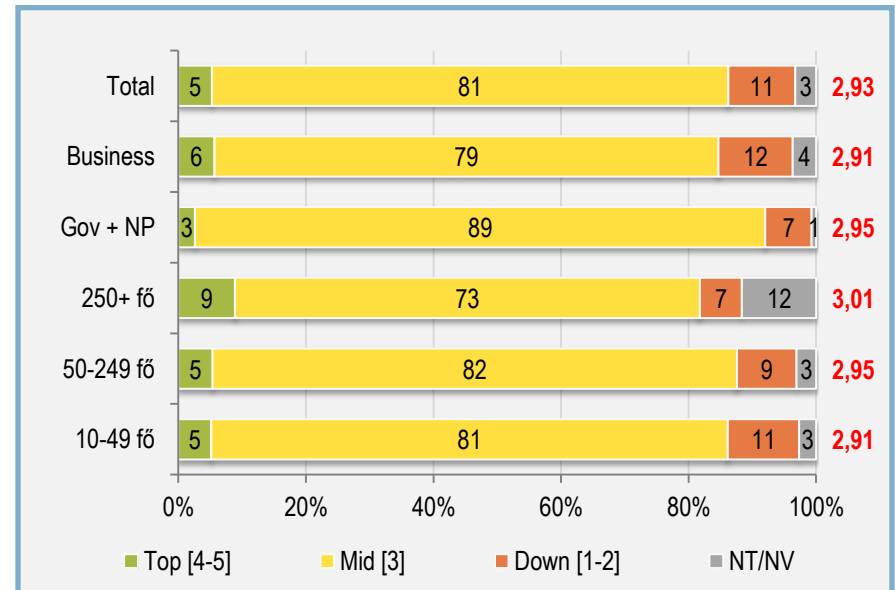
Skálás kérdés; 1=Egyáltalán nem elégedett, 5=Teljes mértékben elégedett



Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=35 295 [Business=28 806, Gov+NP=6489] [250+ fő=1019, 50-249 fő=6275, 10-49 fő=28 002]

### A tényleges teljesítmény a vállalathoz képest [fix internet]

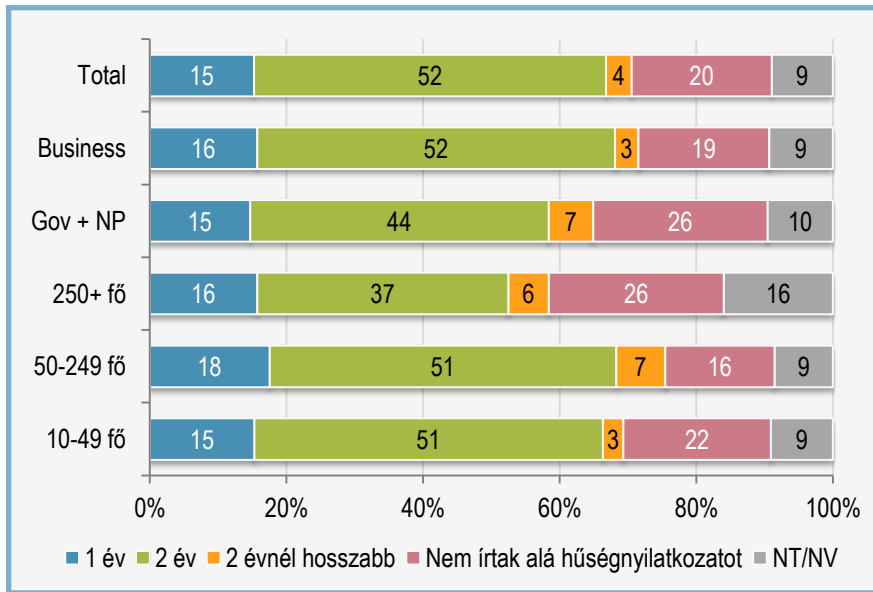
Skálás kérdés; 1=Sokkal gyengébb, 3=Nagyjából azonos, 5=Sokkal jobb



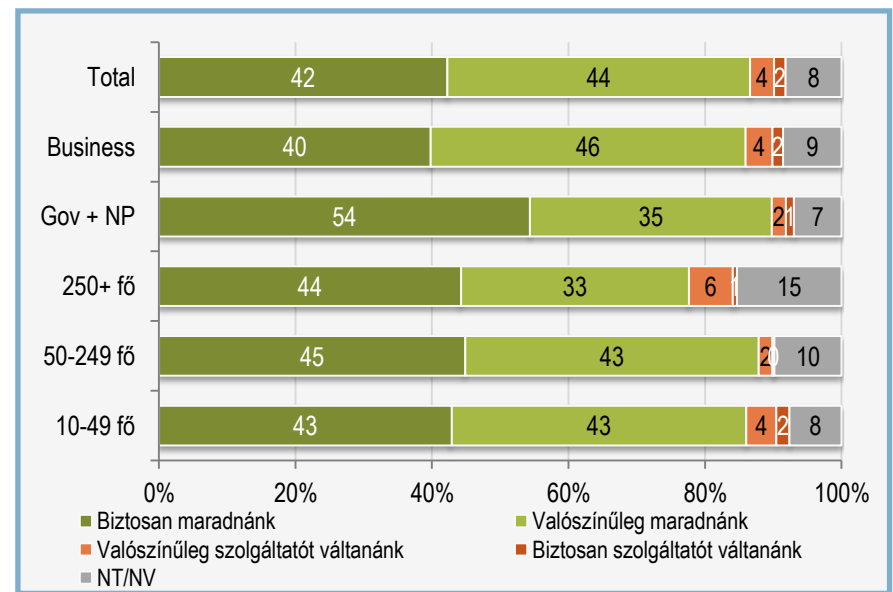
Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=35 295 [Business=28 806, Gov+NP=6489] [250+ fő=1019, 50-249 fő=6275, 10-49 fő=28 002]

- **A szervezetek közel négyötöde elégedett azzal, ahogy a szolgáltatója megfogalmazza a szolgáltatásra vállalt minőséget – az intézményi és nonprofit szektorban ez az arány 83%.**
- **A releváns sokaság négyötöde úgy gondolja, hogy a tényleges teljesítmény körülbelül meg is felel a vállalt szintnek, ugyanakkor többen vannak azok, akik a tényleges teljesítményt a vállaltnál rosszabbnak ítélik, mint akik jobbnak.**
- **A szolgáltató teljesítményével elégedetlenek aránya mintegy 5 százalékpontot csökkent az előző évhez képest [2012: 16% → 2013: 11%].**

### Legutóbbi szerződés megkötésekor aláírt hűségnyilatkozat hossza



### Maradnának-e a jelenlegi szolgáltatónál, amennyiben nem lenne érvényes hűség szerződésük?



Bázis: közvetlen fix- és/vagy mobilinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=36 374 [Business=29 642, Gov+NP=6732] [250+ fő=1231, 50-249 fő=6597, 10-49 fő=28 547]

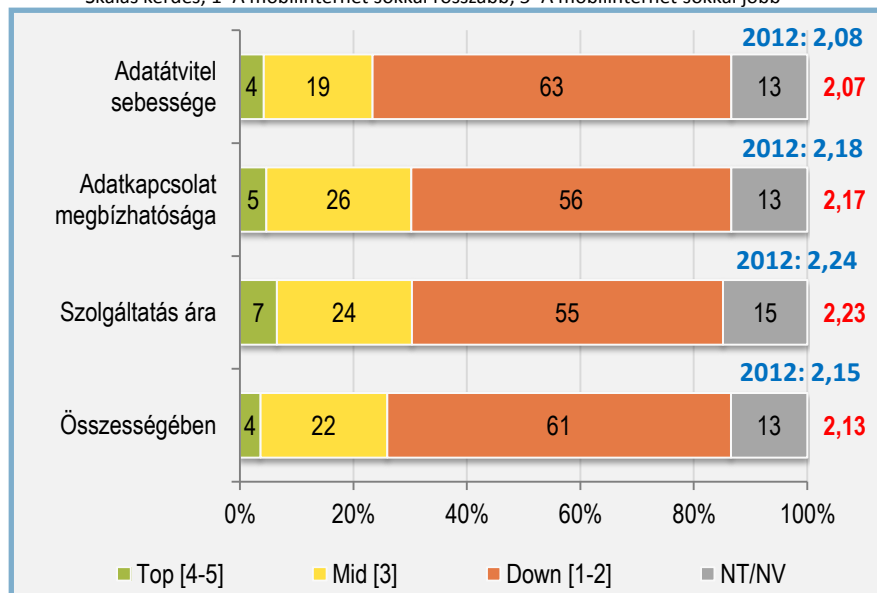
Bázis: közvetlen fix- és/vagy mobilinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=36 374 [Business=29 642, Gov+NP=6732] [250+ fő=1231, 50-249 fő=6597, 10-49 fő=28 547]

- Elterjedtnek számítanak a hűségnyilatkozatok, a közvetlen internet-előfizetéssel rendelkező szervezetek 71%-a a legutóbbi szerződés megkötésekor írt alá hűség szerződést. A hűség szerződést nem aláírók aránya viszont a kormányzati és nonprofit szegmensben a legmagasabb, 26%-os.
- A hűség szerződés esetében a leggyakoribb a kétéves időtartamú szerződés megkötése. A hűség szerződéssel rendelkezők 40%-ának egy éven belül fog lejárni a szerződése, harmaduknak pedig már lejárt.
- Azok, akik rendelkeznek érvényes hűség szerződéssel, többségében a jelenlegi szolgáltatójuknál maradnának akkor is, ha nem kötné őket a szerződés.



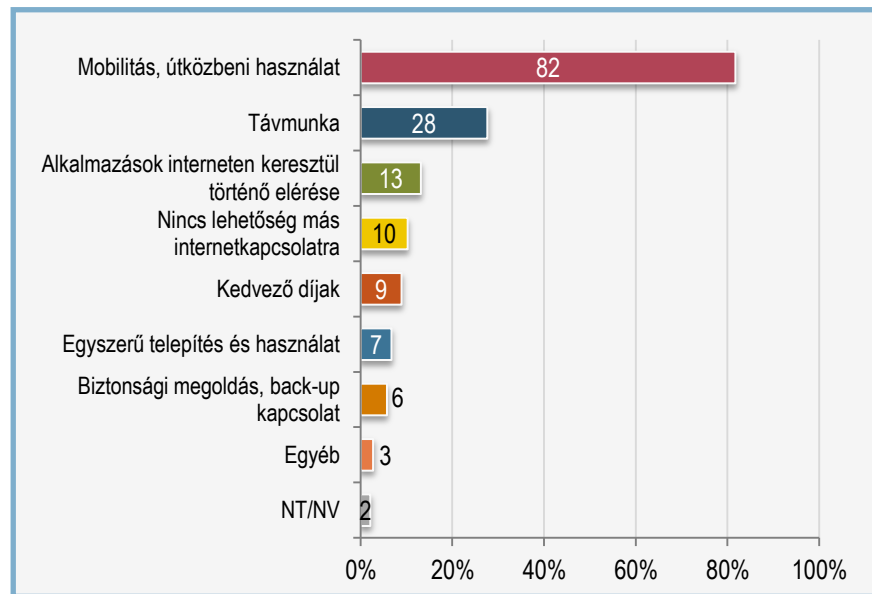
## A mobilinternet megítélése a vezetékesinternet-hozzáféréshez viszonyítva

Skálás kérdés, 1=A mobilinternet sokkal rosszabb; 5=A mobilinternet sokkal jobb



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

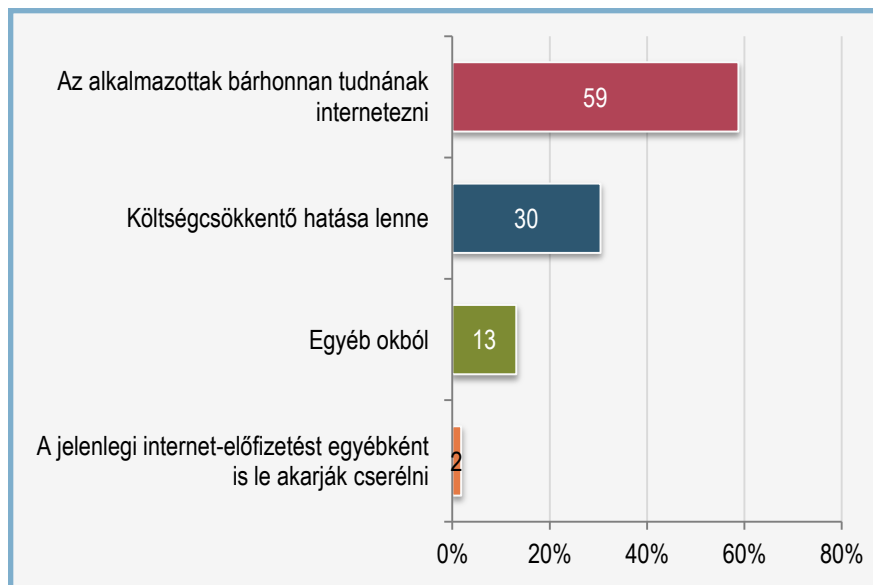
## A használatot motiváló tényezők



Bázis: közvetlen mobilinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total= 15 785

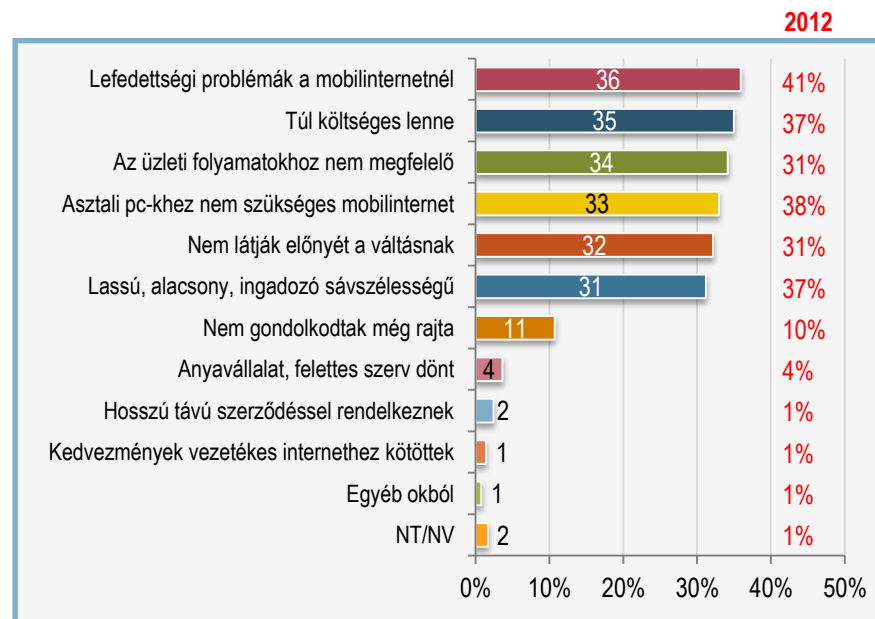
- **Annak ellenére, hogy a mobilinternet-piac dinamikus bővülést mutat, a technológia üzleti célú alkalmazásának megítélése – a vezetékes hozzáférések tükrében – vegyes, kissé negatív képet mutat. A szervezetek mindössze 4%-a ítéli jobbnak összességében a mobilinternetet, mint a vezetékest.**
- **A kedvezőtlenebb megítélés a szolgáltatás egyes jellemzői: a sebesség, a megbízhatóság és az ártényező kapcsán is megfigyelhető, bár tavalyhoz képest nem változott a megítélés.**
- **A mobilinternet pozitív hozadéka elsősorban a mobilitásban, a telephelytől távoli munkalehetőségben, a távmunkában és az egyszerűségben rejlik. Csökkent azok aránya, akik kényszerből fizetnek elő mobilinternetre, mivel nincs lehetőségük más technológiára épülő internetet használni [17% →10%].**

### Miért váltanának mobil szélessávra?\*



Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, akik váltanának mobil-szélessávra

### Miért nem váltanának mobil-szélessávra?

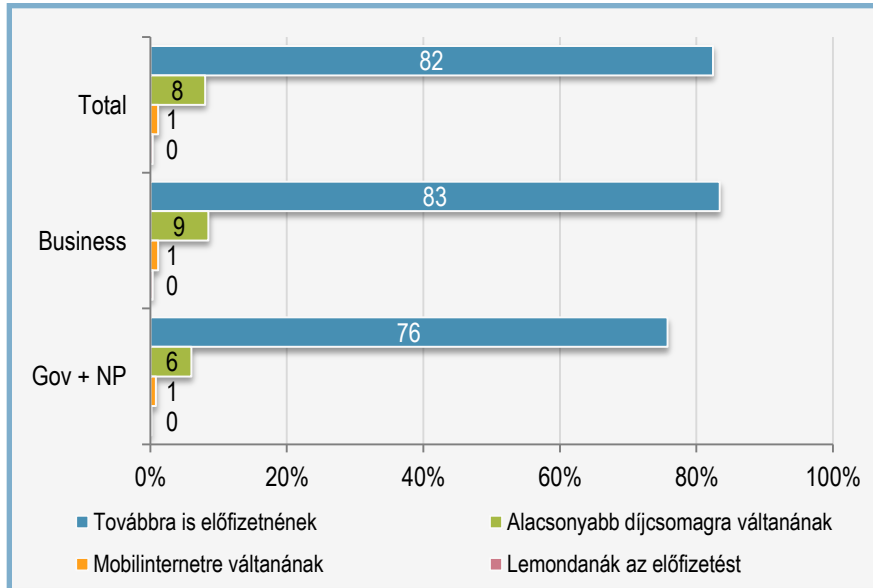


Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, akik nem váltanának mobil-szélessávra

- **Azok számára, akik a közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek közül elképzelhetőnek tartják, hogy az összes internet-hozzáférésüket lecserélik mobilinternetre, a váltás legfőbb driverét a költségek csökkentése, valamint a mobilitás jelenti, vagyis, hogy az alkalmazottak bárholnan tudjanak internetezni.**
- **A teljes mobilinternet-helyettesítés ellen elsősorban a – válaszadók által feltételezett – lefedettségi problémák, valamint a túl magas költségek szólnak. További visszatartó erőnek számít az alacsony és ingadozó sávszélesség, valamint, hogy az üzleti folyamatokhoz nem tartják megfelelőnek, hogy az asztali pc-hez nem szükséges mobilinternet, illetve, hogy nem látják előnyét a váltásnak.**

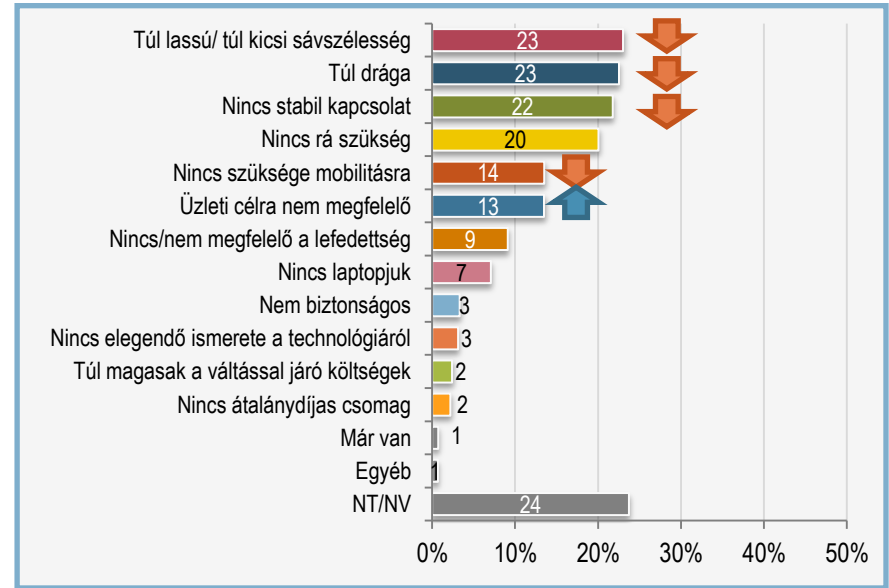
\*Az alacsony elemszám [n=16] miatt az eredmények fokozott óvatossággal kezelendők

Reakció a vezetékesinternet-előfizetések (beleértve a mikrohullámú és műholdas) árának 10%-os emelkedésére



Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, Total=35 295 [Business=28 806, Gov+NP=6489] [250+ fő=1019, 50-249 fő=6275, 10-49 fő=28 002]

Miért nem váltanának mobil-szélessávra? [a vezetékes internet árának 10%-os emelése esetén]

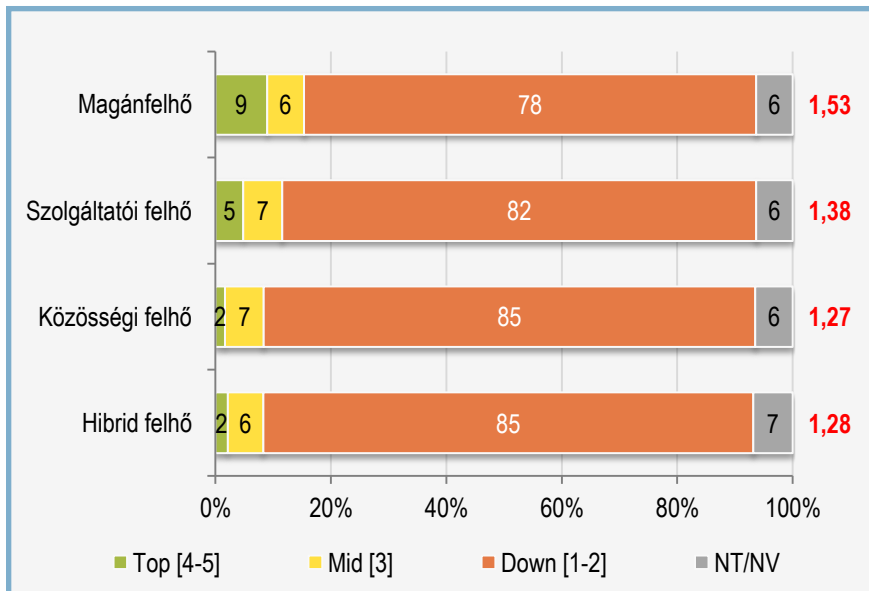


Bázis: közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek, akik 10%-os vezetékes áremelés esetén sem váltanának mobil-szélessávra

- A jelenleg közvetlen fixinternet-előfizetéssel rendelkező szervezetek 82%-a a jelenlegi előfizetésük árának 10%-os emelkedésének hatására nem változtatna, továbbra is a meglévő előfizetést használná [az előző évhez képest ez nem változott érdemben]. Mindössze 1 százalék váltana az áremelkedés hatására mobilinternetre.
- A mobil-szélessávra történő váltást elutasítók többsége az alacsony sávszélességgel, a magas díjakkal, illetve a kapcsolat instabilitásával indokolja döntését. A válaszadók ötödének nincs szüksége mobilinternetre, további 14% pedig nem igényel mobilitást a munkavégzés során.
- A három legfontosabb ellenérv [túl lassú, túl drága, nincs stabil kapcsolat] említettsége mintegy 10 százalékpontot csökkent az előző évhez képest, ami arra utal, hogy a mobilinternetrel kapcsolatos ellenérzések gyengültek.

### Felhő alapú megoldások vonzereje

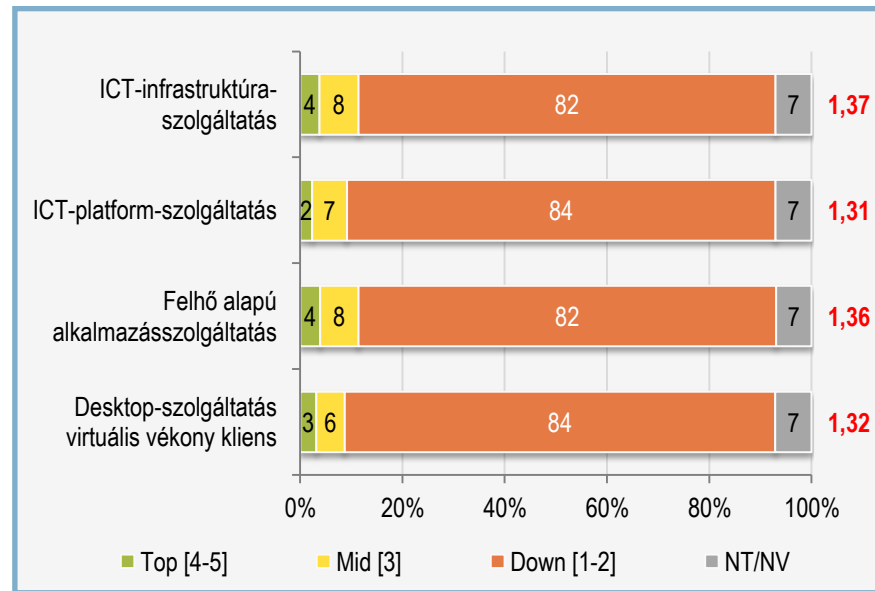
Skálás kérdés, 1=Egyáltalán nem vonzó; 5=Nagyon vonzó



Bázis: bármilyen internet-hozzáféréssel rendelkező szervezetek, Total=38 636 [Business=30 815 Gov+NP=7819] [250+ fő=1345 , 50-249 fő=6994 , 10-49 fő=31 504 ]

### Kapcsolódó szolgáltatások vonzereje

Skálás kérdés, 1=Egyáltalán nem vonzó; 5=Nagyon vonzó



Bázis: bármilyen internet-hozzáféréssel rendelkező szervezetek, Total=38 636 [Business=30 815 Gov+NP=7819] [250+ fő=1345 , 50-249 fő=6994 , 10-49 fő=31 504 ]

- Az internet-hozzáféréssel rendelkező 10 fő feletti szervezetek számára a felhő alapú megoldások jelenleg nem bírnak jelentősebb vonzerővel. Igen csekély azok aránya, akik pozitívan nyilatkoztak e tekintetben. A legvonzóbbnak tartott magánfelhőt is csak 9%-uk tartja érdekesnek.**
- A felhő alapú szolgáltatások szintén alacsony érdeklődésre tarthatnak számot. Az elutasítók aránya 80% feletti.**
- Az internet-hozzáféréssel rendelkező szervezeteknek csupán 6%-a vesz jelenleg igénybe felhő alapú szolgáltatást. Az előző évhez képest ez nem jelent érdemi elmozdulást.**

## Előnyök

- Beruházási költségek megtakarítása [26%]
- Üzemeltetési költségek csökkentése [19%]
- Helyszíntől függetlenül is elérhető a szolgáltatás [15%]
- Alkalmazások nagyobb megbízhatósága és rendelkezésre állása [14%]
- Magas szintű informatikai védelem az illetéktelen hozzáférés, behatolás ellen [13%]
- A szolgáltató által biztosított szervereket magas biztonsági szintű adatközpontokban tárolják [12%]
- Folyamatosan frissített, karbantartott, korszerű eszközök [12%]
- Gyors bevezethetőség [12%]
- Energiaköltség megtakarítása [11%]
- Munkaerőköltség megtakarítása [10%]
- **Nincs előnye [37%]**

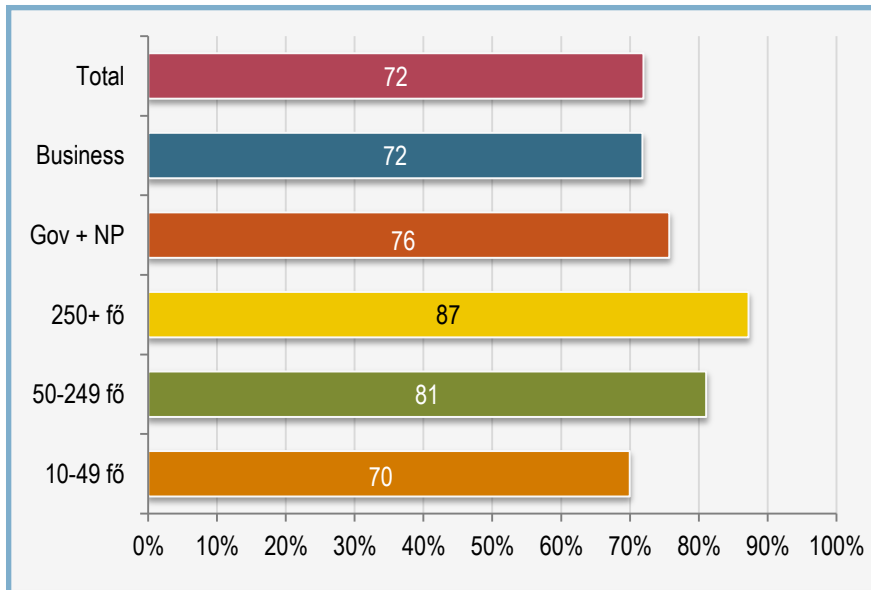
Bázis: bármilyen internet-hozzáféréssel rendelkező szervezetek, Total=38 636 [Business=30 815 Gov+NP=7819] [250+ fő=1345 , 50-249 fő=6994 , 10-49 fő=31 504 ]

## Hátrányok

- Külső szolgáltatótól való függőség [38%]
- Kétséges az adatok bizalmas kezelése [30%]
- A jelenlegi nem felhő alapú megoldással elégedettek [29%]
- Ha nincs vagy nem működik az internetkapcsolat, nem érhető el a szolgáltatás [25%]
- Nincs még elég referencia [12%]
- Az anyavállalat/felettes szerv várhatóan nem engedélyezné [8%]
- Integráltak a rendszerek, így ezeket részleteiben nem lehet kihelyezni [7%]
- A vállalati biztonsági, törvényi, szabályozói előírások nem teszik lehetővé [7%]
- A szolgáltató rugalmassága és reakcióideje alacsonyabb lenne, mint ha saját erőforrással oldják meg [5%]
- Nem minden szoftvernek van virtualizált változata [5%]
- **Nincs hátránya [22%]**

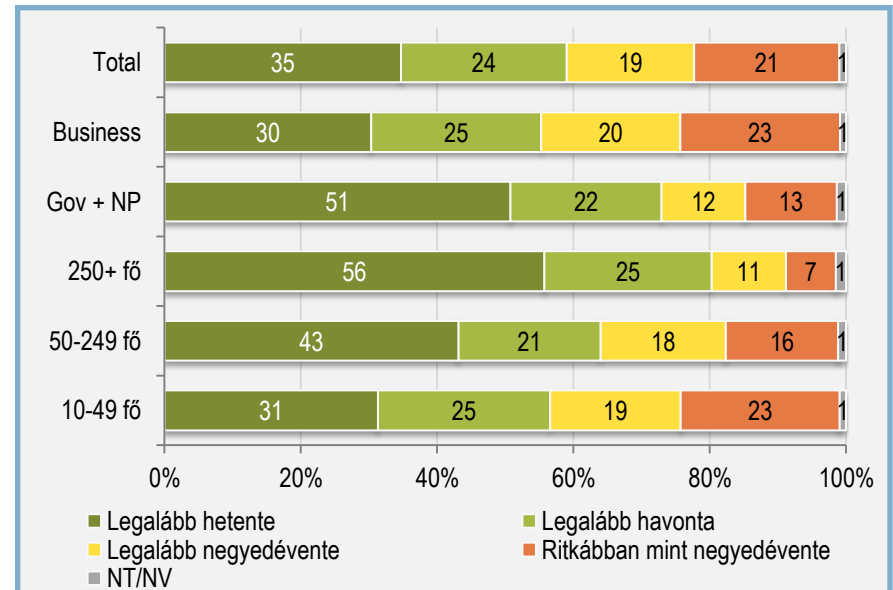
Bázis: bármilyen internet-hozzáféréssel rendelkező szervezetek, Total=38 636 [Business=30 815 Gov+NP=7819] [250+ fő=1345 , 50-249 fő=6994 , 10-49 fő=31 504 ]

Honlappal rendelkezők aránya



Bázis: bármilyen internet-hozzáféréssel rendelkező szervezetek, Total=38 811 [Business=30 923, Gov+NP=7889] [250+ fő=1334, 50-249 fő=6961, 10-49 fő=30 507]

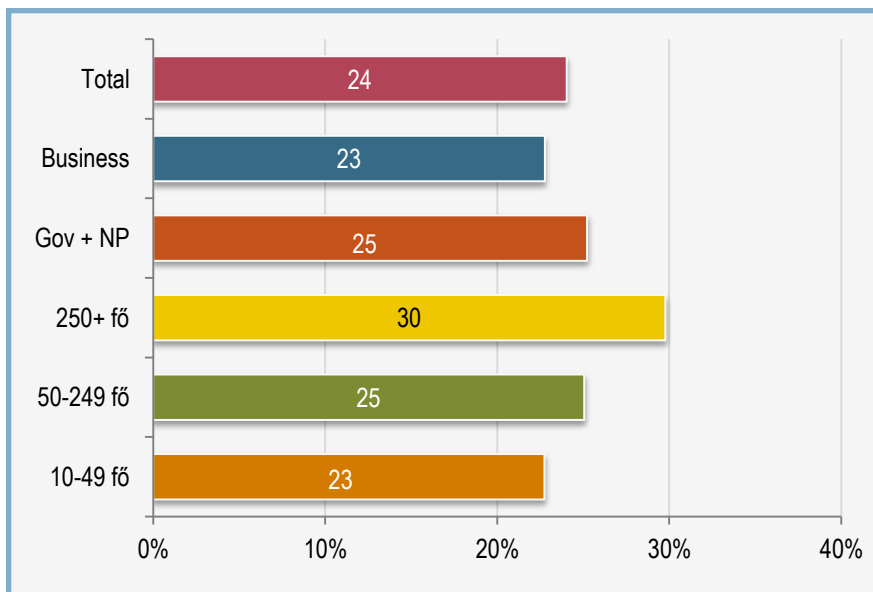
Honlap frissítésének gyakorisága



Bázis: honlappal rendelkező szervezetek, Total=28 201 [Business=22 187, Gov+NP=6014] [250+ fő=1172, 50-249 fő=5651, 10-49 fő=21 378]

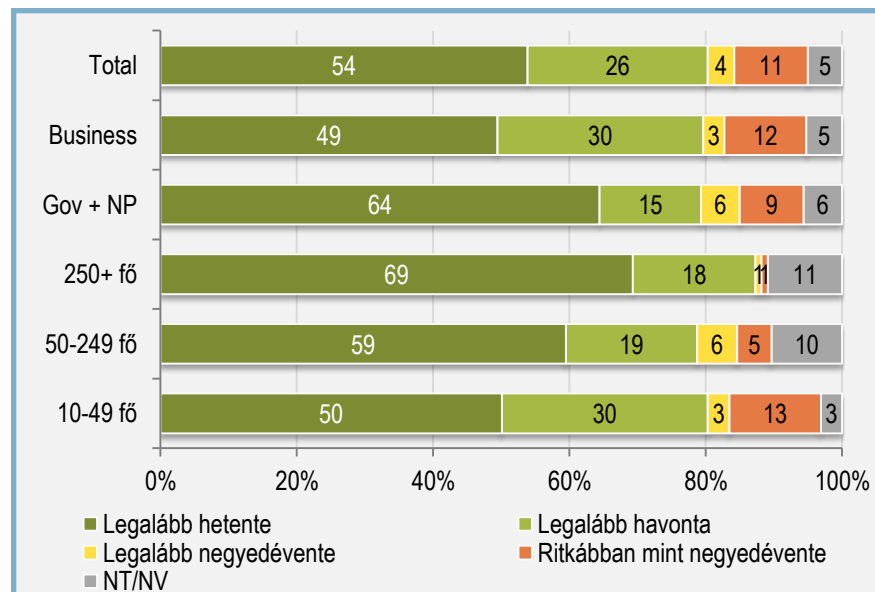
- Tükrözve az elektronikus csatornák fontosságát az információszerzés és az ügyfél-kapcsolattartás területén, a vizsgált szervezetek közel háromnegyede rendelkezik saját honlappal [összességében mintegy 28 ezer szervezet]. Az előző évhez képest érdemi változás nem történt.**
- Az intézményi szféra szervezetei körében valamelyest magasabb a honlapok penetrációja, valamint a 250 fő feletti cégek, szervezetek esetében is gyakoribb a saját honlap [ez részben köszönhető a törvényi szabályozásnak is].**
- A honlapok rendszeres karbantartása mindazonáltal nem számít bevett gyakorlatnak: mindössze a honlappal rendelkező szervezetek 59%-a frissíti a honlapján az információkat legalább egy hónapban egyszer. A tavalyi felméréshez képest lényegi változások tehát nem tapasztalhatóak.**

Közösségi oldalakon [pl. Facebook, Iwiw, Twitter] külön szervezeti profillal rendelkező szervezetek aránya



Bázis: bármilyen internet-hozzáféréssel rendelkező szervezetek, Total=38 811 [Business=30 923, Gov+NP=7889] [250+ fő=1334, 50-249 fő=6961, 10-49 fő=30 507]

Szervezeti profil frissítésének gyakorisága



Bázis: Közösségi oldalakon külön szervezeti profillal rendelkező szervezetek

- **A közösségi oldalak növekvő fontosságát mutatja a vállalati kommunikációban az a tény, hogy a vizsgált szervezetek közel negyede már rendelkezik saját szervezeti profillal legalább egy, de sok esetben több közösségi oldalon is. Ez összességében mintegy 9-10 ezer szervezetet jelent a teljes alapsokaságban.**
- **A nagyobb szervezetek körében magasabb a szervezeti profilok penetrációja, mint a kisebbeknél, de a különbségek a honlapokhoz hasonlóan nem túl erőteljesek: még a 10-49 fő szervezeteknél is 23%-os penetrációt mértünk.**
- **A szervezeti profilok folyamatos frissítése eltérő mértékben része a szervezeti kultúrának, de általában gyakrabban frissítik, mint a honlapot: 54% legalább hetente, további 26% pedig legalább havonta történő frissítésről számolt be.**

## 3.4. Adat- és üzleti kommunikáció



## Bérelt vonali adatátvitel

- Analóg és digitális adatátviteli bérelt vonalak, függetlenül az előfizetői hozzáférés technológiájától [beleértve a rézérpárra, optikára, műholdas, mikrohullámú stb. technológiára épülő bérelt vonali összeköttetéseket]
  - Kivéve a kizárólag a nyilvános internet-hozzáférésekhez igénybe vett bérelt vonali kapcsolatok [MLLI], illetve a komplex IP-VPN-szolgáltatás keretén belül igénybe vett bérelt vonali kapcsolatok.

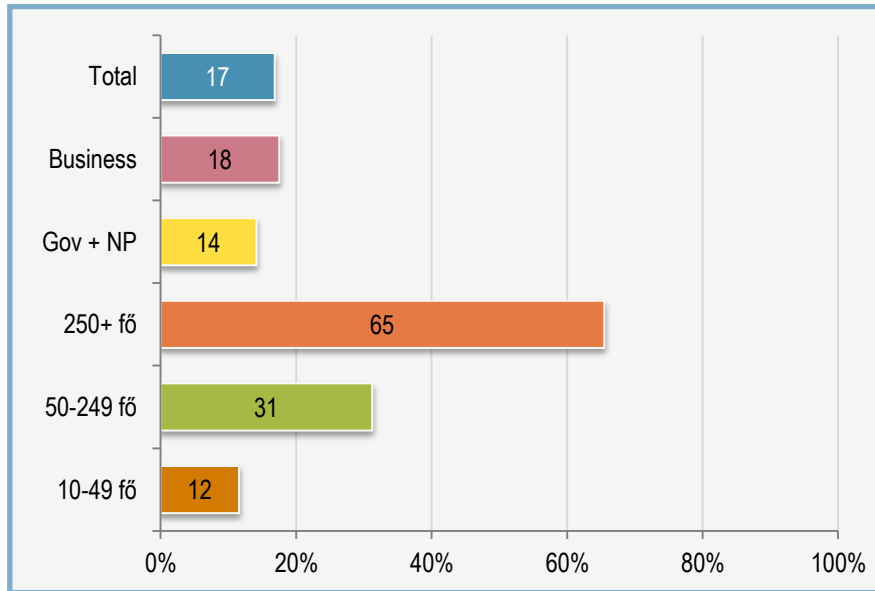
## Virtuális magánhálózat [IP-VPN, Layer2 VPN/Ethernet VPN]

- Az IP-alapú virtuális privát hálózat [IP-VPN] olyan komplex hálózati megoldás, amely biztosítja, hogy egymástól távol eső telephelyek, illetve egyéb végpontok valamilyen IP-hálózaton keresztül [tipikusan a szolgáltatók IP-hálózata vagy a nyilvános internet] biztonságosan kommunikálhassanak egymással. A kategória egyaránt tartalmazza a szolgáltatói [MPLS], illetve a nyilvános internet feletti IP-VPN-eket.

## Egyéb adatátviteli technológiák/szolgáltatások

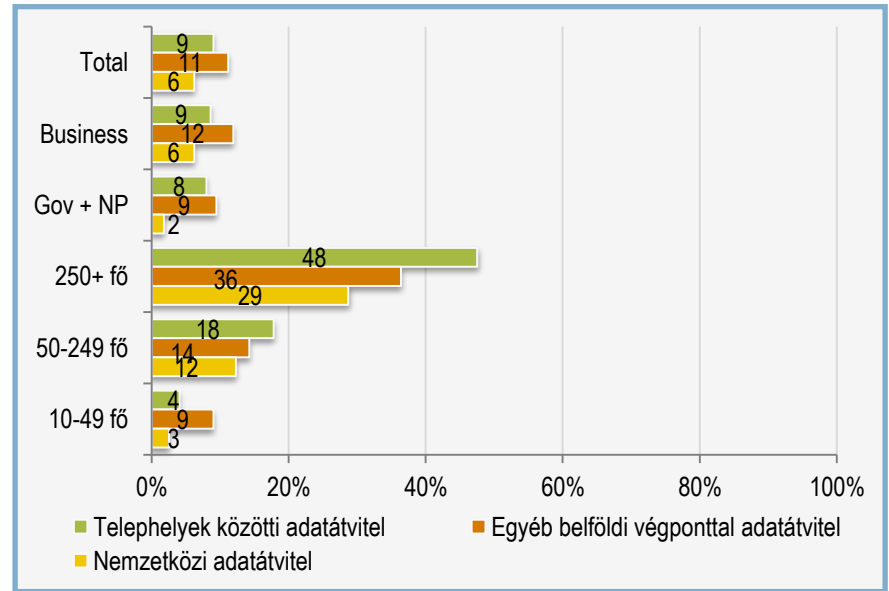
- Dial-up technológiára épülő adatátviteli megoldások,
- Frame-relay technológiára épülő adatátviteli megoldások,
- X.25 technológiára épülő adatátviteli megoldások,
- ATM technológiára épülő megoldások,
- egyéb adatátviteli megoldások/szolgáltatások.

Adatátvitelt folytató szervezetek



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

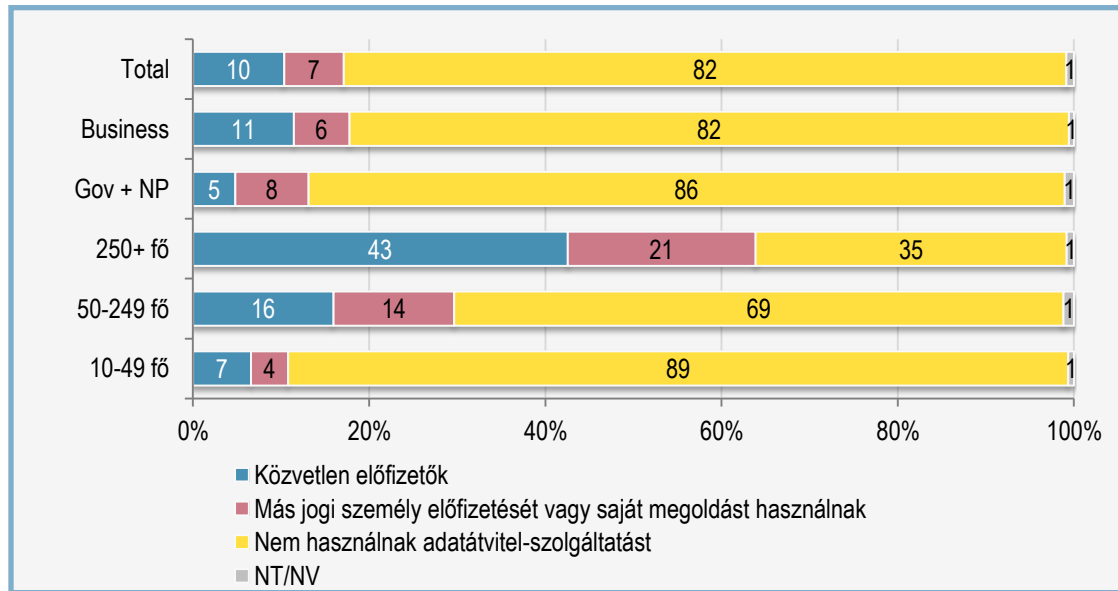
Adatátviteli irányok



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

- A hazai szervezetek 17%-a, azaz összesen kb. 6,7 ezer vállalat vagy intézmény vesz igénybe valamilyen [külső vagy belső] adatkommunikációs megoldást. Az adatkommunikációt folytatók aránya különösen a nagy létszámú szervezeteknél magas: míg a 250+ fős szegmensben 65% az arány, addig a 10-49 fős alkalmazotti létszámúaknak mindössze 12%-a folytat adatkommunikációt.
- Az adatátviteli penetráció jelentős mértékben csökkent a 10-49 fős szervezetek körében [20%→12%]. Ennek fő oka, hogy ebben a körben jelentősen visszaesett az egyéb belföldi végpontokkal [elsősorban bankokkal] folytatott adatkommunikáció részaránya.
- A releváns szervezetek leggyakrabban belföldi végpontokkal kommunikálnak, csak az 50 fő feletti alkalmazotti létszámmal működőknél igazán számottevő a nemzetközi irány.
- Az adatátvitelt használók belföldön jellemzően bankokkal, pénzügyekkel [vállalatok], illetve a kormányzati-költségvetési szférán belül [intézmények] folytatnak adatátvitelt. Nemzetközileg az anyavállalatokkal folytatott kommunikáció a legszorosabb. Az intézmények esetében a külföldi végpontokkal folytatott adatkommunikáció marginális.

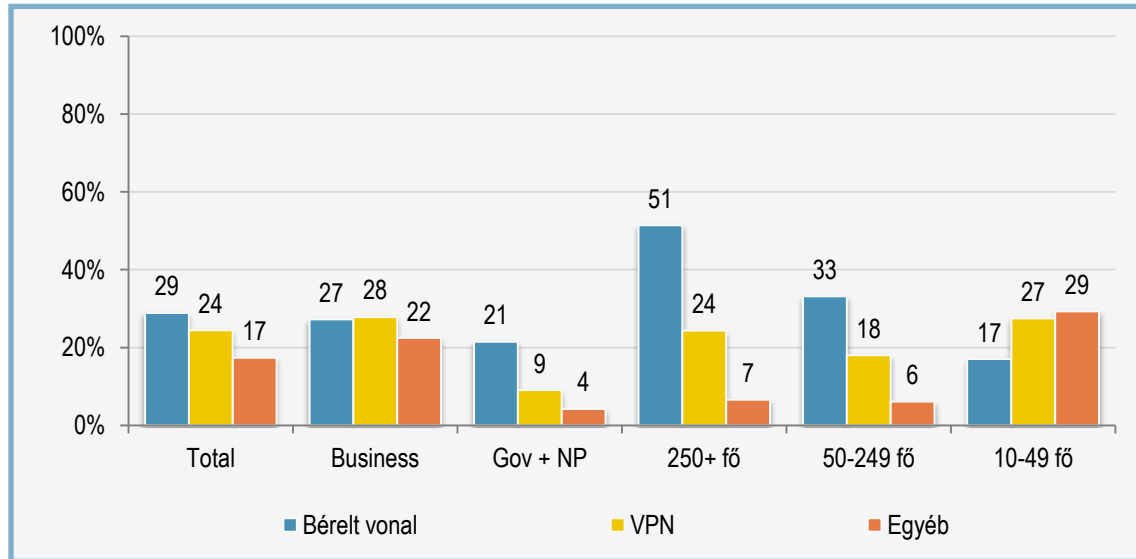
Előfizetés és használat



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
 [250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

- **A hazai, legalább 10 fős szervezetek 10%-a, azaz összesen mintegy 4 ezer cég, intézmény és nonprofit szervezet vesz igénybe adatátviteli szolgáltatást közvetlen előfizetéssel.**
- **Az adatátviteli megoldásokat használó szervezetek köre azonban ennél szélesebb: további 7% más szervezet adatátviteli szolgáltatásra vonatkozó előfizetését vagy saját megoldást használ.**

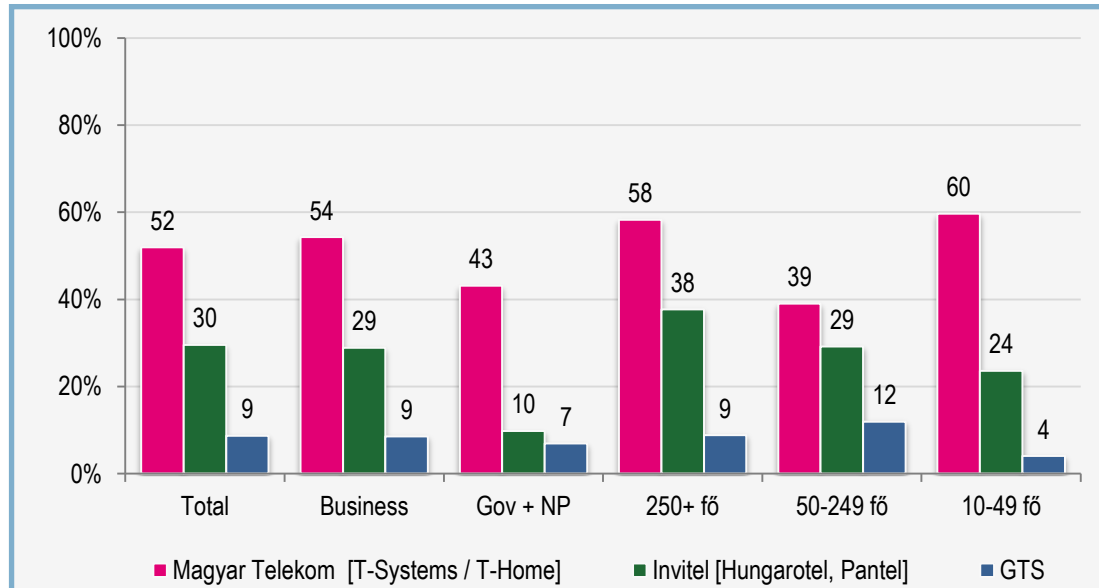
### Technológiák penetrációja



Bázis: adatátvitelt folytató szervezetek, Total=6713 [Business=5583, Gov+NP=1130]  
 [250+ fő=881, 50-249 fő=2185, 10-49 fő=3648]

- Kizárólag a közvetlen adatátviteli előfizetésekre fókuszálva a bérelt vonali megoldások [29%] és a virtuális magánhálózati technológia [24%] bizonyultak a legelterjedtebbnek. Az igénybevett technológiákat illetően a szervezetek mérete meghatározó: míg a nagyobb alkalmazotti létszámúak [50 fő felett] elsősorban bérelt vonali IP-alapú adatkommunikációt alkalmaznak, addig a kisebbek esetében a VPN [IP-VPN, Layer2 VPN/Ethernet VPN] és az egyéb technológiák penetrációja magas.
- A bérelt vonali közvetlen előfizetések 56%-a rézpárra épülő hozzáférést, egyharmaduk mikrohullámú, további egyharmaduk üvegszálás technológiát jelent. A 250 fős vagy nagyobb szervezetek körében a bérelt vonali előfizetések háromötöde [61%] rézpárra épülő megoldás.
- A virtuális magánhálózati megoldások esetében leggyakrabban DSL-en [40%] vagy bérelt vonalon [59%] keresztül csatlakoznak a végpontok a hálózathoz. A szervezetek által használt VPN-ek 59%-a IP-VPN, további 28% viszont Layer2 VPN/Ethernet VPN.

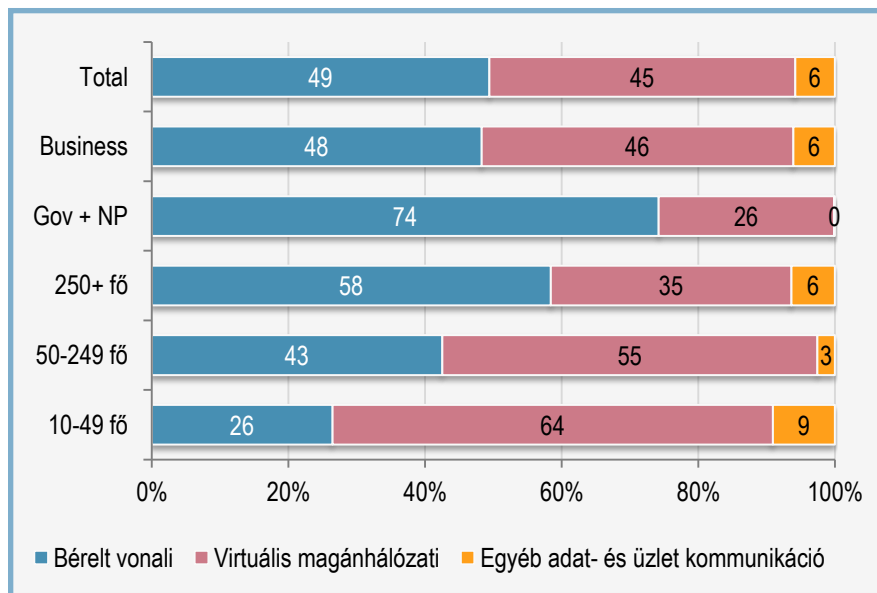
Szolgáltató-kapcsolatok [Top 3 szolgáltató]



Adatkommunikációs megoldást közvetlen előfizetéssel igénybe vevő szervezetek

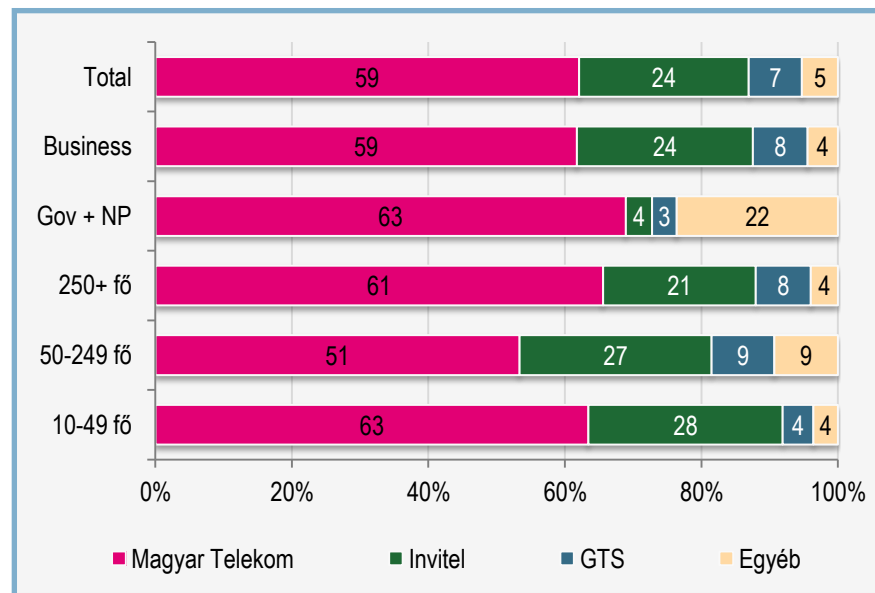
- A releváns szervezetek 52%-a vesz igénybe a Magyar Telekomtól közvetlen adatátviteli szolgáltatást a tavalyi 46%-hoz képest. Ez a növekvő arány elsődlegesen a 10-49 fős szegmensben mutatkozik meg, de a szolgáltató pozíciója a 250+ fős szervezetek körében is erős.
- Az Invitel az ügyfelek 30%-ával áll közvetlen szolgáltatói kapcsolatban az adat- és üzleti kommunikáció területén, ami kb. 2,1 ezer előfizetőt jelent. 2012-höz képest ez közel 6 százalékpontos csökkenést mutat.
- A GTS helyzete összességében nem változott [8%→9%], mindazzal együtt, hogy a kormányzati és nonprofit szférában a jelenlétük erősödött.

Bevétel alapján becsült piacszerkezet technológiák szerint



Bázis: adatátviteli szolgáltatásra fordított kiadások [m Ft], Total=1898 [Business=1814, Gov+NP=84] [250+ fő=1119, 50-249 fő=485, 10-49 fő=293]

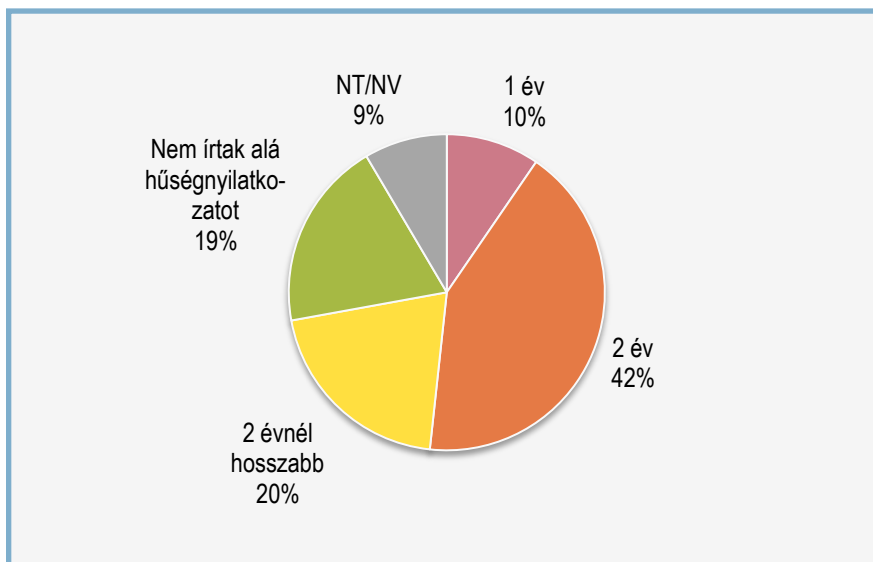
Top szolgáltatók piacrészesedése bevétel alapján



Bázis: adatátviteli szolgáltatásra fordított kiadások [m Ft], Total=1898 [Business=1814, Gov+NP=84] [250+ fő=1119, 50-249 fő=485, 10-49 fő=293]

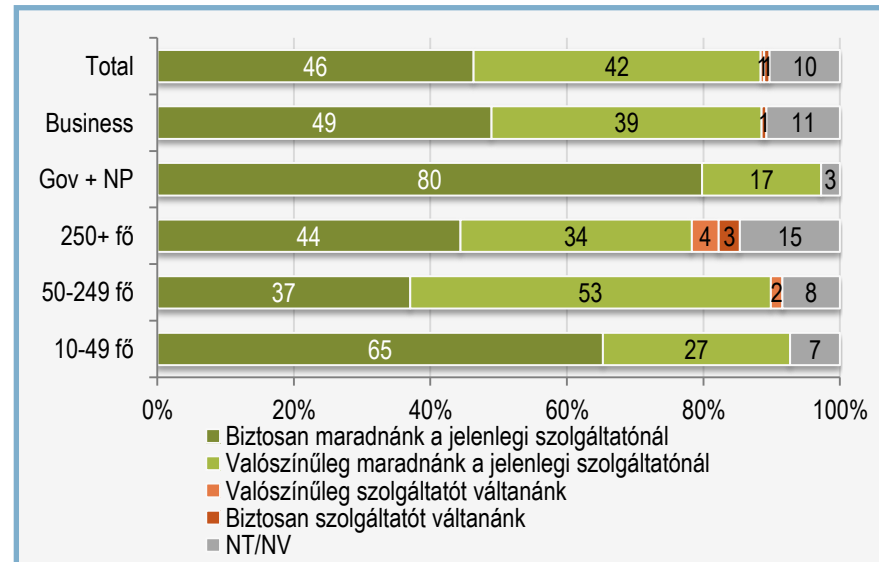
- A piacstruktúrát tekintve a bérelt vonali és a virtuális magánhálózati technológia is jelentősnek számít, a bevételek közel fele-fele ezekből származik. A bérelt vonali részesedés a kormányzati és a 250+ fős szervezetek adatkommunikációs piaca esetében a legmagasabb.
- E részpiacon a legnagyobb szolgáltatónak a Magyar Telekom számít, mely a bevételek több mint felét [59%] realizálja. Az Invitel részesedése 24%. Az egyéb szolgáltatók részesedése jelentősen lecsökkent a kormányzati és nonprofit szegmensben, ami elsősorban kutatás-módszertani változások eredménye [azokat a szervezeteket, melyek számára a NISZ biztosítja az adatátviteli kapcsolatokat, idén már nem tekintjük az adatkommunikációs piac részének].

### Adatátviteli szolgáltatásra vonatkozó [aláírt] hűségserződés hossza



Adatkommunikációs megoldást közvetlen előfizetéssel igénybe vevő szervezetek,

### Mit tennének, amennyiben jelenleg nem lenne érvényes hűségserződésük?\*



Bázis: jelenleg érvényes hűségserződéssel rendelkező szervezetek

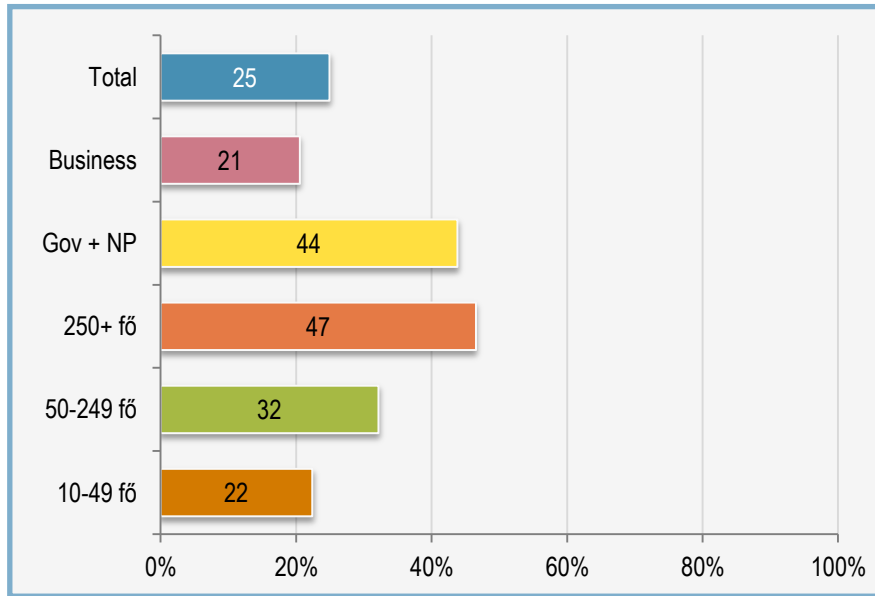
- A közvetlen adatátviteli szolgáltatásra a vizsgált szervezetek ötöde semmilyen hűségnyilatkozatot nem írt alá, míg fennmaradó részük leginkább 1-2 éves hűségnyilatkozatot tett. Az ennél is hosszabb elköteleződésre 20%-uk vállalkozott.
- A hűségnyilatkozatok többsége már lejárt vagy csak rövid ideig érvényes. Egy éven belül a jelenlegi hűségserződések háromötöde nem lesz hatályos [22%-uk már jelenleg is hatályát veszítette].
- A jelenleg érvényes hűségserződéssel rendelkező szervezetek nagy része akkor is maradna a szolgáltatójánál, ha nem lenne ilyen szerződése, kormányzati és nonprofit szférában pedig extrém magas lojalitást érzekeltünk.

\*Az alacsony elemszám [n=91] miatt az eredmények fokozott óvatossággal kezelendők

## 3.5. Televíziós szolgáltatás

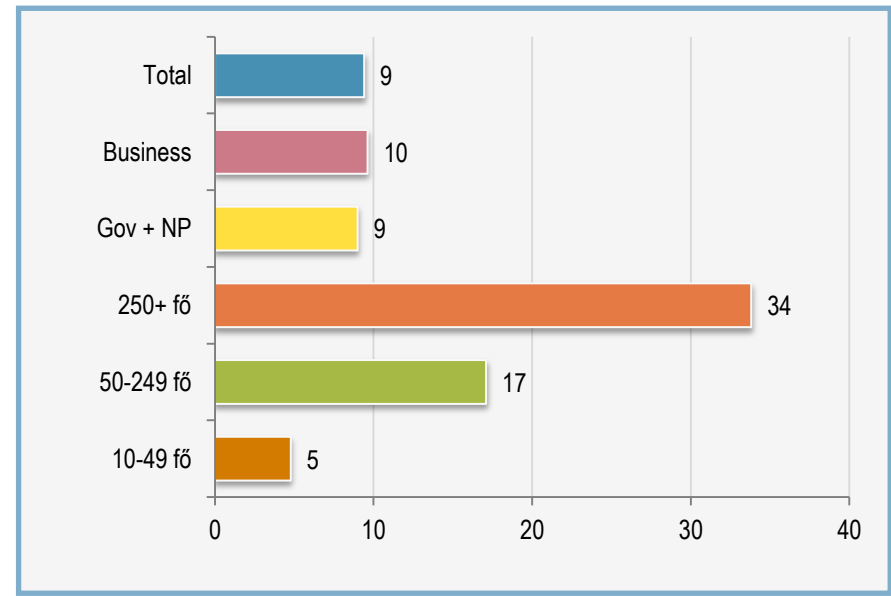


Televíziókészülékkel rendelkezők aránya



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

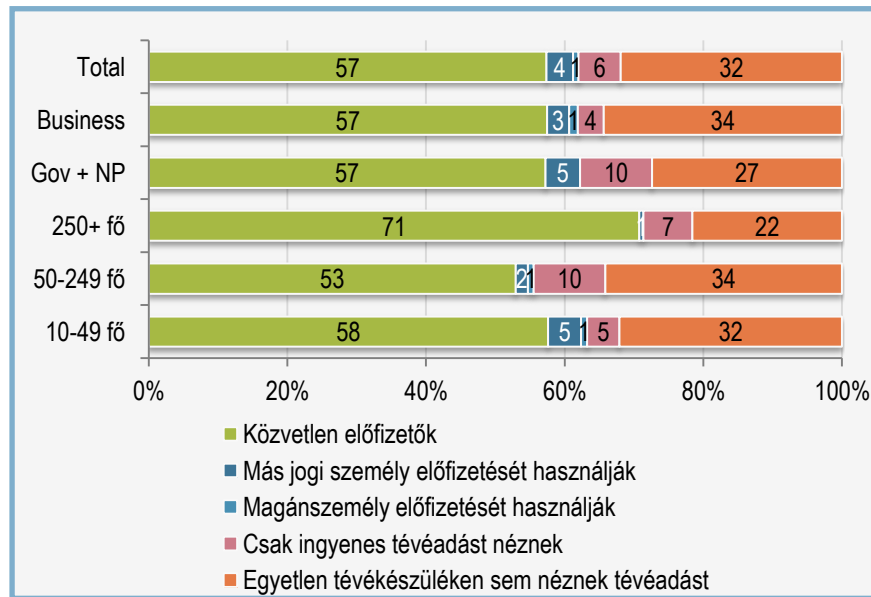
Televíziókészülékek átlagos száma [db]



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

- **A vizsgált szervezetek negyede rendelkezik – legalább egy – működő televíziókészülékkel. A kormányzati és nonprofit szférában jóval magasabb arányban [44%] fordul elő televíziókészülékkel rendelkező szervezet, mint a vállalati körben [21%].**
- **A penetráció mértéke összefüggést mutat a mérettel; minél nagyobb egy szervezet, annál magasabb a tévékészülékkel rendelkezők aránya, illetve a tévékészülékek átlagos száma.**
- **A mintegy 10 ezer, televízióval rendelkező szervezet összességében kb. 93 ezer tévékészülékkel rendelkezik.**

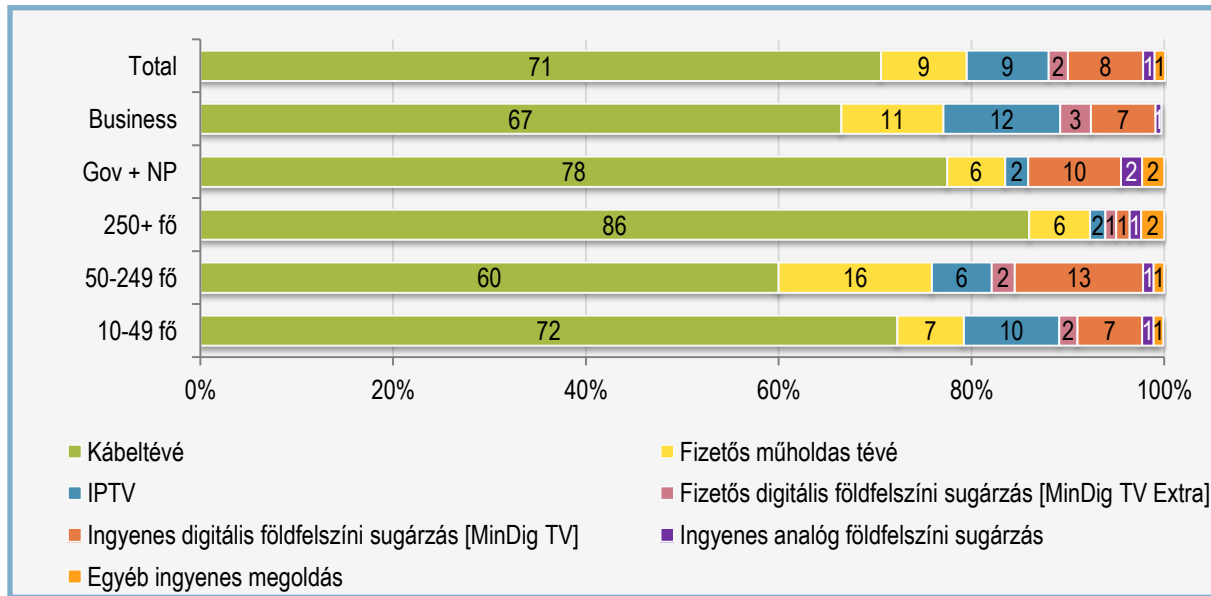
Igénybe vesznek-e „fizetős” televíziós szolgáltatást?



Bázis: működő tévékészülékkel rendelkező szervezetek Total=9914 [Business=6418, Gov+NP=3496]  
[250+ fő=625, 50-249 fő=2246, 10-49 fő=7043]

- A tévékészülékkel rendelkező szervezetek 57%-a [kb. 5700 szervezet] fizet elő közvetlenül, vagyis a szervezet nevéen televíziós szolgáltatásra, míg harmaduk alapvetően nem tévéadások nézésére, hanem egyéb célra használja a készüléket. 6% azon szervezetek aránya, ahol kizárólag ingyenes adást néznek.**
- A legnagyobb szervezetek körében magasabb a televíziós szolgáltatásra előfizetők aránya.**

Technológiák penetrációja

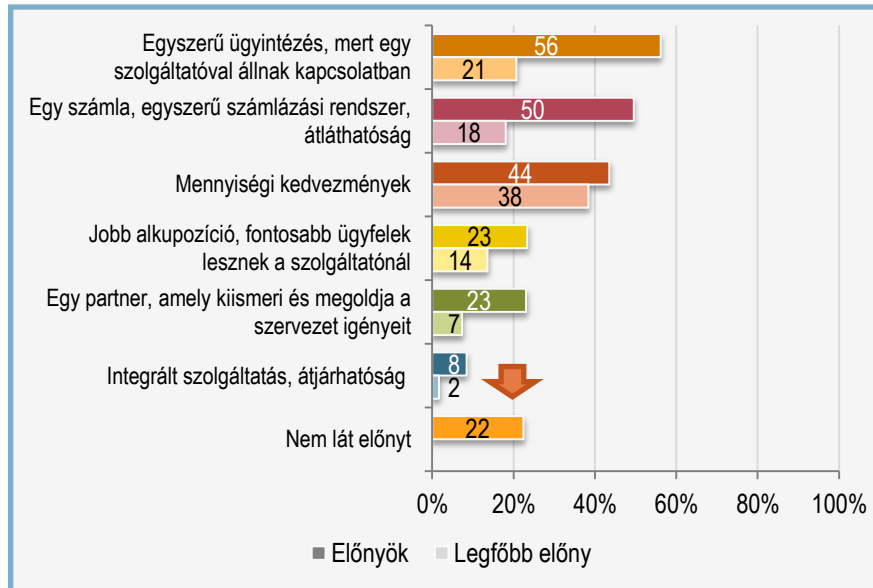


Bázis: fizetős vagy ingyenes televíziós szolgáltatást igénybe vevő szervezetek, Total=6752 [Business=4214 , Gov+NP=2538]  
 [250+ fő=490, 50-249 fő=1480, 10-49 fő=4782]

- A legelterjedtebbnek a kábeltévé számít, a televíziós szolgáltatást igénybe vevő szervezetek közel háromnegyede kábeltelevízióra fizet elő.
- A vizsgált szervezetek közel tizede műholdas tévét, tizede pedig IPTV-szolgáltatást használ, míg kb. 8%-uk ingyenes digitális földfelszíni sugárzáson keresztül fogja a televíziós adásokat.
- A kormányzati és nonprofit szegmensben, valamint a 250+ főt foglalkoztató szervezetekben az átlagosnál magasabb arányban fizetnek elő kábeltévé-szolgáltatásra.

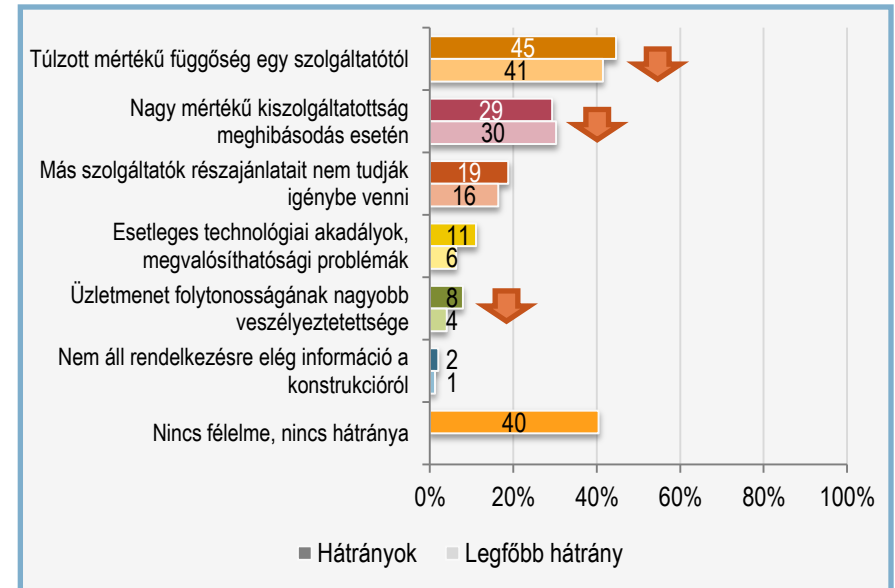
## 4. Bundling

### Bundling-konstrukció előnyei



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

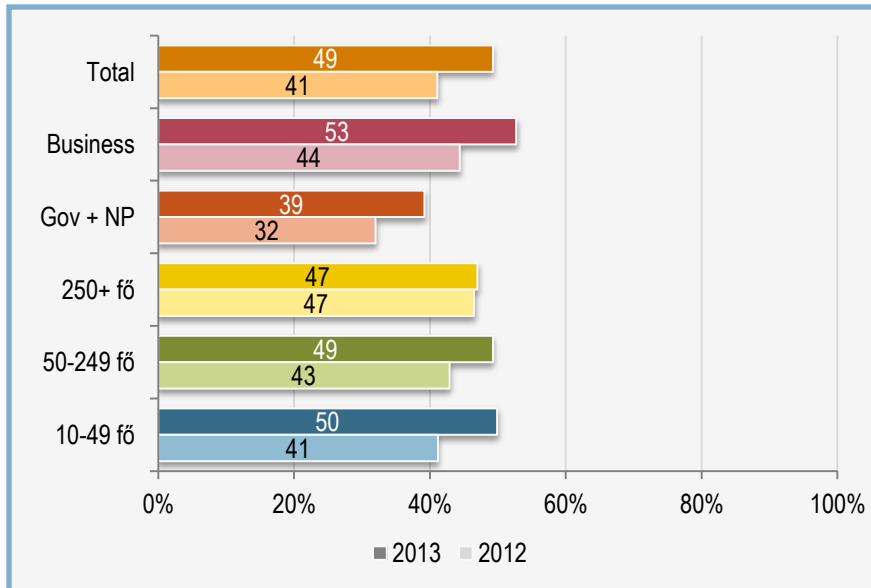
### Bundling-konstrukció hátrányai



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

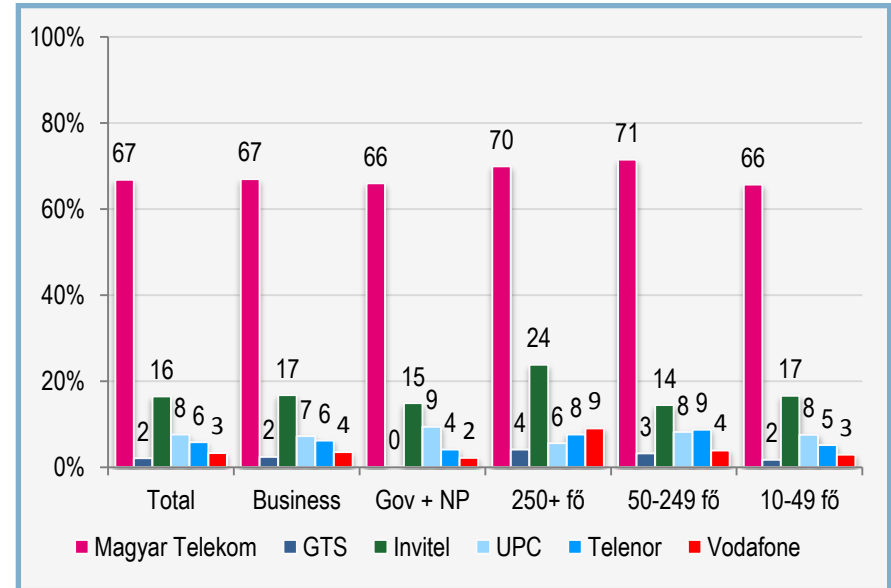
- **Több szolgáltatás együttes igénybevételének vonzereje elsősorban az egyszerűbb ügyintézésben, a számlázásban és a kedvezményekben rejlik. A kedvezmények driver-szerepe a legerősebb, ezt említik legtöbben a konstrukció legfőbb előnyeként.**
- **A megoldással kapcsolatos aggodalmak elsősorban az egy szolgáltatótól való függőség, illetve a kiszolgáltatottság terén jelentkeznek. A válaszadók 40%-a ugyanakkor egyáltalán nem lát hátrányt. Az előző évhez képest valamelyest csökkent azok aránya, akik tartanak a túlzott mértékű függőségtől, kiszolgáltatottságtól, illetve azoké is, akik az üzletmenet folytonosságát látják veszélyeztetve a bundling által.**

**Bundling-penetráció**



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

**Szolgáltatói kapcsolatok**

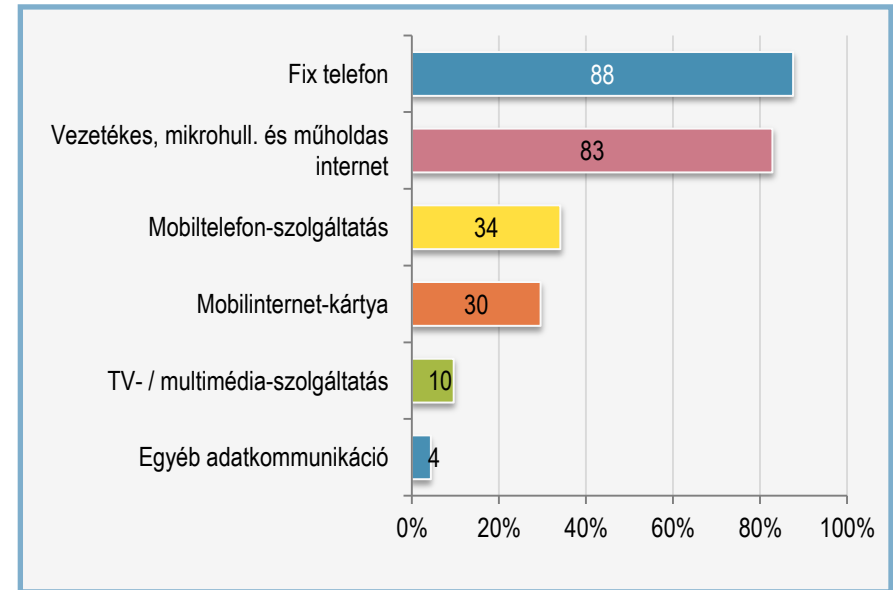
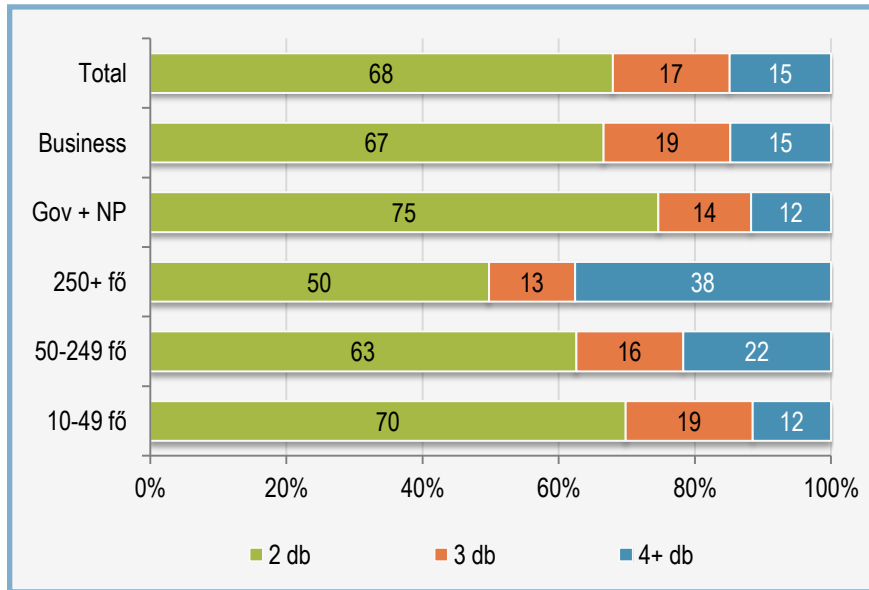


Bázis: bundling-szolgáltatást igénybe vevő szervezetek, Total=20 221 [Business=17 054, Gov+NP=3167] [250+ fő=643, 50-249 fő=3480, 10-49 fő=16 098]

- **Távközlési szolgáltatásokat csomagban a legalább 10 fős szervezetek 49 százaléka, azaz kb. 20 ezer vállalat, intézmény és nonprofit szervezet vesz igénybe. 2012-höz képest ez mintegy 8 százalékpontos növekedést jelent, elsősorban a 10-49 fős szervezeteknél.**
- **A bundling-szolgáltatást igénybe vevő szervezetek kétharmada a Magyar Telekomnál fizet elő. Az Inviteltől 16% vesz igénybe csomagban távközlési szolgáltatásokat.**
- **A GTS, a UPC, a Telenor és a Vodafone is érzékelhető mennyiségű bundled-ügyfél számára szolgáltat.**

Csomagban igénybe vett szolgáltatások száma [db]

Így igénybe vett távközlési szolgáltatások a bundling-csomagban



Bázis: bundling-szolgáltatást igénybe vevő szervezetek, Total=20 221 [Business=17 054, Gov+NP=3167] [250+ fő=643, 50-249 fő=3480, 10-49 fő=16 098]

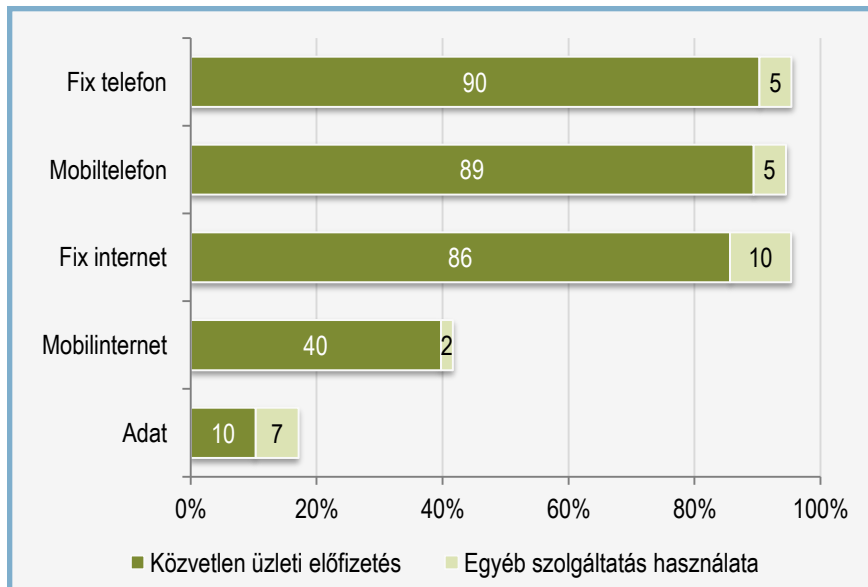
Bázis: bundling-szolgáltatást igénybe vevő szervezetek, Total=20 221 [Business=17 054, Gov+NP=3167] [250+ fő=643, 50-249 fő=3480, 10-49 fő=16 098]

- **A bundling-megoldást használó szervezetek 68%-a 2, 17%-a 3 szolgáltatást vesz igénybe egy csomagban.**
- **A bundling-szolgáltatások igénybevevői leggyakrabban a fix telefont [88%] és a vezetékes internetet [83%] veszik igénybe a bundling-csomag keretében. A mobiltelefon-szolgáltatás 34%, míg a mobilinternet-előfizetés 30% esetében része a bundling-csomagnak.**
- **2012-höz képest a legnagyobb változást a csomagban vezetékes internettel rendelkezők arányának megközelítőleg 6 százalékpontos növekedése jelenti, de változott a mobiltelefon [40%→34%] és a TV-szolgáltatás [5%→10%] részaránya is.**
- **A távközlési szolgáltatások mellett a Magyar Telekom ügyfélkörében már elkezdődött a gáz- és a villamosenergia-szolgáltatás csomagolása is, de ennek penetrációja jelenleg még viszonylag alacsony [3% körüli].**

## 5. Teljes távközlési piac

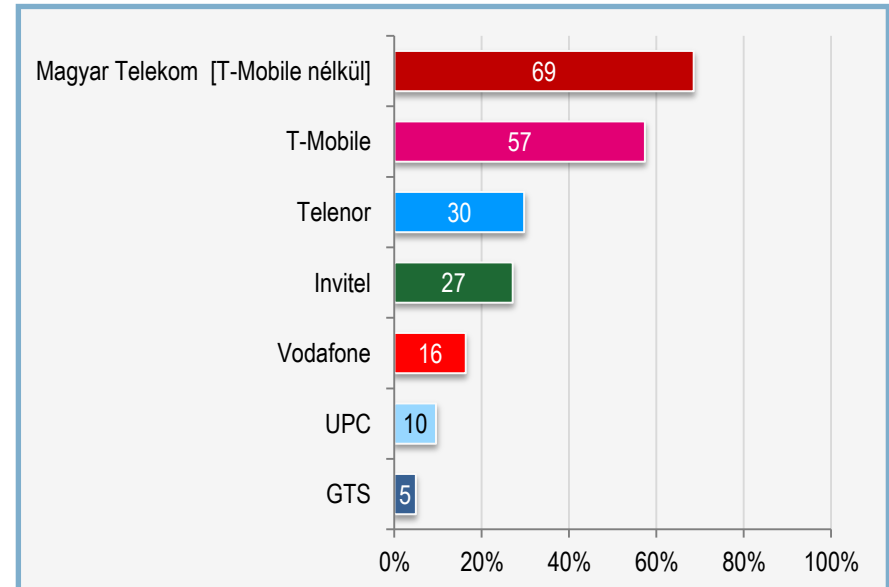


### Távközlési szolgáltatások penetrációja



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843

### Bármilyen üzleti távközlési szolgáltatásra közvetlen üzleti előfizetők a piac legjelentősebb szolgáltatóinál



Bázis: összes vállalat / szervezet, Total=39 843 [Business=31 864, Gov+NP=7979]  
[250+ fő=1345, 50-249 fő=6994, 10-49 fő=31 504]

- A vezetékes telefon és internet használata csaknem az összes legalább 10 fős szervezetre jellemző. Elsőprő többségük mobiltelefon-, 42%-uk mobilinternet-előfizetéssel is rendelkezik. Egyedül az adatkommunikációs szolgáltatások számítanak kevésbé elterjedtnek, de ezeket is a szervezetek 17%-a használja.**
- Az adatkommunikációs előfizetések penetrációja az elmúlt időszakban jelentősen csökkent, főként a dial-upra szóló előfizetések és a dedikált banki adatkommunikációs kapcsolatok eltűnése miatt.**
- A Magyar Telekom [kb. 26 ezer ügyfél] és a T-Mobile [kb. 23 ezer ügyfél] pozíciója a legkedvezőbb az ügyfél-alapú részesedéseket tekintve. Utánuk a Telenor következik 12 ezer, majd az Invitel 10 ezer ügyféllel.**

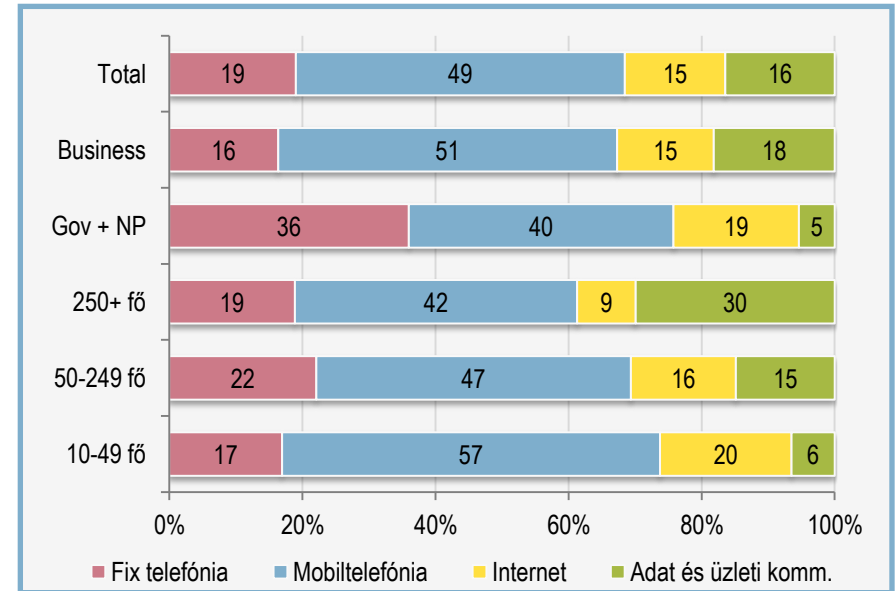
Távközlési szolgáltatások piaca 2013-ban [nettó, millió Ft]

	Fix telefónia	Mobil- telefónia	Internet	Adat- és üzleti komm.	Total
<b>Business</b>	<b>19 596</b>	<b>61 003</b>	<b>17 420</b>	<b>21 766</b>	<b>119 784</b>
<b>Gov + NP</b>	<b>6 762</b>	<b>7 468</b>	<b>3 542</b>	<b>1 008</b>	<b>18 781</b>
<b>250+ fő</b>	<b>8 471</b>	<b>19 037</b>	<b>3 950</b>	<b>13 434</b>	<b>44 892</b>
<b>50-249 fő</b>	<b>8 669</b>	<b>18 539</b>	<b>6 202</b>	<b>5 821</b>	<b>39 231</b>
<b>10-49 fő</b>	<b>9 218</b>	<b>30 895</b>	<b>10 766</b>	<b>3 520</b>	<b>54 399</b>
<b>Total</b>	<b>26 358</b>	<b>68 471</b>	<b>20 919</b>	<b>22 774</b>	<b>138 522</b>

Bázis: teljes 2013-as távközlési kiadás [m Ft], Total=138 522

[Business=119 784, Gov+NP=18 781] [10-49 fő=54 399, 50-249 fő=39 231, 250+ fő=44 892]

Piacstruktúra



Bázis: teljes 2013-as távközlési kiadás [m Ft], Total=138 522

[Business=119 784, Gov+NP=18 781] [10-49 fő=54 399, 50-249 fő=39 231, 250+ fő=44 892]

- A távközlési szolgáltatások teljes piacát mintegy 139 milliárd forintra becsüljük. A piac legnagyobb hányadát [49%] a mobiltelefonía, ötödét pedig a fixtelefoniac adja.
- Az állami és nonprofit szervezeteknél a fix-kiadások aránya felülreprezentált, ezzel párhuzamosan a mobilkiadásuk kisebb súllyal szerepelnek a teljes intézményi és nonprofit piacon belül.
- A legalább 250 fős szervezeteknél az adatkommunikációs kiadások az átlagosnál magasabb arányban járulnak hozzá a teljes piachoz.