



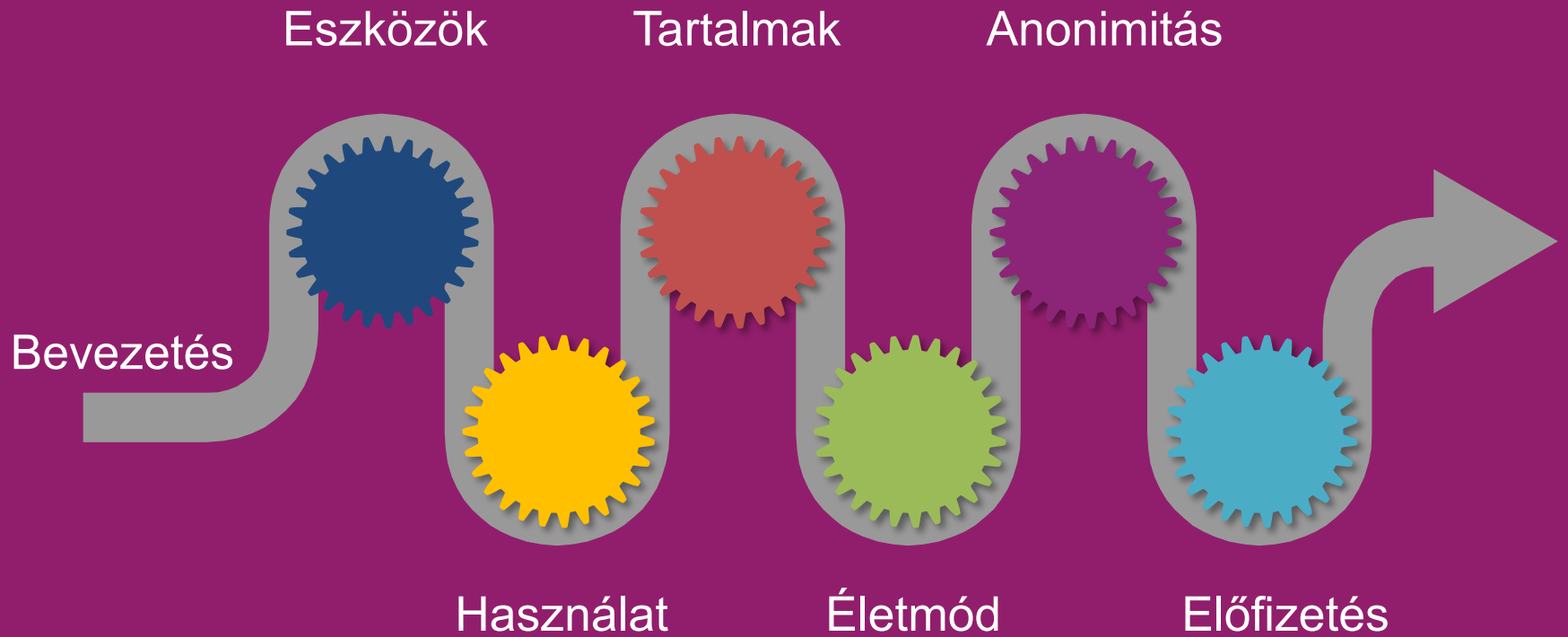
NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

**LAKOSSÁGI
INTERNETHASZNÁLAT
ONLINE PIACKUTATÁS
2017**

Kutatási jelentés az NMHH részére
Ariosz Kft.
NRC Kft.

TARTALOM





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

BEVEZETÉS

Megrendelő	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Kutatóhely	NRC Marketingkutató és Tanácsadó Kft. Ariosz Szolgáltató, Informatikai és Tanácsadó Kft.
Adatfelvétel ideje	2017.11.16 – 2017.12.20.
Adatfelvétel módszere	online megkérdezés standard kérdőívvel (CAWI)
Alapsokaság	16+ éves Magyarországon élő, legalább hetente egyszer internetezők
Mintanagyság	3110 személy
Súlyozás	nem, korcsoport, iskolai végzettség, lakóhely ismérvek alapján többszemponútú faktorsúlyozás
Mintavétel statisztikai hibája	a teljes mintára vonatkozóan: az idej és a korábbi adatok összehasonlításakor legfeljebb $\pm 2,5\%$, azonos adatfelvételen belül legfeljebb $\pm 2\%$

16+ éves személyek kormegoszlása

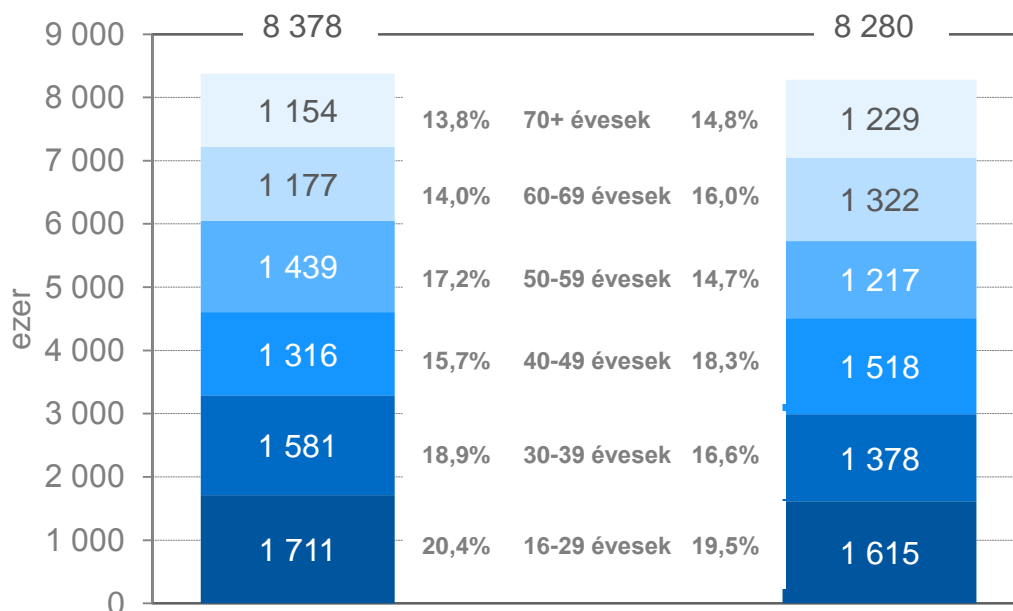
Kutatás éve:

2016


2017

Súlyozás bázisa: Népszámlálás, 2011.

Mikrocenzus, 2016.

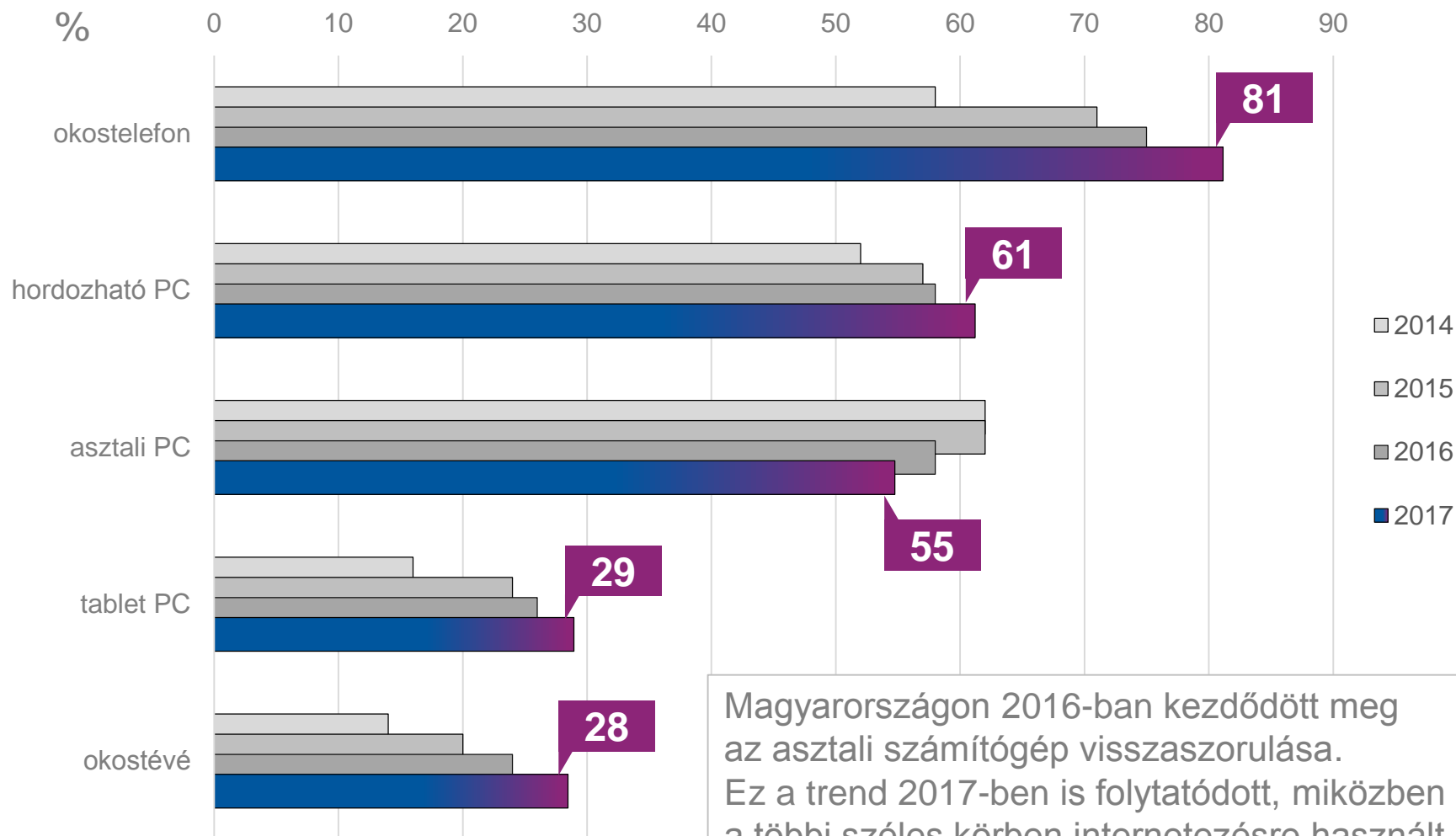


Mintánk súlyozásakor 2012 és 2016 között az akkor elérhető legfrissebb adatbázis: a 2011. évi népszámlálás adatait vettük alapul. 2017-ben a még frissebb adatfelvétel: a 2016. évi „kis népszámlálás”, a mikrocenzus adataira tértünk át. A 2011 és 2016 közötti öt évben jelentősen módosult a népesség korösszetétele, ami az internetezők összetételére is kihatott. Témánk szempontjából a legfontosabb változás a növekedés a 60 évesnél idősebb korosztály létszámában és arányában, s a 16-29 éveseknél bekövetkezett csökkenés.

n	mintabeli létszám (fő)
N	becsült létszám az alapsokaságban (fő)
NT	nem tudja
NA	nincs adat
16+	16 évesek és idősebbek
m	millió
Q	kérdés a kérdőívben
msz.	megyeszékhely
vezetékes internet	az összes nem-mobil internetelési technológia
MBB	mobile broadband, szélessávú mobilinternetes kapcsolat
	társadalmilag fontos, perspektivikus jelentőségű változás vagy különbség

INTERNETEZÉS ESZKÖZEI

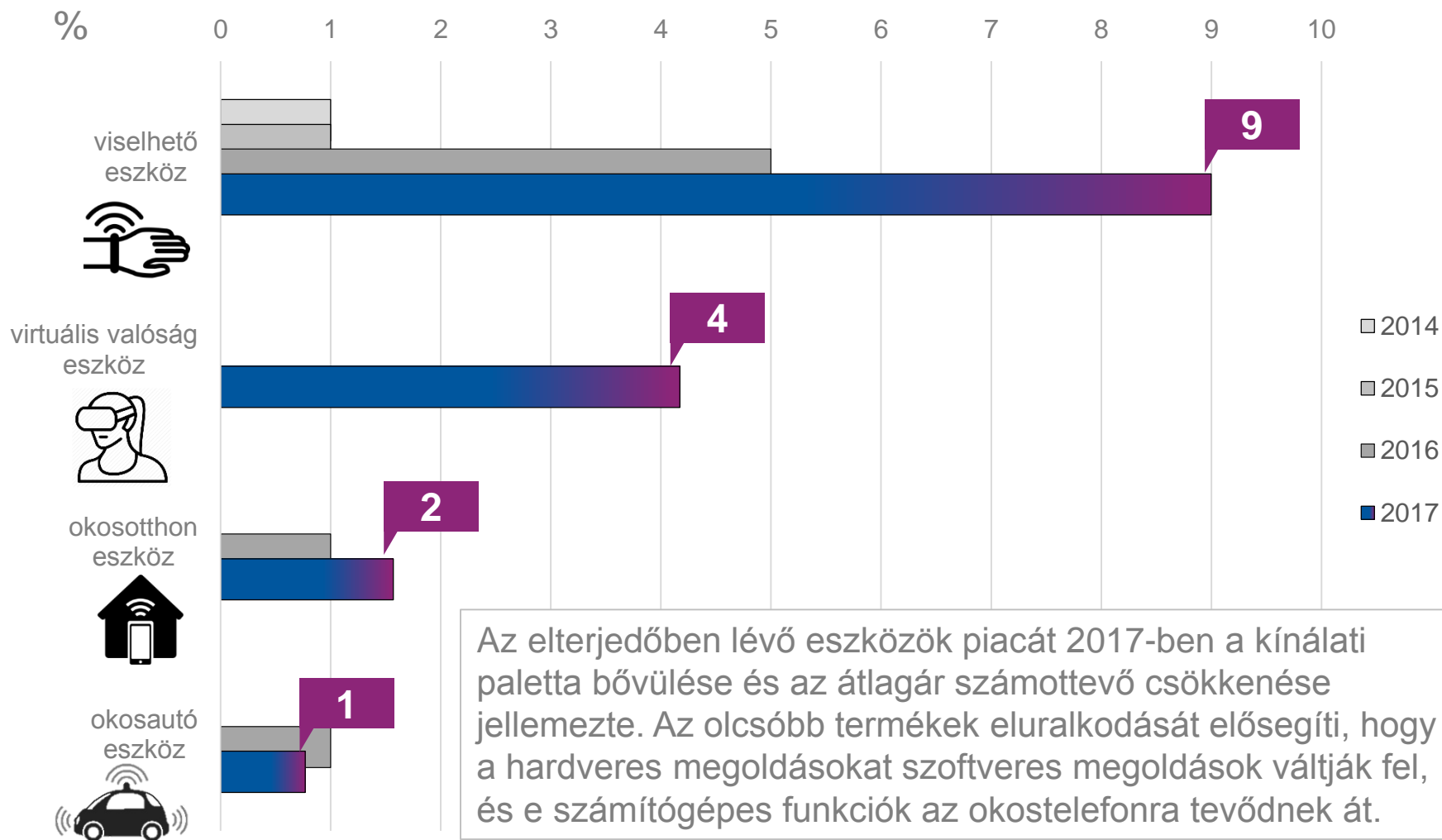




Magyarországon 2016-ban kezdődött meg az asztali számítógép visszaszorulása. Ez a trend 2017-ben is folytatódott, miközben a többi széles körben internetezésre használt eszköz penetrációja nőtt.

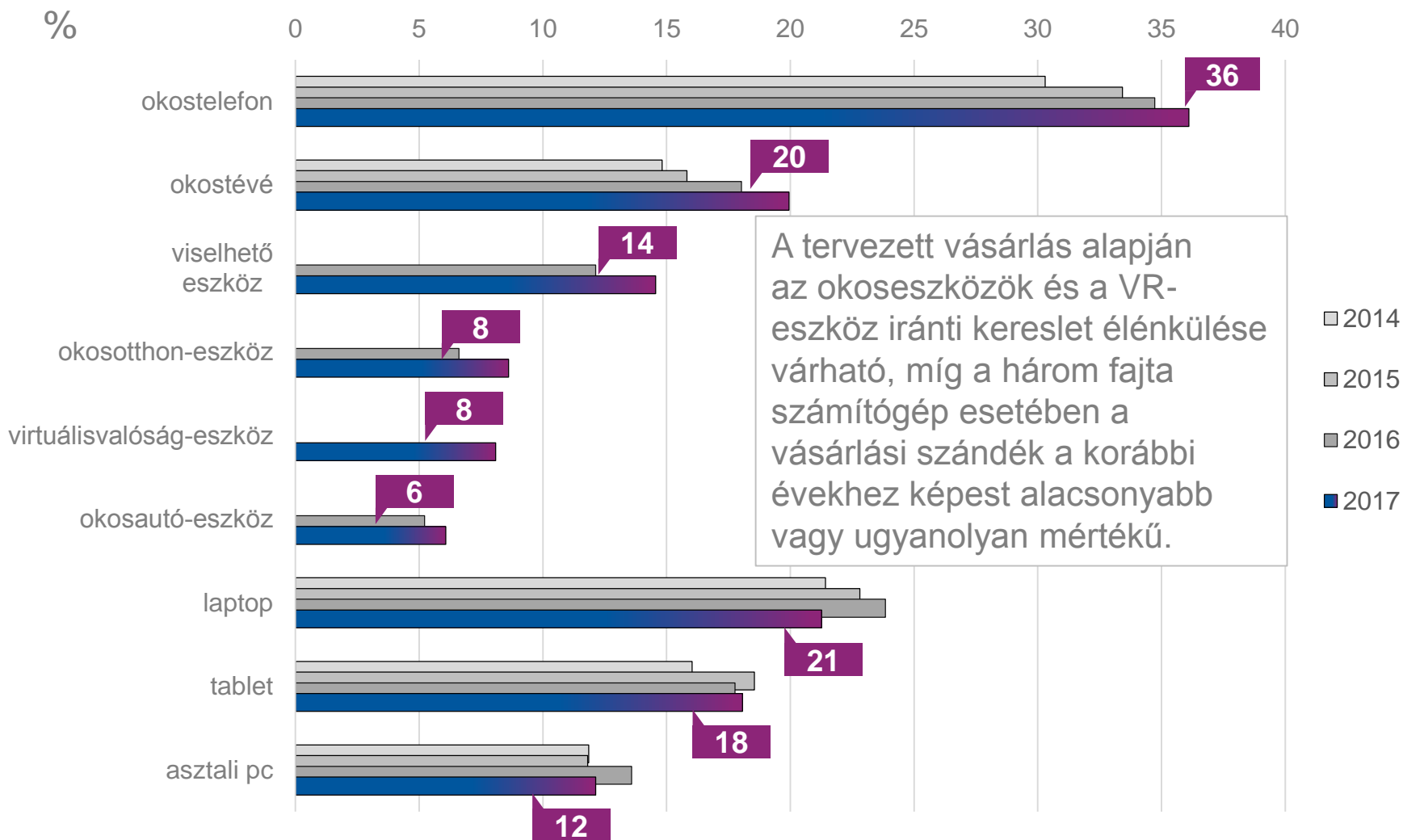
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

Birtoklásnak azt tekintjük, ha az eszköz a válaszadó tulajdona vagy vele egy lakásban élő hozzátartozója tulajdona, és a válaszadó használja az eszközt.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

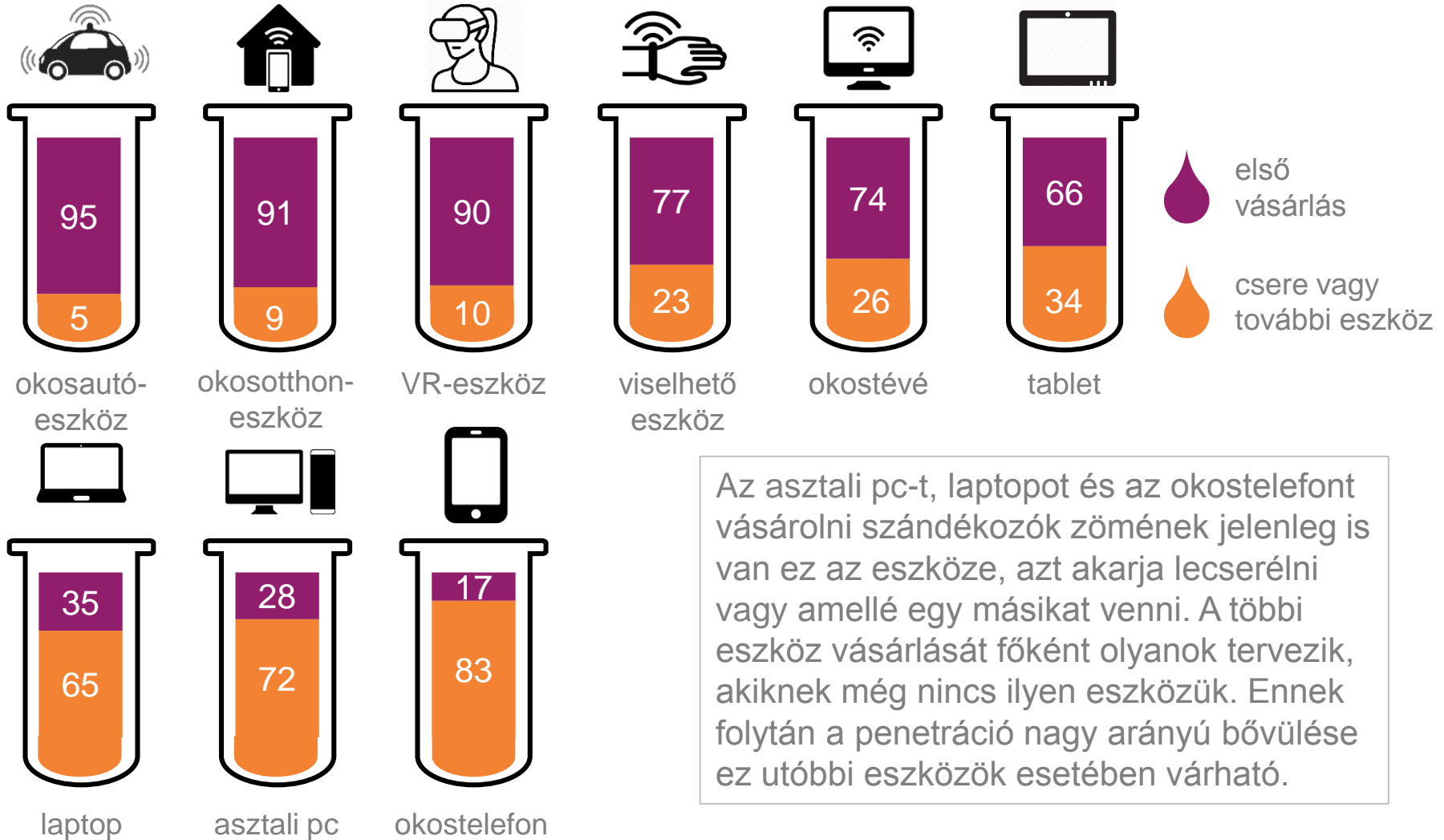
Birtoklásnak azt tekintjük, ha az eszköz a válaszadó tulajdona vagy vele egy lakásban élő hozzátartozója tulajdona, és a válaszadó használja az eszközt.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

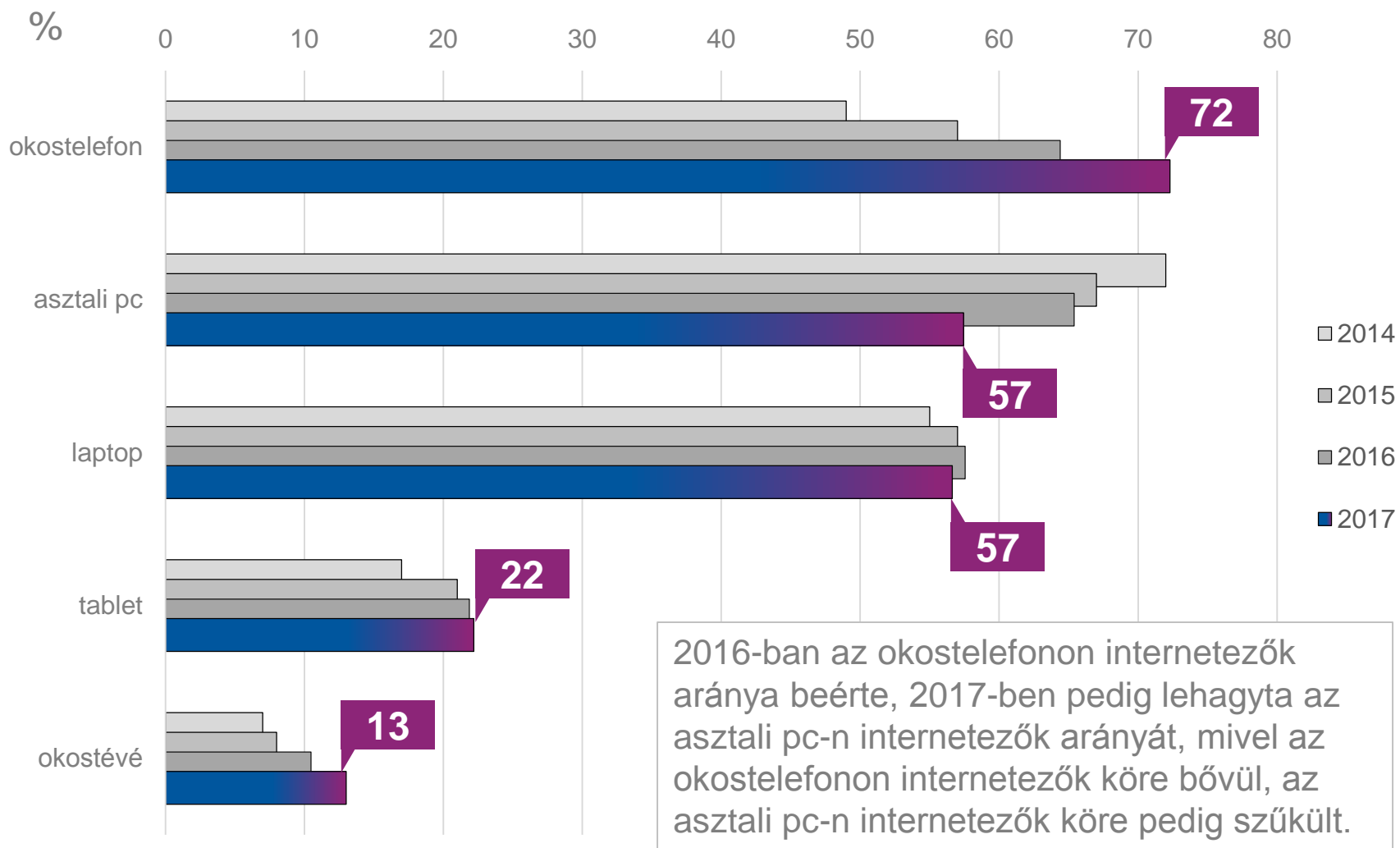
Vásárlásnak azt tekintjük, ha a válaszadó a saját céljára, a család közös használatára vagy a vele egy lakásban élő hozzátartozója a válaszadó/a család számára vásárol valamely eszközt.

%



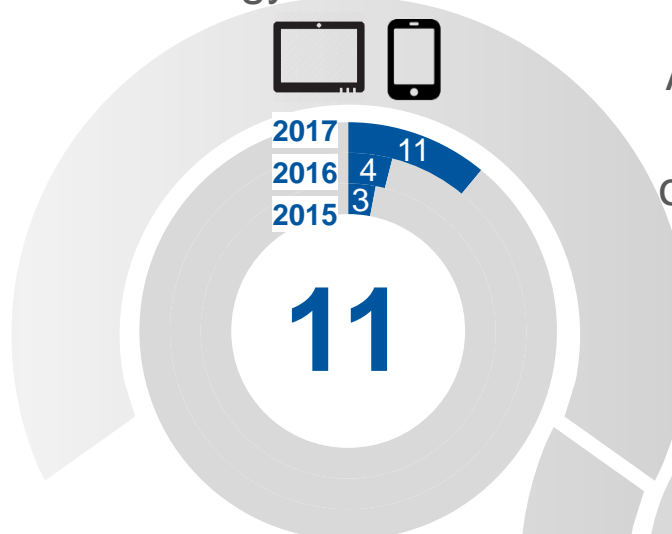
Az asztali pc-t, laptopot és az okos telefont vásárolni szándékozók zömének jelenleg is van ez az eszköze, azt akarja lecserélni vagy amellé egy másikat venni. A többi eszköz vásárlását főként olyanok tervezik, akiknek még nincs ilyen eszközük. Ennek folytán a penetráció nagy arányú bővülése ez utóbbi eszközök esetében várható.

Bázis: az adott eszközt vásárolni szándékozók

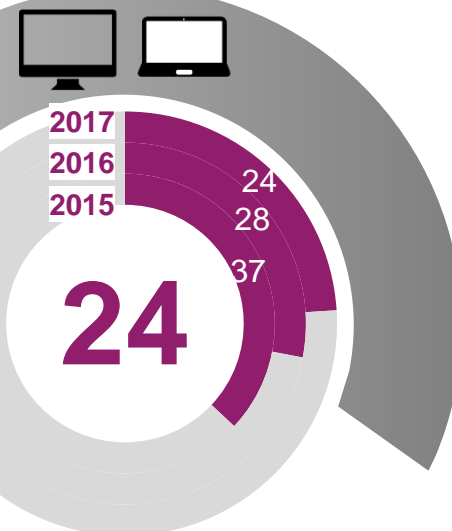
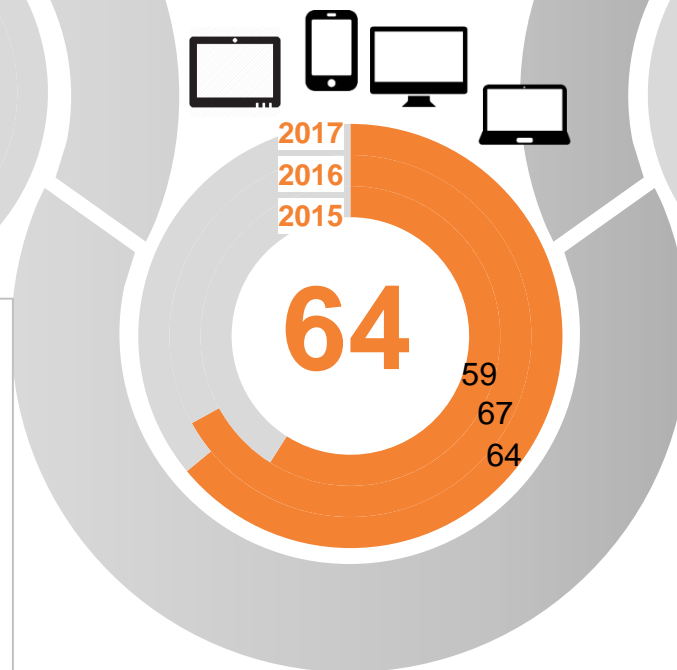


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

Csak okostelefon
vagy tablet



Asztali pc / laptop
+
okostelefon / tablet

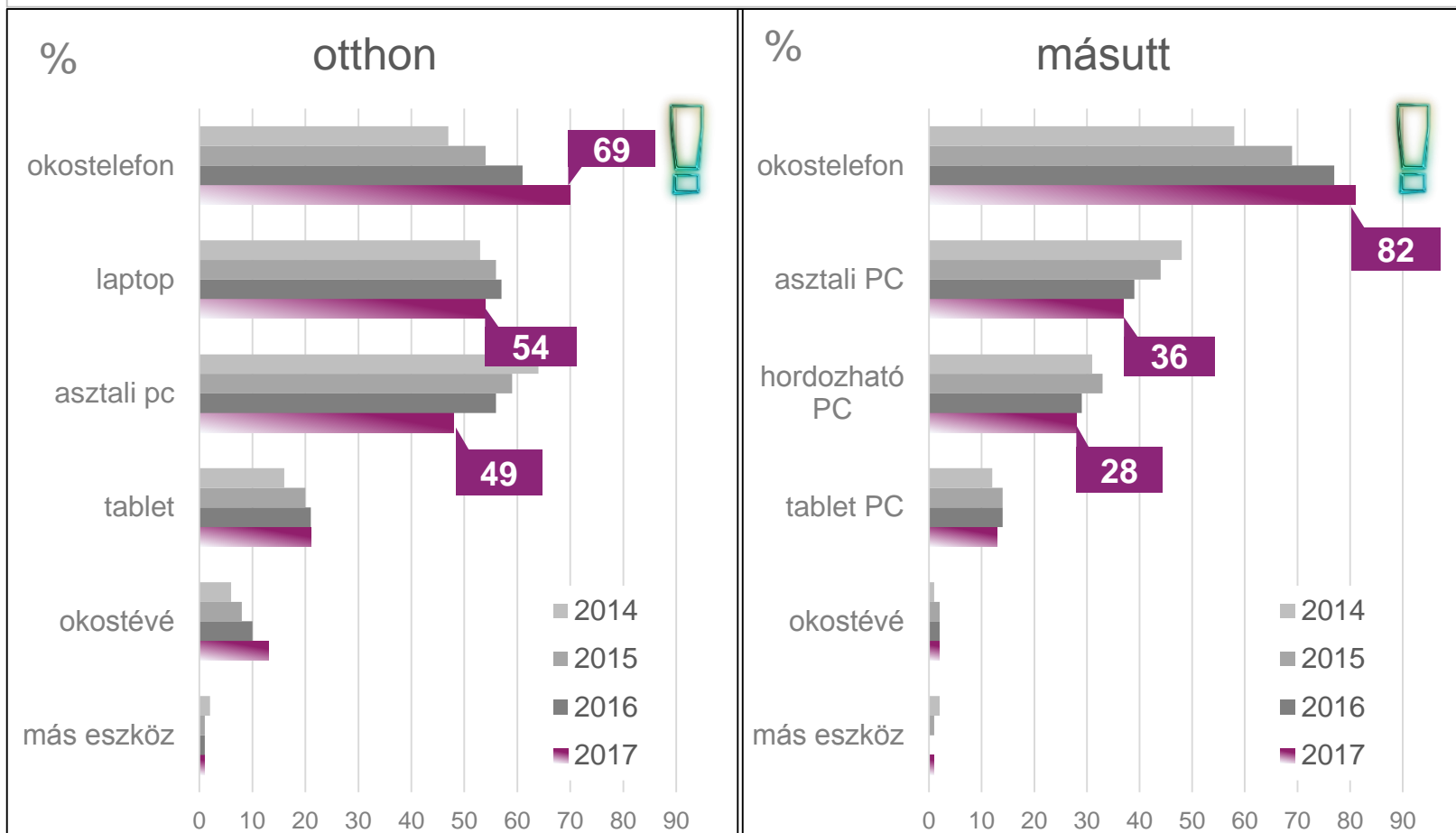


Csak asztali pc
vagy laptop

2017-ben folytatódott a csak pc-n internetezők csoportjának fogyatkozása, de ez már nem a pc-n és kézi eszközön internetező csoport bővülésével járt együtt, mint korábban, hanem azok aránya nőtt, akik csakis kézi eszközön használják az internetet.

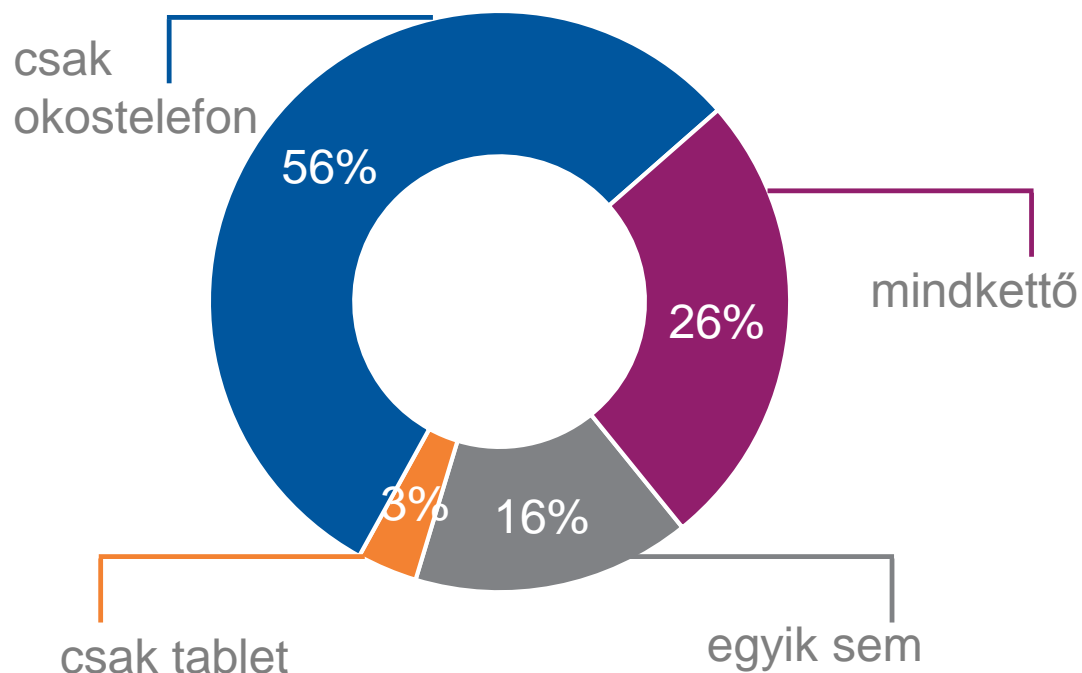
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

2016 volt az első év, amikor az okostelefon az otthoni használatban is megelőzte a pc-eket. 2017-ben még nagyobb előnyre tett szert az okostelefon mind az otthoni, mind az otthonon kívüli használatban.



Bázis: 16+ éves otthon internetezők; n=3044, N=6,0 m; otthonon kívül internetezők; n=2092, N=4,1 m

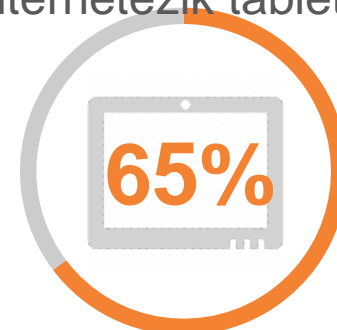
kézi eszköz birtoklása



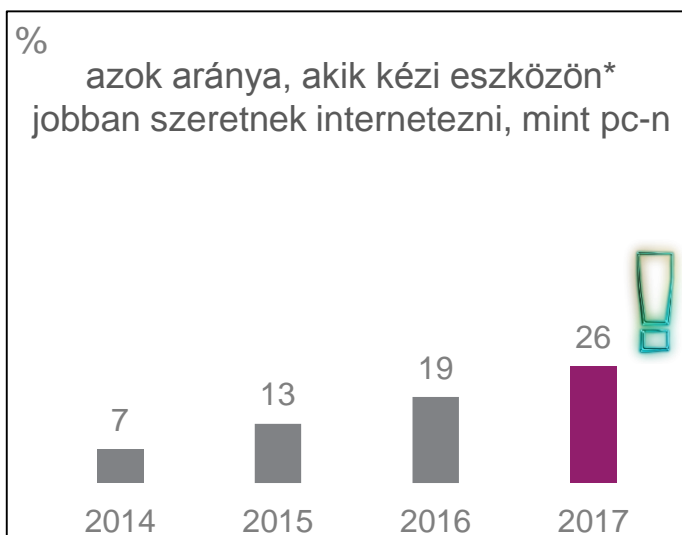
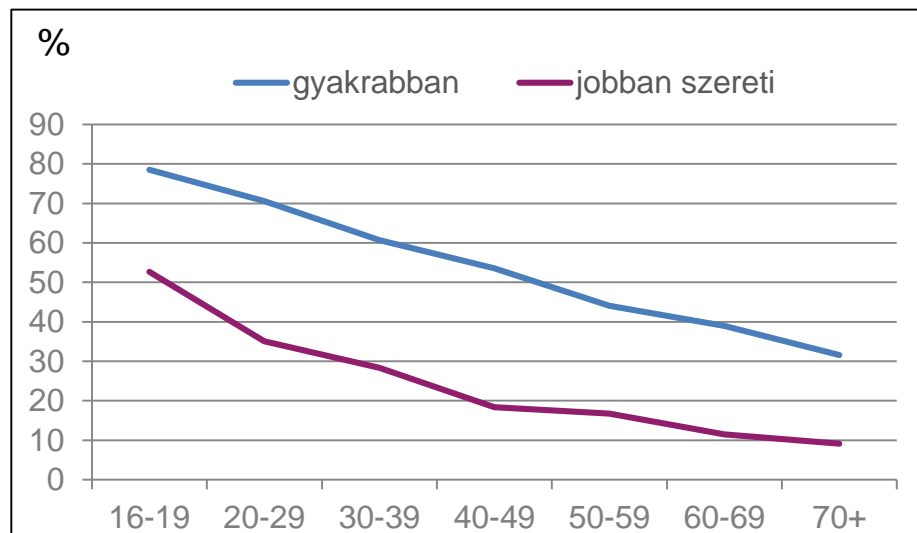
okostelefon-birtokosok közül internetezik okostelefonon



tabletbirtokosok közül internetezik tableten



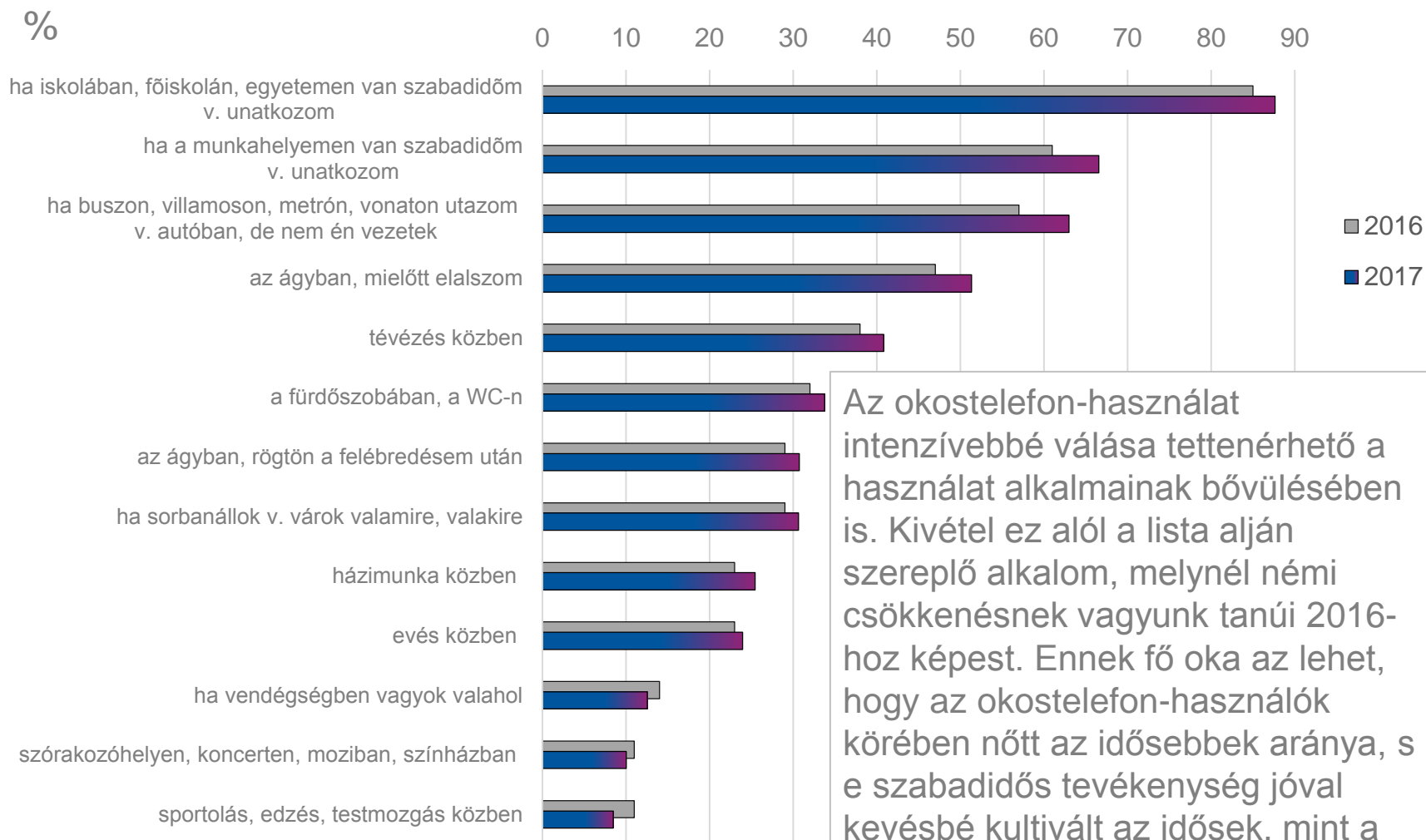
A 16+ éves internetezők 84%-ának volt okostelefonja vagy tabletje 2017 végén, és a 76%-uk internetezett ilyen eszközön. Az okostelefont elterjedtebben használják a birtokosai internetezésre, mint a tabletet, aminek egyik oka a tablet fizikai mérete lehet: egyes internetes tevékenységekhez túl nagy, másokhoz túl kicsi.



A kézi eszközök terjedése nem merül ki abban, hogy egyre többen használják őket internetezésre. A hagyományos pc-n és kézi eszközön is internetezők körében a használat eltolódik a kézi eszköz felé. Számos tényező támogatja ezt a folyamatot, így a kézi eszközök műszaki jellemzőinek, kezelhetőségének javulása, a mobilnet sebességének növekedése, a tartalomszolgáltatások optimalizálása kézi eszközre, a telefon- és az MBB-előfizetés összekötése a szolgáltatók csomagjainakban, az internetezők hozzászokása a kézi eszközhöz.

Bázis: akik interneteznek okostelefon/táblagépen is és otthon asztali pc-n vagy laptopon is, n=1918, N=3,8 m

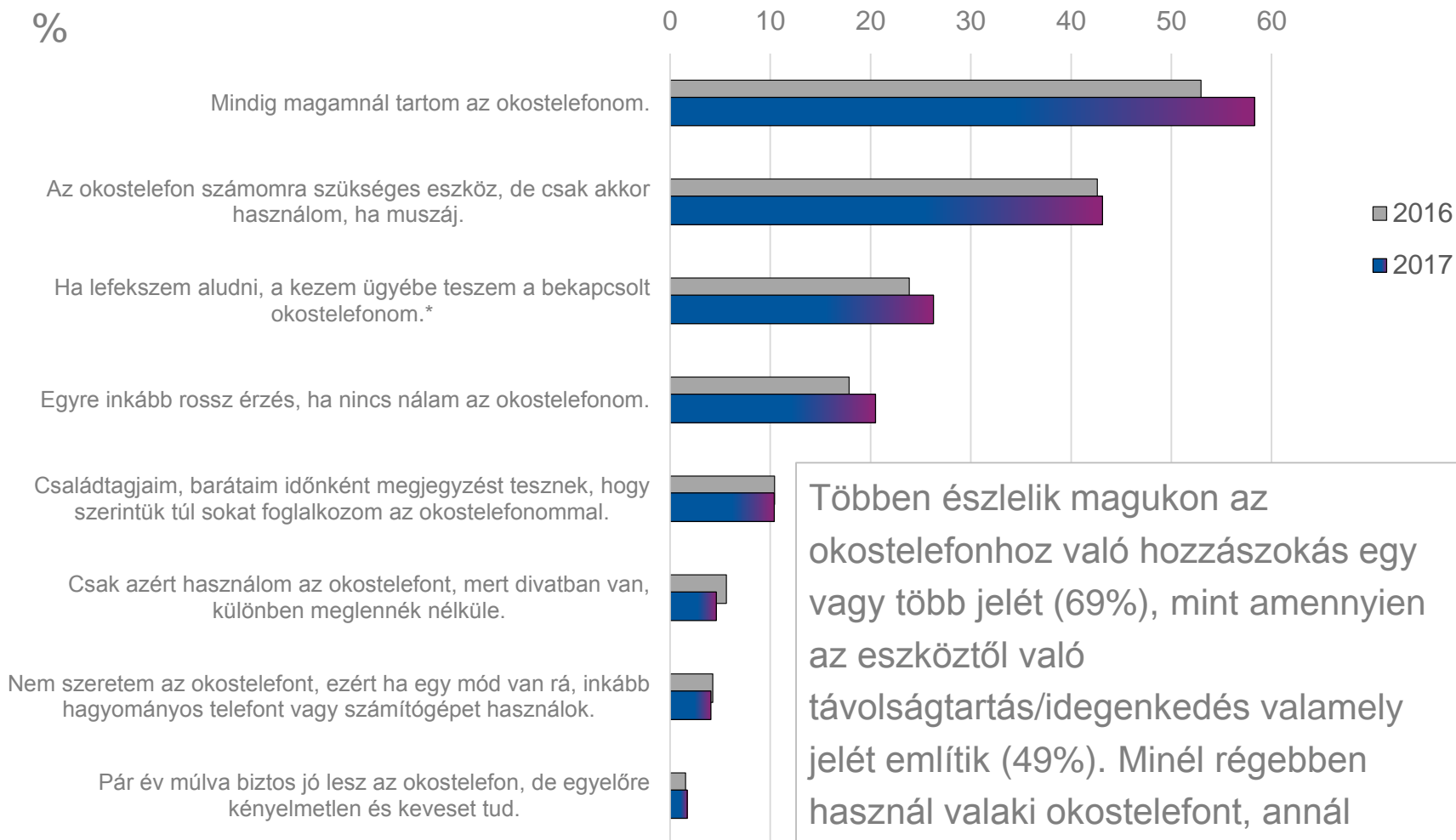
*2014-ben és 2015-ben okostelefonon, 2016-tól okostelefonon vagy táblagépen



Az okostelefon-használat intenzívebbé válása tettenérhető a használat alkalmainak bővülésében is. Kivétel ez alól a lista alján szereplő alkalom, melynél némi csökkenésnek vagyunk tanúi 2016-hoz képest. Ennek fő oka az lehet, hogy az okostelefon-használók körében nőtt az idősebbek aránya, s e szabadidős tevékenység jóval kevésbé kultivált az idősek, mint a fiatalabbak körében.

Bázis: okostelefon-használók, n=2524, N=4,9 m

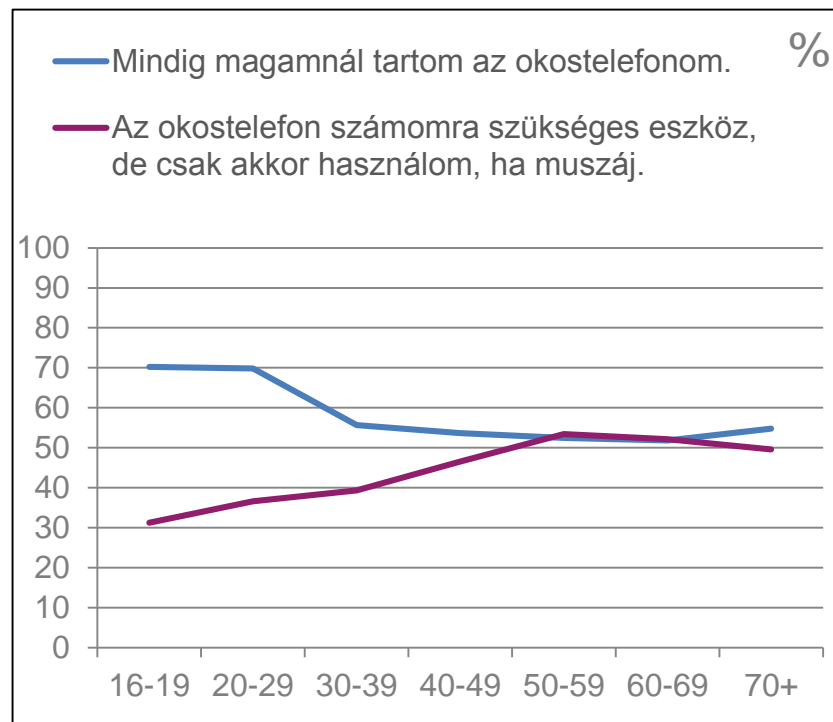
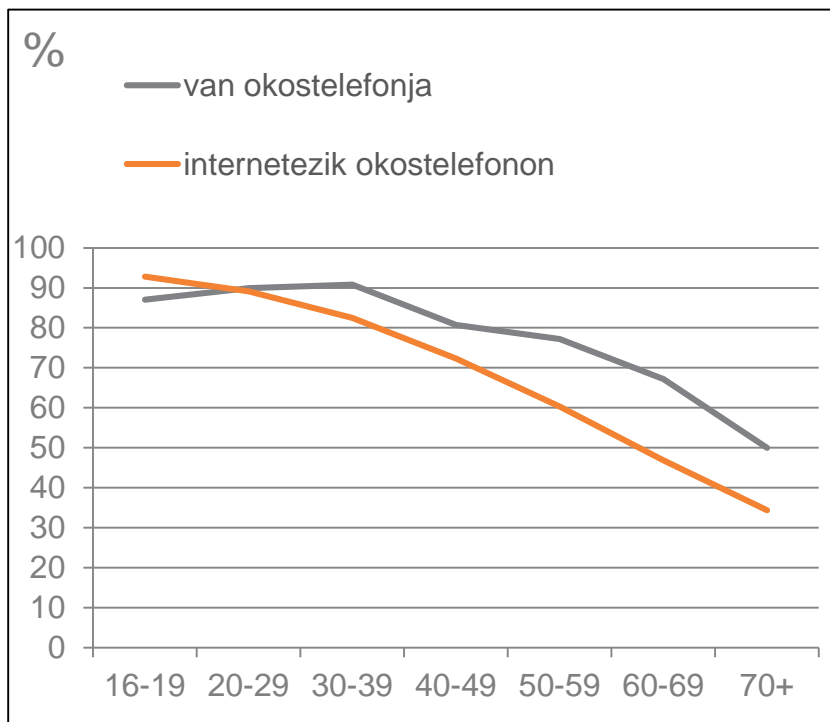
Munkahelyre/iskolára vonatkozó válaszopció: fenti bázison belül aktív keresők/tanulók



Bázis: okostelefon-használók, n=2524, N=4,9 m

*A kérdőívben a következő magyarázattal folytatódott a kérdés:

„Nemcsak azért, mert ébresztőórának használom, hanem hogy meg tudjam nézni, ha üzenetet kapok vagy ha nem bírok elaludni.”

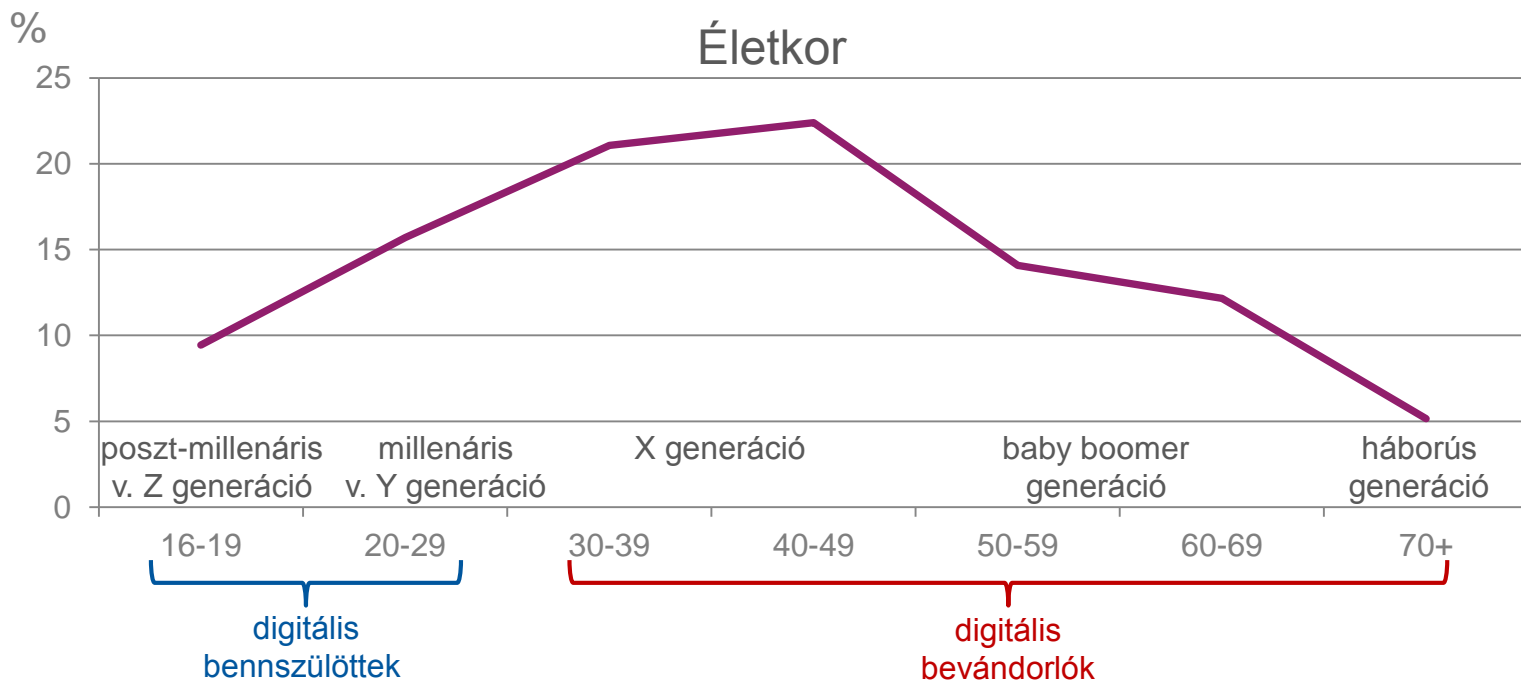


Az okostelefonnal rendelkező tizen- és huszonévesek mindegyike internetezik okostelefonon (a tizenévesek közül olyanok is, akiknek nincs saját okostelefonjuk), a náluk idősebbek körében viszont egyre ritkább az eszköz internetképességének a kihasználása.

Az okostelefonra való ráutaltság jelei is csökkennek életkor szerint.

INTERNETHASZNÁLAT



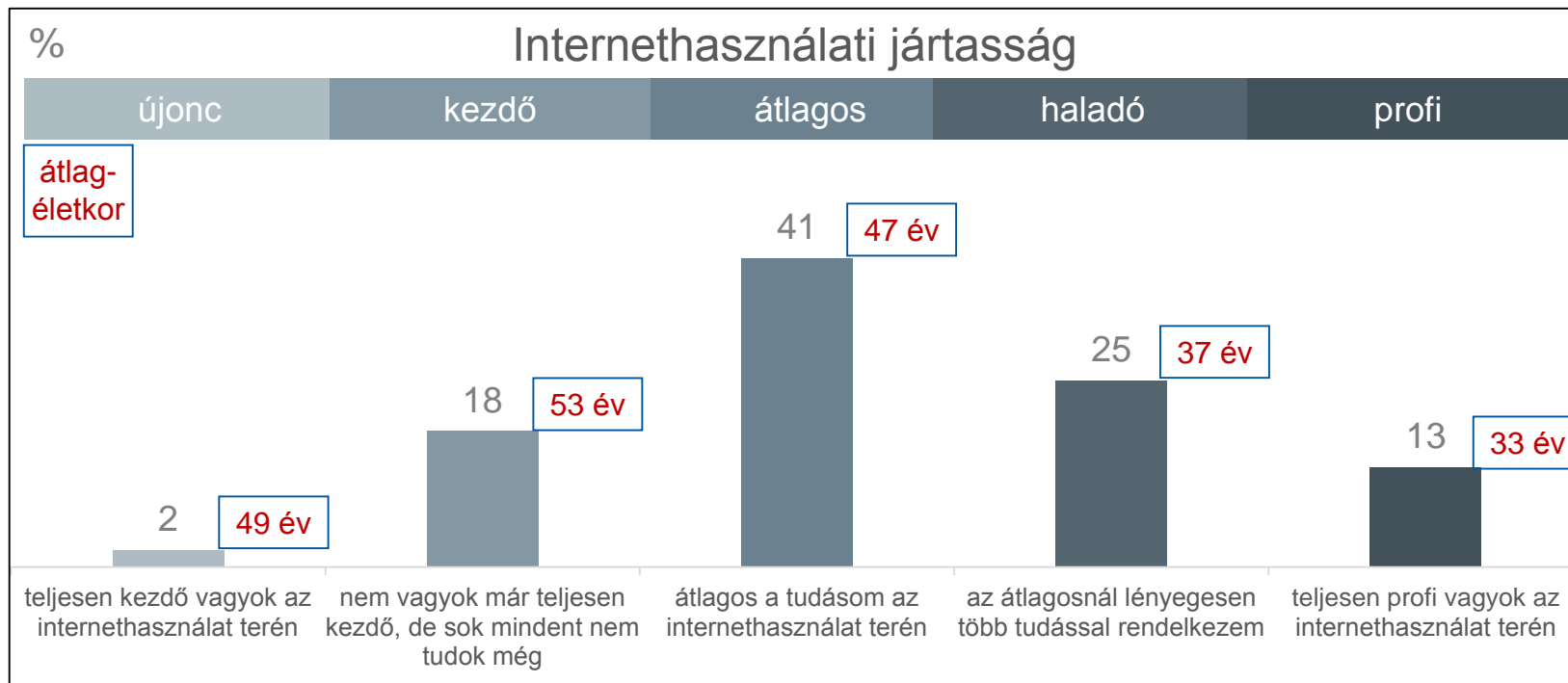


A 16+ éves internetezők átlagéletkora 2017-ben 42 év. Ez a mutató évről-évre emelkedik kissé. Ez egyrészt a népesség előregedésével áll összefüggésben, másrészt azzal, hogy mivel a fiatal korcsoportok gyakorlatilag minden tagja internetező és a korhatárak kitolódik, az egy adott évben internetezővé válók átlagosan egyre idősebbek.

Az életkor több szálon befolyásolja az internetezés jellegét: többek között kijelöli az életmód pilléreit (tanulás, munka, család), behatárolja a szabadon felhasználható időmennyiséget és meghatározza a kortárs csoportot, melynek szemlélete, normái mérvadóak számunkra. Életkorunk jelzi, hogy mely generációhoz tartozunk, azaz milyen technológiai, társadalmi körülményekhez kellett a születésünk utáni legfogékonyabb éveinkben adaptálódnunk. Az internethasználat szempontjából kardinális jelentőségű, hogy valaki beleszületett-e a számítógép, az internet, az okostelefon világába, magától értetődőnek veszi, hogy megtanulja ezeket használni vagy pedig felnőttként találkozott velük, illesztette bele őket a már kialakult világlképébe, szokásrendszerébe.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

Nincs teljes egyetértés a demográfusok között a generációk kezdő és záró évét illetően. Kb. húsz éves időszávot szokás egy generációnak tekinteni.

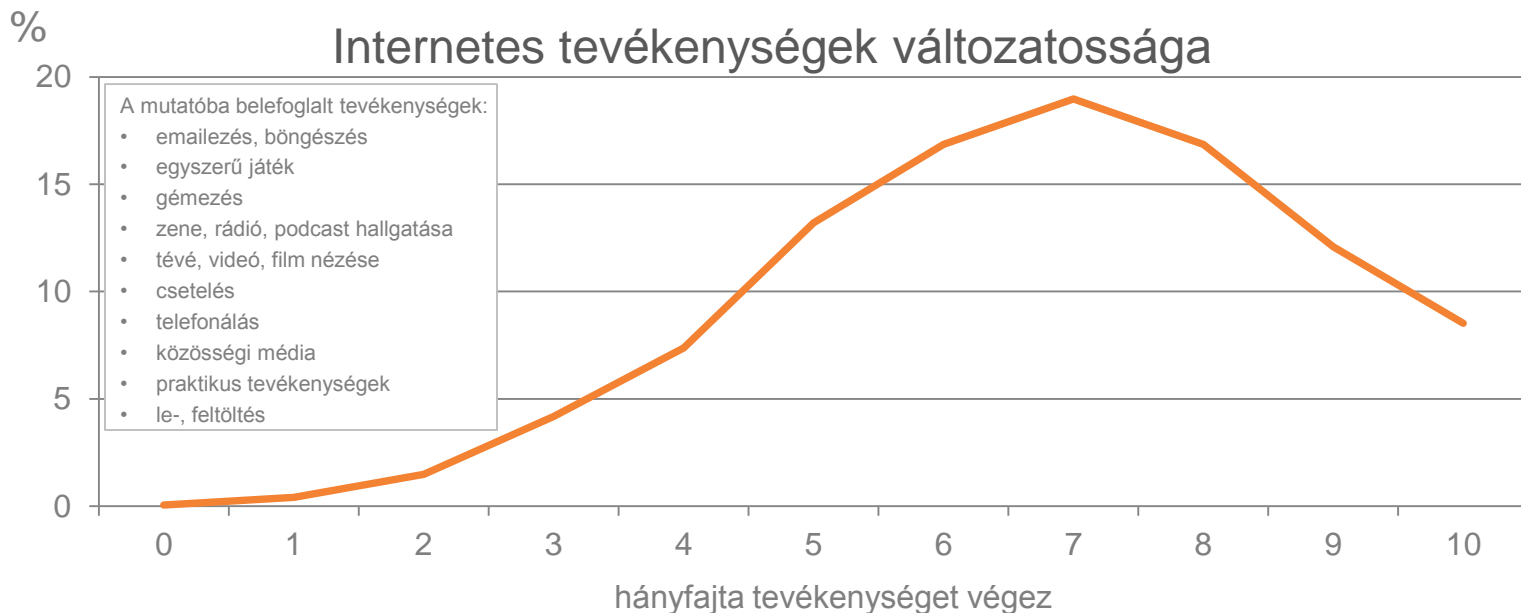


Az internetezési jártasság az internethasználattal kapcsolatos valamennyi jelenségre kihat. Fontos mutató azért is, mert előrejelzi a várható változásokat: ami a járatos internetezőkre ma jellemző, többnyire az lesz jellemző holnap az átlagos tudásúakra.

A jártasság nem egyenesen arányos azzal, hogy ki milyen régóta internetezik: az internetezők egy része évtizedek múltán is megmarad kezdetleges vagy átlagos internetezési tudásúnak. Erősebb az összefüggés az internetes tevékenységek változatosságával, az internetezési célok sokszínűségével.

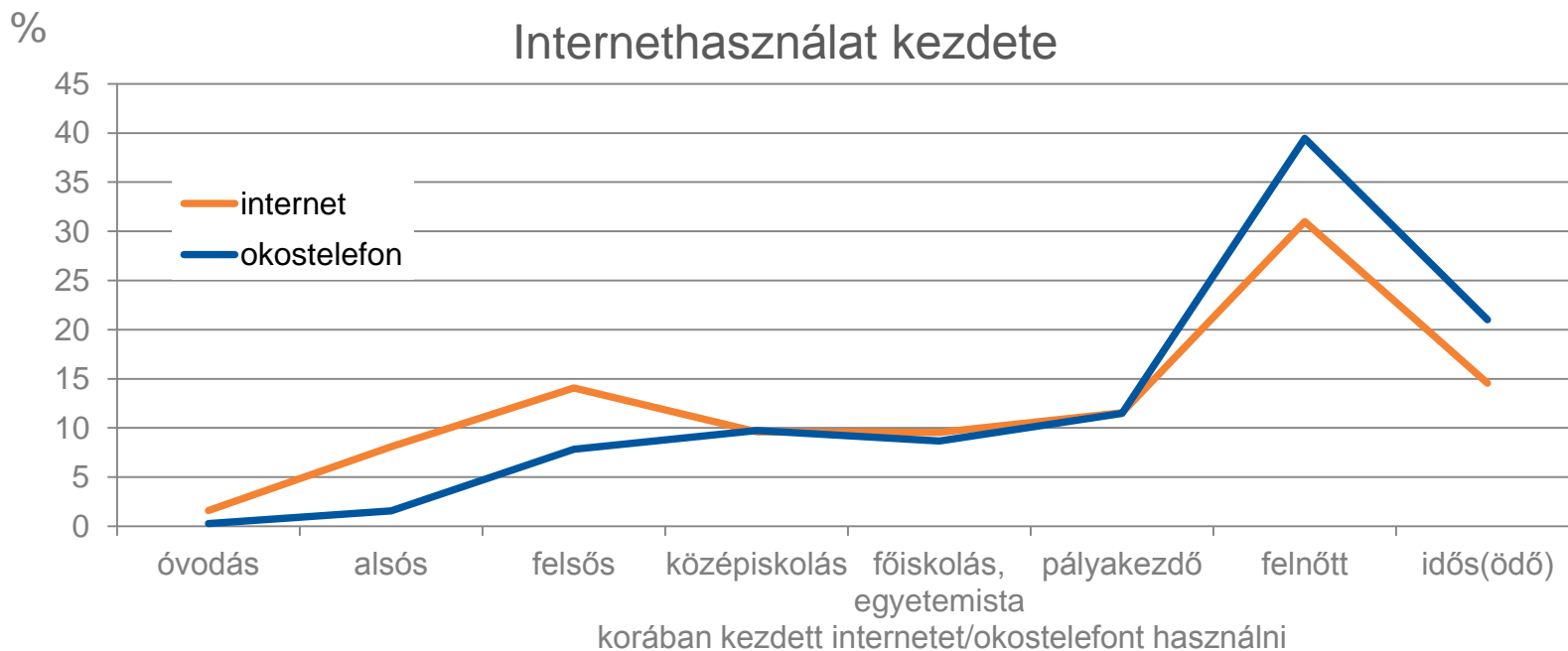
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

A későbbi ábrákon, melyeken ugyanez a mutató más kérdéssel összefüggésben szerepel, helykímélés céljából az adatpontok felett látható rövid címkéket használjuk.



Átlagosan 6,7 alapvető internetes tevékenységet végeznek a 16+ éves internetezők. Az internetezési tevékenységek változatossága oda-vissza összefügg az internetezési eszközeink számával, az internetezés napi időtartamával és az internethasználati jártassággal. Habár növekvő tudásunk és magabiztosságunk az internet kezelésében tendenciájában növeli a tevékenységek változatosságát, számos más, esetleg az ellenkező irányba ható tényező is befolyásolja: egy másik életrétegre lépve feladunk vagy felveszünk bizonyos tevékenységeket (pl. sok diák aktív kereső korában felhagyja a cseteléssel vagy a gémezéssel, és megkezdheti az online bevásárlást, ügyintézés), a lakóhelyünk megváltozása (kis településre vagy távolra költözünk a családtagjainktól) vagy anyagi helyzetünk javulása-romlása eldöntheti, hogy a gyengébb minőségű online telefonálást/internetről letölthető filmet választunk-e hagyományos telefonálás/moziba járás helyett és így tovább.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



A 16+ éves internetezők átlagosan 29 éves korukban kezdtek el internetezni (leghamarabb 2 évesen, legkésőbb 78 évesen), és 35 évesen okostelefont használni. Az okostelefon-használat kezdetére vonatkozó átlagéletkor szükségszerűen magasabb, mivel ez az eszköz a 2000-es évek közepe táján jelent meg a kiskereskedelemben, míg lakossági internethozzáférés 1990 óta van Magyarországon.

A célcsoport 54%-a kezdett internetezni legkésőbb pályakezdő korában (29 éves koráig bezárólag). Ugyanez az arány 40% az okostelefon használatát illetően az okostelefont használó internetezők körében. E korai életszakaszokban könnyebb elsajátítani az internet és az internetezési eszközök használatát, a megtanulásban családtagok, tanárok, kortársak támogatnak, s a korán beépült ismeretekhez, szokásokhoz kötődünk a leginkább. Mindezek folytán az internetezést korán elkezdők internethasználatuk extenzívebb és intenzívebb, mint azoké, akik már megállapodott korukban kezdtek internetezni.

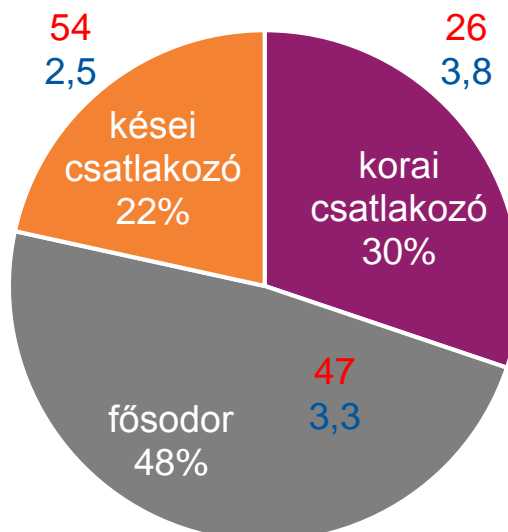
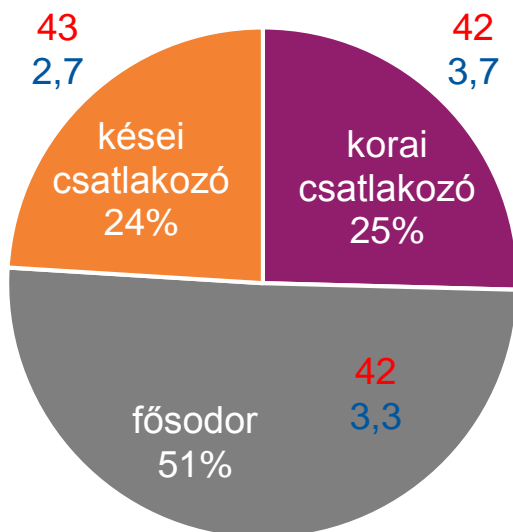
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m; illetve közülük az okostelefon-használók, n=2524, N=4,9 m

Az okostelefon-használati szokásokat előző évi kutatásunkban vizsgáltuk.

Internethasználat relatív kezdete

korcsoportjához képest

lehetőségekhez képest



jelenlegi átlagéletkor, év
internethasználati
jártasság 1-5 skálán

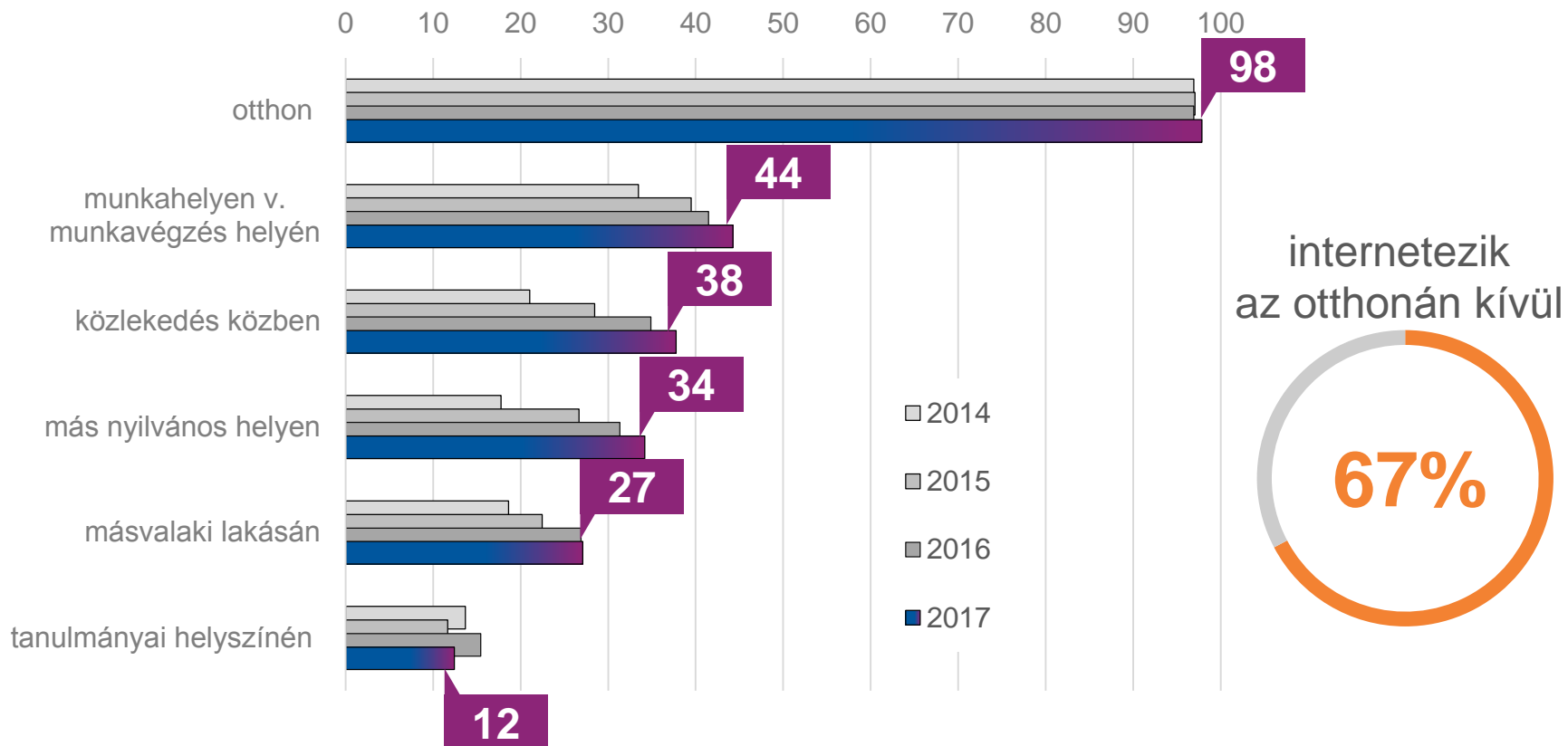
A korai adaptáció jelentőségét illusztráló ábránk bal oldali diagramja mutatja célcsoportunk megoszlását aszerint, hogy a saját korcsoportjukhoz képest mikor lettek internetezők*, a jobb oldali diagramon pedig az elvi lehetőséghez viszonyítjuk ugyanezt**. A kétféle mutatóban a válaszadók 54%-a foglalja el ugyanazt a pozíciót, a többiek más kategóriába tartoznak az egyikben és a másikban.

A korai csatlakozók – legyenek akár 16, akár 66 évesek – interneteznek a legtöbbet, a legtöbbször, s őket jellemzi a leginkább az internethez való ragaszkodás, az internetezés előnyben részesítése másféle tevékenységekkel szemben. A kései csatlakozókról mindenek az ellenkezője mondható el.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

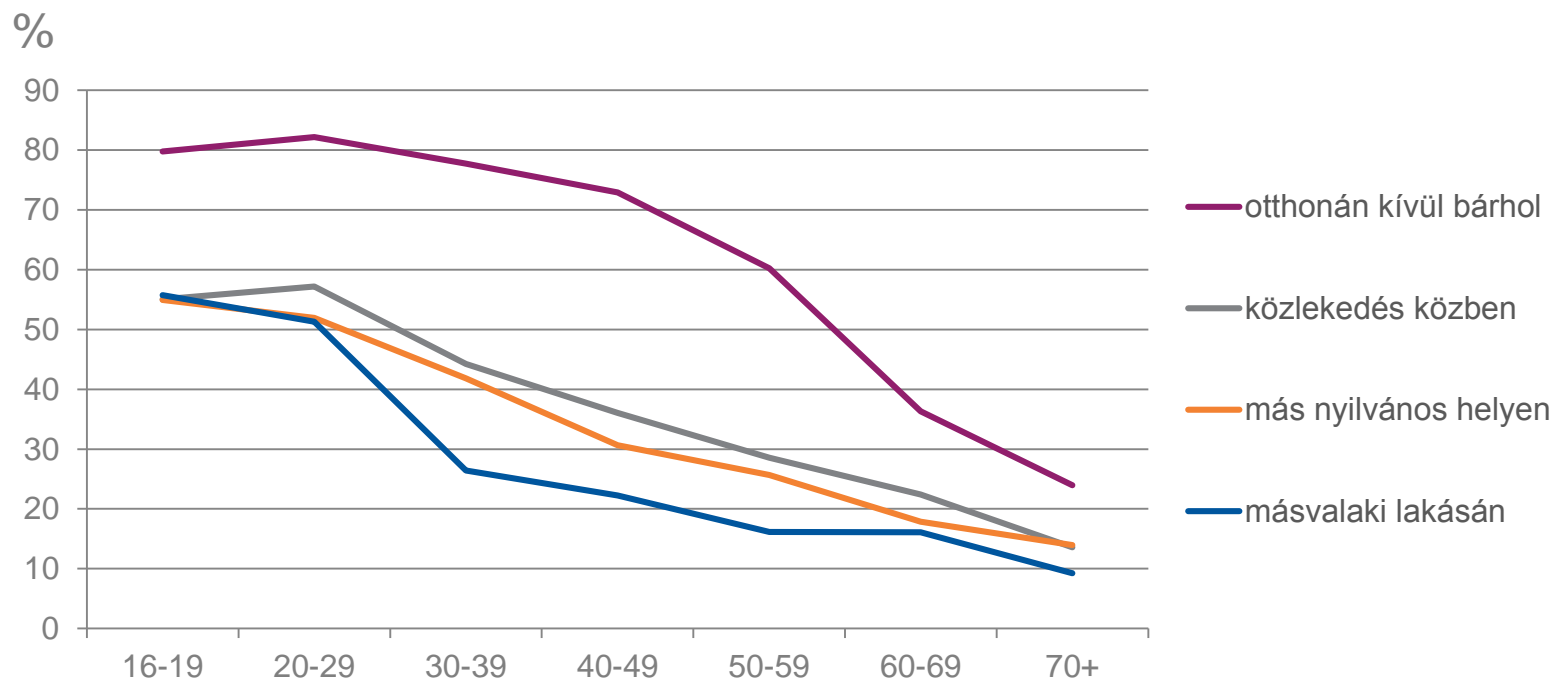
*12 korcsoportban az internethasználat megkezdésének életkorát kvartilisekbe rendezve és a két középső kvartilist összevonva

**E mutatóban az internetezés tényleges megkezdésének évét viszonyítottuk ahhoz, hogy elvileg mikor kezdhetett volna internetezni. A legfeljebb 1 évvel később kezdőket nevezzük korai csatlakozóknak, s a 16+ évvel később kezdőket kései csatlakozóknak.



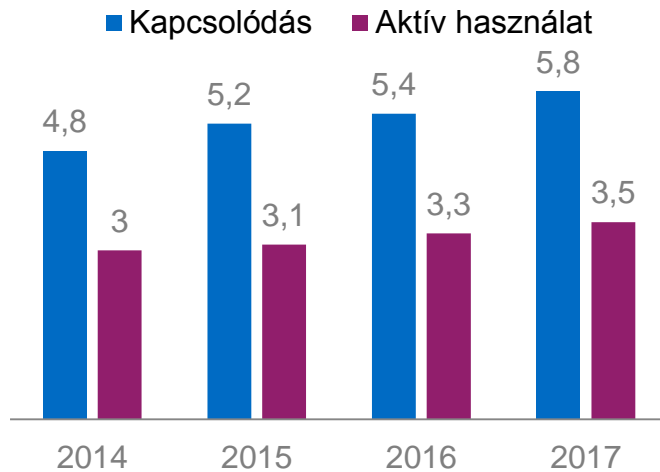
A kézi eszközök terjedése, a mobilnet és wifi-hálózatok javulása, az állandó konnektivitás igénye, a lehetőségek bővülése az internet felhasználására munka- és tanulási feladatokhoz mind hozzájárulnak ahhoz, hogy évről-évre nő azok aránya, akik az otthonukon kívül más helyszíneken is interneteznek.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



Miközben az otthonon kívüli internethasználat a 16+ éves internetezők kétharmadánál fordul elő, ugyanez a 30 éven aluliak négyötödét, a legidősebbek egynegyedét jellemzi. Ez az óriási eltérés nemcsak triviális okból fakad, hogy ti. a tanulmányok helyszínén csak fiatalok, munkahelyen csak aktív keresők interneteznek, hanem abból is, hogy nyilvános helyeken (pl. utcán, járművön, középületben) és barátok, rokonok lakásán főképpen fiatalok kapcsolódnak az internetre, az egyre idősebbek pedig egyre kevésbé.

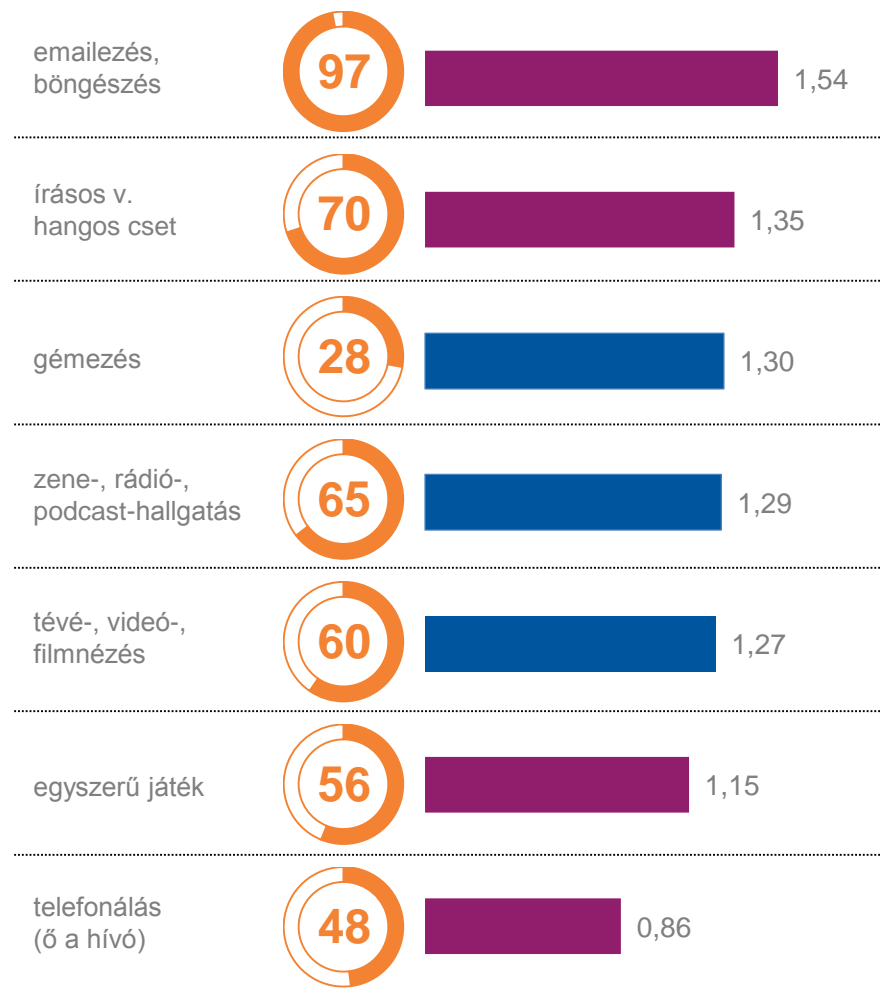
óra/nap



2016 és 2017 között azok körében is nőtt a napi internetezési idő, akik csakis otthon, illetve csakis hagyományos számítógépen interneteznek, és azok körében is, akik az otthonukon kívül is, illetve kézi eszközön is interneteznek. Az egyes tevékenységekre fordított átlagidő nem változott számottevően az előző évhez képest.

Tevékenységet végzők aránya

óra/nap



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m, illetve akik végzik az egyes tevékenységeket

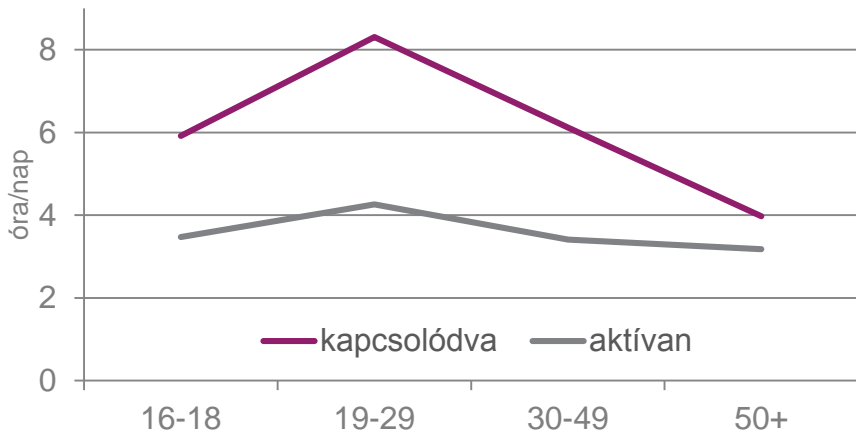
Az ábrázolt tevékenységek átlagideje nem összeadható, mivel nem mindenki végzi ezeket és mert egyes tevékenységeket párhuzamosan is szokás végezni (pl. játék és cset, böngészés és zenehallgatás).

Az internetezéssel naponta töltött idő hossza jelentősen eltér a különböző életszakaszokban. Emögött többféle, egymással lazán összefüggő tényező áll, főként az alábbiak:

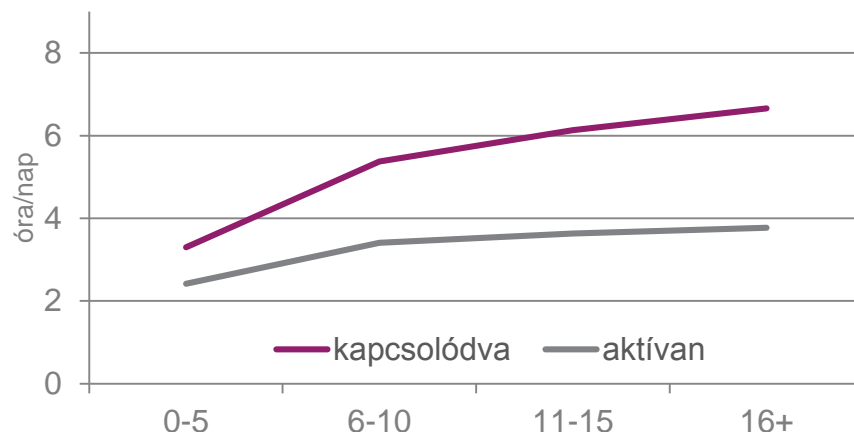
- Mennyire illik bele az internetezés a hétköznapi-hétfégi, napközbeni-esti, kötelező-szabadon választott offline tevékenységek rendszerébe. E szempontból eltér a diákok-aktív keresők-nyugdíjasok, fizikai-szellemi dolgozók, családostok-egyedülálló helyzetek.
- Mennyire adaptálódott valaki az internetezéshez. Minél fiatalabb (azaz fogékonyabb) korban kezd internetezni, és minél régebben internetezik, annál inkább hozzászokik: előnyben részesíti más tevékenységekkel szemben és offline is végezhető tevékenységeket lehetőség szerint online végez.
- Mennyire tartja fontosnak, vonzóknak az internetezést. Az interneten töltött évek számával is és a napi óraszámával is növekszik tendenciájában az internethasználati jártasság és az internetes tevékenységek változatossága. Minél könnyebben, minél több célra tudja valaki használni az internetet, annál nagyobb élményt és hasznosságérzetet ad a számára, ami arra sarkallja, hogy még sokrétűbben/extenzívebben használja az internetet.

A következő dia ábrái illusztrálják a fenti megállapításokat.

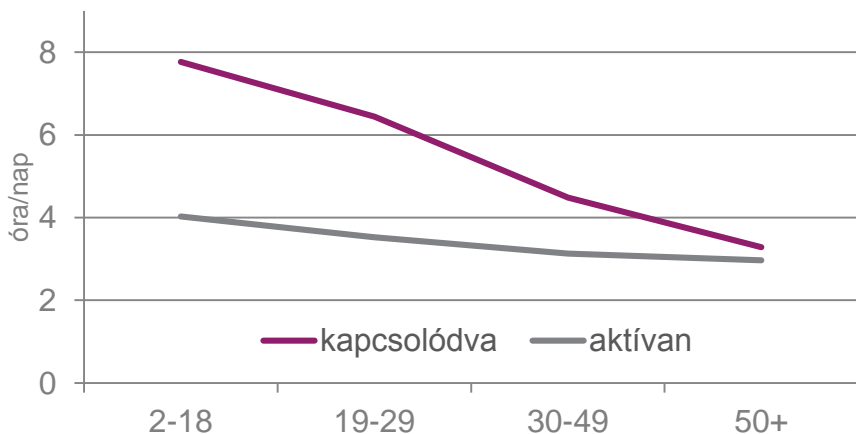
hány éves most



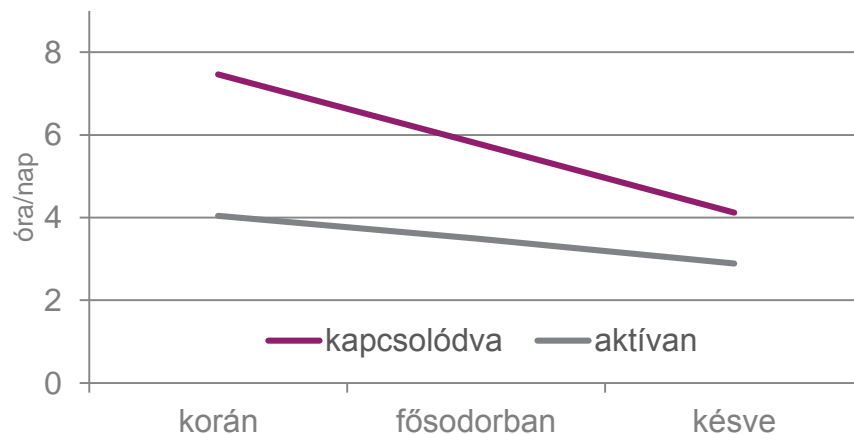
hány éve internetezik



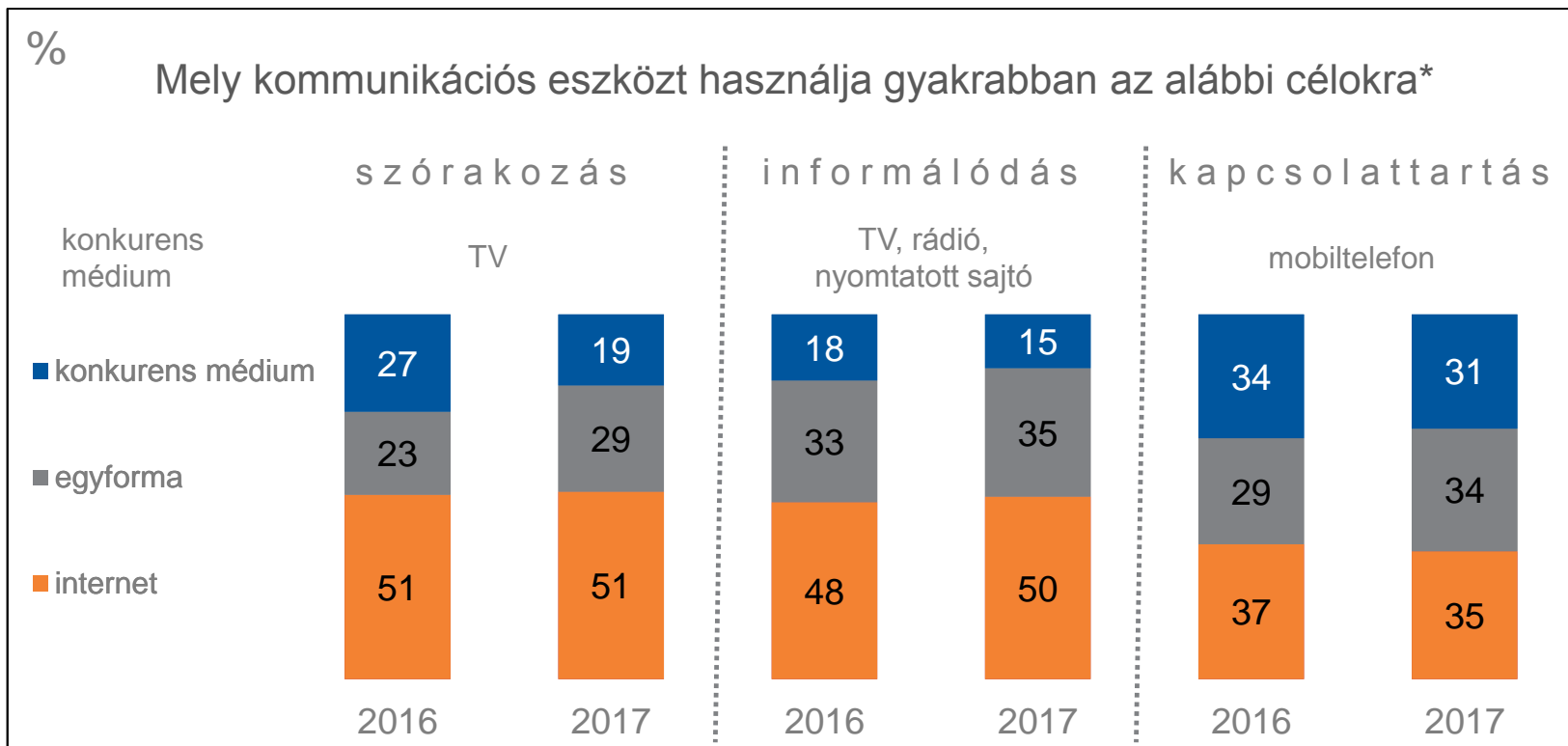
hány éves korától internetezik



mikor kezdett internetezni a korcsoportjához képest



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



Az internetezők az internetet részesítik előnyben szórakozási, tájékozási, kapcsolattartási funkcióban a konkurens kommunikációs eszközökkel szemben – a mobiltelefon esetében is mostanra elkezdett eltolódni a hagyományos eszköztől a párhuzamos preferencia felé.

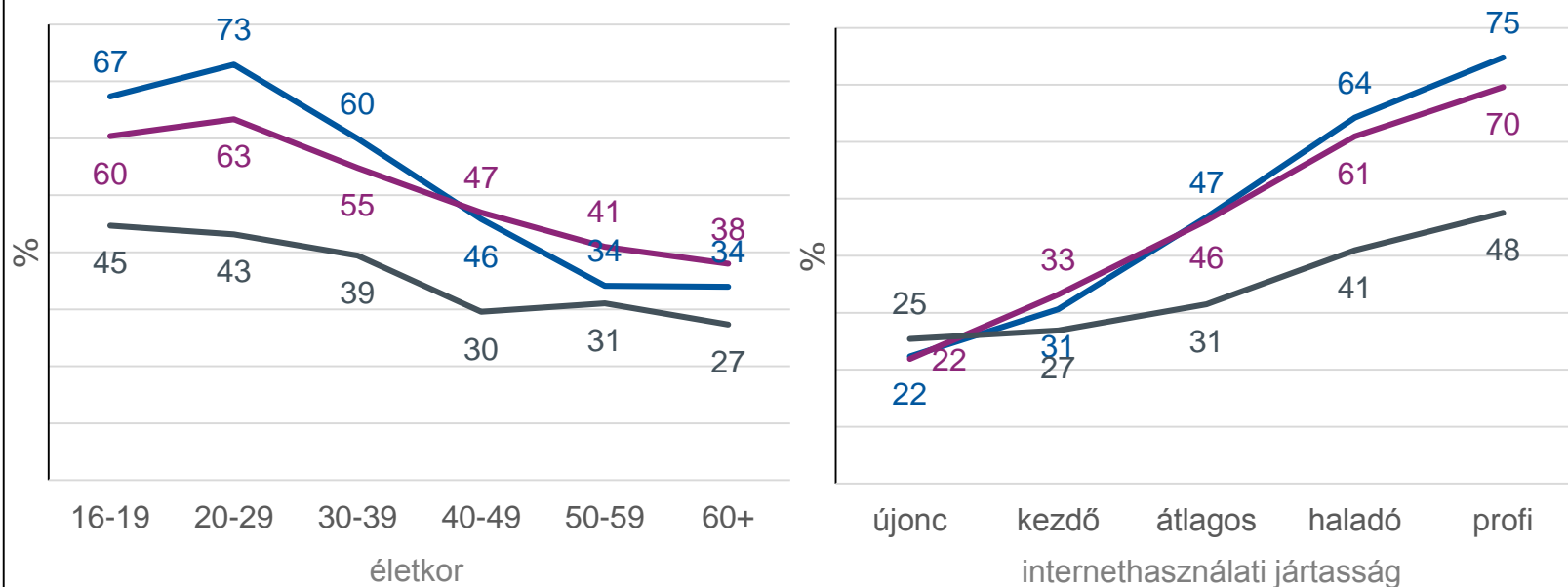
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

*A kérdés a kérdőívben a szabad elhatározásból végzett internetezésre vonatkozott (kizárva a kötelező, pl. munkahelyi, iskolai internethasználatot)

Az egyre fiatalabbak és az internethasználatban egyre járatosabbak médiapalettáján egyre dominánsabb az internet.

Az egyes internetezési célokra az internetet a konkurens médiumnál gyakrabban használók aránya

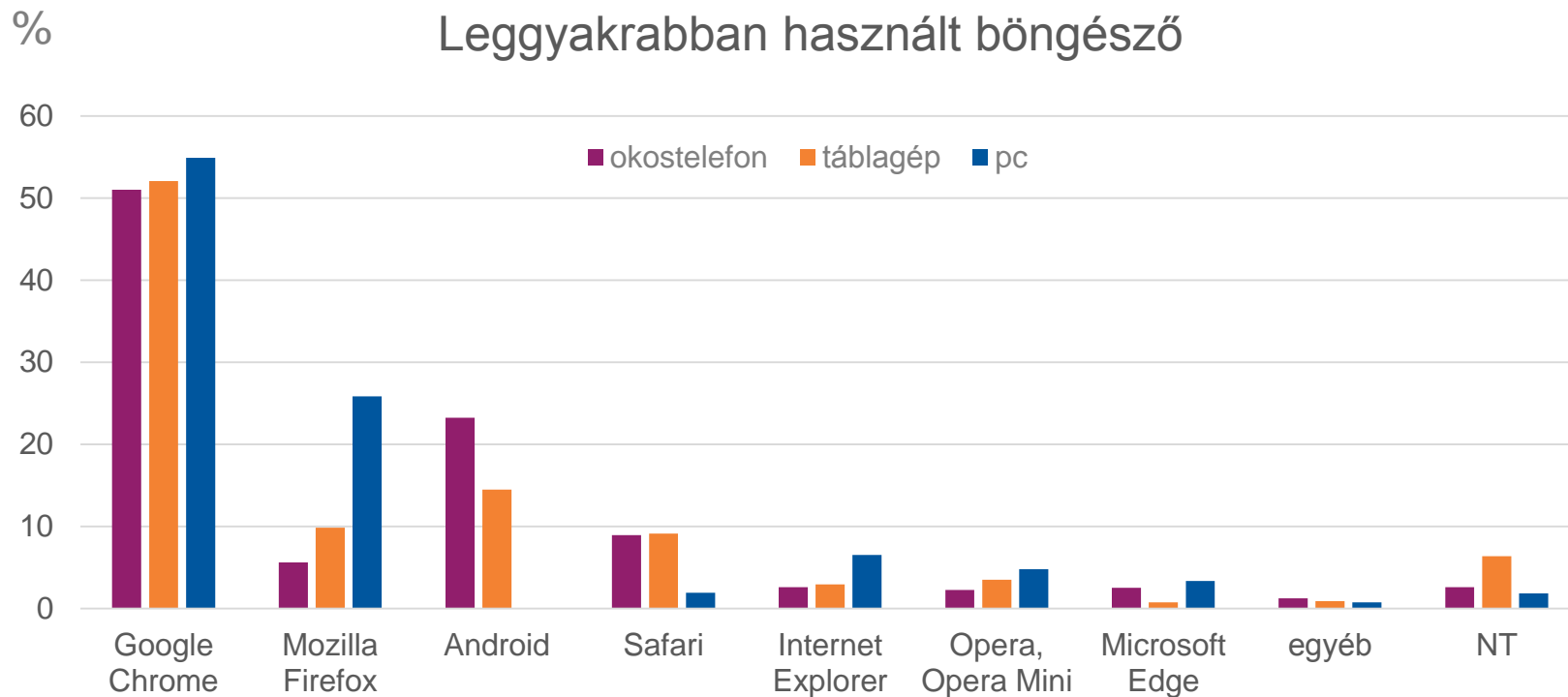
— szórakozás — informálódás — kapcsolattartás



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

INTERNETES TARTALMAK





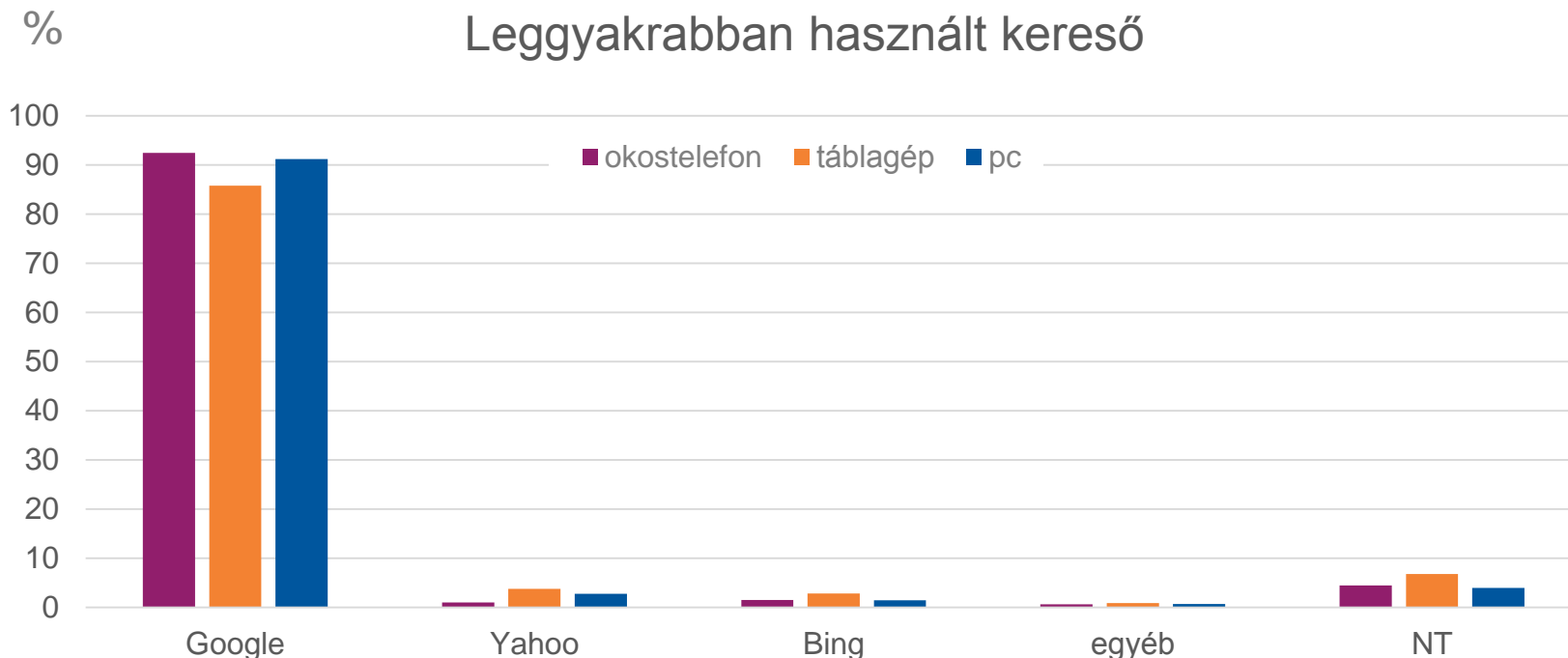
A webböngészők magyarországi népszerűsége nagyjából megfelel a világviszonylatban mért adatoknak* azzal a különbséggel, hogy Magyarországon a Firefox és az Android (az utóbbi az Android operációs rendszerű okostelefonok magas aránya miatt) népszerűbb, a Safari pedig kevésbé népszerű, mint máshol.

Bázis: Okostelefonon/táblagépen/asztali számítógépen v. laptopon internetezők; n=2248/670/2753,

N=4,4/1,4/5,4 m

*https://en.wikipedia.org/wiki/Usage_share_of_web_browsers

Itt és a további hasonló összehasonlításokban figyelmen kívül hagyjuk a nem latin betűs (pl. kínai, hindi, orosz nyelvű) webtartalmakat.



Magyarországon is, akárcsak világszerte* a Google keresője uralja a piacot. A többi kereső az 5 százalékos arányt sem tudta elérni a hazai internetezők között.

Bázis: Okostelefonon/táblagépen/asztali számítógépen v. laptopon internetezők; n=2248/670/2753, N=4,4/1,4/5,4 m

*<http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

%

Egyetértés ötfokú skálán

általában hamar megtalálom a listában azt,
ami engem érdekel

76

a találati lista elején azok a weboldalak
jelennek meg, amelyek leginkább a keresett
témába vágnak

61

a lista elején van olyan találat, amelyről azt
gondolom, hogy fizetett hirdetés

44

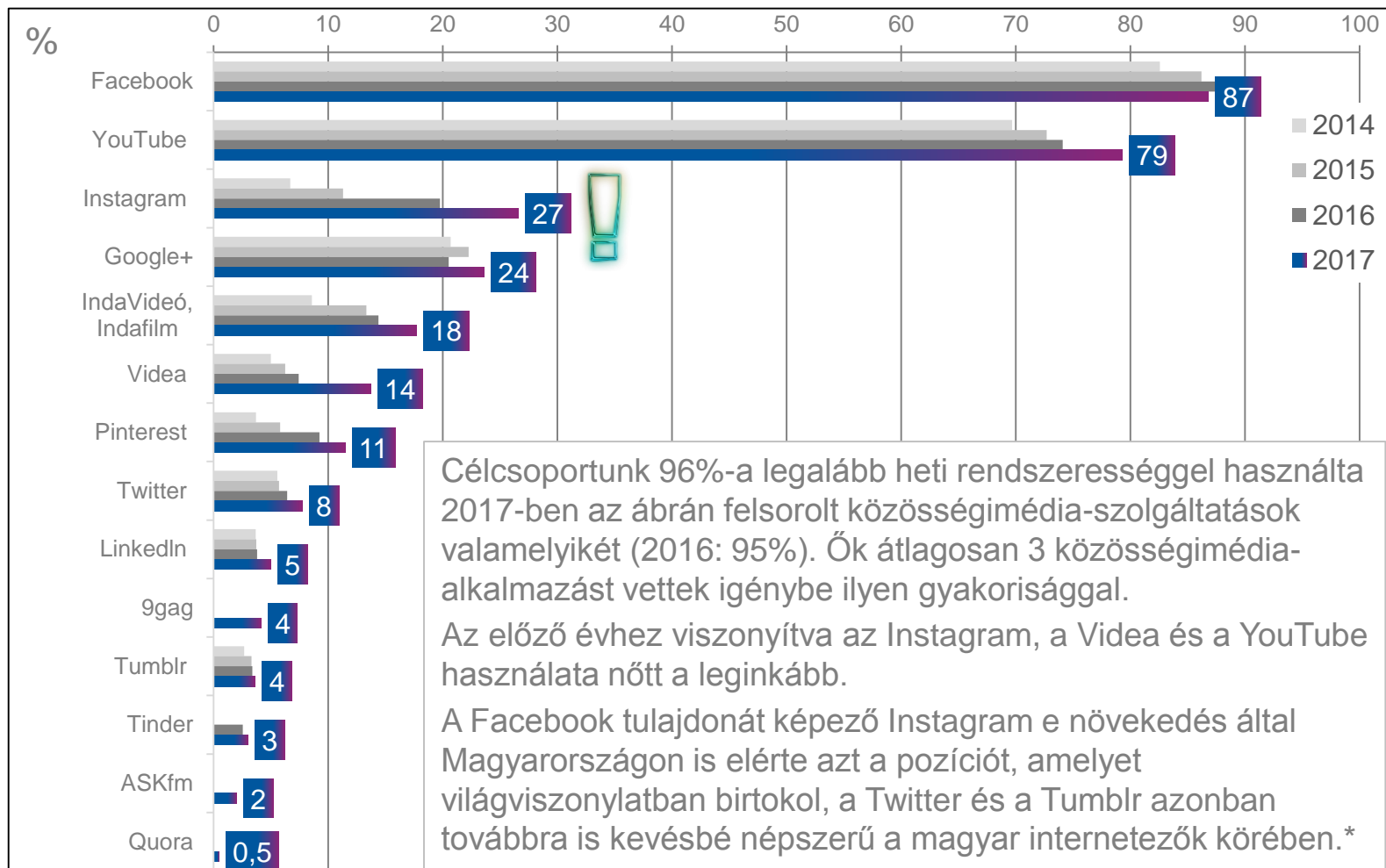
a lista elején van olyan találat, amelyről azt
gondolom, hogy a weboldal tulajdonosának
mesterkedése folytán került az élre

37



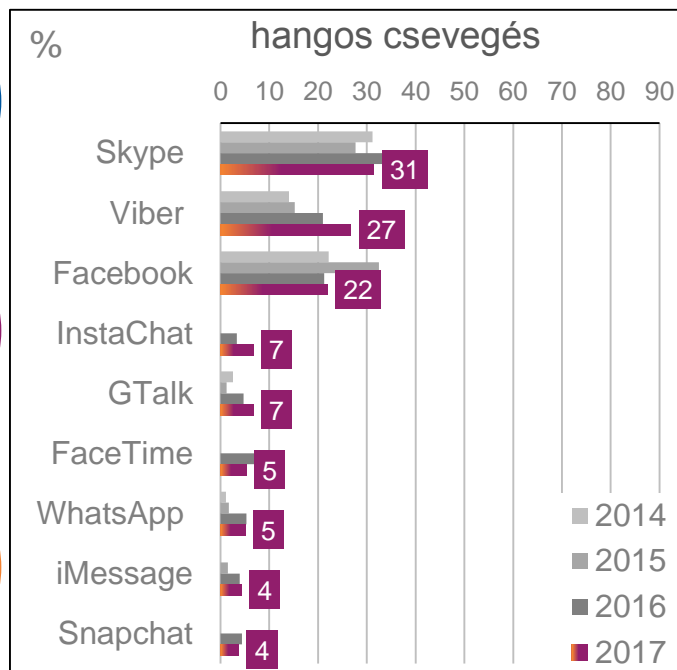
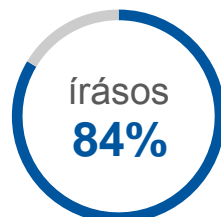
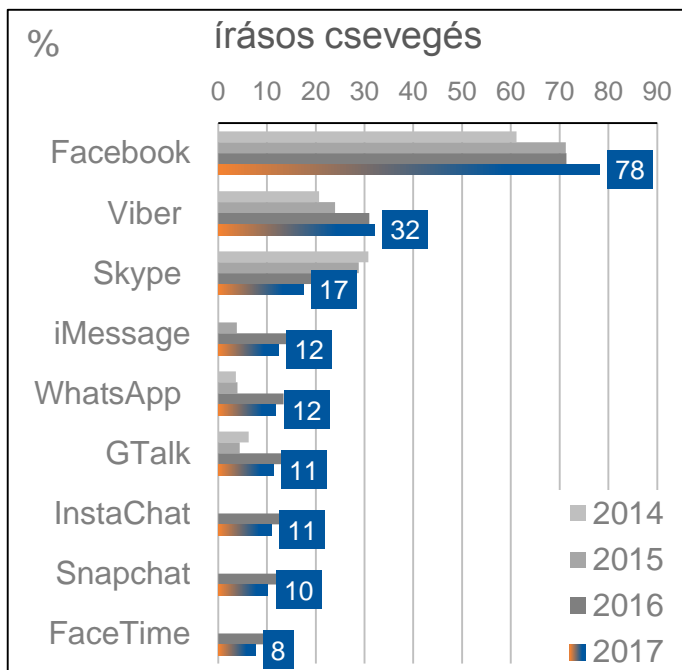
A webes keresők kereskedelmi célból (reklámbevétel) vagy politikai megfontolásból (pl. alkalmazkodás egy adott ország törvényeihez) megváltoztatják a találatok nyers sorrendjét, és a webhelyek tulajdonosai is bevethetnek bizonyos módszereket a rangsorban elfoglalt pozíciójuk javítására. A magyarországi internetezők észlelik e gyakorlatok hatását, mindazonáltal többnyire elégedettek a kereséseik eredményével.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

*https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media#Most_popular_services

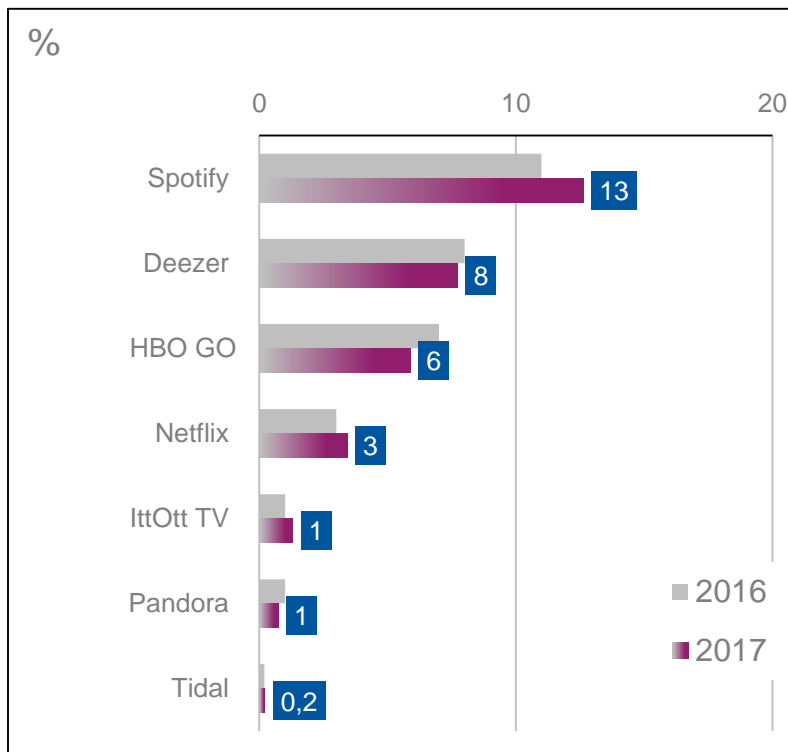
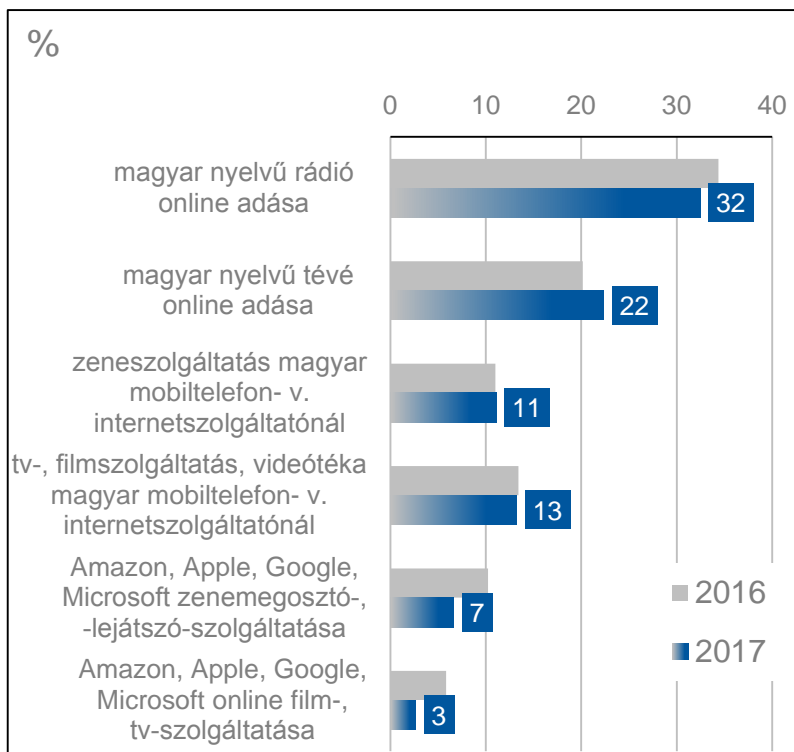


2017-ben az írásos módban csetelők aránya emelkedett (77-ről 84%-ra), ami egyedül a Facebook Chat/Messenger használatának a növekedéséből adódik. A hangos csetelés gyakorisága nem nőtt jelentősen, az alkalmazások közül itt főként a Viber használati aránya növekedett.

A magyar internetezők a Facebook konkurensei közül a Vibert és a Skype-ot részesítik előnyben, míg a szintén a Facebook tulajdonában lévő WhatsApp világviszonylatban sokkal népszerűbb*.

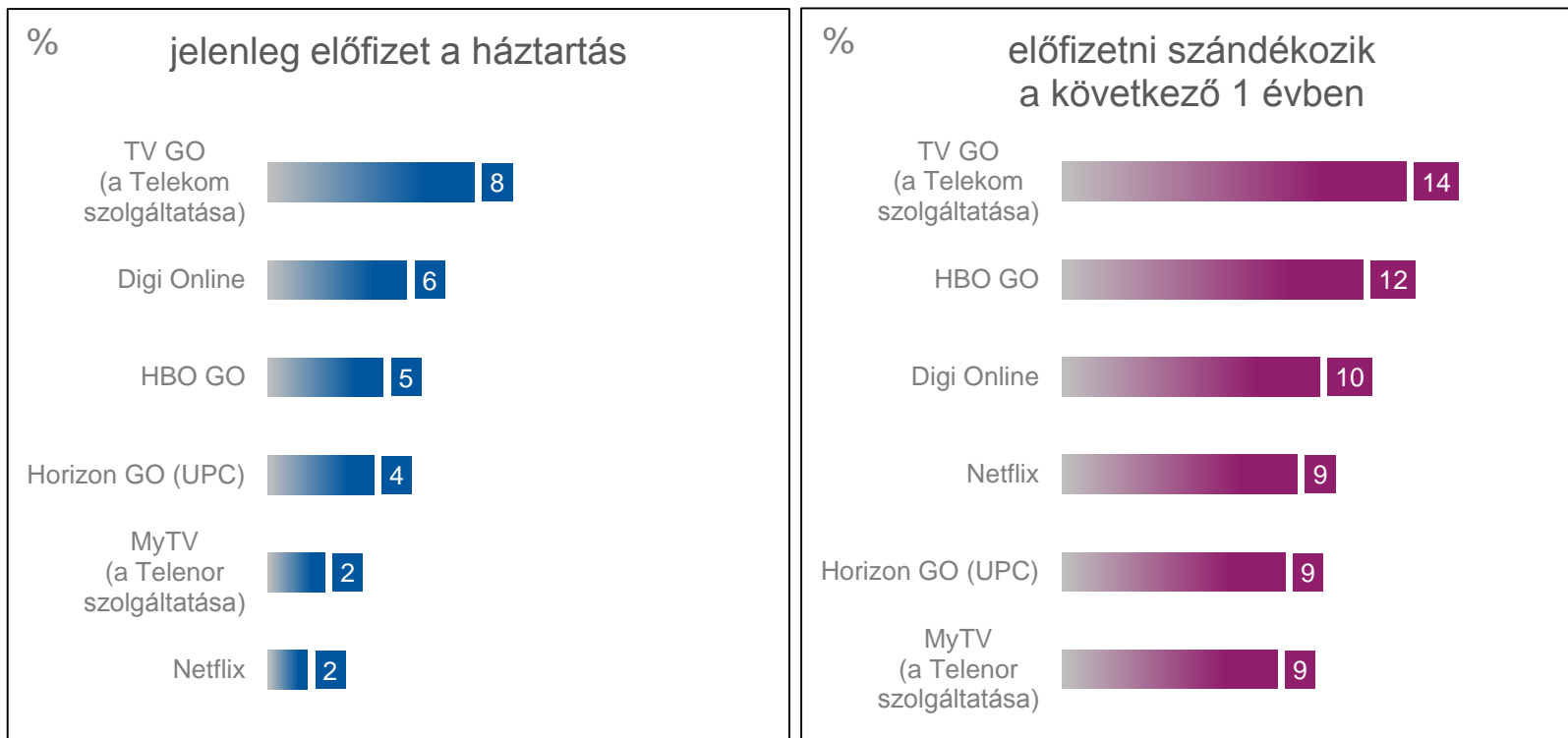
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

*https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media#Most_popular_services



A magyar internetezők zenehallgatás, videó- és filmnézés céljából elsősorban a közösségi médiát használják, ahol a médiatartalmat tipikusan a használók vagy maguk az alkotók teszik közzé. Kevesebben és ritkábban vesznek igénybe olyan médiaszolgáltatást, amelynek esetében a szolgáltató adja közre a tartalmat, kontrollálva a hozzáférést és kezelve a digitális jogokat. Ennek fő oka, hogy az utóbbi típusú szolgáltatások kínálata szűk a lényegében korlátlan választékot nyújtó alternatív megoldásokhoz képest, a gazdagabb választékért, az alapszolgáltatáson túli funkciókért díjat kell fizetni a szolgáltatónak, az ingyenesen kínált tartalom pedig általában reklámokkal tüzdelt.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



A magyar nyelvre szinkronizált vagy feliratozott filmeket, tévésorozatokat kedvelik elsősorban a magyar internetezők, amint ezt az előző évi kutatásunk is bemutatta. Emiatt a preferencia miatt részesítik előnyben a hazai szolgáltatásokat a lényegesen bővebb, de döntően angol nyelvű kínálattal szemben (Netflix).

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

Az over-the-top (OTT) kifejezés az internethasználónak nyújtott olyan szolgáltatásra utal, amely meglévő hálózaton történik anélkül, hogy a hálózat üzemeltetője (az internethozzáférés-szolgáltató) és a tartalomszolgáltató között műszaki vagy üzleti kapcsolat lenne. Mivel az OTT-tartalomra az internetszolgáltatónak nincs befolyása, csak továbbítja azt, a legtöbb jogrendszerben nem is felel a közvetített OTT-tartalomért (például minőség vagy szerzői jog szempontjából).

Az OTT-tartalom gyakran azonos vagy hasonló ahhoz, amit egyes internetszolgáltatók kínálnak. Tipikusan audio- vagy videotartalmat nyújtanak ingyenes vagy fizetős OTT-szolgáltatásként, versengve az internetszolgáltatók zenetár-, video-on-demandet nyújtó és IPTV-s videoszolgáltatásaival. Világviszonylatban a legnépszerűbb OTT-s audio- és videoszolgáltatások közé tartozik például a Google tulajdonában lévő YouTube, a Google TV, az Apple TV, valamint a Netflix, a Hulu és a Pandora Radio.

Lényegét tekintve hasonló a helyzet az OTT-s üzenetküldő szolgáltatásokkal, melyek a telefonszolgáltatók sms- és hangszolgáltatásainak teremtenek konkurenciát az internetszolgáltató hálózatát használva. A legnépszerűbb OTT-s üzenetküldő-szolgáltatások közé tartozik a Microsoft tulajdonában lévő Skype, a Facebook tulajdonában lévő Messenger, WhatsApp és Instagram, valamint a Twitter, a Viber és az iMessage.

Az OTT-tartalmat a fogyasztók különféle internetképes eszközön érhetik el, asztali pc-n és laptopon, táblagépen, okostelefonon, okostévén, videojáték-konzolon, egyeseket pedig set-top-boxon keresztül is.

Az OTT-tartalmak szolgáltatása és közvetítése konfliktusokat szült az ellentétes érdekű piaci szereplők között, és ezidáig megoldatlan kérdéseket vetett fel a gazdasági és jogi szabályozás terén.

Jelenleg nem teljesen tisztázott még, hogy mely szolgáltatások tartoznak az OTT-szolgáltatások közé. Kutatásunkban az alábbi internetes tevékenységeket, illetve weboldalak, alkalmazások, szolgáltatások használatát tekintettük OTT-tartalom fogyasztásának, történjék az bármilyen internetképes eszközön.

mozgóképek



audió



üzenetváltás

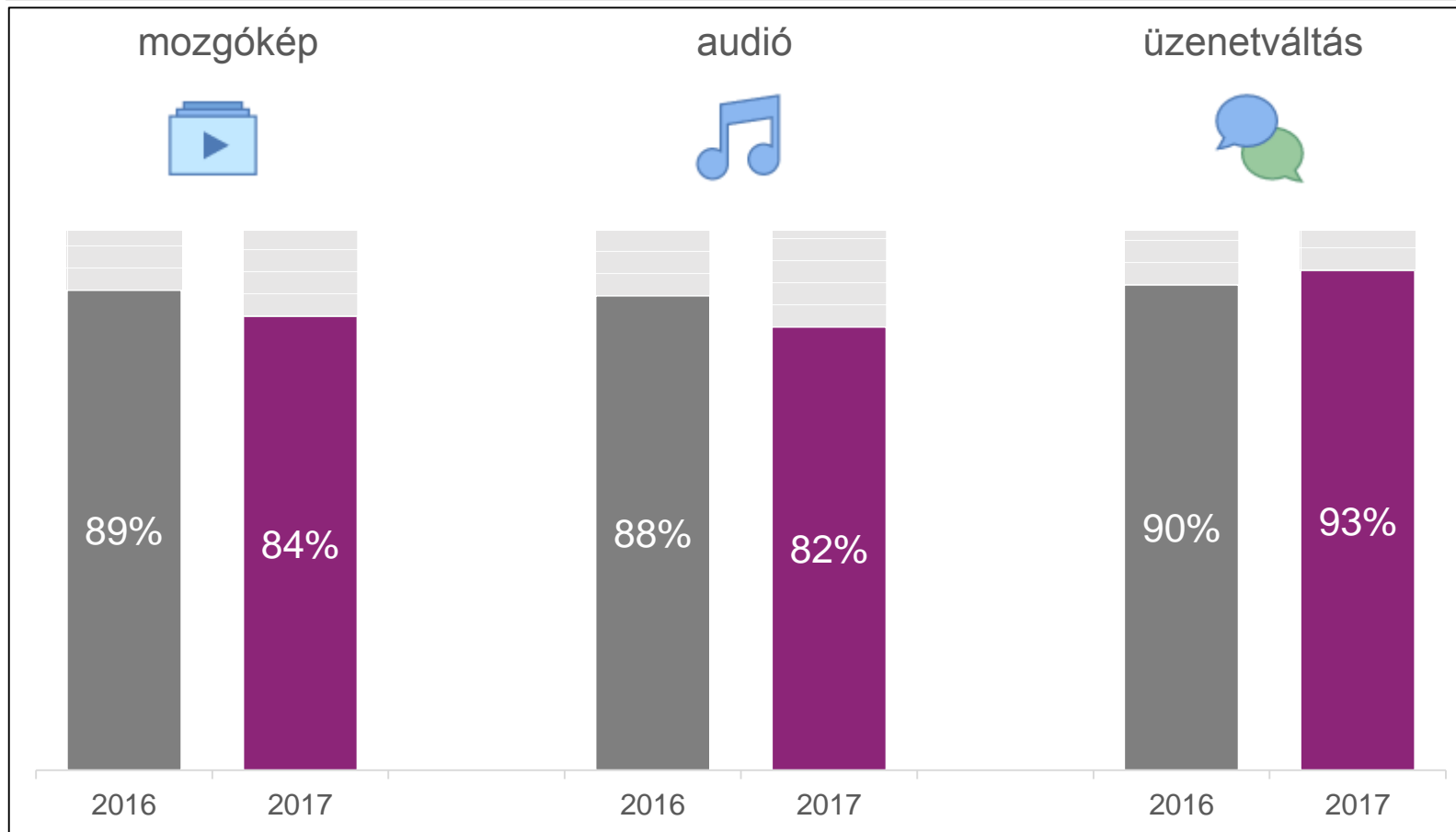


- film, videó, videostream nézése online
- tévéműsor, tévéfilm online nézése adásban vagy utólag
- IndaVideó, Indafilm
- Videá
- YouTube
- Vine
- Netflix
- Hulu
- Horizon GO
- HBO GO
- ITT/OTT TV
- informatikai világcég online film-/tévészolgáltatása
- magyarországi internet- v. mobiltelefon-szolgáltató film-/tévészolgáltatása

- online zenehallgatás
- online rádióhallgatás adásban vagy utólag
- podcast hallgatása
- YouTube
- iTunes/Apple Music
- Google Play Music
- Deezer
- Spotify
- Pandora
- Tidal
- informatikai világcég online zenemegosztó/-lejátszó-szolgáltatása
- magyarországi internet- v. mobiltelefon-szolgáltató zenemegosztó/-lejátszó-szolgáltatása

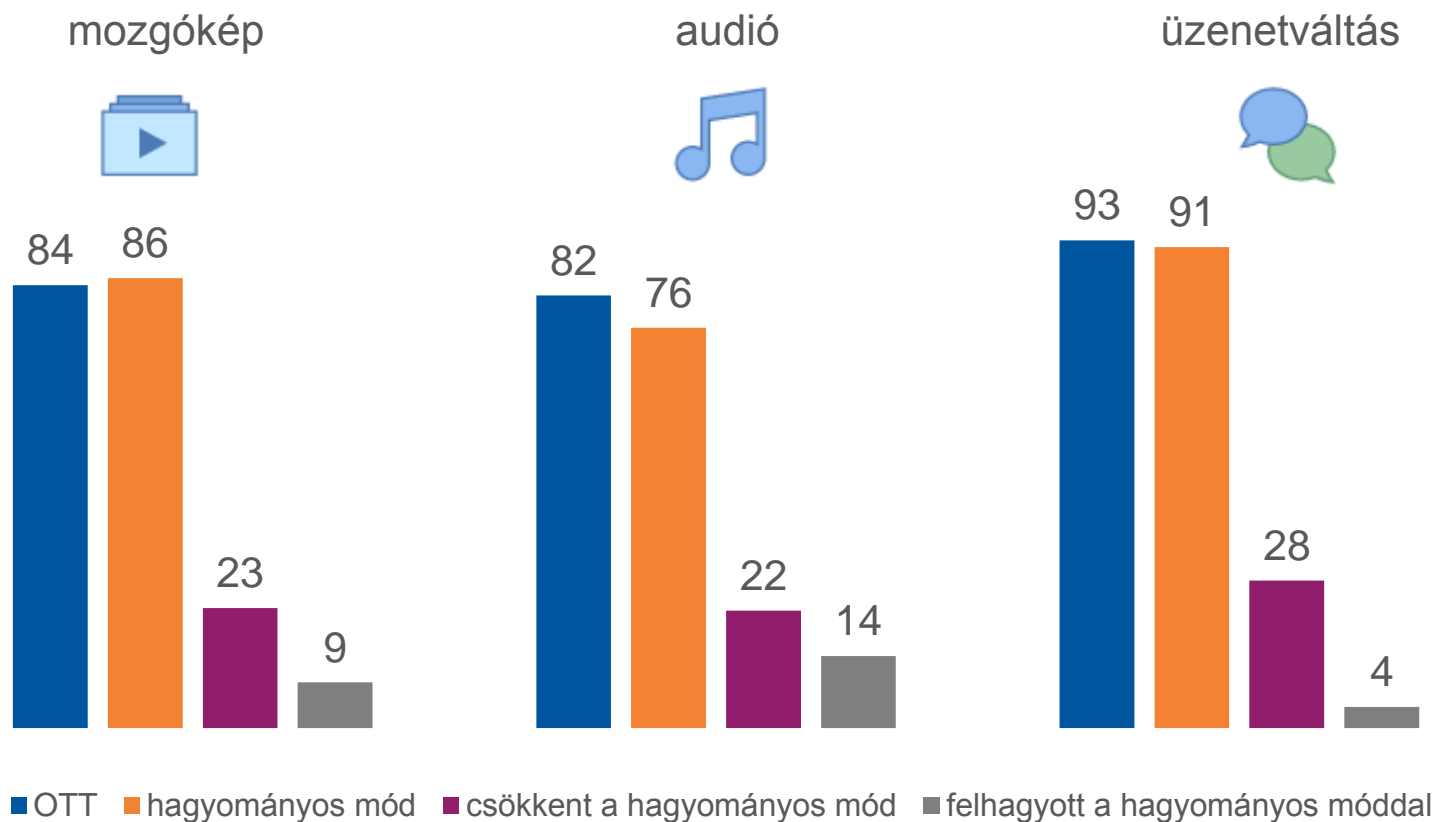
- írásos vagy hangos cset csetprogramon, csetalkalmazáson keresztül vagy weboldalról
- vezetékes- vagy mobiltelefon-szám hívása csetprogramból
- Skype
- Facebook Chat/Messenger
- iMessage
- GTalk, Google más csetalkalmazásai
- FaceTime
- Instagram csetalkalmazásai
- Snapchat
- Viber
- WhatsApp

2017-ben a célcsoport 98%-a fogyasztott OTT-tartalmat, 77% mind a három fajtát. Az előző évhez képest mért változások a fiatal internetezők részarányának csökkenésével, az idősek részarányának növekedésével állnak összefüggésben.



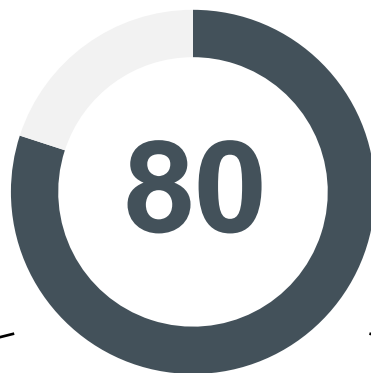
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

Kb. ugyanannyian tévének a hagyományos offline módon, mint amennyien mozgóképes OTT-tartalmat néznek. Hasonló a helyzet az üzenetváltás terén is. Az offline rádiózók aránya alacsonyabb, mint az OTT-s zenét, rádiót, podcastot hallgatóké. Az OTT hatására a rádiózással felhagyók aránya magasabb, mint a hagyományos tévézést vagy telefonálást feladók aránya. Jóval szélesebb körre jellemző a hagyományos kommunikációs mód csökkentése az OTT-fogyasztás hatására, mint a teljes feladása.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

**médiatartalom
bármilyen formában**

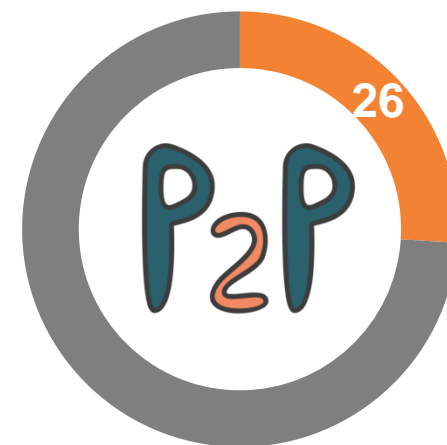
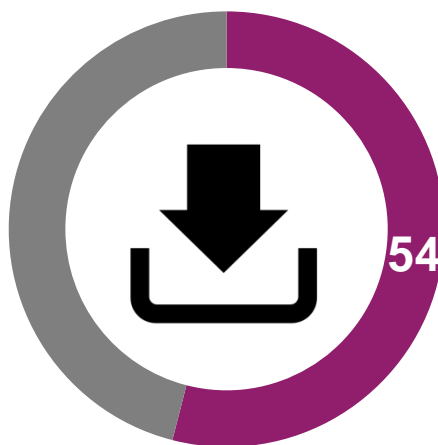
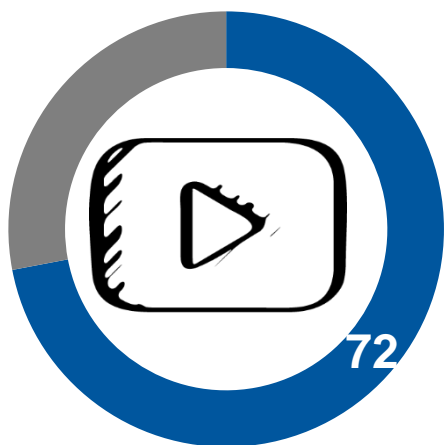


Valamiféle médiatartalmat (pl. zenét, műsort, filmet, videót) a célcsoport négyötöde ért el streaming vagy downloading típusú adatátvitellel (ezen belül P2P technológiával). A streamelt médiatartalom használata a legáltalánosabb.

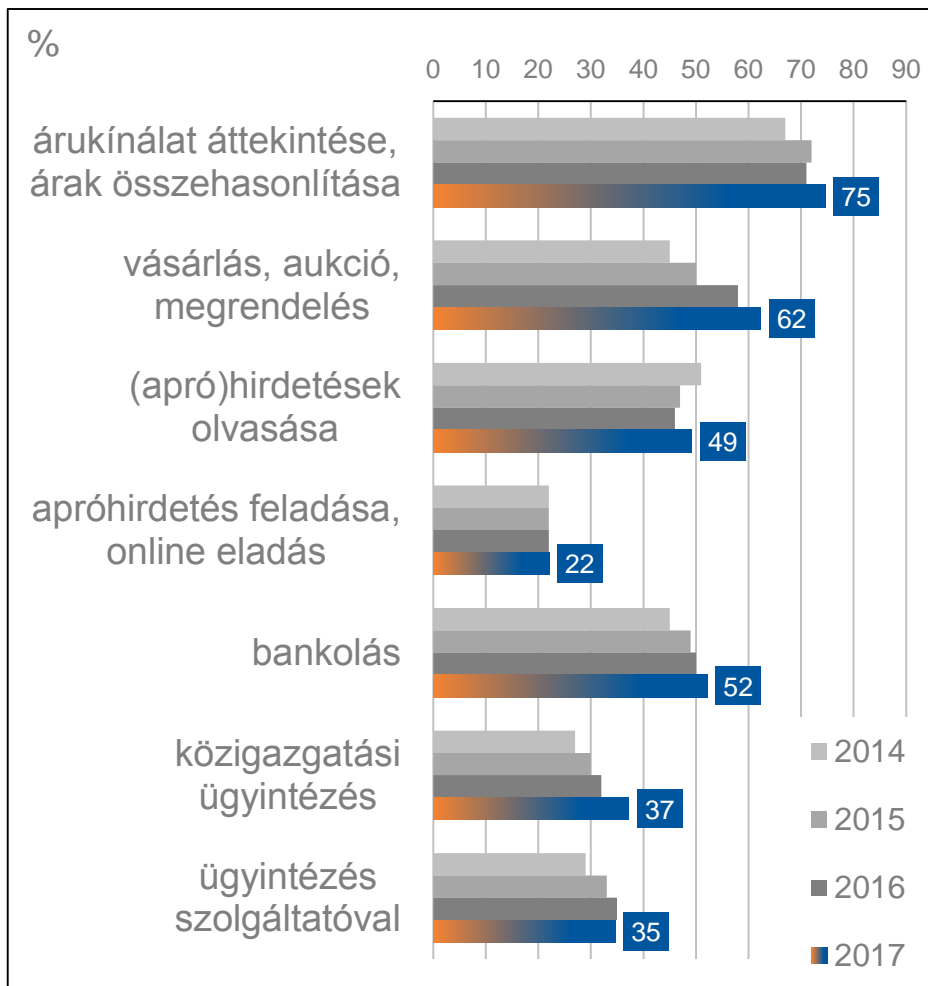
streaming

downloading

P2P filecsere

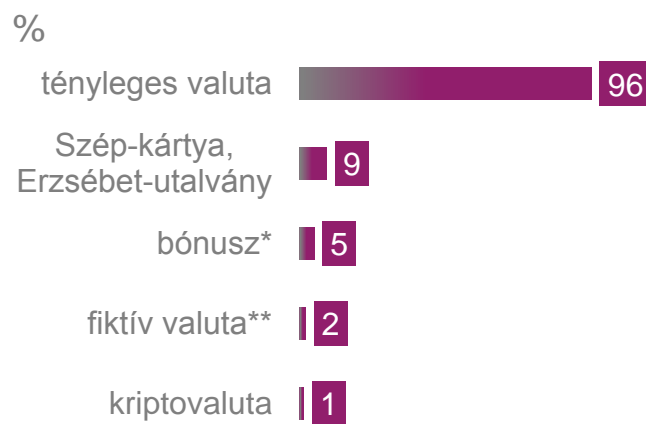


Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



Évről-évre emelkedik néhány százalékponttal azok gyakorisága, akik online vásárolnak, bankolnak, intéznek hivatalos ügyeket.

Internetes vásárláskor a túlnyomó többség tényleges valutában (forintban, dollárban, euróban) fizetett, de előfordultak korlátozott felhasználhatóságú fizetőeszközök is.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m; illetve akik vásároltak online, n=1939, N=3,8 m

*Törzsvásárlói programban nyújtott, az adott kereskedőnél meghatározott feltételekkel levásárolható, árura beváltható ígervény

**Virtuális javak (tipikusan game itemek) vásárlására az adott webhelyen használható fizetőeszköz. Tényleges valutáért is eladható/vehető a szürke gazdaságban.

Az online vásárlás, megrendelés nem mindig jelenti azt, hogy az áru ellenértékét is online egyenlítik ki. 2017 második felében az online vásárlók 72%-a fizetett online, legalábbis némely vásárlásánál (2016-ban 51%), és 69% fizetett offline.

Az online bankkártyahasználat terjedésének (50 → 57%) köszönhetően e fizetési mód gyakorisága már csaknem eléri a készpénzes fizetését.

■ online fizetési mód
■ offline fizetési mód

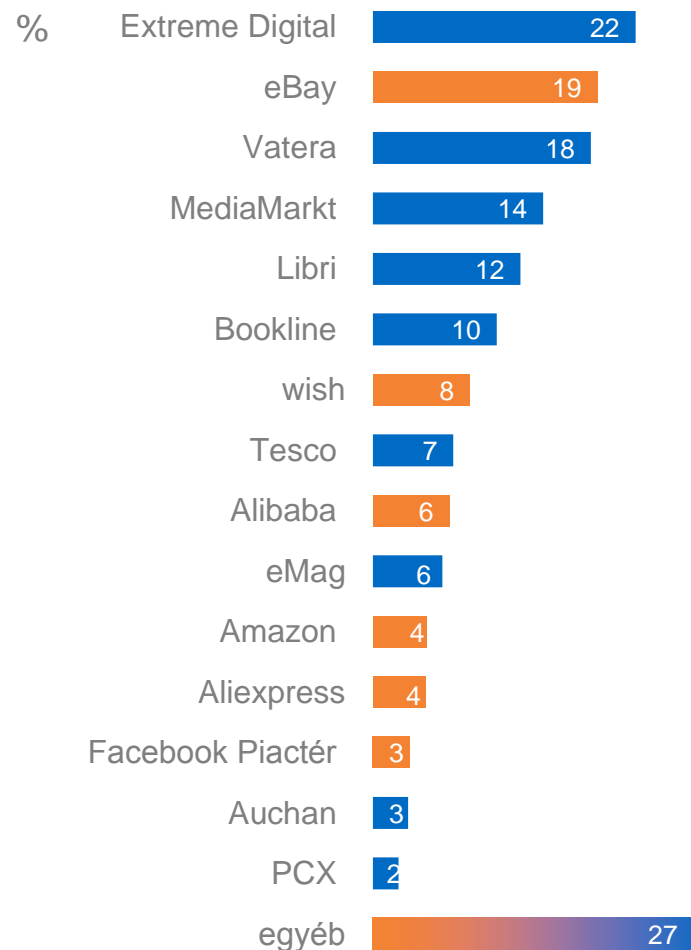


Bázis: Akik tényleges valutával fizettek online vásárláskor, n=1853, N=3,6 m

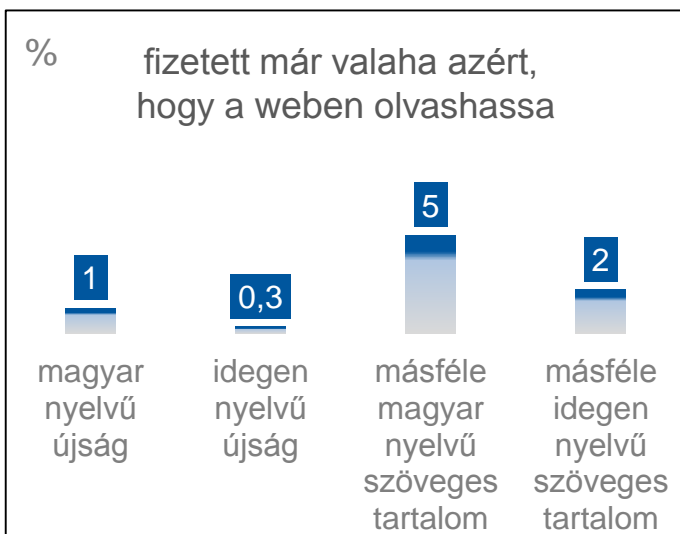
Ábránk a végtelenbe nyúló kínálatból néhány világszerte vagy Magyarországon frekventált webáruház népszerűségét mutatja be a célcsoportban.

Mivel az internetezők főként műszaki cikket és könyvet vásárolnak online, a termékkategóriára specializált áruházak közül az ezeket árusítók tartoznak a legnépszerűbbek közé. A vásárlók egymás közti kereskedését szolgáló webáruházak (eBay, Vatera) is igen népszerűek.

- külföldi webáruház
- magyar v. magyarországi leányvállalattal rendelkező webáruház



Bázis: Akik tényleges valutával fizettek online vásárláskor, n=1853, N=3,6 m



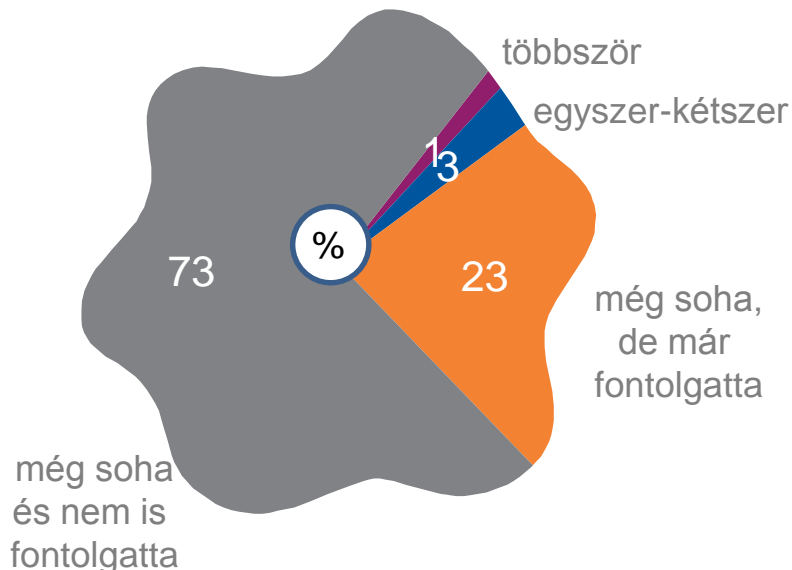
A célcsoport 7%-a fizetett már valaha azért, hogy valamely szöveges tartalmat elolvashasson a weben. Magyar nyelvű újságért vezetők, vállalkozók, magyar nyelvű másféle szöveges tartalomért* középiskolások, másféle idegen nyelvű tartalomért felsőoktatási hallgatók fizettek kiemelkedő arányban.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m, illetve akik még soha nem fizettek online szöveges tartalomért, n=2896, N=5,7 m

*Másféle szöveges tartalom pl. szótár, lexikon, tudományos cikk-gyűjtemény

adományozás webhelynek



A 16+ éves internetezők 77%-a találkozott már a weben adományt kérő felhívással, s a 6%-uk (a teljes minta 4%-a) tett eleget e kérésnek.

A legtöbben, az adományozók 60%-a a wikipédiát támogatták. Más webhelyeket szórványosan említettek (legfeljebb az adományozók 5%-a).

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m, illetve akik találkoztak már a weben felhívással adományozásra, n=2402, N=4,7 m

%

milyen érzéssel fogadja, ha felhívást lát adományozásra egy webhelyen

általában bosszant, zaklatásnak veszem, mert az a véleményem, hogy tartsák el magukat a webhelyek, ne a látogatóktól kérincseljenek



akkor bosszant, ha túl gyakran vagy állandóan ilyen felhívással bombázzák a látogatót



ha nekem szimpatikus webhelyen jelenik meg a felhívás, akkor nem bosszant, ha viszont nem szimpatikus nekem az a webhely, akkor bosszant



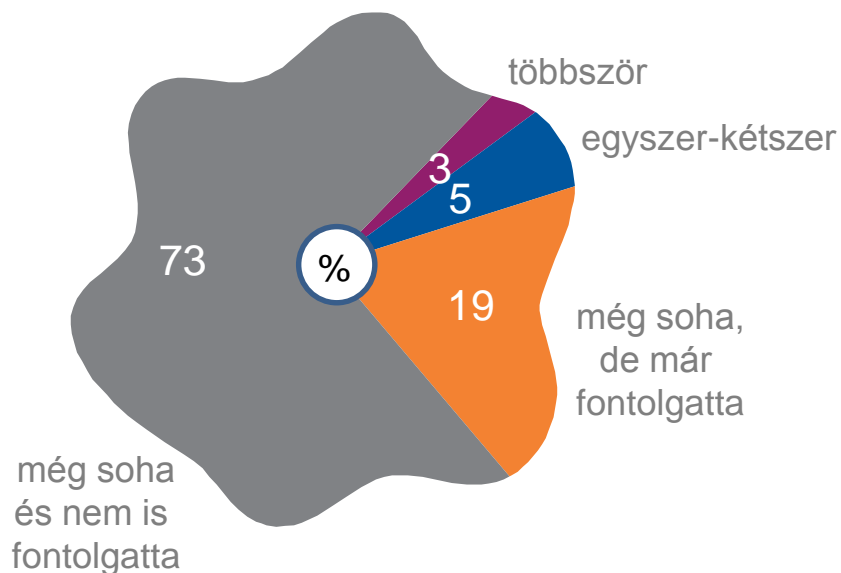
akkor bosszant, ha a felhívás szövege tolakodó, szemtelen



általában nem veszem zaklatásnak, nem bosszant, mert jobb megoldásnak tartom, mint ha fizetőssé tennék a webhelyet vagy reklámokkal tömnék tele



közösségi finanszírozás



A 16+ éves internetezők 8%-a vett már részt weben szervezett crowdfundingban, azaz támogatott pénzzel megvalósulásra váró kreatív, üzleti célú, jótékonyági vagy a közérdeket szolgáló projektet.

Más társadalmi karakterisztikájú (és zömében személy szerint is más) internetezők adományoztak pénzt webhelynek, illetve vettek részt közösségi finanszírozásban. Az adományozás főként középkorú aktív keresőknél fordul elő, míg a crowdfunding a tizen- és huszonéveseknél.

AZ INTERNET BEILLESZKEDÉSE AZ ÉLETMÓDBA

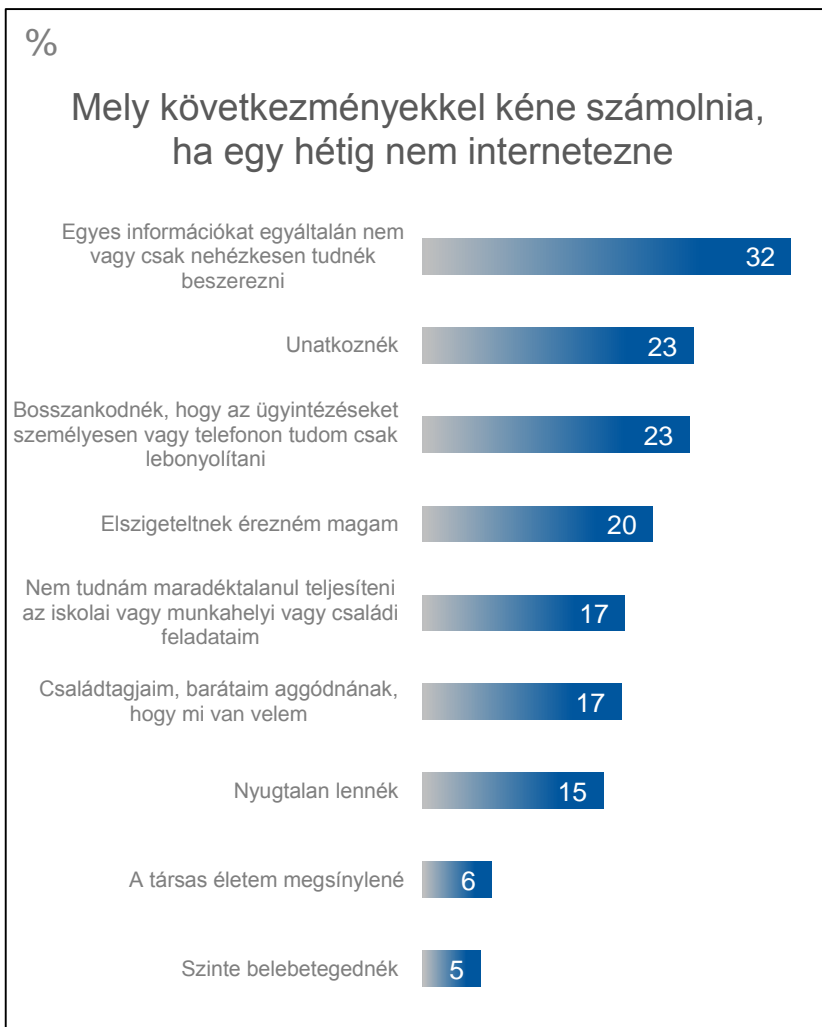


1990

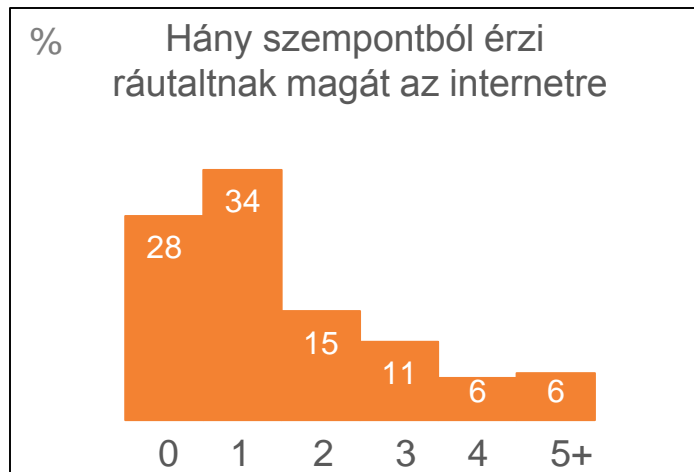


2015

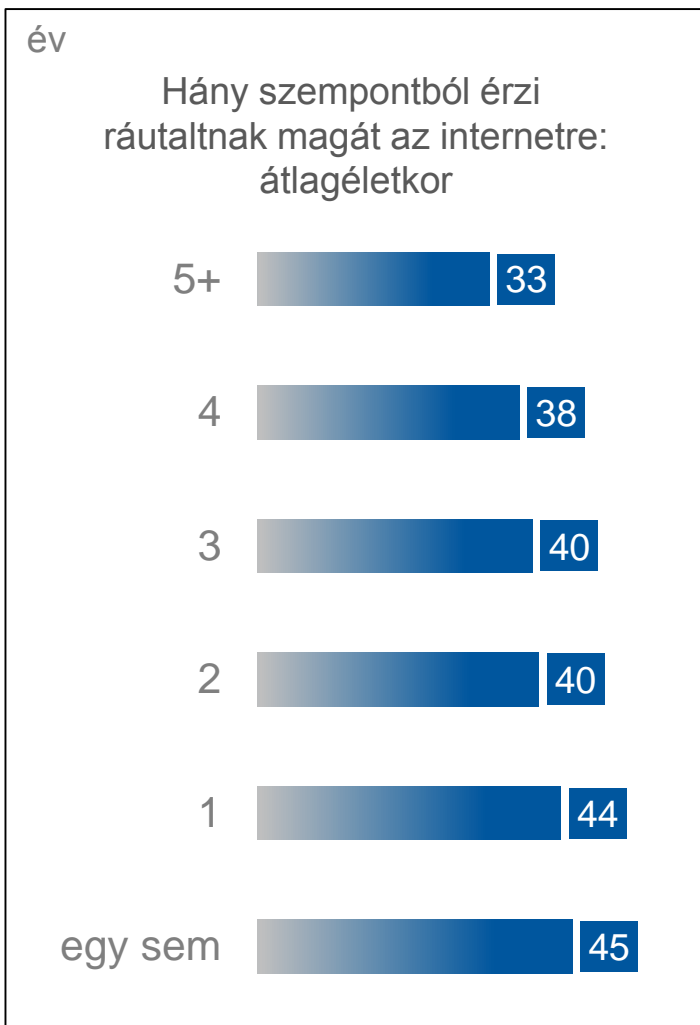
robbie



Az internetezés beilleszkedik az életmódba, annak minden összetevőjére (munka, tanulás, szórakozás, pihenés, praktikus teendők, társas kapcsolatok) kihatással lehet. Befolyásolja a szemléletet és a közérzetet. Az internetezők különféle szempontokból és mértékben érzik magukat ráutaltak az internetre.



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

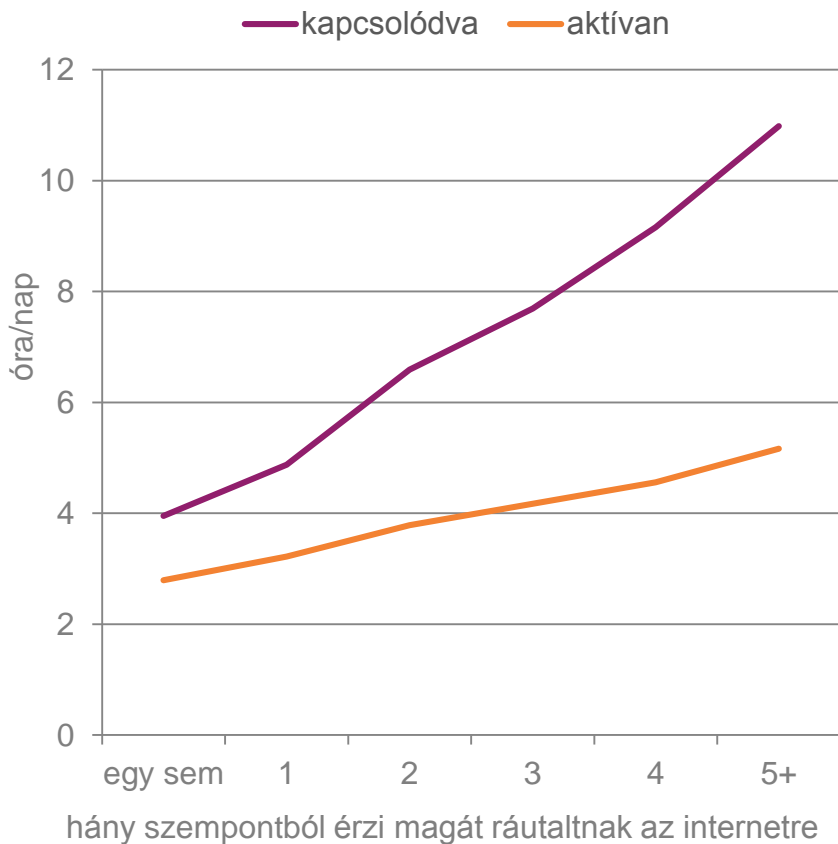


Bár az internetre való ráutaltság kérdésének tárgyias megközelítése leginkább az idősebbekre, érzelmi-hangulati megközelítése pedig leginkább a fiatalokra jellemző, és a magukat egyre több szempontból ráutaltnak érzők átlagosan egyre fiatalabbak, ez valójában nem az életkortól függ, és nem is attól, hogy kinek milyen hosszú internetezési múltja van. Az adatok összefüggéseibe mélyebben beható matematikai-statisztikai elemzés kimutatja, hogy az internetre való ráutaltság érzését az alábbi, a hatás erősségének csökkenő sorrendjében felsorolt tényezők befolyásolják jelentékenyen:

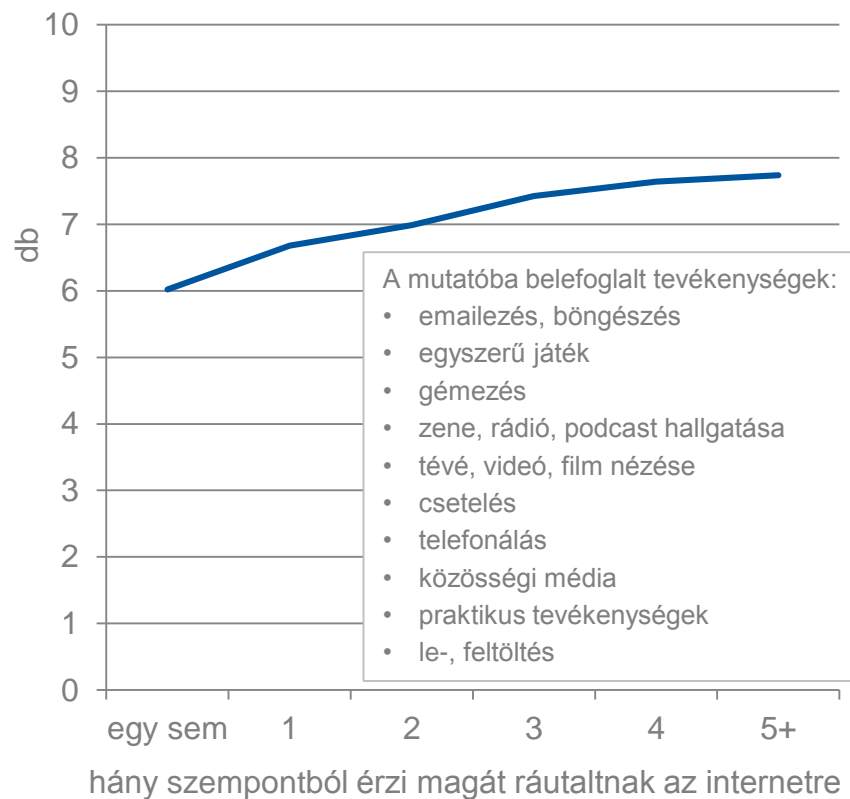
- Konnektivitás: napi hány órát tölt az internetre kapcsolódva
 - Az internetes tevékenység gazdagsága: hány tevékenységet végez tízféle alapvető internetes tevékenység közül
 - Internethasználati jártasság: önbesorolás
 - Adaptálódás: hány évesen (azaz mennyire fogékony, képlékeny korban) kezdett internetezni
 - Aktív internetezés napi időtartama
- E tényezők hatását a következő diák illusztrálják.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

konnektivitásban és aktív internetezéssel töltött napi időtartam



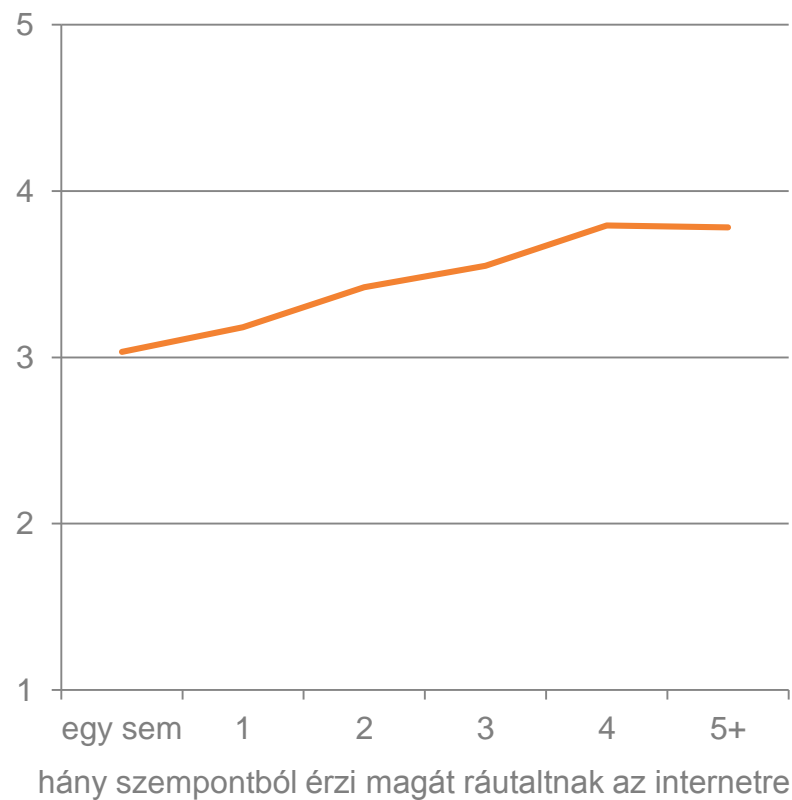
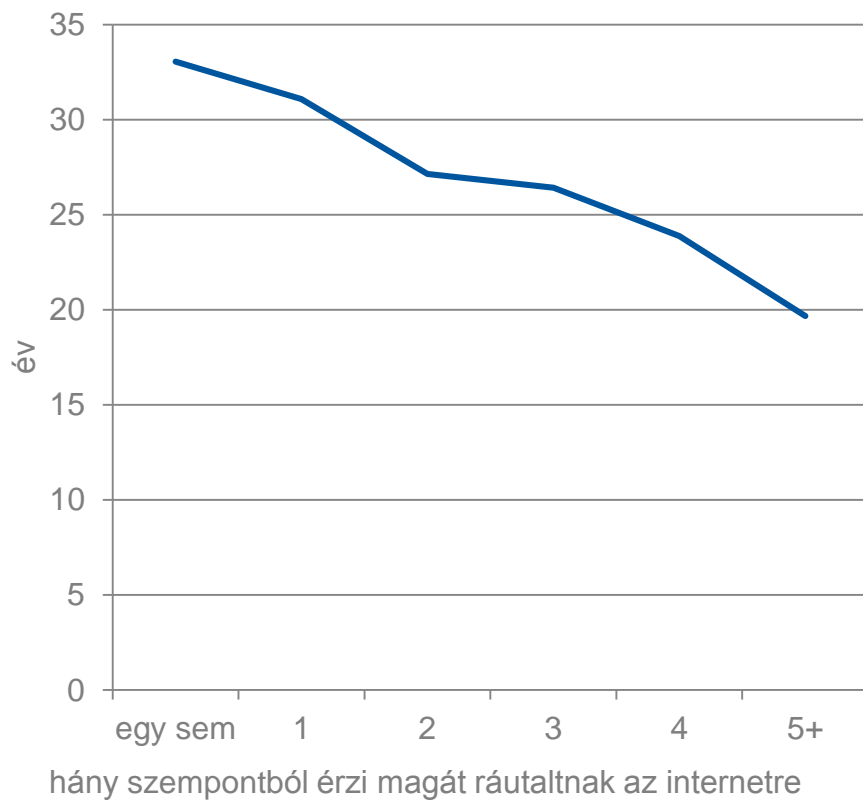
hányféle alapvető internetes tevékenységet végez



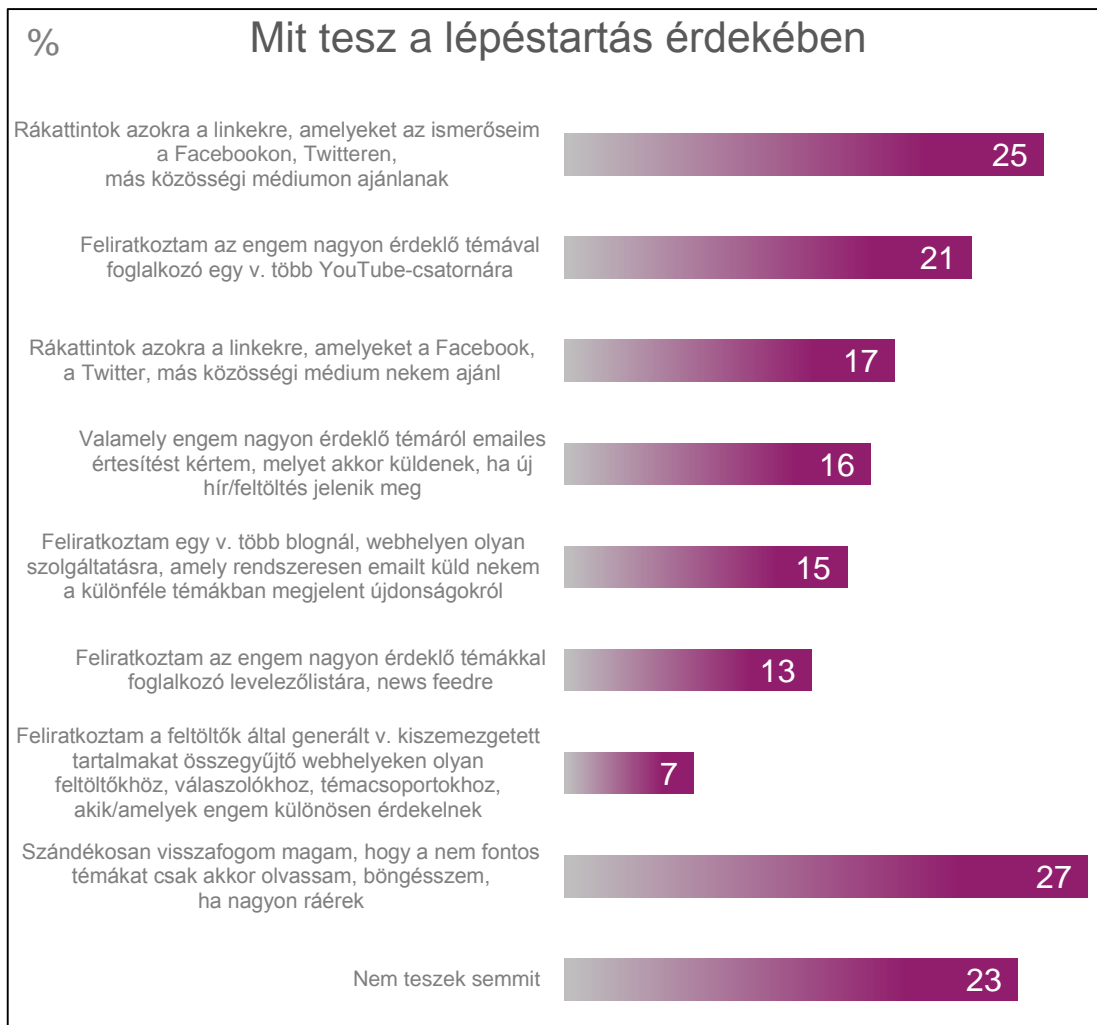
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m

hány évesen kezdett internetezni

internethasználati jártasság



Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



A 16+ éves internetezők fele alkalmaz valamiféle aktív stratégiát annak érdekében, hogy lépést tartson az interneten megjelenő információözönnel, legalábbis az őt kifejezetten érdeklő témákban. A többiek vagy nem tesznek semmit e cél érdekében, vagy önkorlátozáshoz folyamodnak. Az aktív stratégiák hátránya lehet, hogy az internetező a várt információ helyett vagy mellett reklámot, spamet kap. Ezt könnyen észleli az internetező, a szakértők által még veszélyesebbnek tartott másik hátrányt, hogy ti. ezáltal bizonyos cégek, illetve álhírterjesztők befolyása alá kerül, nehezebben észlelheti.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



Megnézek egy vagy több videót a témában, ha nem tudom, hogyan kell használni, megjavítani egy háztartási gépet, hogyan lehet egy otthoni feladatot, hobbitevékenységet elvégezni

72

Megnézek egy vagy több videót a témában, ha nem tudom, hogyan lehet egy szoftverben, játékban valamit megcsinálni

56



Olyasmiről cseten beszélgetek valakivel, amiről régebben egy hosszú sms-t vagy hosszú emailt írtam volna

63



Egy webes cikk szövegét nem olvasom el rendesen, inkább csak a cikkben lévő képeket, videókat nézem meg

52

Egy online újság, hírportál címlapján inkább csak azokra a hírekre kattintok rá, amelyekhez kép, videó van

52



A telefonommal lefotózom az életem napi eseményeit, és megosztom ezeket a fotókat a barátaimmal, családommal

43

Szelfit készítek, és elküldöm másvalakinek vagy feltöltöm a webre, pl. a Facebookra, Snapchatre

42

Olyasmiről fotót vagy videót küldök másvalakinek, amiről régebben sms-ben vagy emailben értesítettem volna őt

37

Az internet gyors kommunikációt tesz lehetővé, és hozzá is szoktat minket ahhoz. Az internetezők írás, olvasás, üzenetváltás terén egyaránt a gyorsabb megoldásokat preferálják, így visszaszorul a kommunikációjukban a fáradtságosabban előállítható, befogadható írott szöveg, és egyre tágabb teret kap az álló- és mozgókép.

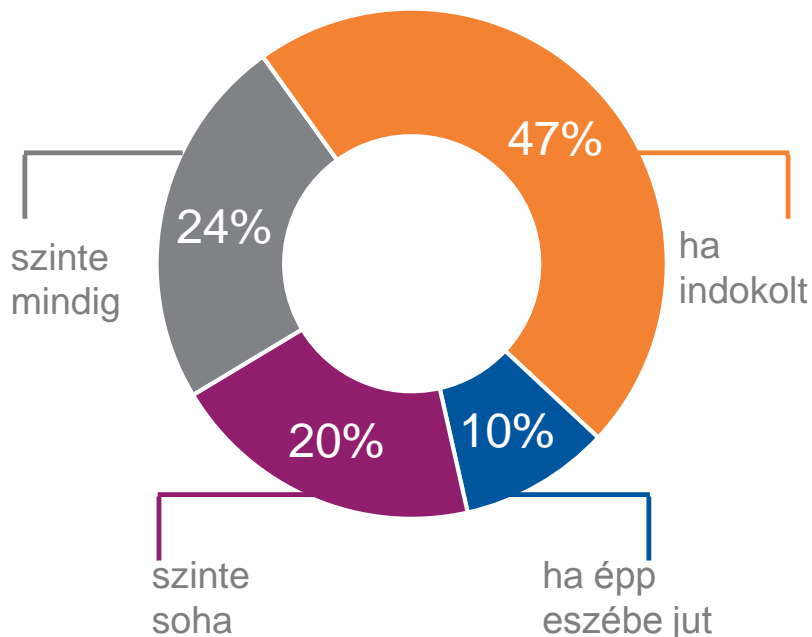
A lépéstartás igénye a külvilágban termelődő mérhetetlen számosságú hírrel is a képi információ felé tereli az internetezőket. A gyors és könnyedén megvalósítható kommunikáció lehetősége leszállította a hírérték határát mind a köz-, mind pedig a magánszférában: az internetes hírfolyam nagyobbik részét olyan hírek alkotják, amelyek a papírújságokból helyhiány miatt kiszorulnak, és az internetezők jelentős hányada saját élete efemer eseményeiről is tudósítja a kapcsolati hálóját vagy akár a széles nyilvánosságot.

ANONIMITÁS

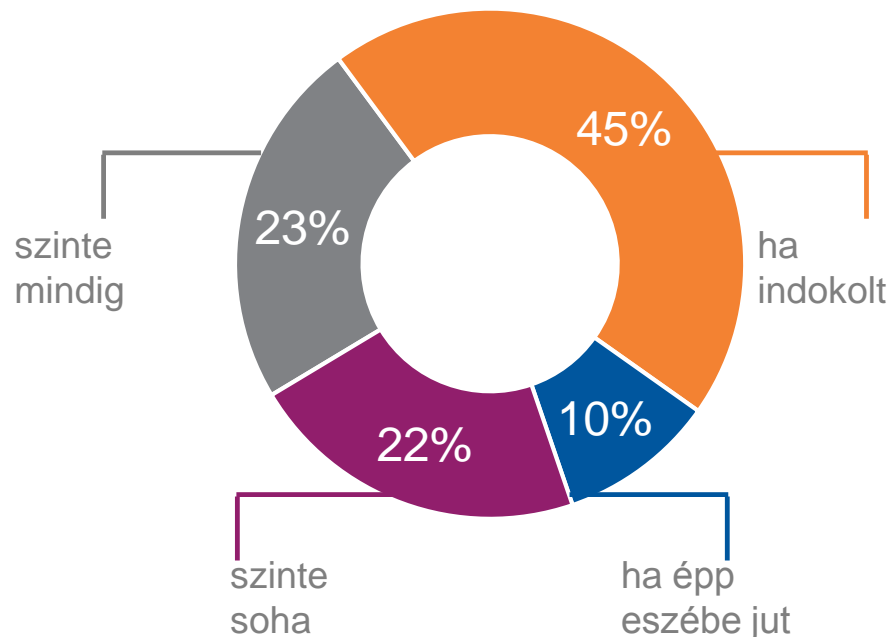


Törekvés anonimitásra az interneten

más internetezők előtt



cégek, intézmények előtt



Az internetes posztok zöme anonim: azonosíthatatlan álnevet viselő feltöltőtől származik. A széles közönséggel bíró webhelyek közül csak a Facebook követeli meg a reálidentitás felfedését, aminek magyarázata részint az eredete (egyetemi ismerkedési hálózatként indult), részint a jelenlegi kereskedelmi érdekei (ezáltal is igyekeznek meggyőzni a szülőket arról, hogy a FB-on biztonságban vannak a gyerekek). Az anonimitás az internetbiztonság és a személyes adatok feletti kontroll gyakorlásának fontos eszköze. Társadalmilag kívánatos, mivel előmozdítja a szólásszabadságot, noha árnyoldalai is vannak (megkönnyíti egyes bűncselekmények elkövetését és az internetes zaklatást).

Célcsoportunk négyötöde törekszik, ha nem is mindig, anonimitásra az interneten. A 84%-uk alkalmaz valamiféle megoldást kifejezetten annak érdekében, hogy az anonimitását megőrizhesse. E megoldások alkalmazásáról a következő dia tájékoztat.

%		
	Egy app letöltése előtt megnézem, milyen adatomhoz fér hozzá, és ha nem tetszik, nem töltöm le	47
	Ha egy program, webhely, app megkérdezi, továbbíthat-e adatokat rólam, én nem egyezem bele	46
	A családomról, lakásomról fotót nem teszek fel az internetre	45
	Rendszeresen v. időnként törölöm a böngészési előzményeimet (historyt)	41
	Eloolvasom a webhelyek adatvédelmi nyilatkozatát, és ha nem tetszik benne valami, távozom onnan	36
	Kikapcsolom a helymeghatározást az okostelefonomon	36
	Inkognitó-módban használom a böngészőt, ha indokolt	34
	Kerülöm azokat a webhelyeket, ahol kötelező a valódi névvel szerepelni	33
	Kerülöm azokat a webhelyeket, ahol regisztrálni kell	33
	Személyesen v. telefonon intézem a hivatalos ügyeimet, nem az interneten keresztül	32
	Megtiltom a sütik (cookie-k) használatát	28
	Kerülöm a GPS használatát	28
	Mellőzöm az Apple termékeit	26
	Titkosító alkalmazást használok az internetes kommunikációhoz, ha ez indokolt	26
	Ha valaki kitesz a Facebookra egy fotót és bejelöl rajta engem, akkor leveszem róla a rám hivatkozást (taget)	22
	Ha interneten rendelek árut, kis cégeknél vásárolok, nem az olyan óriáscégeknél, mint pl. az Amazon	21
	Mellőzöm a Microsoft termékeit	20
	Mindenféle közösségi médiát kerülök	20
	Csak kicsi közösségi oldalakra járok, a nagy cégekére (pl. Facebook) nem	19
	Mellőzöm az óriáscégek keresőit (Google, Bing, Yahoo)	18

A 16+ éves internetezők az ábrázolt arányban alkalmazzák a felsorolt technikákat anonimitásuk megvédése érdekében. (Azokat nem foglaltuk be az adatokba, akik alkalmazzák ezeket, de nem azért, hogy az anonimitásukat védjék.)

A férfiak és a leggyakorlottabb internetezők másoknál több ilyen technikát alkalmaznak.

Az alkalmazók mintegy kétharmada reméli, hogy az alkalmazott technika sokat segít az anonimitása megőrzésében, egyharmaduk viszont nem reméli ezt.

Legtöbben a titkosító alkalmazás használatától remélik a várt eredményt.

Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



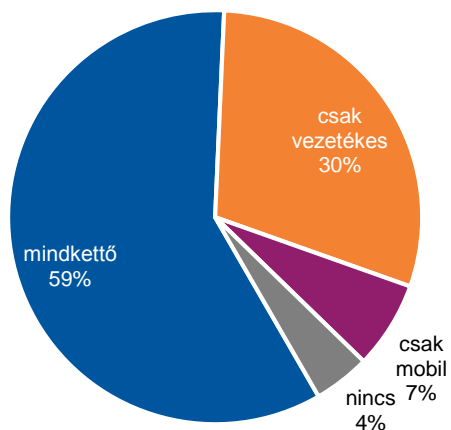
Az internetezőkben sokszor nem tudatosul, hogy az interneten közzétett személyes információk: önmagukról és másokról közzétett tények, állítások, képek közvetlen vagy közvetett úton bárkihez eljuthatnak akár a jelenben, akár a távoli jövőben. A digitális lábnyom, amit az internetes aktivitás maga után hagy, kitörölhetetlen, ezért különleges megfontolást igényelne, hogy valamely információ közzétele járhat-e veszéllyel, nem kívánatos következményekkel.

Az effajta tudatosság kevésbé jellemző a férfiakra, mint a nőkre, és kevésbé az újonc és kezdő internetezőkre, mint a gyakorlottabbakra. Úgy tűnik tehát, hogy a férfiak a technológiát használják szívesebben a védelem megteremtéséhez, a nők pedig a neten megosztott információkkal bánnak óvatosabban inkább.

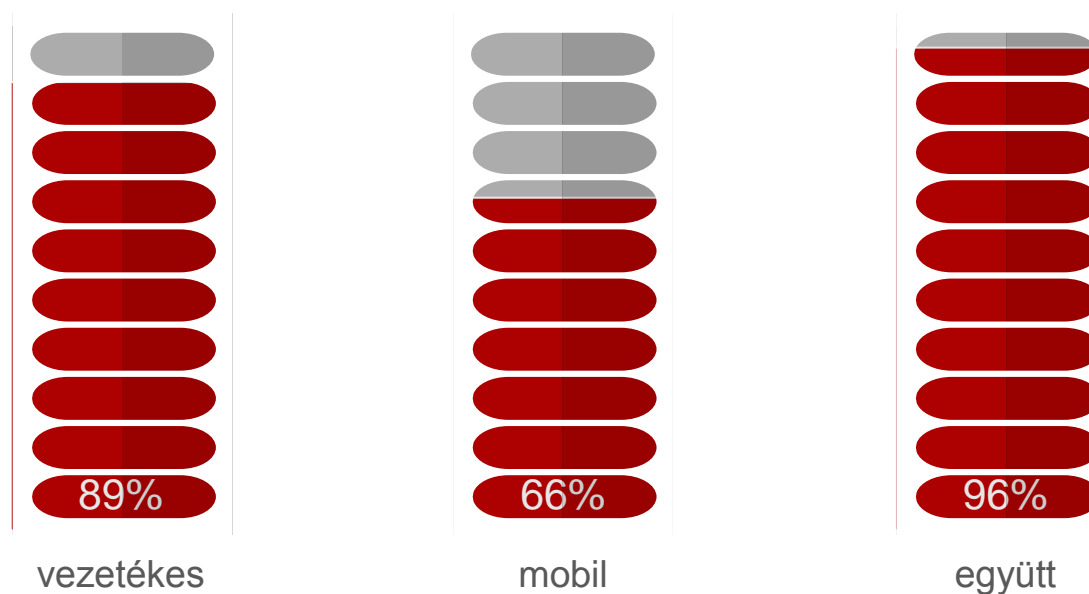
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



INTERNET-ELŐFIZETÉS

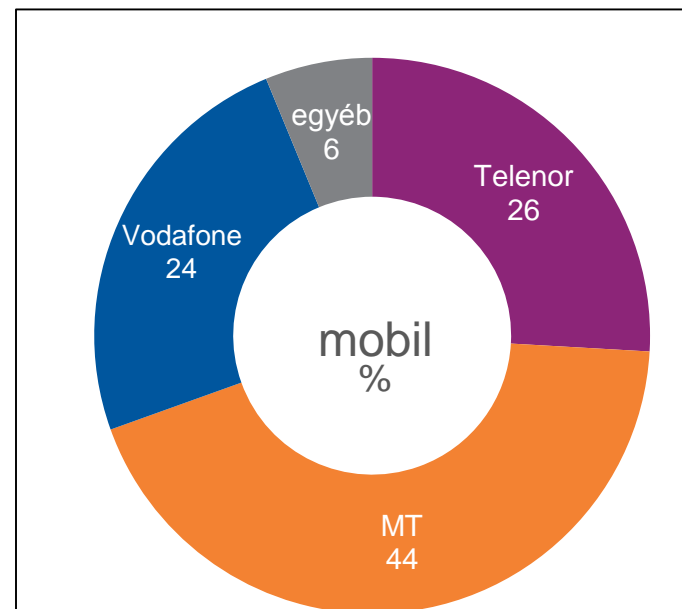
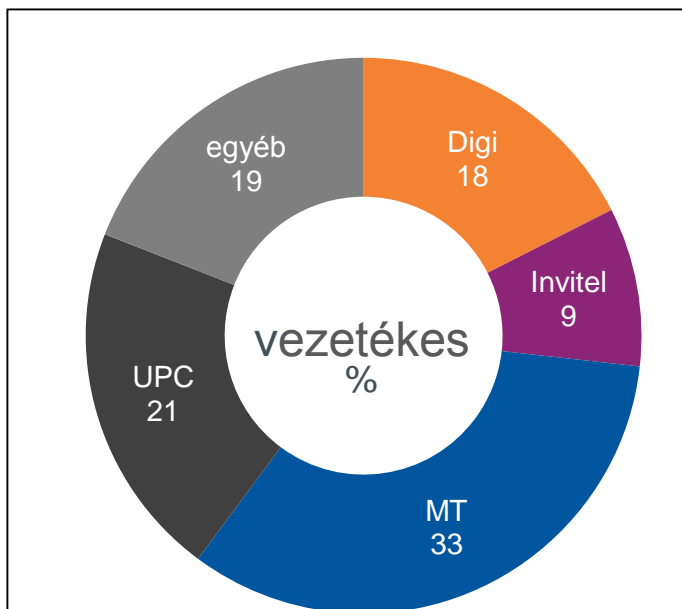


Lakossági előfizetők aránya



Csaknem minden 16+ éves internetezőnek van lakossági internet-előfizetése (melyet otthonában használhat).

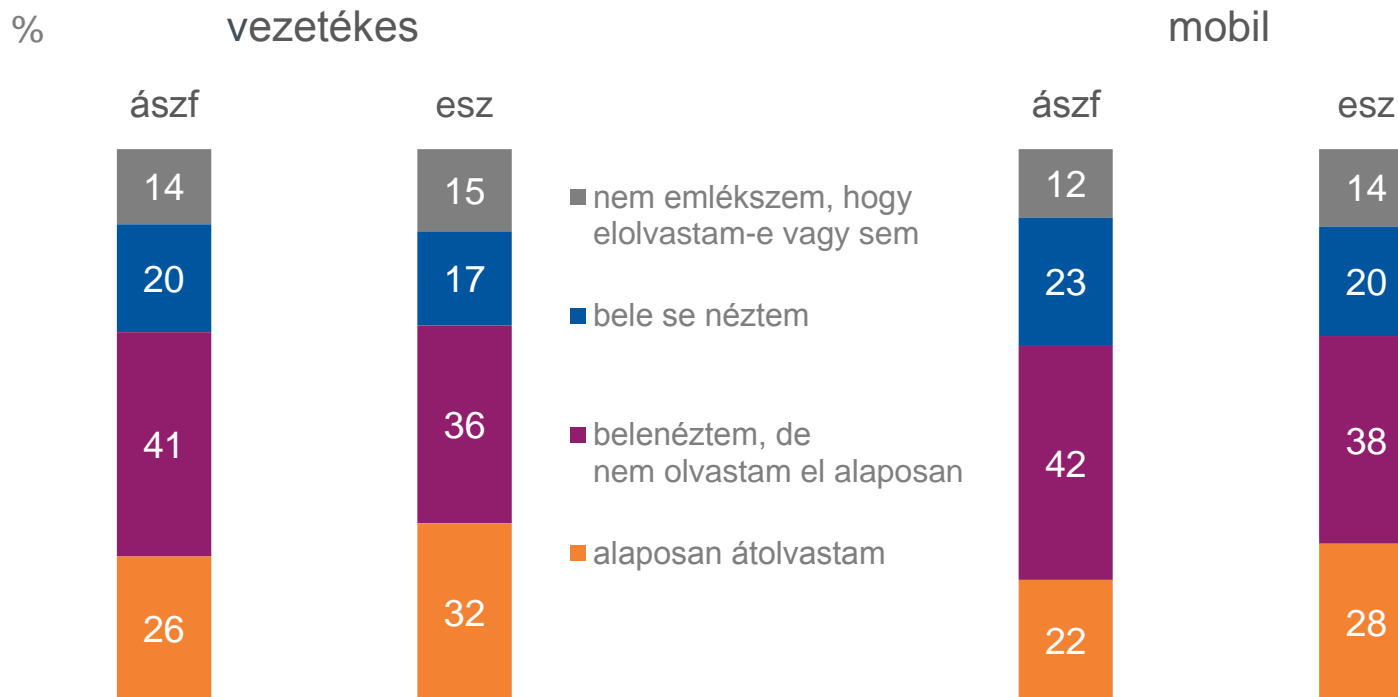
Bázis: 16+ éves internetezők; n=3110, N=6,1 m



Az internetezők túlnyomó részének néhány nagy szolgáltató biztosítja a hozzáférést az internethez.

Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes n=2760, N=5,4 m, mobil n=2048, N=4 m

Szerződés elolvasása szerződéskötéskor

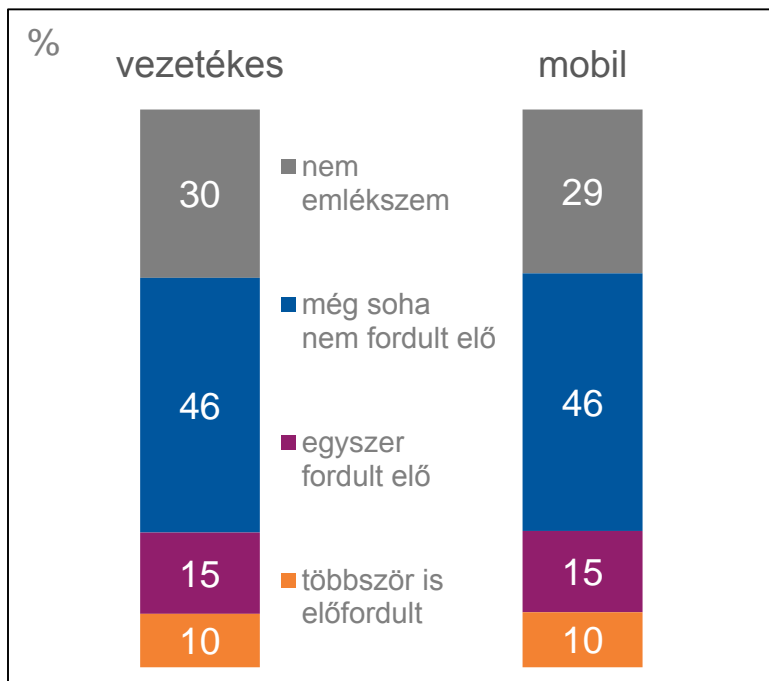


Ászf: általános szerződési feltételek, esz: egyedi szerződés

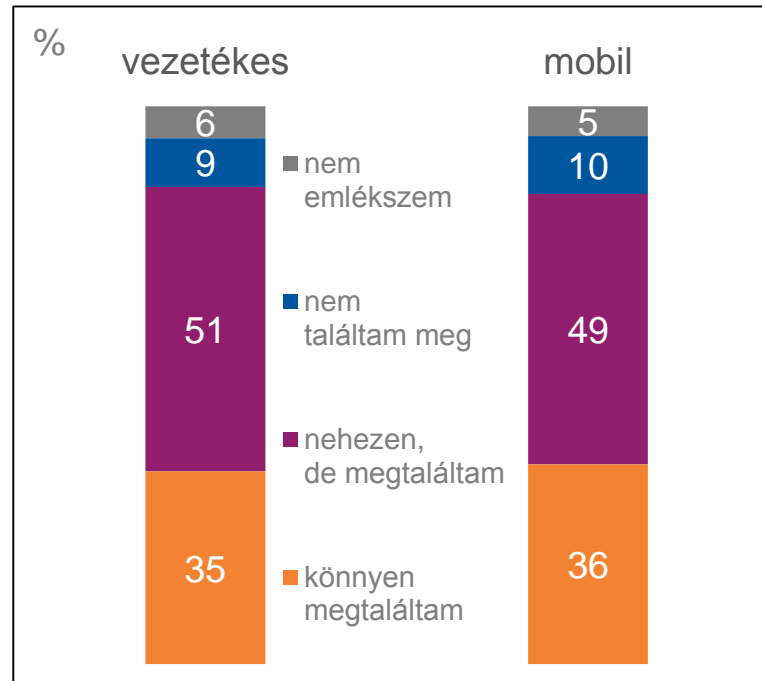
Az internet-előfizetési szerződés megkötésekor az előfizetőknek csak egy kisebbsége volt kellően türelmes vagy motivált ahhoz, hogy az általános szerződési feltételeket, illetve az egyedi szerződést alaposan átolvassa.

Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes n=2760, N=5,4 m, mobil n=2048, N=4 m

Előfordult-e, hogy megpróbált valaminek utánanézni az ászf-ben



Megtalálta-e a keresett információt az ászf-ben

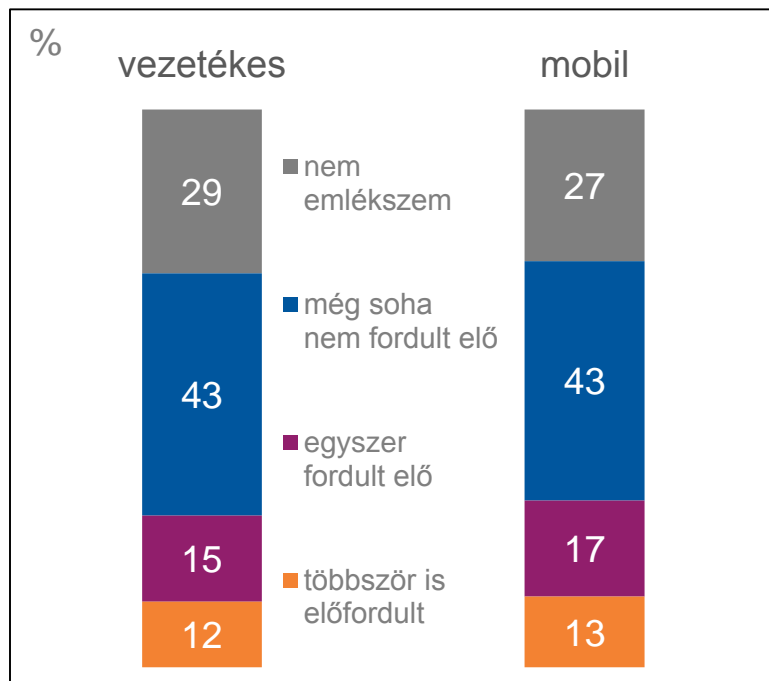


Ászf: általános szerződési feltételek

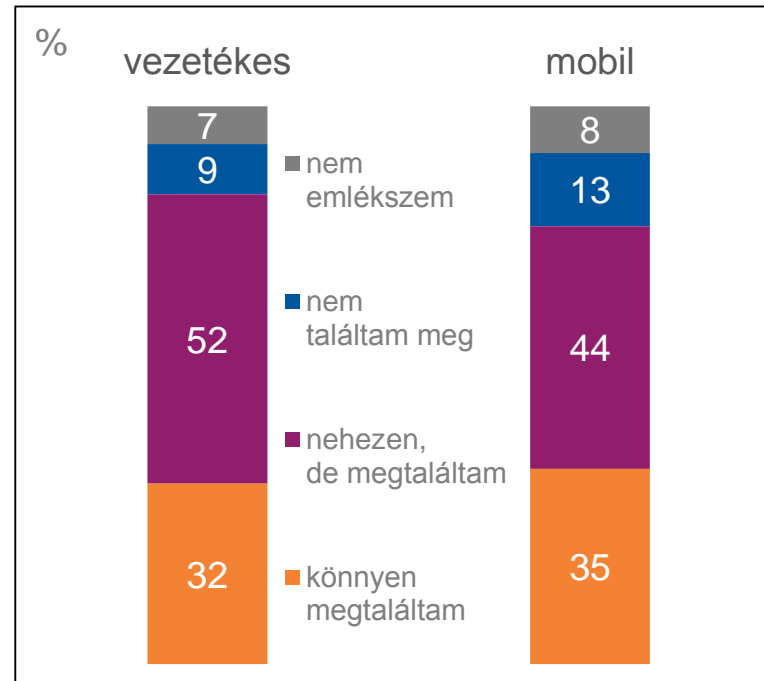
Az internet-előfizetők egynegyede próbált már valamely öt érdeklő információt megkeresni az ászf-ben, s többnyire meg is találták azt, habár sokszor nehezen.

Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes n=2760, N=5,4 m, mobil n=2048, N=4 m, illetve akik kerestek valamely információt az ászf-ben

Előfordult-e, hogy megpróbált valaminek utánanézni az esz-ben



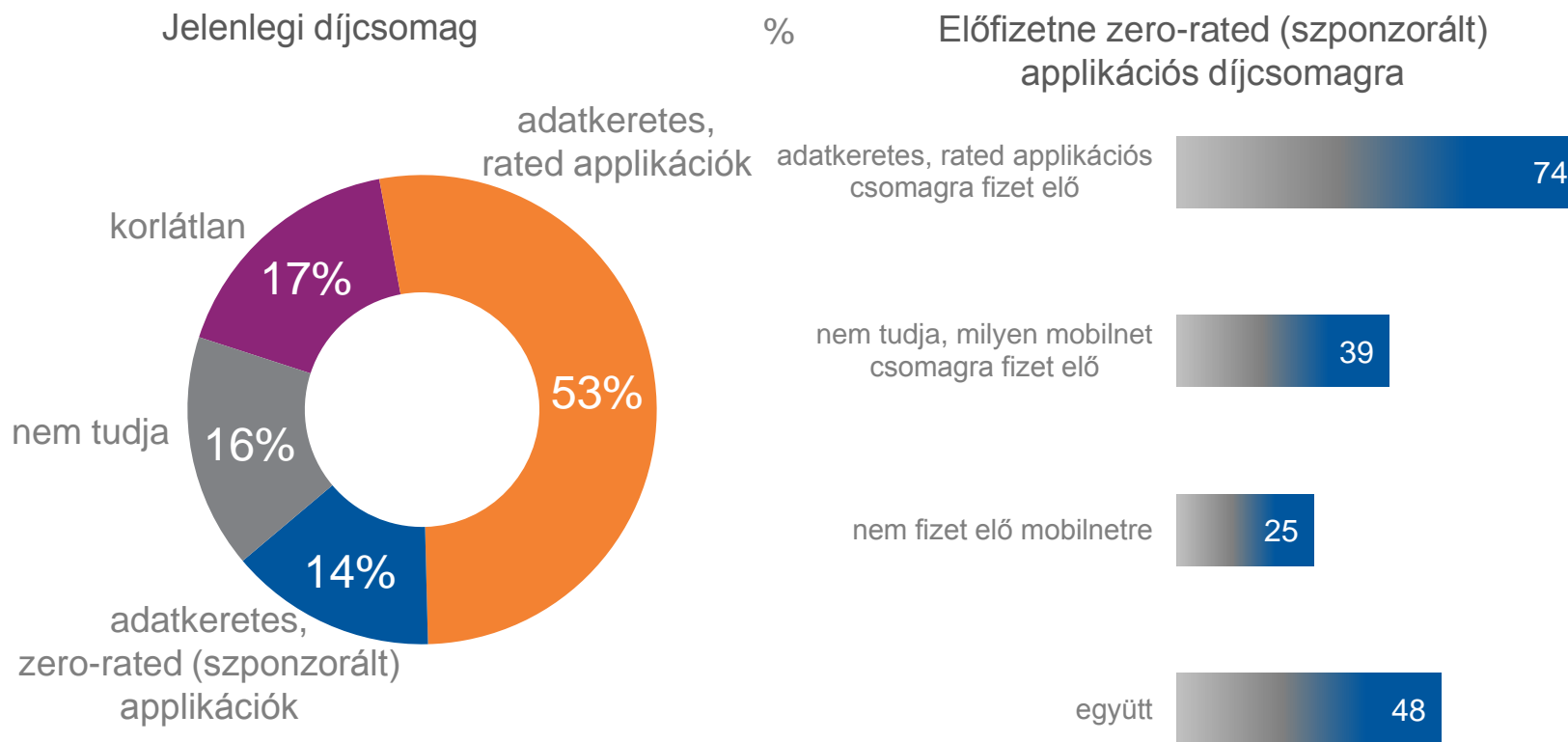
Megtalálta-e a keresett információt az esz-ben



Ászf: általános szerződési feltételek, esz: egyedi szerződés

Kevéssel több internet-előfizető próbált utánanézni az őt érdeklő információknak az esz-ben, mint az ászf-ben. A sikeres keresések aránya az esz-ben a mobilszerződések esetében valamivel alacsonyabb, mint az ászf-ben, ám ez az eltérés statisztikai értelemben elhanyagolható.

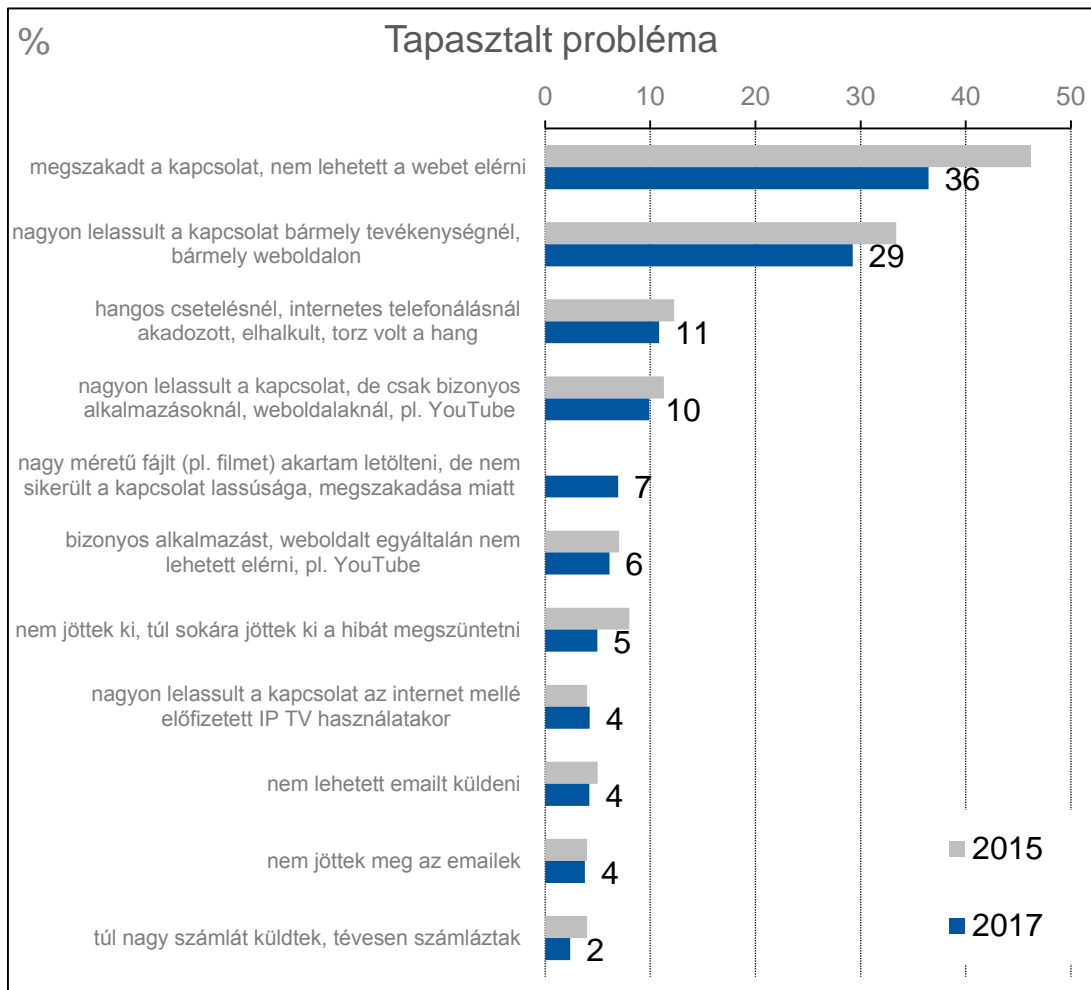
Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes n=2760, N=5,4 m, mobil n=2048, N=4 m, illetve akik kerestek valamely információt az esz-ben



Rated applikációs csomag: minden app használata beleszámít a mobilnetes adatkeretbe, zero-rated vagy szponzorált tartalom: bizonyos appok használata beleszámít, míg más appoké nem számít bele az adatkeretbe, tehát nem csökkenti azt

Jelenleg a mobilinternet-előfizetők 14%-ának szól az előfizetése olyan adatkeretes díjcsomagra, amely a közösségi média bizonyos szereplőinek vagy bizonyos csetprogramok szolgáltatását nem számítja bele az adatkeretbe. Jóval többen (az érintettek közel fele) lennének hajlandók effajta díjcsomagra előfizetni. A fogyasztók mindenekelőtt az árat veszik számításba az előfizetési döntés meghozatalakor, és nem gondolnak arra vagy kevésbé fontos nekik, hogy a tartalomhoz való hozzáférésük ezáltal jelentősen leszűkülhet.

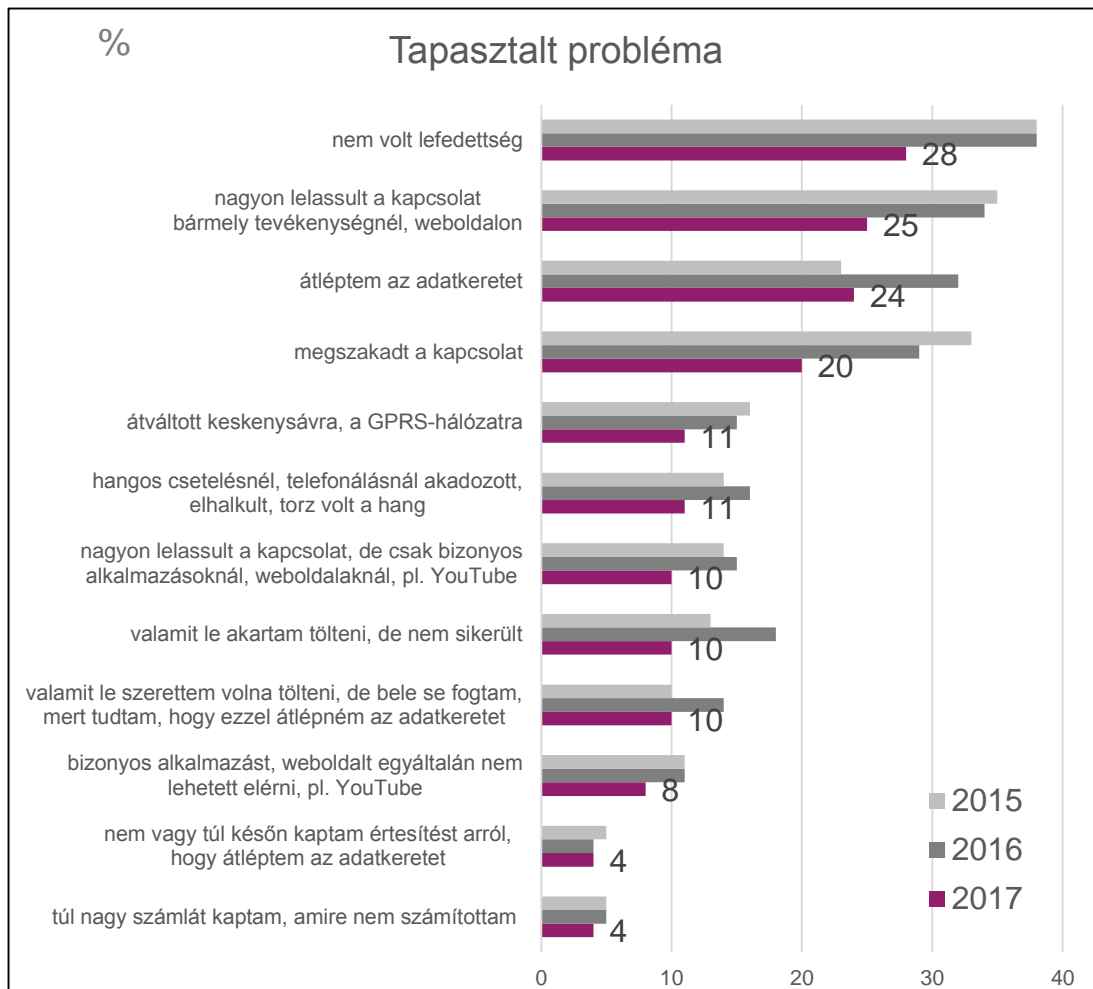
Bázis: 16+ éves mobilinternet-előfizetők, n=2048, N=4 m, illetve akik nem fizetnek elő mobilinternetre vagy nem zero-rated csomagra fizetnek elő, n=2468, N=4,8 m



2017-ben a vezetékes internetre előfizetők 58%-a észlelt valamiféle problémát az előfizetésével kapcsolatban. A Digi ügyfelei közül kevesebben számoltak be problémáról, mint más nagy szolgáltatók ügyfelei közül.

Utoljára 2015-ben vizsgáltuk ezt a témakört, s most a két évvel ezelőtti helyzethez képest némi javulásnak vagyunk tanúi, főként a leggyakoribb probléma, a kapcsolat megszakadása terén.

Bázis: 16+ éves vezetékesinternet-előfizetők; n=2760, N=5,4 m

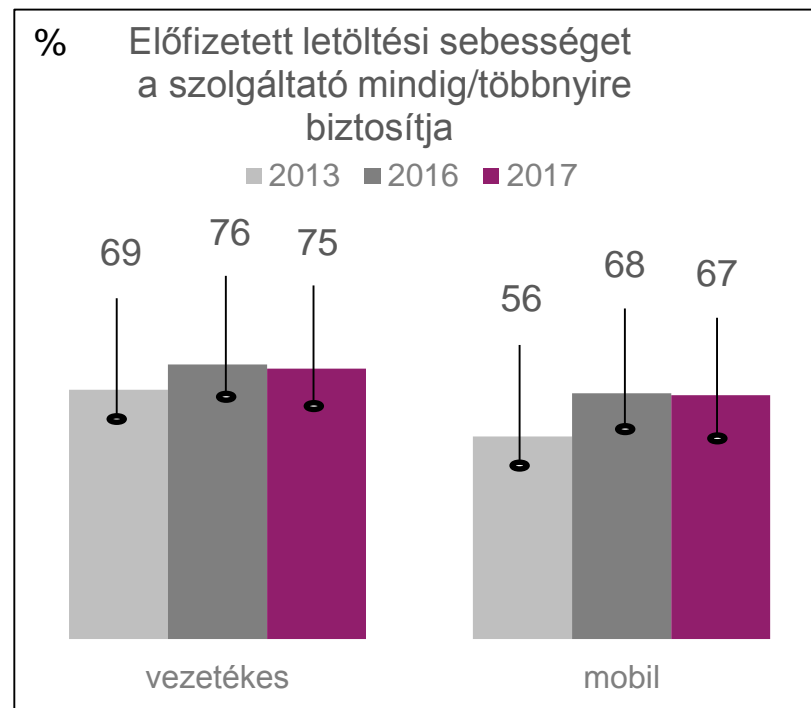
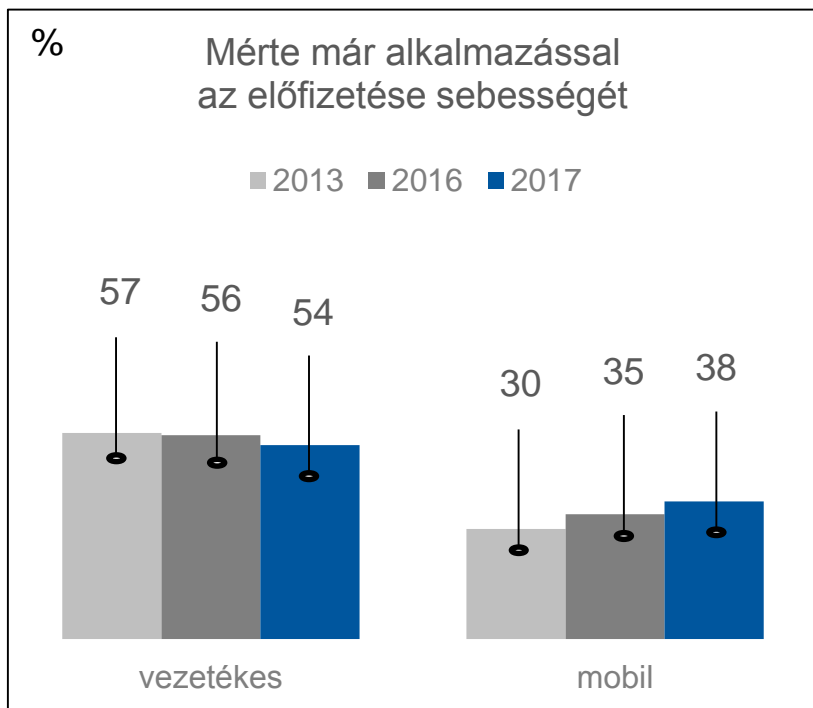


2017-ben a mobilinternetre előfizetők 68%-a észlelt valamiféle problémát az előfizetésével kapcsolatban. A nagy szolgáltatók ügyfelei azonos arányban jeleztek problémát.

A korábbi évekhez viszonyítva valamennyi hibajelenség előfordulása csökkent.

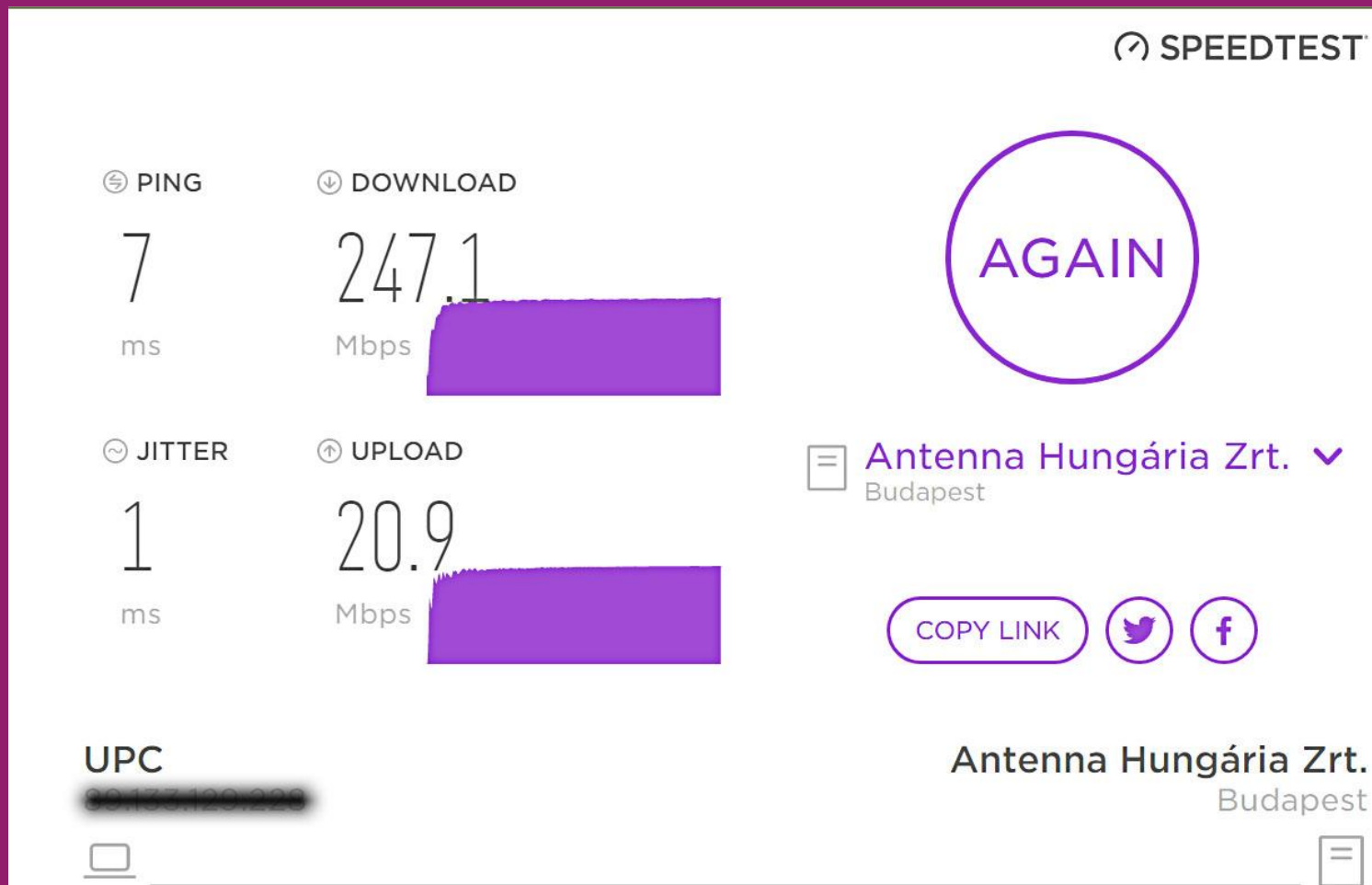
Bázis: 16+ éves mobilinternet-előfizetők; mobil n=2048, N=4 m

Előző kutatásunk óta nem változott érdemlegesen azok aránya, akik mérték már szoftverrel az előfizetett internetkapcsolatuk sebességét, 2013-hoz képest viszont most többen mérik a mobilinternet sebességét. Az előfizetés sebességével elégedettek aránya sem változott egy év alatt: a vezetékes kapcsolatra előfizetők háromnegyede, a mobilkapcsolatra előfizetők kétharmada nyilatkozott úgy, hogy a szolgáltató mindig vagy többnyire biztosítja az ígért letöltési sebességet. 2013-hoz képest nőtt az elégedettség ezen a területen. A korábbiakhoz hasonlóan a Digi ügyfélkörében a legmagasabb a sebességgel elégedettek gyakorisága.

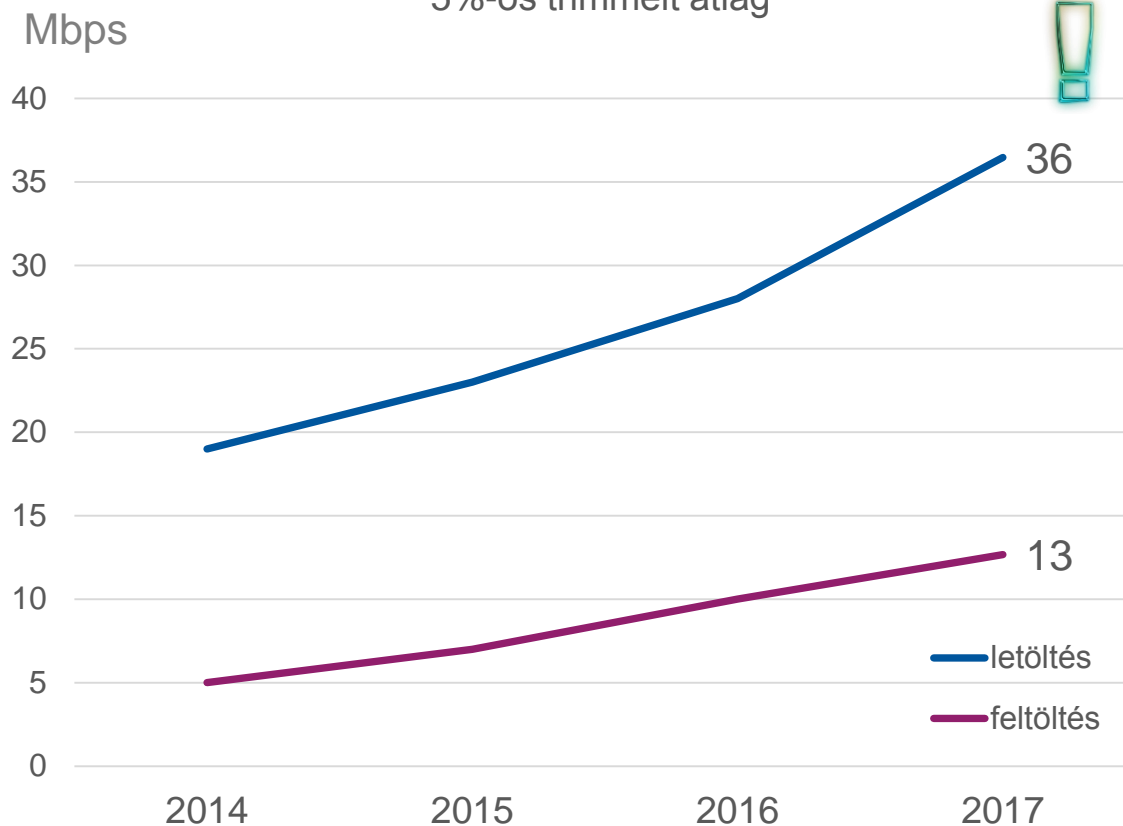


Bázis: 16+ éves internet-előfizetők; vezetékes n=2760, N=5,4 m, mobil n=2048, N=4 m

INTERNETKAPCSOLAT SEBESSÉGE



Le- és feltöltési sebesség
5%-os trimmelt átlag*



2017-ben a korábbinál is nagyobb mértékben nőtt a Magyarországról elérhető internetkapcsolat jellemző letöltési sebessége, ami részben a nagyvárosokban bővülő nagy áteresztőképességű vezetékes hálózatoknak, részint a 4G-s mobilinternet terjedésének köszönhető.

Bázis: Akik a saját internetezési eszközükön töltötték ki a kérdőívet, n=1988, N=3,9 m

*A sorbarendezett gyakorisági sor alsó és felső 5%-ának elhagyása után számított átlag

**Az Ookla alkalmazása. www.speedtest.net



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság



ÖSZÖNJÜK A FIGYELME

