Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében

2014

Piackutatás az NMHH részére

Ariosz Kft.

A KUTATÁS PARAMÉTEREI

Készült a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából

Kutatóműhely: Ariosz Kft.

Az adatfelvétel időpontja: 2014.10.13 – 2014.11.03.

Módszer: Személyes megkérdezés standard kérdőívvel

Mintanagyság: 2017 háztartás, illetve személy

Az interjúk átlagos időtartama: 47 perc

Jelölések:

háztartásokra vonatkozó adat

személyekre vonatkozó adat

Súlyozás:

Háztartások esetében: háztartás mérete, a háztartás korösszetétele, településtípus, régió, valamint az inkumbens távközlési szolgáltatói terület.

Személyek esetében: a kérdezett neme, korcsoportja, iskolai végzettsége, a háztartás nagysága, településtípus, régió és az inkumbens távközlési szolgáltatói terület dimenziói.

Alkalmazott eljárás: RIM weighting (több szempontú iterációs faktorsúlyozás).

A súlyozáshoz a 2011-es népszámlálás adatait vettük alapul.

DEFINÍCIÓK, JELÖLÉSEK, RÖVIDÍTÉSEK

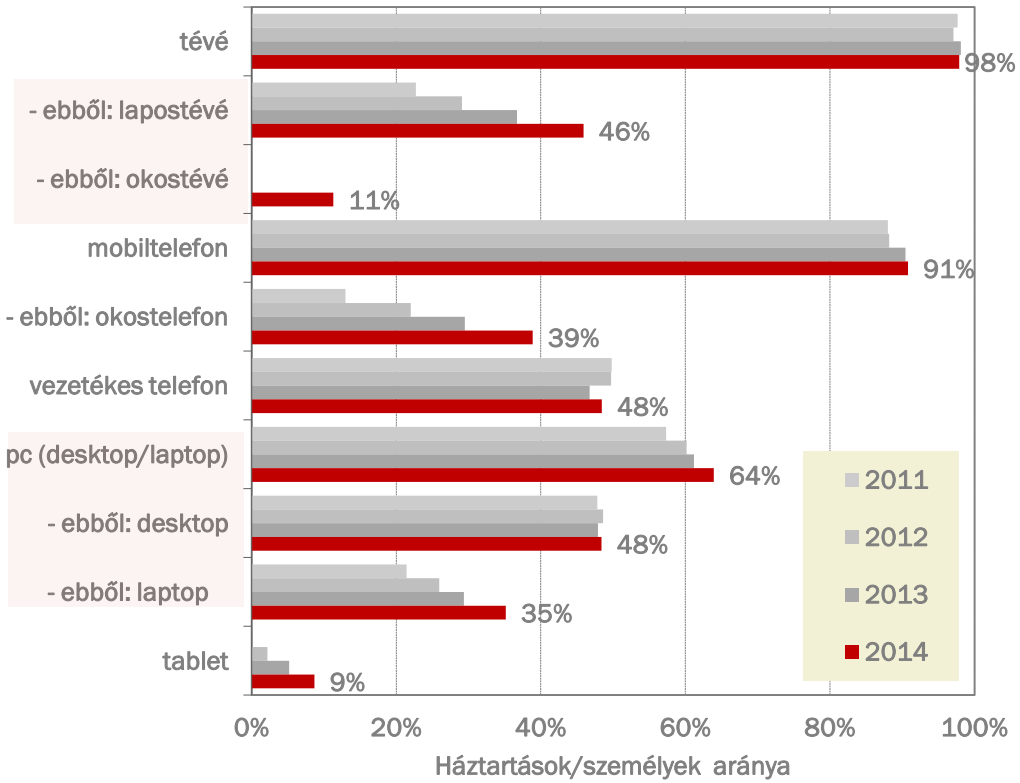
„Large Screen” internet	nagy képernyőn (pc-n vagy tableten) használt internetkapcsolat
„Small Screen” internet	kis képernyőn (mobiltelefon kijelzőjén) használt internetkapcsolat
HK internet	helyhez kötött internetelérési technológia
MBB	mobilinternet-kapcsolat (mobile broadband), beleértve a „Large Sreen” és a „Small Screen” használatát is
PSTN	hagyományos rézérpáras hálózatokon nyújtott (analóg vagy ISDN) telefonszolgáltatás
kábeltelefon	kábeltelevíziós hálózatokon nyújtott telefonszolgáltatás
VoIP	IP-alapú (pl.: xDSL, optikai) vezetékes hálózatokon nyújtott telefonszolgáltatás
NT/NV	nem tudja, nem válaszol
n	mintabeli létszám
N	becsült létszám az alapsokaságban
HT	háztartás
MJV	megyei jogú város
14+ éves	14 éves és idősebb
Σ	összesen

ÁTTEKINTÉS

INFOKOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK

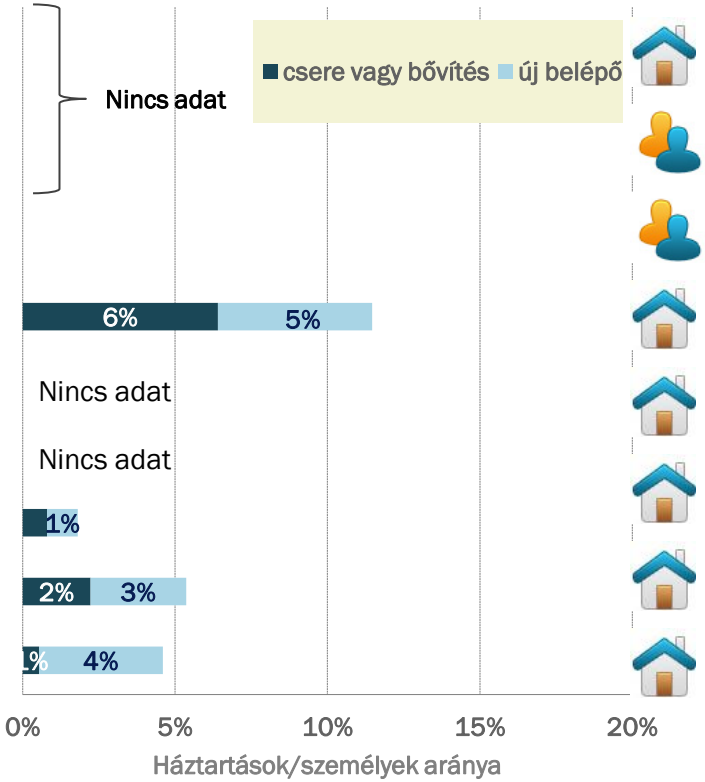
A háztartások 10%-a (több mint 400 ezer háztartás) tervez pc-t vásárolni a következő évben. 2014 már a negyedik olyan év, hogy több laptopot terveznek venni, mint desktopot. A laptoppal rendelkező háztartások részaránya a 2011-es 21 százalékról mostanra pedig már 35%-ra nőtt.
Tablet jelenleg a háztartások 9%-ában található, és ez a szám a 2014-es növekedés után jövőre újabb 4 százalékponttal növekedhet.

Ellátottság



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy
(N=4,106 millió HT, illetve 8,59 millió fő, n=2017)

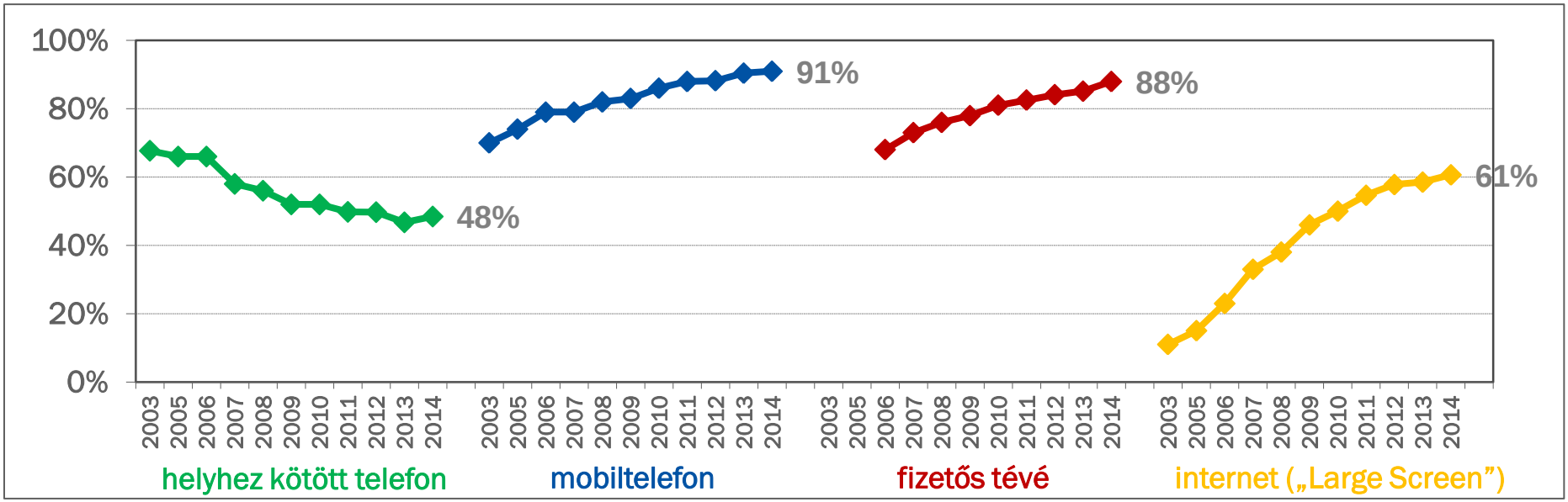
Vásárlási szándékok



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy
(N=4,106 millió HT, illetve 8,59 millió fő, n=2017)

TELEKOMMUNIKÁCIÓS SZOLGÁLTATÁSOKKAL RENDELKEZŐ HÁZTARTÁSOK

Nőtt az internettel rendelkező háztartások aránya, és több lett a fizetős tévére előfizetők száma. Lelassult a háztartások mobiltelefon-ellátottságának növekedése, és megállt a vezetékes telefon igénybevételének csökkenése.



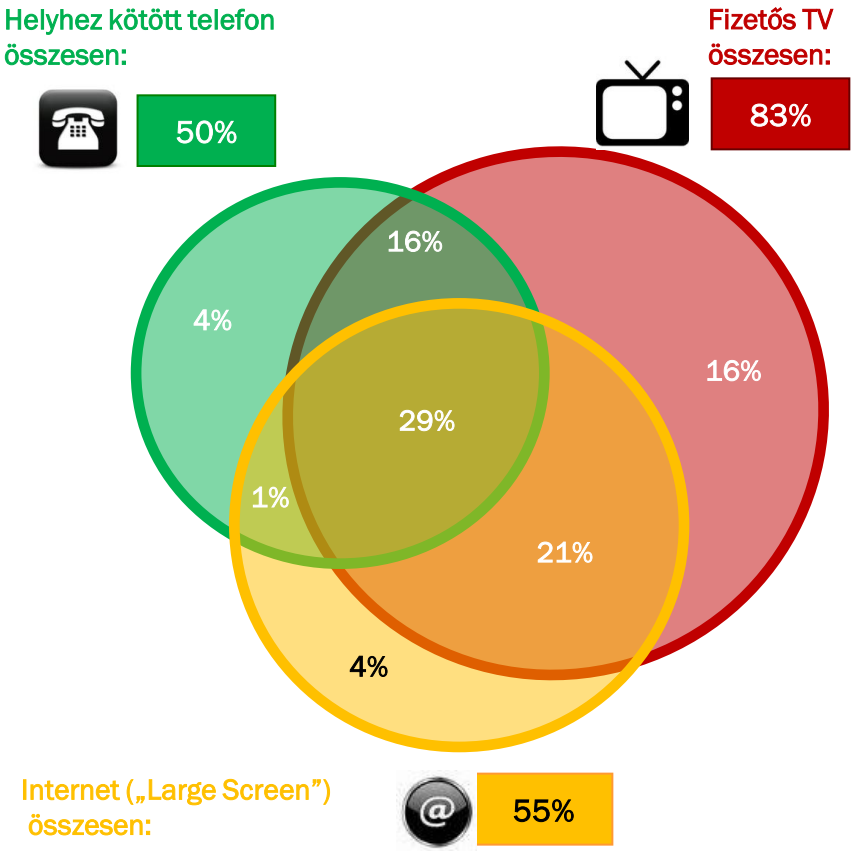
Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

háztartások száma millióban	2003	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
helyhez k. telefon	2,64	2,55	2,66	2,33	2,24	2,10	2,08	1,99	1,99	1,92	1,99
mobiltelefon	2,69	2,86	3,15	3,17	3,17	3,33	3,44	3,52	3,53	3,71	3,73
fizetős tévé			2,63	2,82	2,94	3,11	3,23	3,30	3,37	3,50	3,61
internet	0,43	0,59	0,93	1,33	1,49	1,86	2,00	2,19	2,31	2,40	2,49

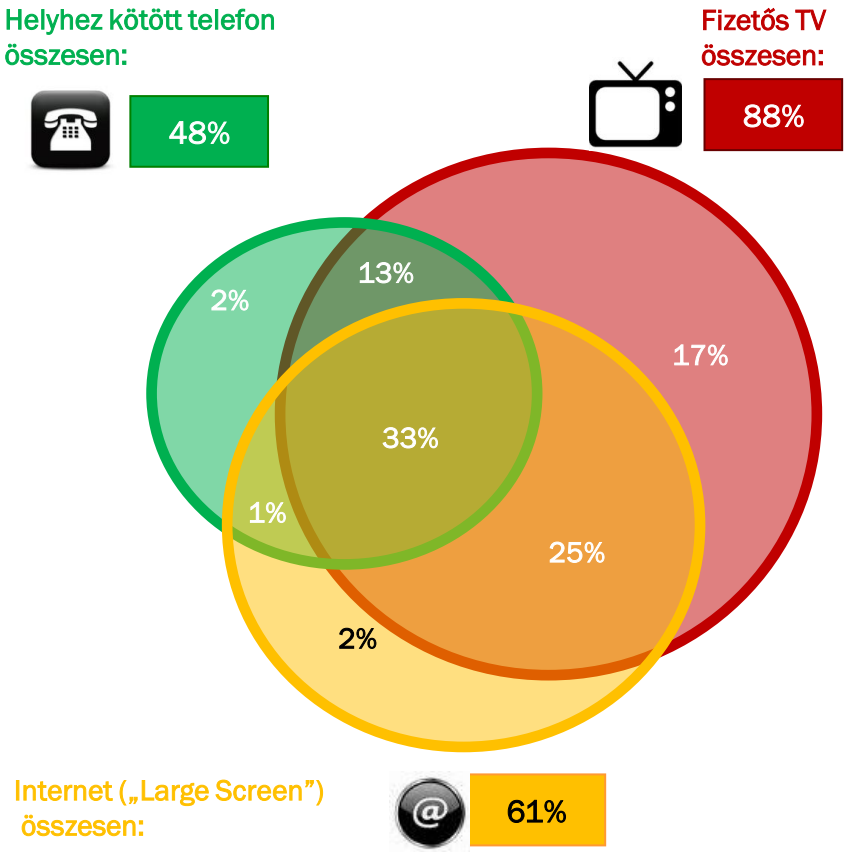
SZOLGÁLTATÁSKOMBINÁCIÓK 2011 vs. 2014

2011-hez képest azon háztartások aránya növekedett jelentősebb mértékben, ahol tévé és internet is van, ugyanakkor csökkent a csak vezetékes telefont vagy csak internetet előfizető háztartások aránya. Összességében 2011-hez képest jelentősen nőtt azon háztartások aránya, amelyek rendelkeznek helyhez kötött hírközlési szolgáltatással.

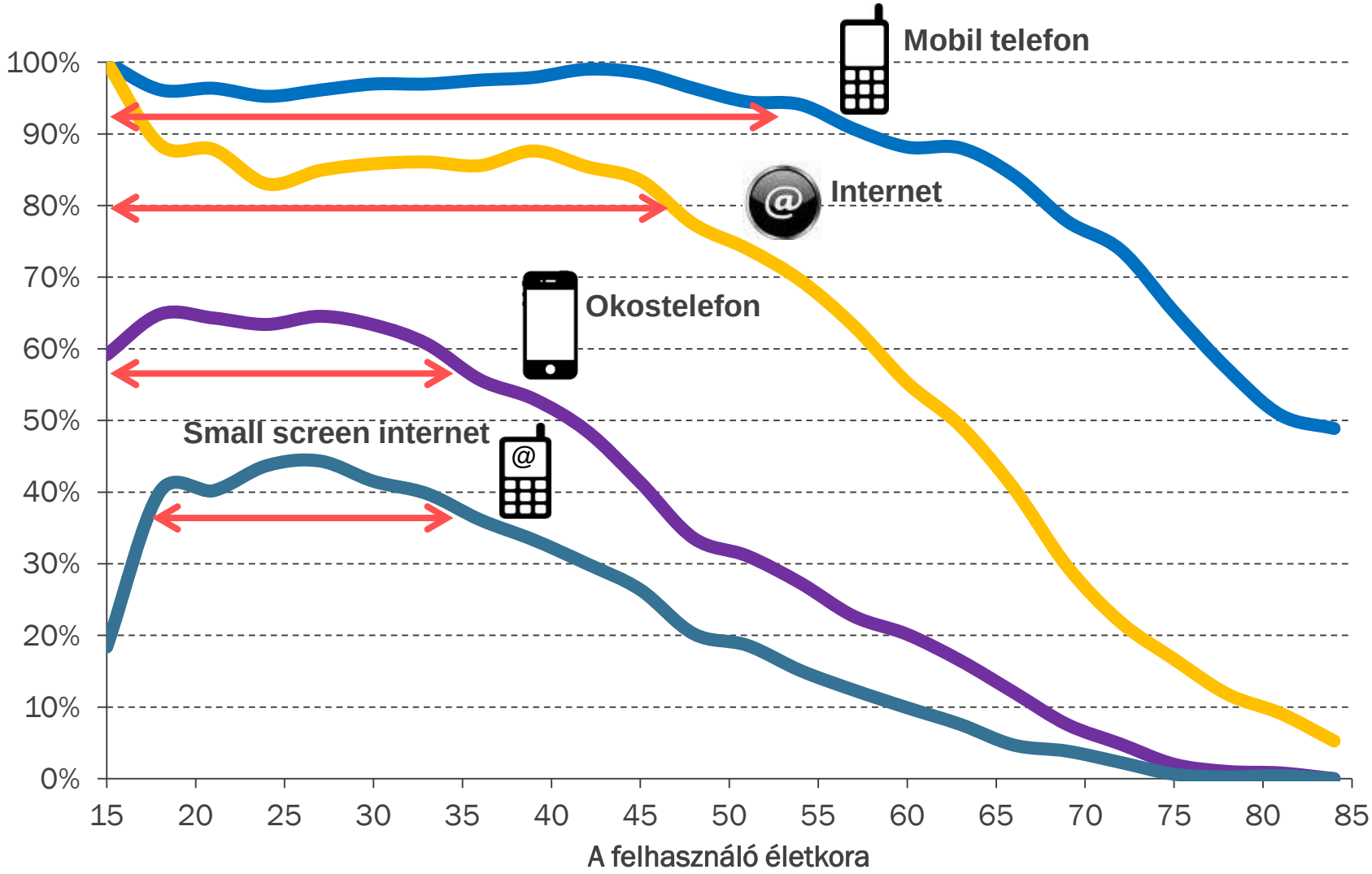
2011



2014



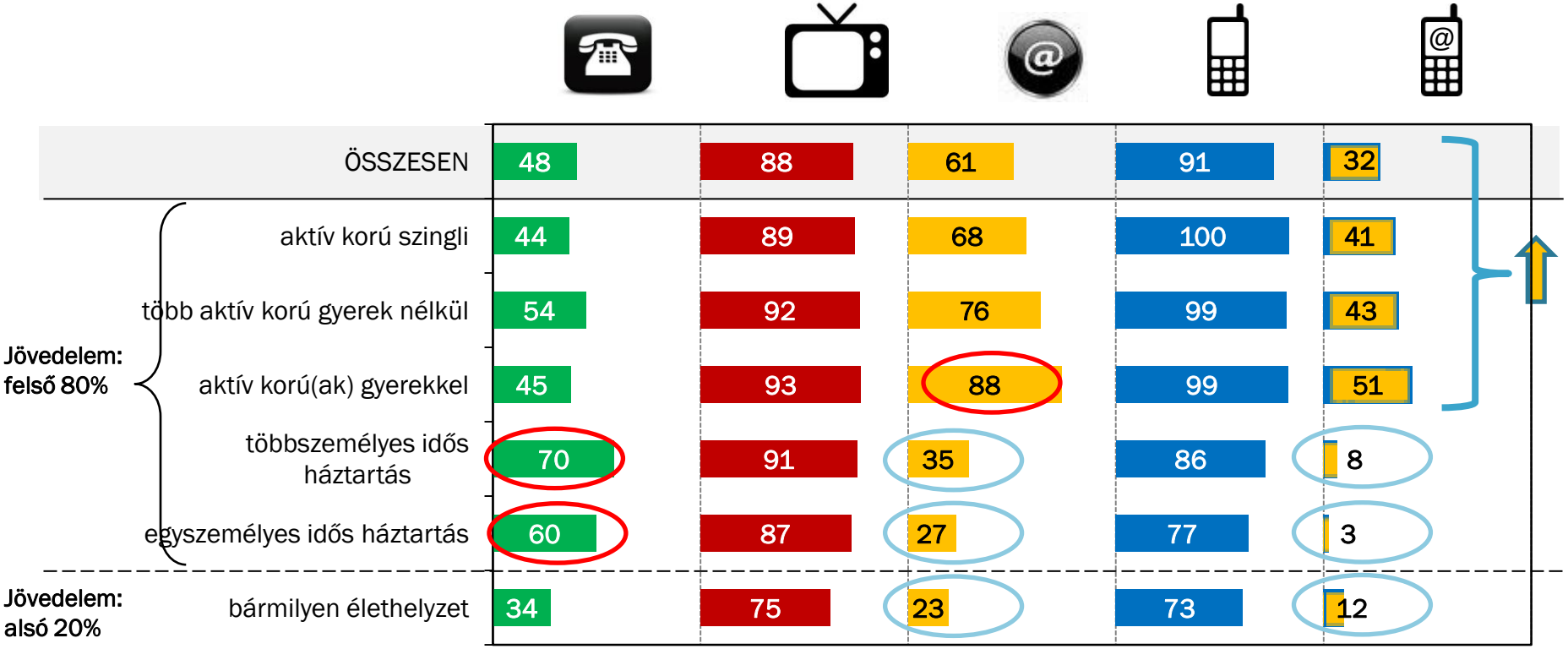
DIGITÁLIS ÉRETTSÉG ALAKULÁSA ÉLETKOR SZERINT



KÜLÖNBÖZŐ DEMOGRÁFIAI CSOPORTOK A TELKÓ-PIACOKON

A háztartásban élő gyerekek és idősek száma szorosan összefügg a távközlési szolgáltatások igénybevételével. Általánosságban a legrosszabb jövedelmi helyzetűek minden szolgáltatási piacon kisebb arányban vesznek részt. A nem legrosszabb jövedelmi csoporthoz tartozó háztartások közül ott, ahol van gyerek, kiemelkedően magas az internet-előfizetés. Az idős háztartásokban magasabb a vezetékestelefon- és alacsonyabb az internet- és mobiltelefon-előfizetések aránya. A mobiltelefonon használható internet-előfizetés a fiatalabb tagokkal rendelkező háztartásokban elterjedtebb.

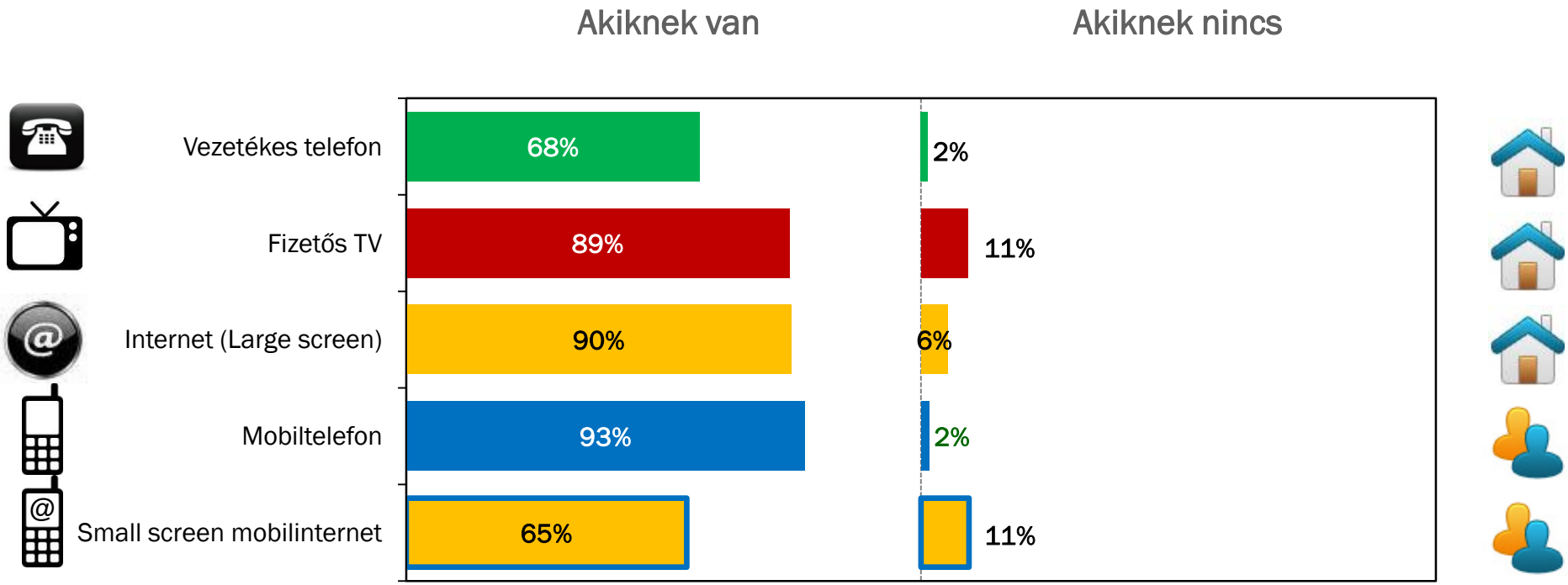
Élethelyzet + jövedelmi helyzet szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

A TÁVKÖZLÉSI SZOLGÁLTATÁSOK IRÁNTI IGÉNYEK

Az egyes szolgáltatásokat fontosnak tartók aránya



Bázis: Vezetékes telefonnal rendelkező háztartás (N=1,989 millió, n=977)

Bázis: Fizetős TV-vel rendelkező háztartás (N=3,611 millió, n=1774)

Bázis: Internettel rendelkező háztartás (N=2,35 millió, n=1156)

Bázis: Mobiltelefonnal rendelkező 14+ évesek (N=8,05 millió, n=1891)

Bázis: Mobilinternettel rendelkező 14+ évesek (N=1,05 millió n=245)

Bázis: Vezetékes telefonnal nem rendelkező háztartás (N=2,11 millió, n=1044)

Bázis: Fizetős TV-vel nem rendelkező háztartás (N=494 ezer, n=243)

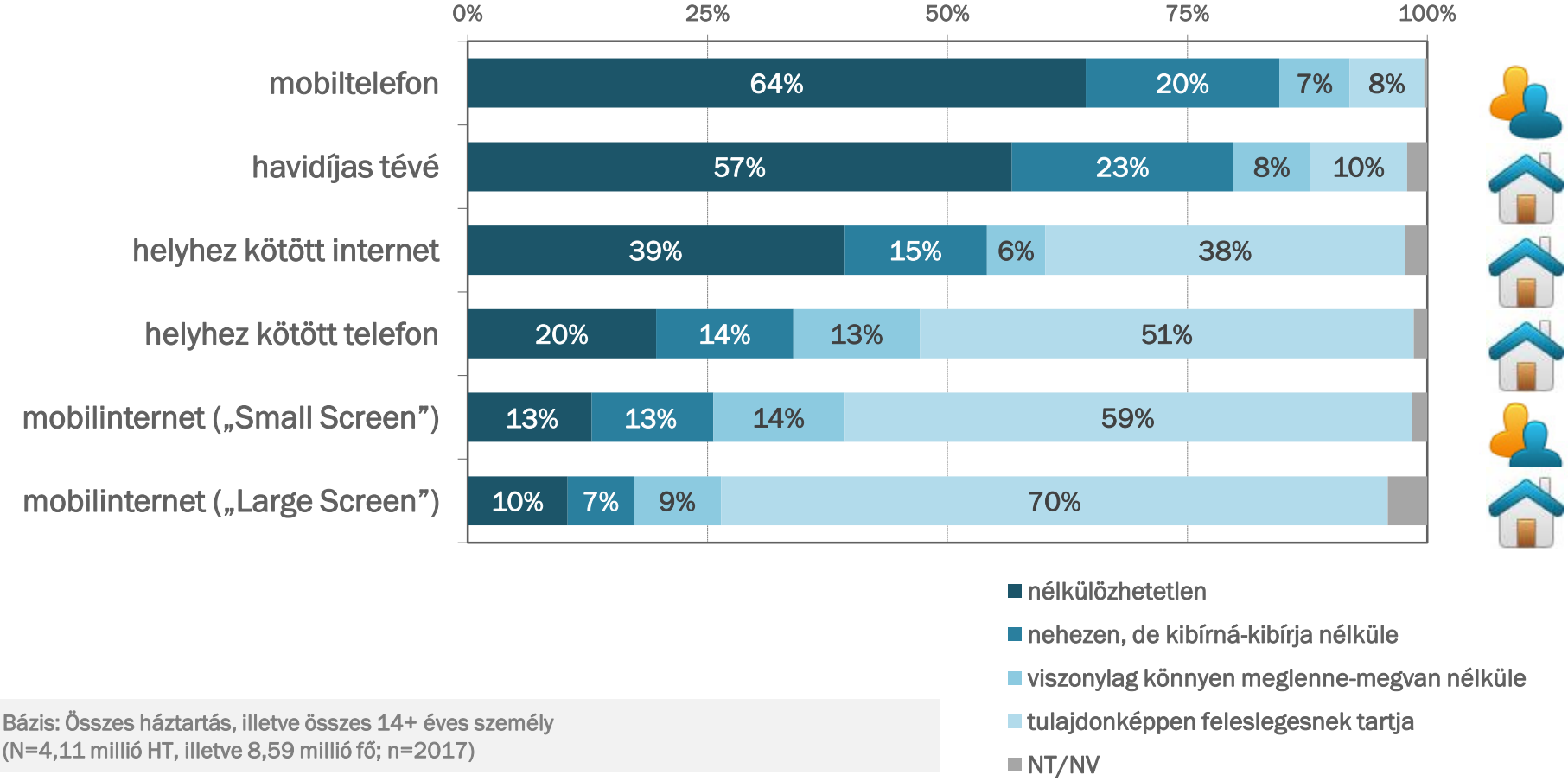
Bázis: Internettel nem rendelkező háztartás (N=1,75 millió, n=861)

Bázis: Mobiltelefonnal nem rendelkező 14+ évesek (N=537 ezer, n=126)

Bázis: Mobilinternettel nem rendelkező 14+ évesek (N=7,55 millió, n=1772)

A TÁVKÖZLÉSI SZOLGÁLTATÁSOK IRÁNTI IGÉNYSZINTEK

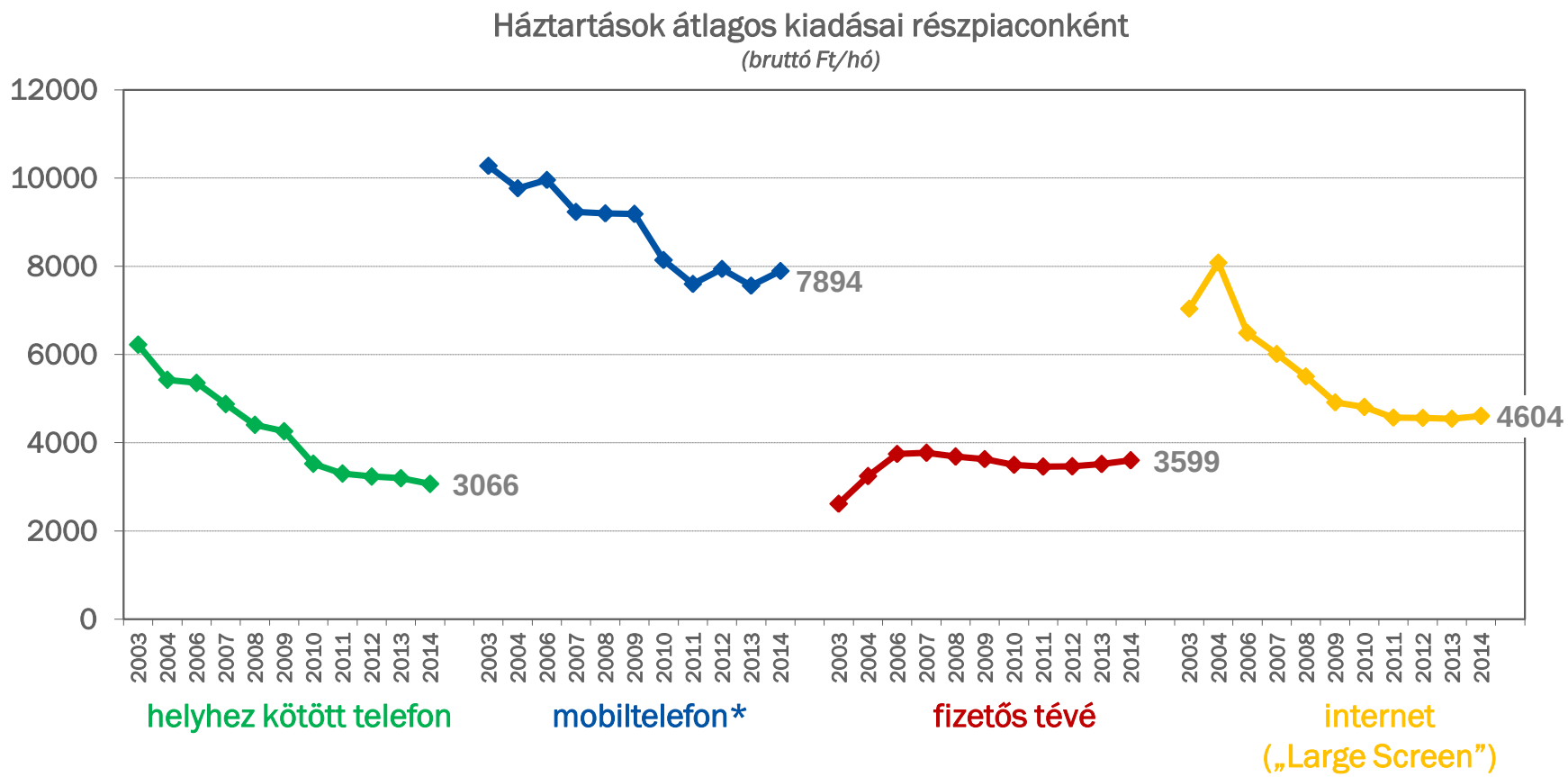
A lakosság továbbra is a mobiltelefont tartja a legfontosabb távközlési szolgáltatásnak – 64% azok aránya, akik nélkülözhetetlennek tartják, további 20% csak nehezen lenne meg nélküle (2013-ban 69% és 16%).
A helyhez kötött telefon különösen az idős személyekből álló háztartások számára fontos, a vezetékes és a „Large Screen” mobilinternet a gyermekes háztartások számára bír nagy jelentőséggel.
A mobiltelefon, de különösen a „Small Screen” internet a fiatalabb generációk számára jelent nagy vonzerőt.



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy
(N=4,11 millió HT, illetve 8,59 millió fő; n=2017)

A HÁZTARTÁSOK HAVI ÁTLAGOS TELEKOMMUNIKÁCIÓS KIADÁSAI

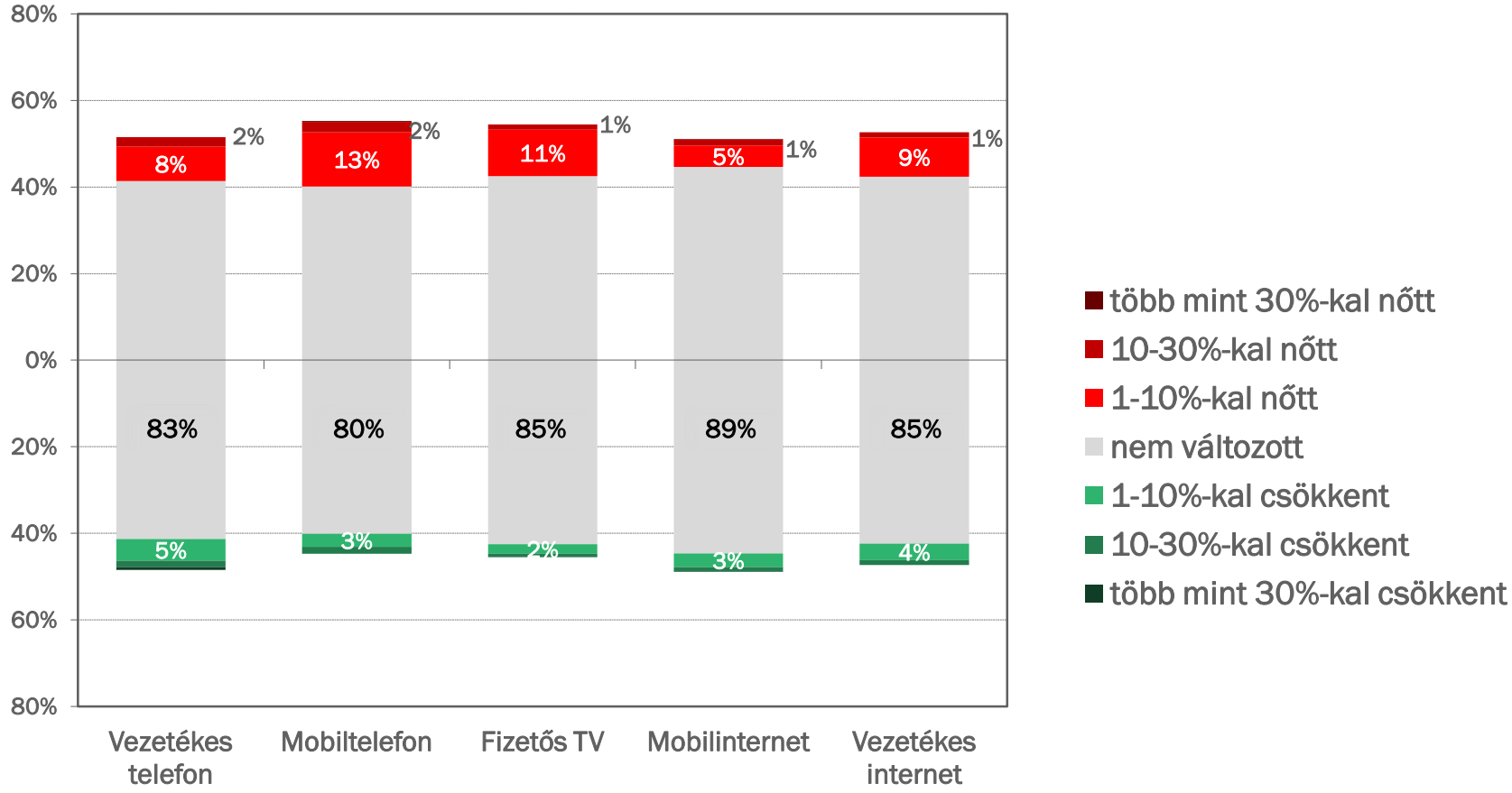
A háztartások átlagos távközlési kiadásai a helyhez kötött telefon részpiacán jellemzően csökkenő tendenciát mutatnak. A fizetős tévé és a helyhez kötött internet esetében azonban inkább stagnálásról beszélhetünk. Az átlagos mobiltelefon-költések tavalyhoz képest növekedtek, és visszakerültek a 2012-es szintre.



Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások (pontos számok: lásd 7. slide)

*A háztartások mobilszámláinak átlaga, és mivel a fogyasztók nem tudják különválasztani, a mobilhang mellett „Small Screen"-mobilinternet-költséggel együtt

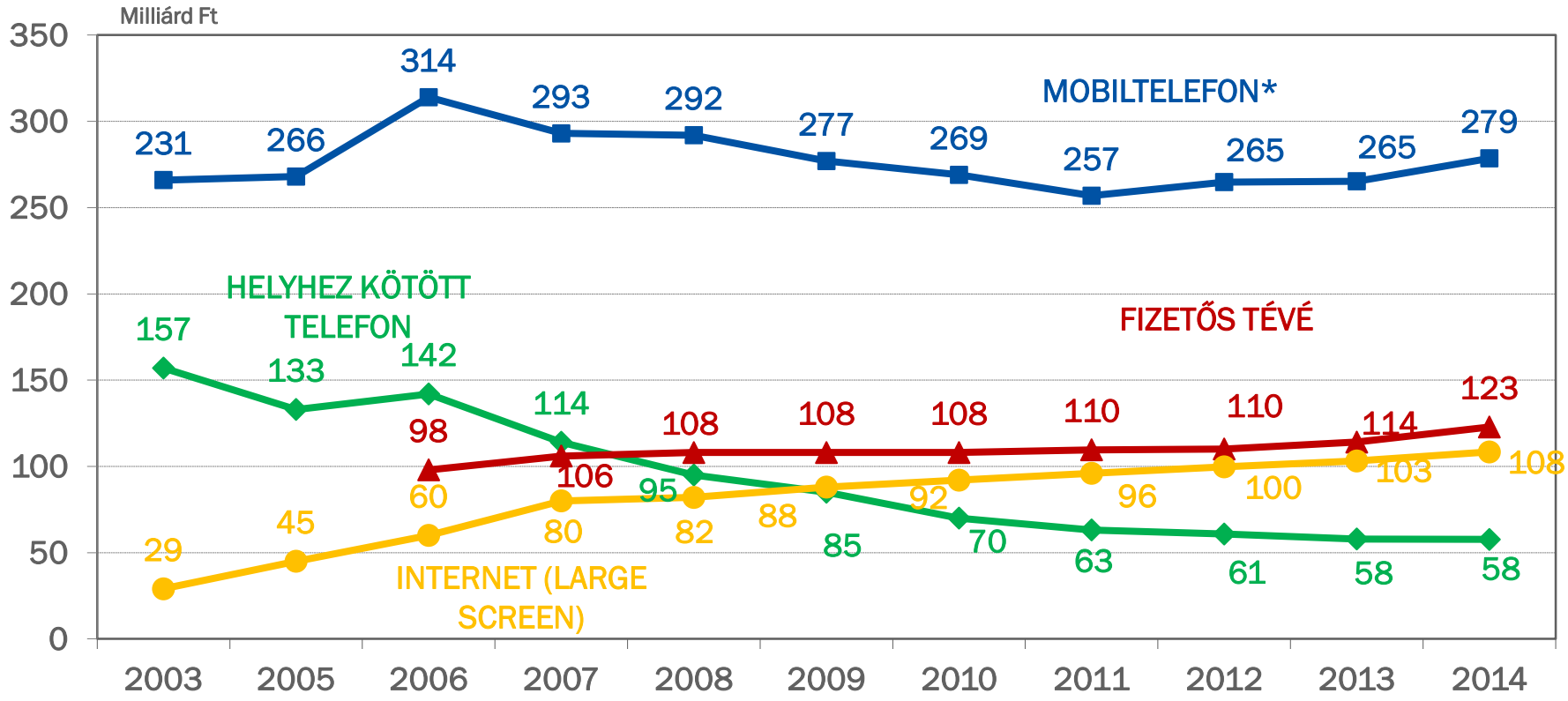
Hogy érzékeli, az elmúlt egy évben hogyan változott a ... ára?



Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások (pontos számok: lásd 7. slide)

A TELKÓ-SZOLGÁLTATÁSOK PIACMÉRETE (2003-2014.)

Amíg a helyhezkötötthang-piac árbevétele stagnált, addig az internetes piac és a fizetőstévé-piac árbevétele is bővült 2014-ben. A mobilköltések a válaszadók válaszai alapján jóval meghaladják a 2013-as szintet.



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

*A háztartások mobilszámláinak átlaga, és mivel a fogyasztók nem tudják különválasztani, a mobilhang mellett „Small Screen"-mobilinternet-költséggel együtt

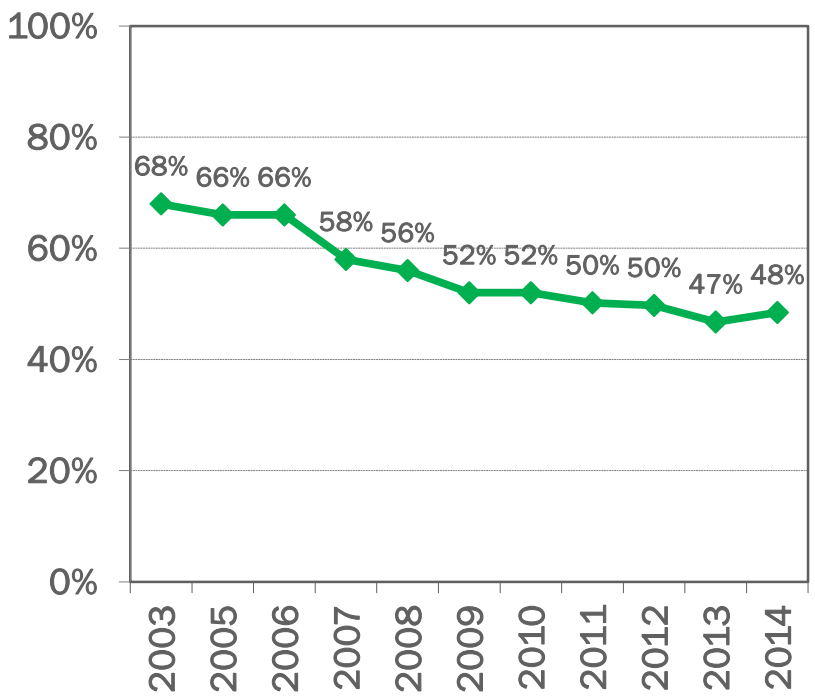
A lakossági piac mérete 2014-ben nettó 567 Mrd Ft. (2012: 536, 2013:540)

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON PIACA

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONOS ELLÁTOTTSÁG

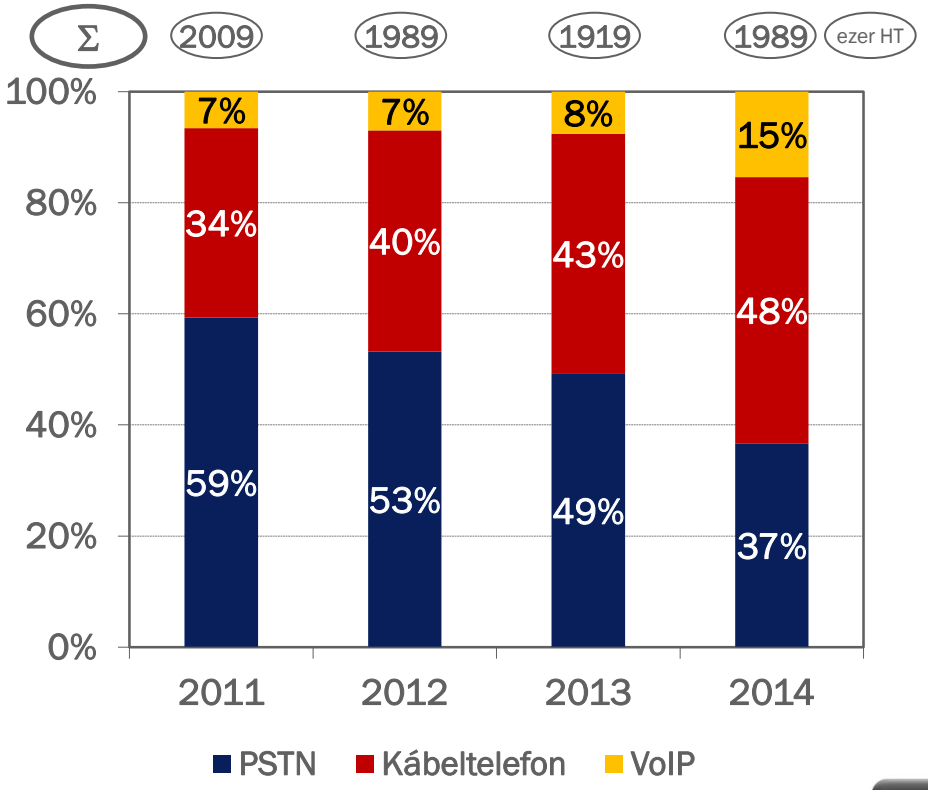
A háztartások kevesebb mint felében van helyhez kötött telefon. A kábeltelefon növekedése tovább folytatódott, de a VoIP is teret nyert a PSTN rovására. PSTN-előfizetés már csupán a helyhez kötött telefonnal ellátott háztartások kevesebb mint kétötödében található.

A háztartások helyhez kötött telefonnal való ellátottsága



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

A helyhez kötött telefonos hozzáférések technológiája

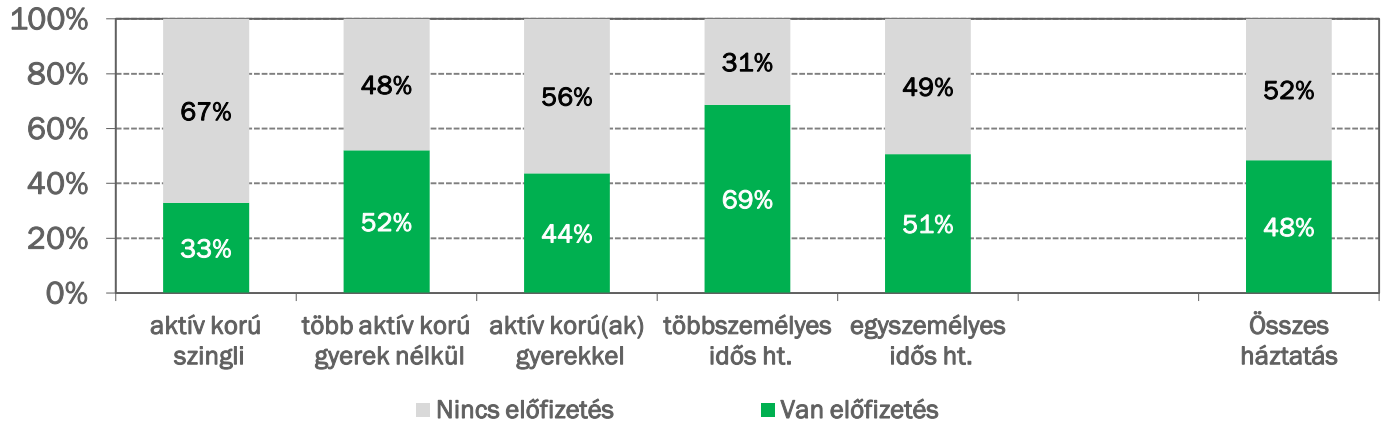


Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetések (N=1,99 millió HT, n=1050)

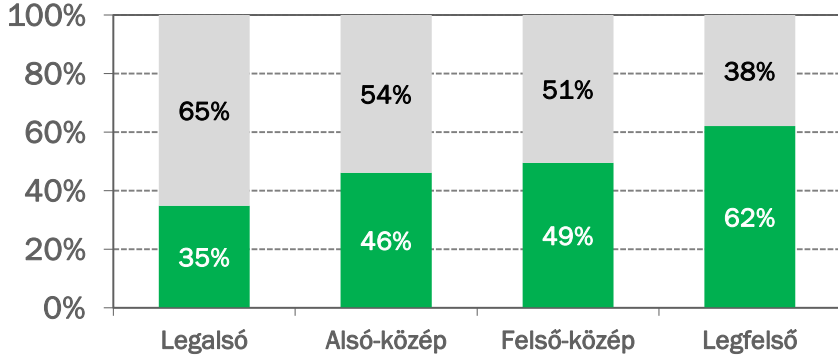
HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONOS ELLÁTOTTSÁG DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐK SZERINT

Az egyfős aktív korúak háztartásaiban az átlagosnál jóval alacsonyabb az ellátottság, míg legnagyobb arányban a többfős idős háztartásokban található vezetékes telefon. A háztartás jövedelmi helyzete ugyancsak nagymértékben befolyásolja, hogy előfizetnek-e vezetékes telefonra.

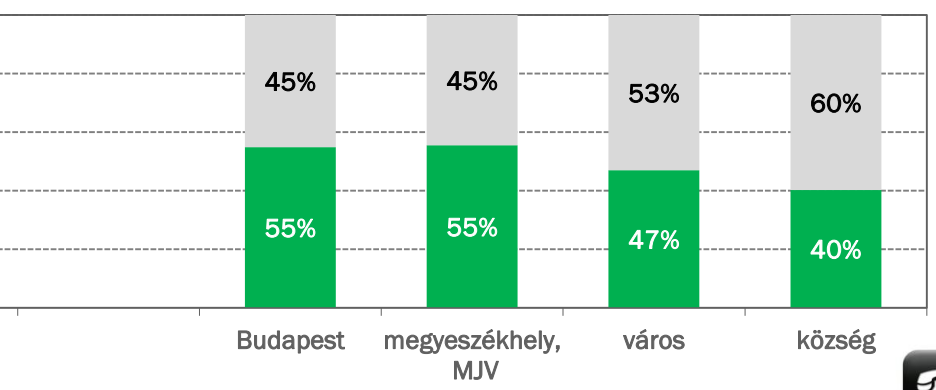
Ellátottság a háztartások összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



Településtípus szerint

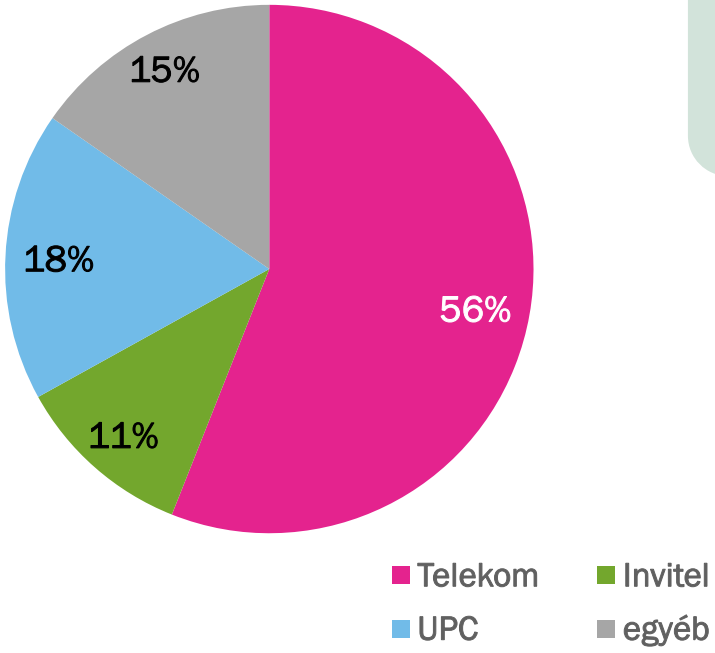


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

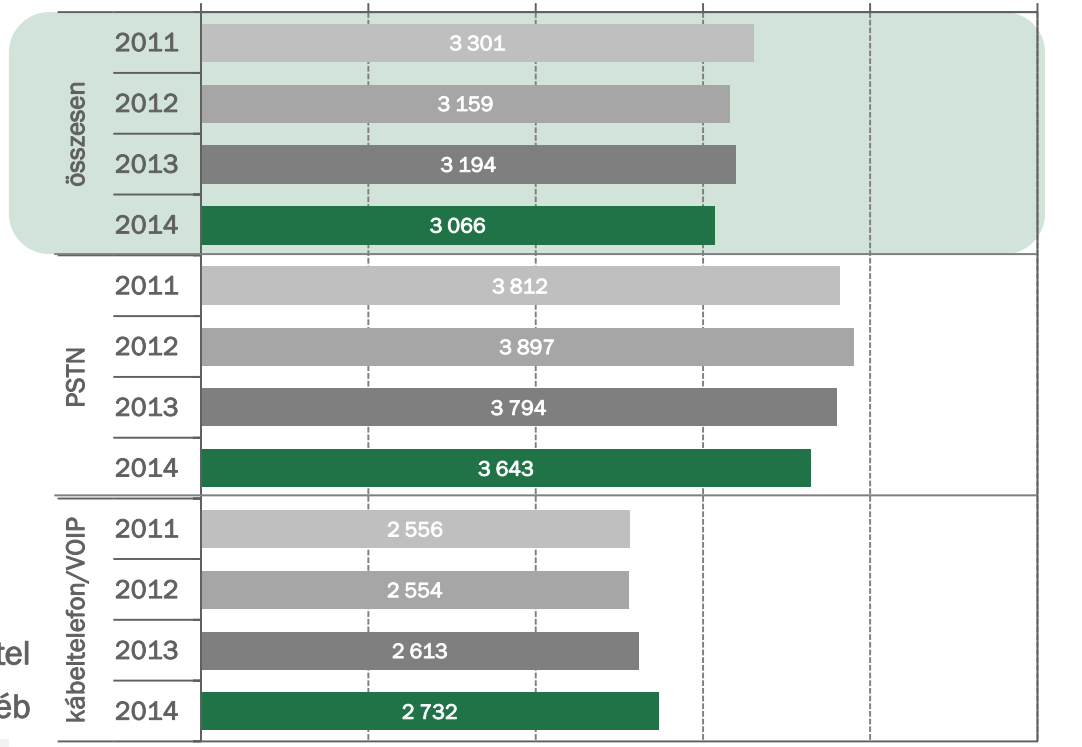
HELYHEZKÖTÖTTHANG-KÖLTÉSEK

A korábbi évekhez hasonlóan tovább emelkedik a kábeltelefonálás ára. A PSTN-hez viszonyítva jelentősen alacsonyabb költséget jelent a jellemzően más szolgáltatással összecsomagolt kábeltelefon, igaz, a különbség folyamatosan csökken.

Szolgáltatói részesedések a lakossági helyhezkötötthang-piacon, árbevétel alapján



Költés technológia szerint (bruttó Ft/hó)

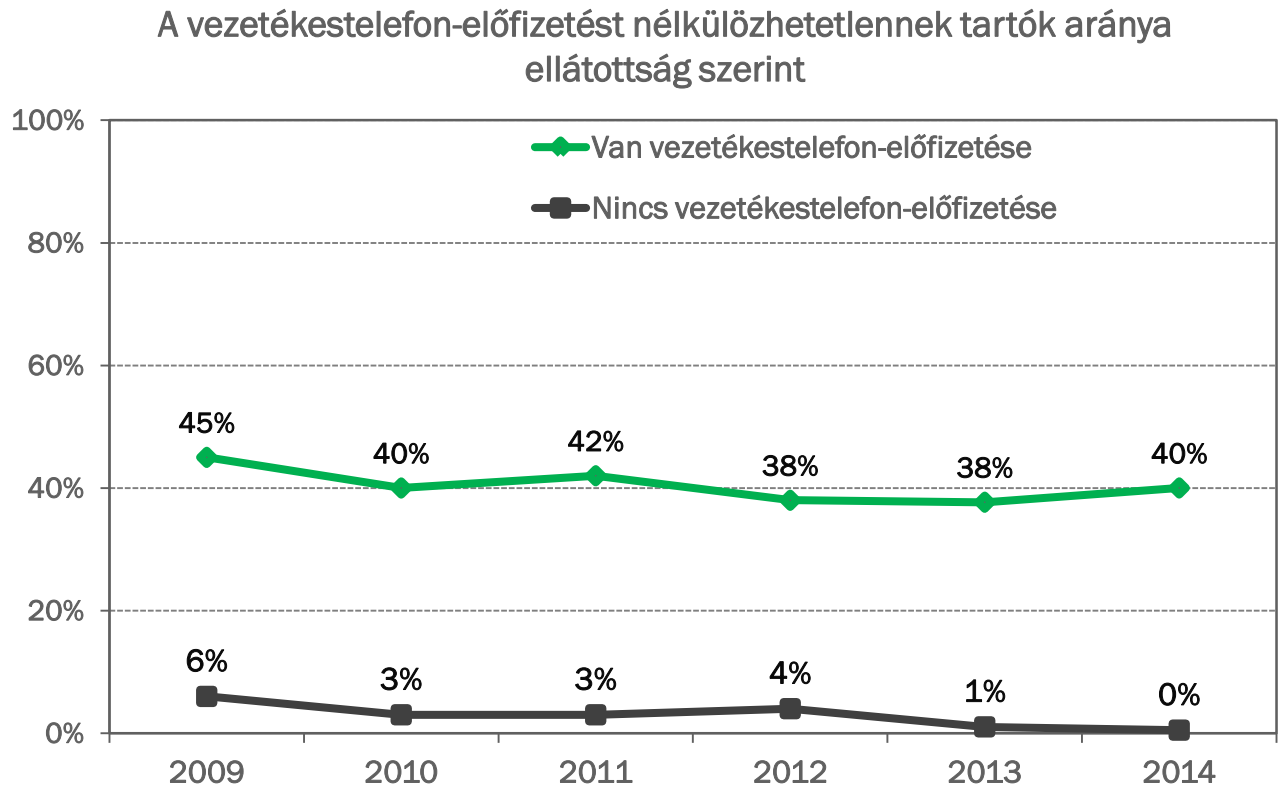


Bázis: Helyhezkötötthang-előfizetések (N=1,99 millió HT, n=1050)

A lakossági helyhezkötötthang-piac mérete évi nettó 58 Mrd Ft. (2013: 58)

IGÉNYSZINTEK VÁLTOZÁSA A HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONOS SZOLGÁLTATÁSNÁL

A helyhez kötött telefonos előfizetést a szolgáltatással rendelkező háztartások kétötöde tartja nélkülözhetetlennek. Az előző évinél kicsivel több, 144 ezer háztartás tartja feleslegesnek a meglévő helyhez kötött telefonos előfizetését. Ezzel szemben a vezetékes telefonnal nem rendelkező háztartások közül kevesebb mint 11 ezer gondolja úgy, hogy feltétlenül szüksége lenne erre a kommunikációs csatornára.

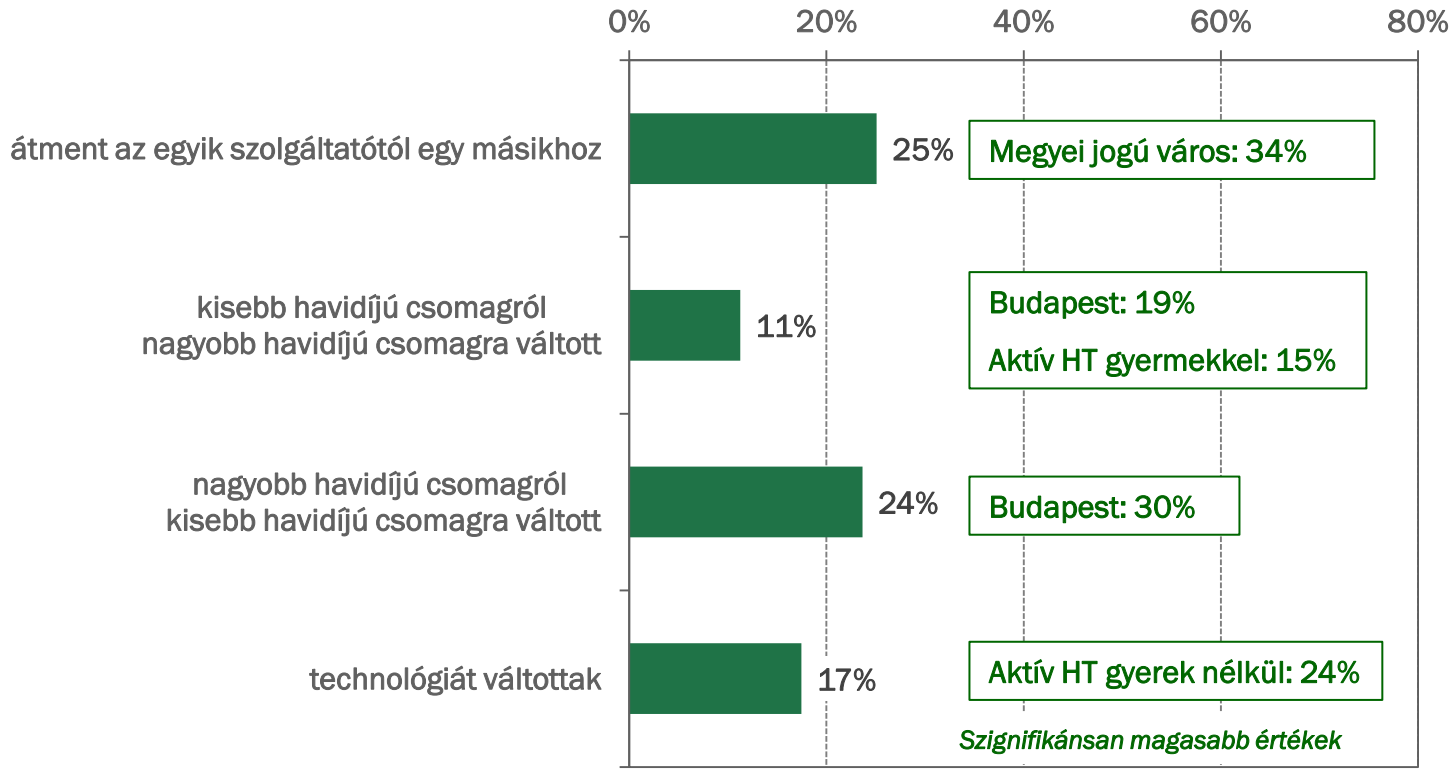


Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások
(az összes háztartás 48, illetve 52%-a, N=1,99 millió HT, illetve N=2,12 millió HT, n=1050, illetve 967)

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONOS ÜGYFÉLMÚLT

A helyhez kötött telefonnal rendelkező háztartások 47%-a változtatta meg már valaha a díjcsomagját vagy szolgáltatóját. A szolgáltatóváltás és a kisebb havidíjú csomagra váltás hasonló arányban fordult elő. A legmagasabb jövedelmi kategóriába eső háztartások voltak a legaktívabbak minden váltási irányba.

Amióta előfizetnek vezetékes telefonra, előfordult-e, hogy...?

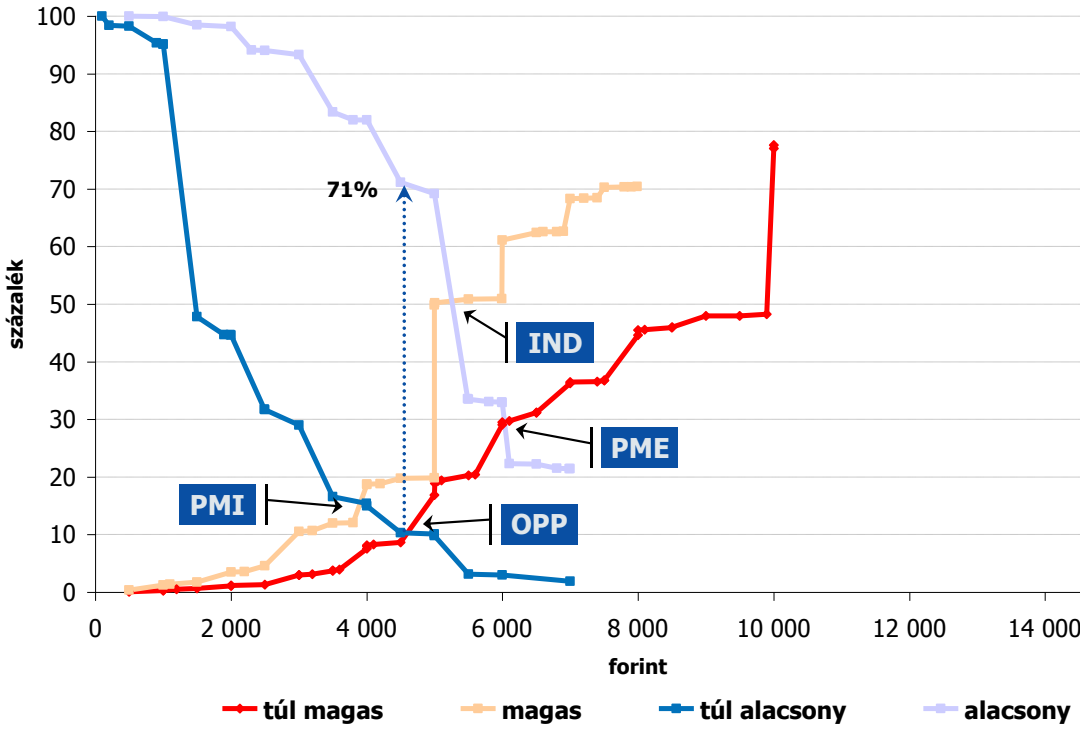


Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező háztartások (N=1,99 millió HT, n=1050)

VAN WESTENDORP ÁRTESZT - METODIKA

A Van Westendorp árteszt kérdései:

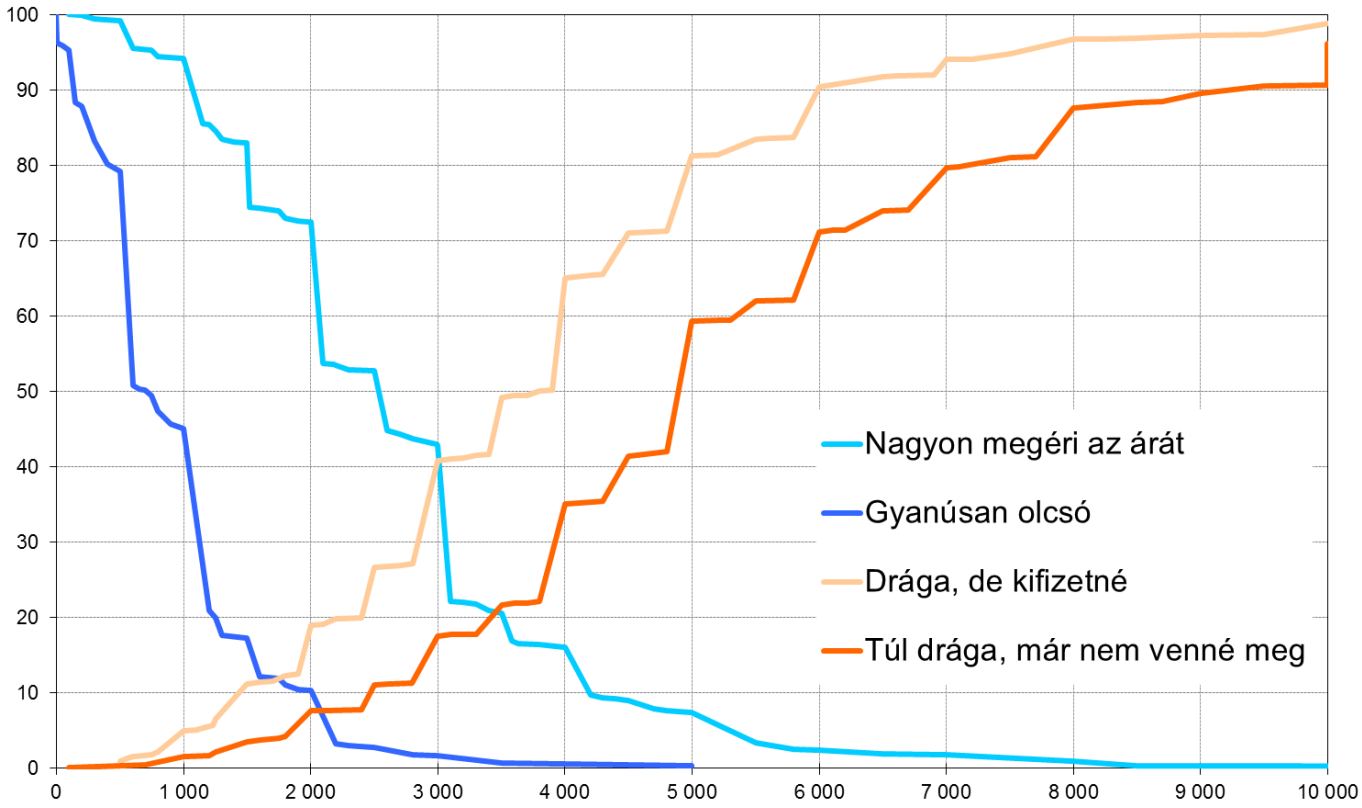
- Ahhoz képest, amennyit jelenleg telefonálnak / interneteznek / tévéznek, mekkora összeget tartana elfogadhatónak, reálisnak?
- Mennyi lenne az az összeg, amennyit már drágának tartanának, de biztosan kifizetnének havonta?
- És mennyi lenne az a havi összeg, amelyet már olyan soknak tartanának, hogy fontolóra vennék, hogy lemondják a szolgáltatást?
- És mekkora lenne az a havi összeg, amiért már gyanúsan olcsónak találnák ezt a szolgáltatást?

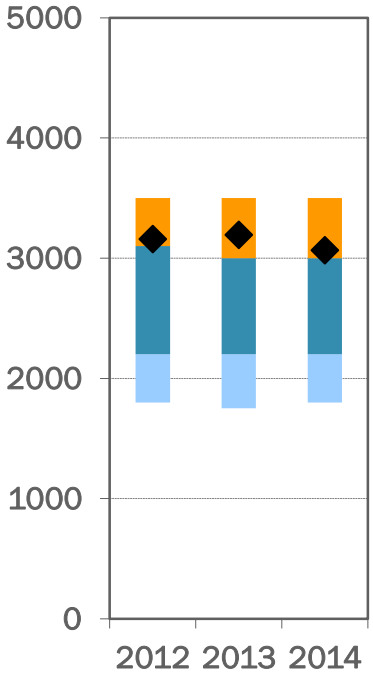


- **PMI** (point of marginal inexpensiveness): a szolgáltatást túl alacsony ára (azaz gyenge minősége) miatt elutasítók száma egyenlő az árat még elfogadókéval.
- **IND** (point of indifference): a szolgáltatást még megfizethetőnek tartók száma egyenlő a szolgáltatást olcsónak tartó személyek számával.
- **OPP** (optimal pricing point): a szolgáltatást túl alacsony ára (azaz gyenge minősége) miatt elutasítók száma egyenlő a szolgáltatást túl drágának találó személyek számával.
- **PME** (point of marginal expensiveness) - a szolgáltatást olcsónak tartók száma egyenlő a szolgáltatást túl drágának találó személyek számával.

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONOS SZOLGÁLTATÁS: VAN WESTENDORP

A szolgáltatás ideális ártartománya nem változott tavalyhoz képest: a tartomány felső határa 3000 forint, míg az alsó határ 2200 forint. Az átlagköltés 3066 forintra csökkent az előző évi 3194 forintról, így már megközelíti az ideális tartomány felső határát.





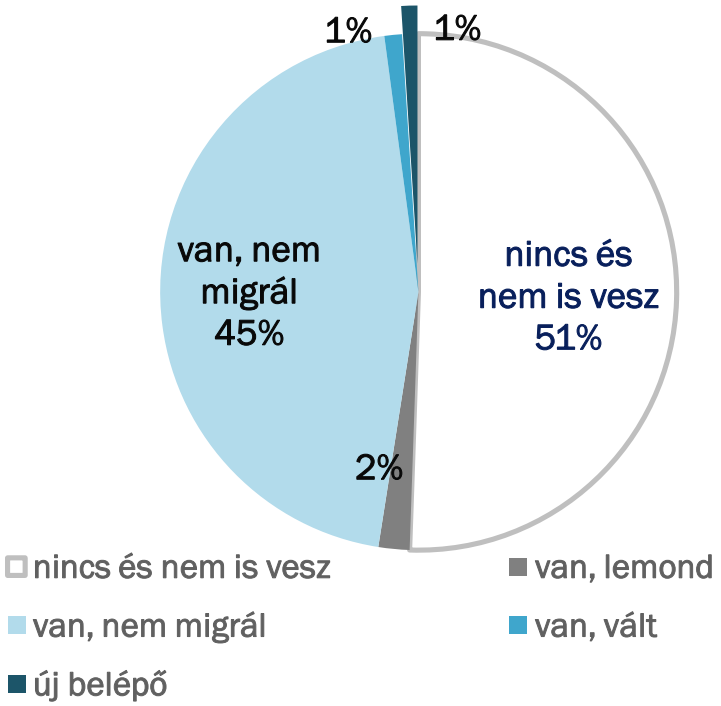
marginálisan olcsó
ideális tartomány
marginálisan drága
átlagköltés

Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező vagy arra igényt tartó háztartások (N=2,09 millió HT, n=1047)

MIGRÁCIÓ A HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON PIACÁN

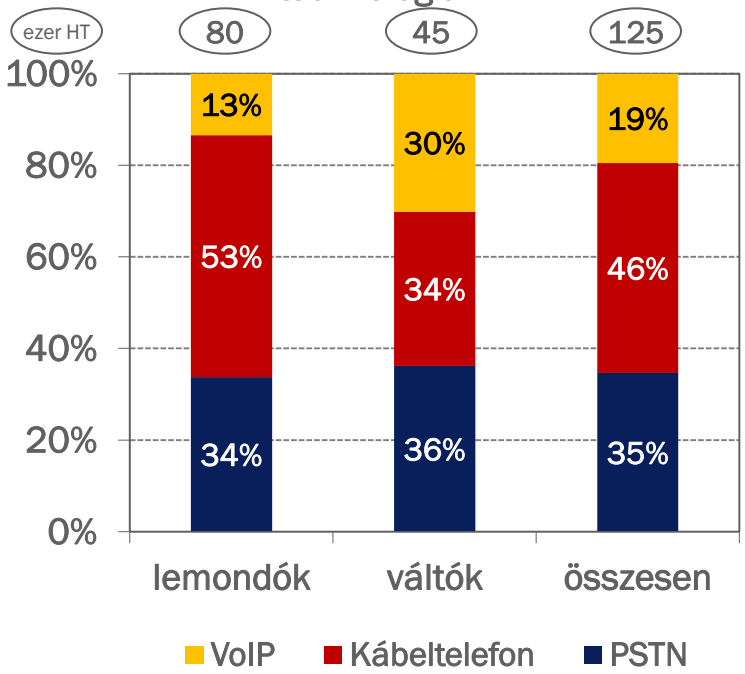
A helyhez kötött telefonos piac veszélyeztetettségét mutatja, hogy 80 ezer háztartás tervezi lemondani a helyhez kötött telefonos előfizetését, míg 42 ezer új belépőre lehet számítani. A kábeltelefonos ügyfelek kevésbé ragaszkodnak a szolgáltatáshoz, a lemondást tervezők többsége ezt a piacot hagyná el.

A háztartások migrációs kategóriái



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

Az elhagyni tervezett technológiák*

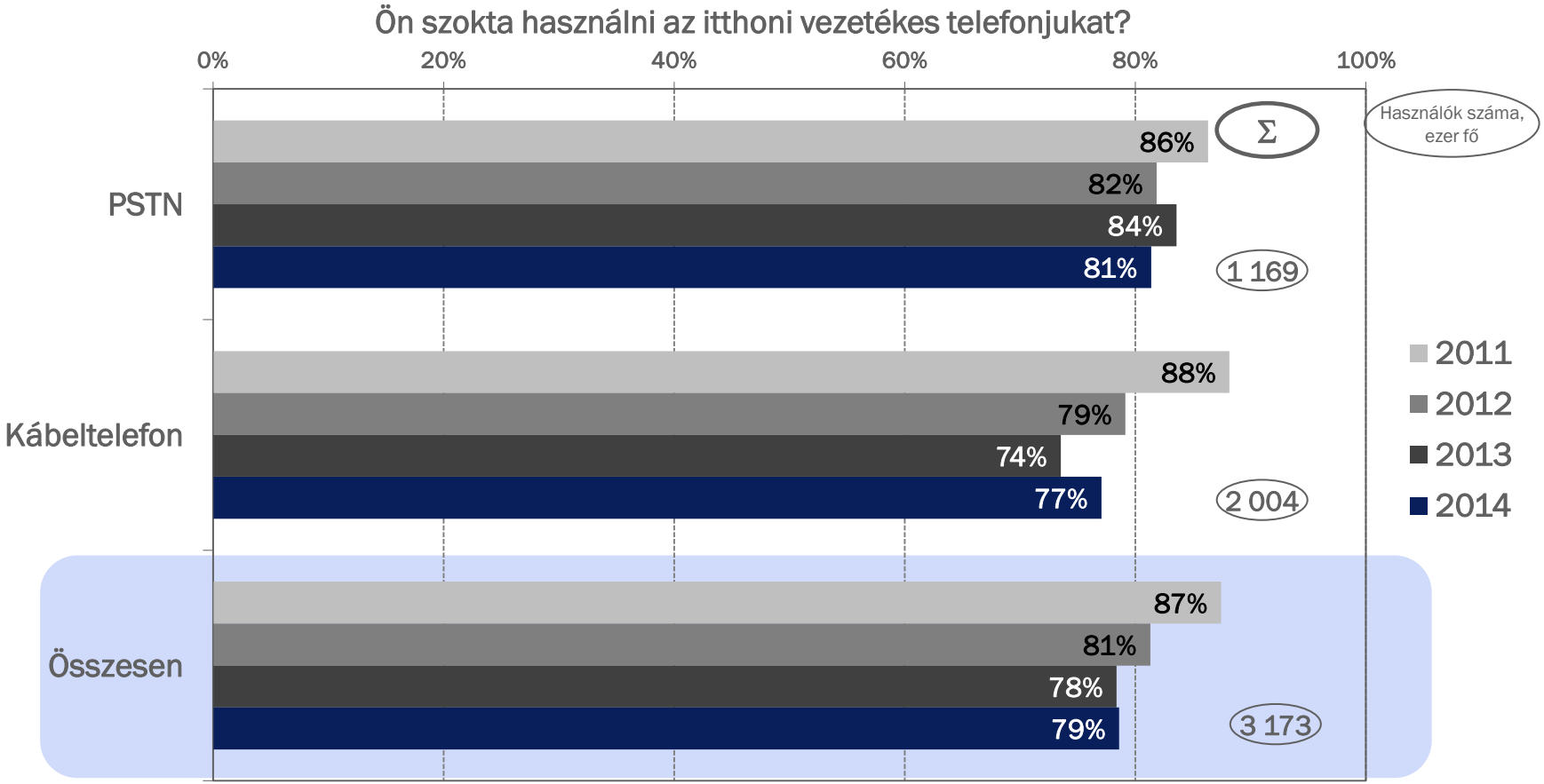


Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, migrációt tervező háztartások (N=125 ezer HT, n= 65)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON SZEMÉLYES HASZNÁLATA

A meglévő helyhez kötött telefon használata az előző évihez hasonló képet mutat. Az előfizetéssel rendelkező háztartásokban élők egyötöde – jellemzően a fiatal családtag – nem használja a helyhez kötött telefont. Ebből a szempontból nincs érdemi különbség a technológiák között.

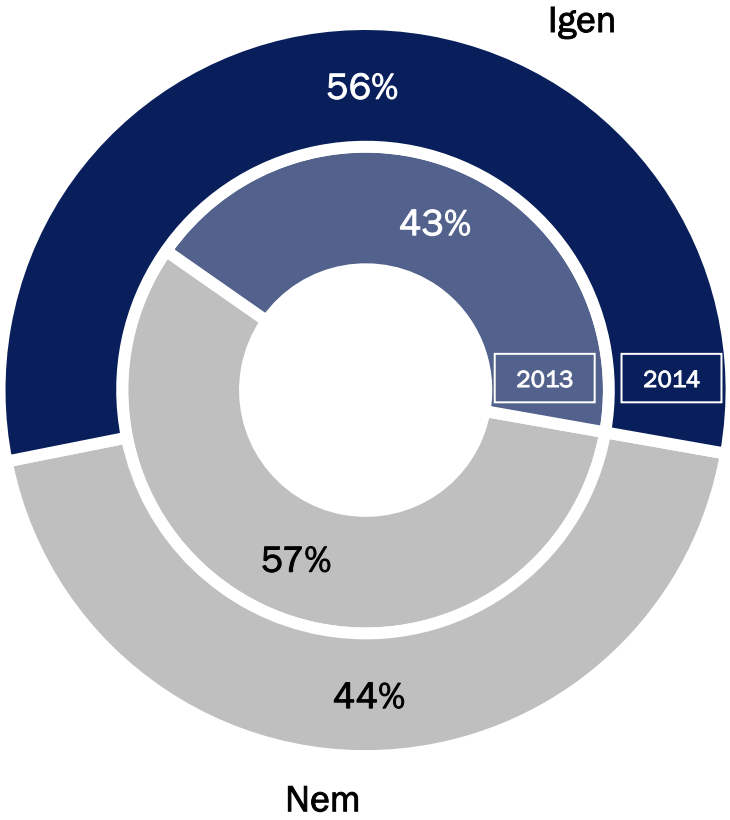


Bázis: Helyhez kötött telefonra szóló előfizetéssel rendelkező háztartásokban élő 14+ évesek (N=4,04 millió fő, n=1050)

HÍVÁSSZOKÁSOK

A mobiltelefon térnyerését mutatja, hogy az otthoni helyhez kötött telefont használók többsége (56%) szokott mobil hívásirányba telefonálni. Ez számottevő emelkedést jelent az előző évhez képest (43%).

Szokott itthoni vezetékes telefonjáról mobilt hívni?

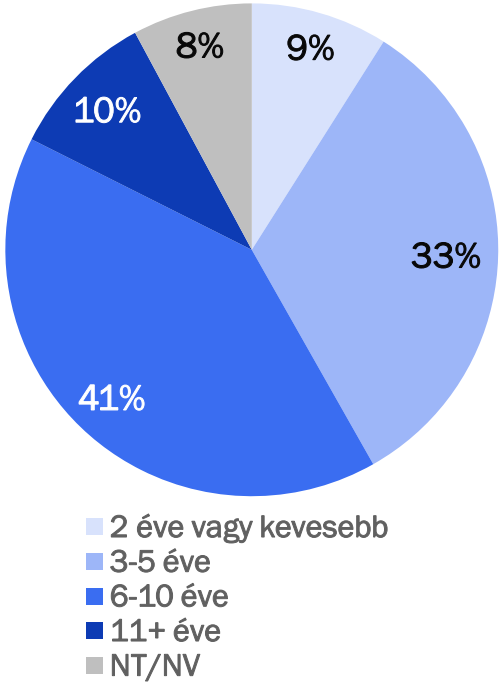


Bázis: Helyhez kötött telefont használó személyek (N=3,17 millió fő, n=872)

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONNAL NEM RENDELKEZŐK

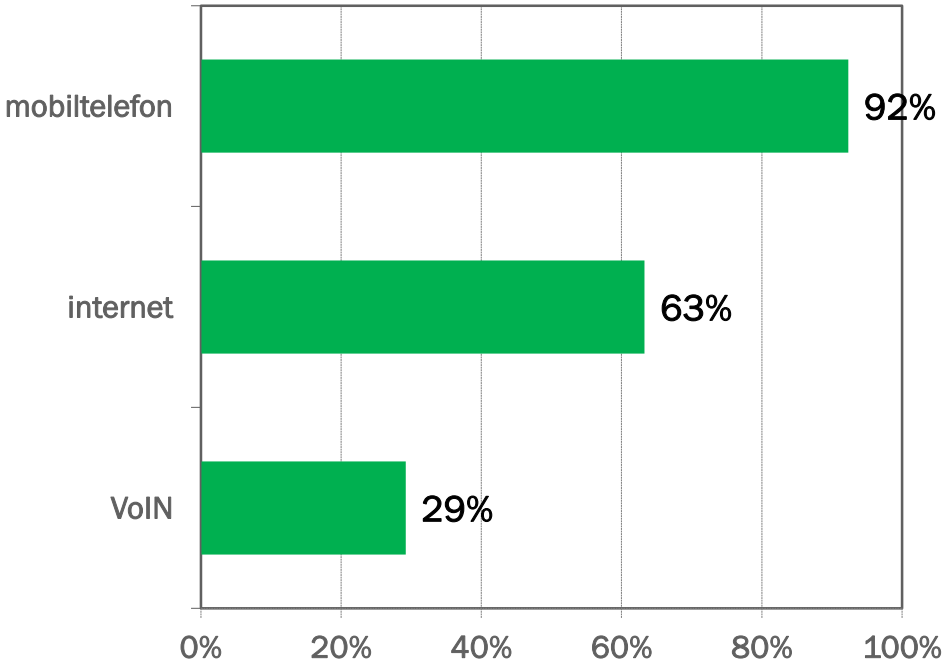
A helyhez kötött telefonos előfizetéssel nem rendelkező háztartások 60%-ában sosem volt helyhez kötött telefon, 40%-ukban volt korábban, de lemondták – a lemondások közel fele már több mint 5 éve megtörtént. A helyhez kötött telefonnal nem rendelkező személyek mobiltelefont nagyobb arányban, míg internetet kisebb arányban használnak, mint a helyhez kötött telefonos háztartásokban élők.

Mióta nincs vezetékes telefon a háztartásban?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetést korábban lemondó háztartások (N=762 ezer HT, n=373)

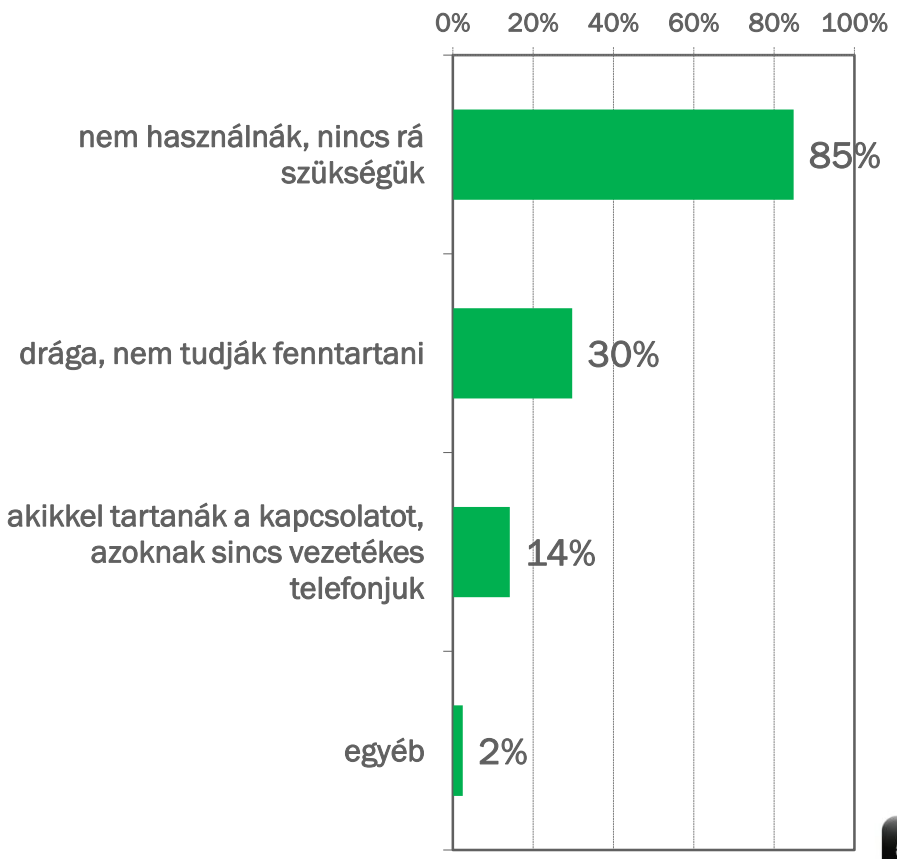
Más telekommunikációs eszközök használata



Bázis: Helyhez kötött telefonnal nem rendelkező háztartásban élő 14+ éves személyek (N=4,56 millió fő, n=967)

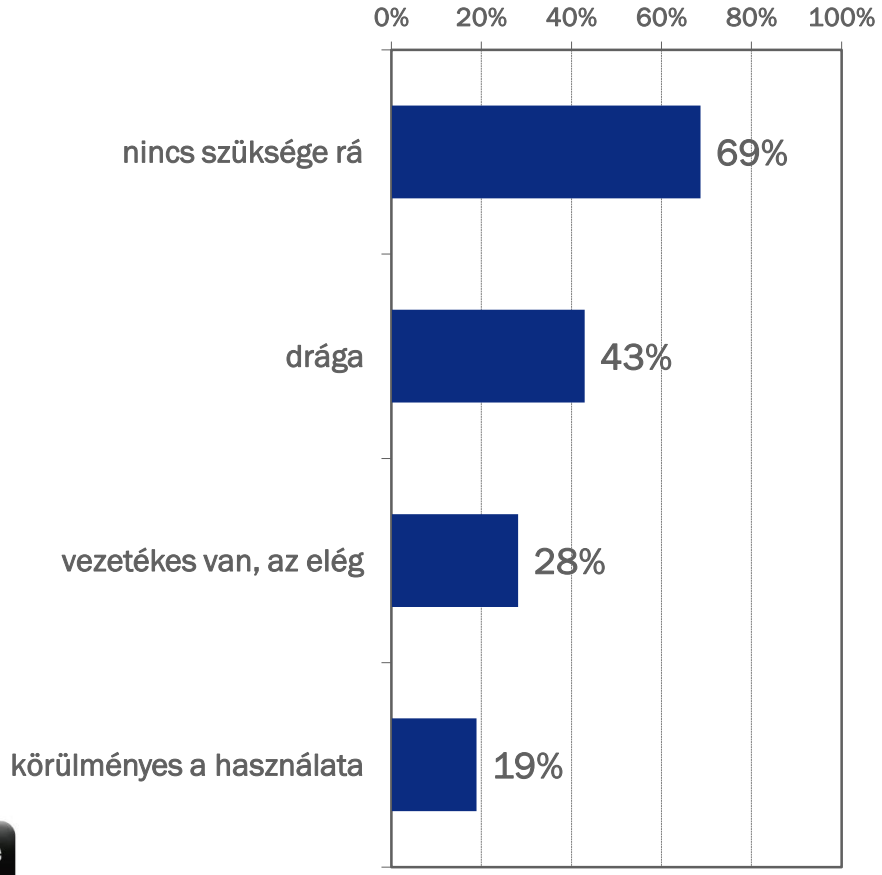
A HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON ÉS A MOBIL VISSZAUTASÍTÁSÁNAK OKAI

Miért nincs helyhez kötött telefonjuk?



Bázis: Ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés és nem is tervezik (N=2,08 millió HT, n=948)

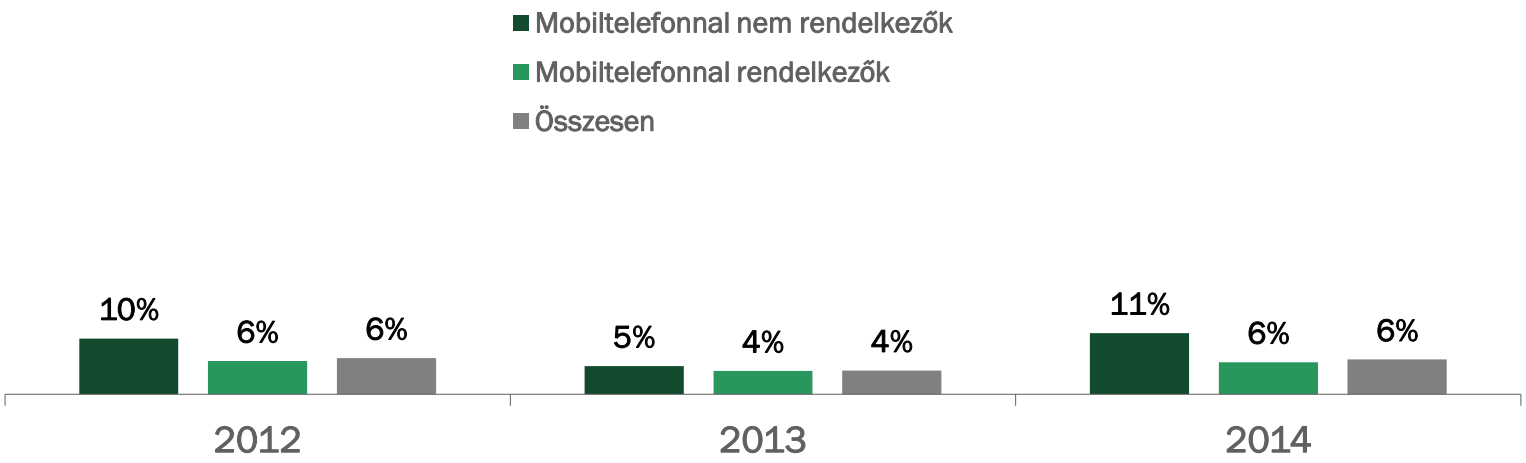
Miért nincs mobiltelefonja?



Bázis: Akiknek nincs mobiltelefon-előfizetésük (N=770 ezer fő, n=239)

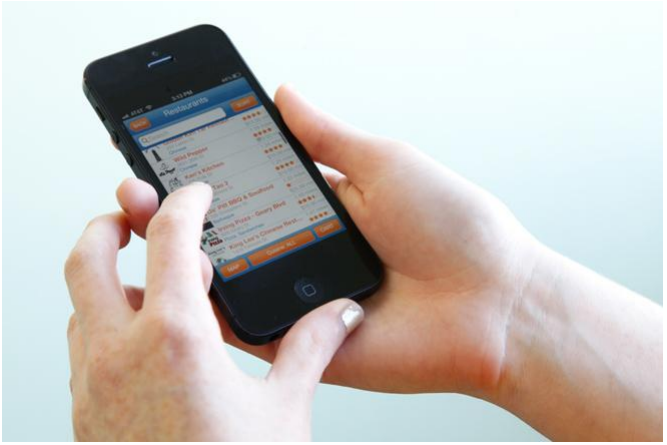
NYILVÁNOS FÜLKE HASZNÁLATA

Nyilvános telefont a 13 év feletti lakosság 6%-a használt az elmúlt fél évben. A használók között jelentősen nagyobb számban találunk mobiltelefonnal nem rendelkezőket, akik menet közben csak ilyen módon tudják megoldani a telefonálást. Mivel a válaszadók túlnyomó többsége (91%) rendelkezik mobiltelefonnal, az ő körükben mért arány szinte megegyezik a főátlaggal.



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2017)

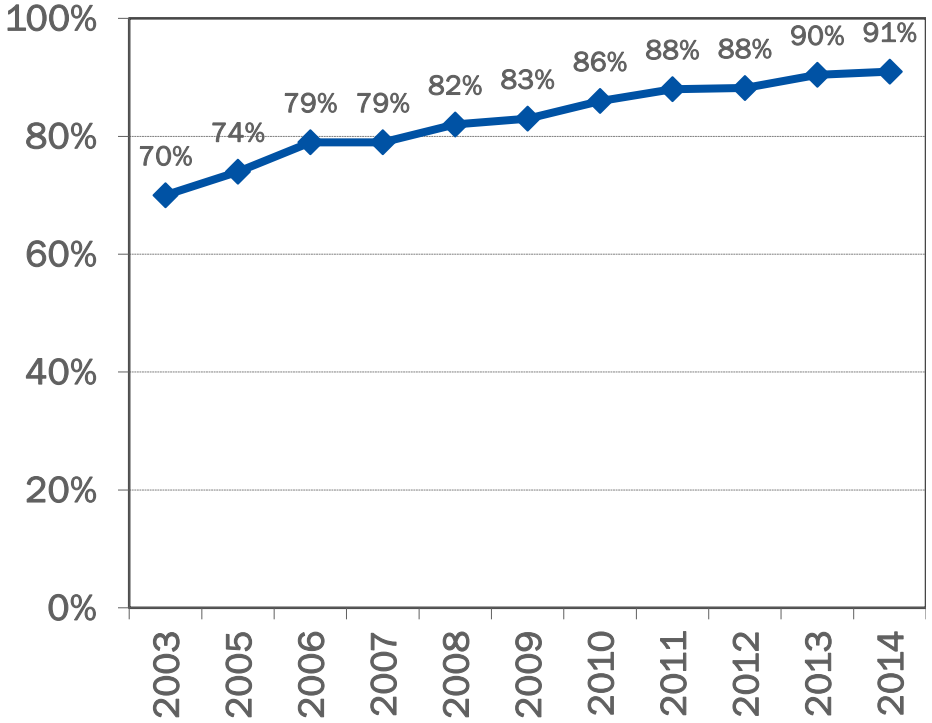
MOBILTELEFON-PIAC



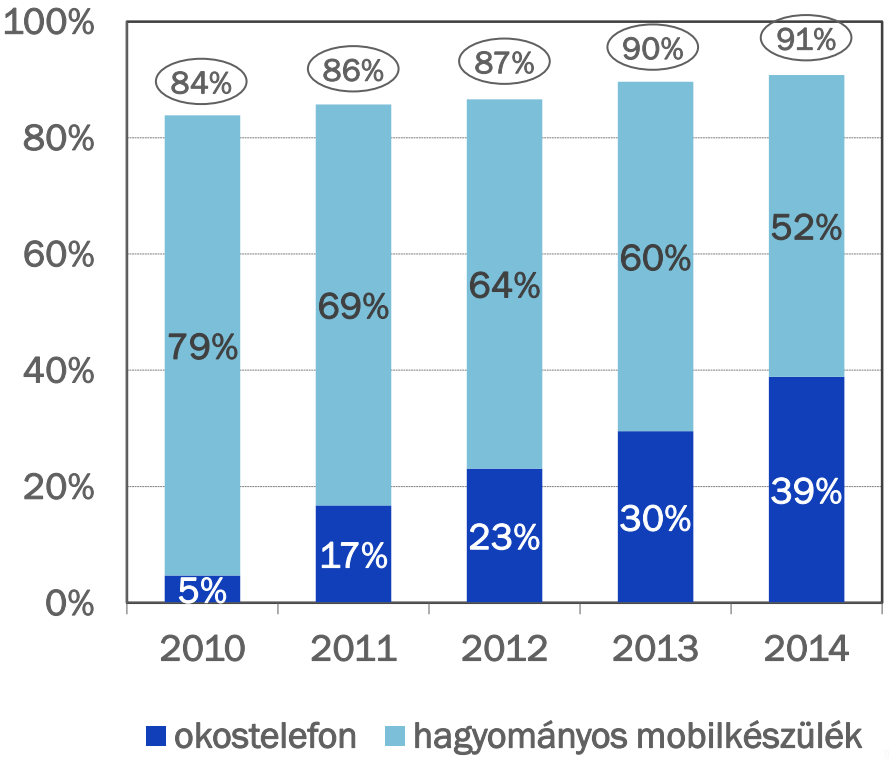
HÁZTARTÁSI ÉS SZEMÉLYES MOBILTELEFON-ELLÁTOTTSÁG

A háztartások 91%-ában van mobiltelefon, ami egyre nagyobb arányban okostelefon. Jelenleg öt mobiltelefon-használóból kettőnek van okostelefonja. Az okostelefonok térhódításának üteme évről-évre emelkedik, egy-két éven belül előre láthatóan a használatban lévő telefonok többsége okostelefon lesz.

A háztartások mobiltelefon-ellátottsága



A személyek mobiltelefon-ellátottsága



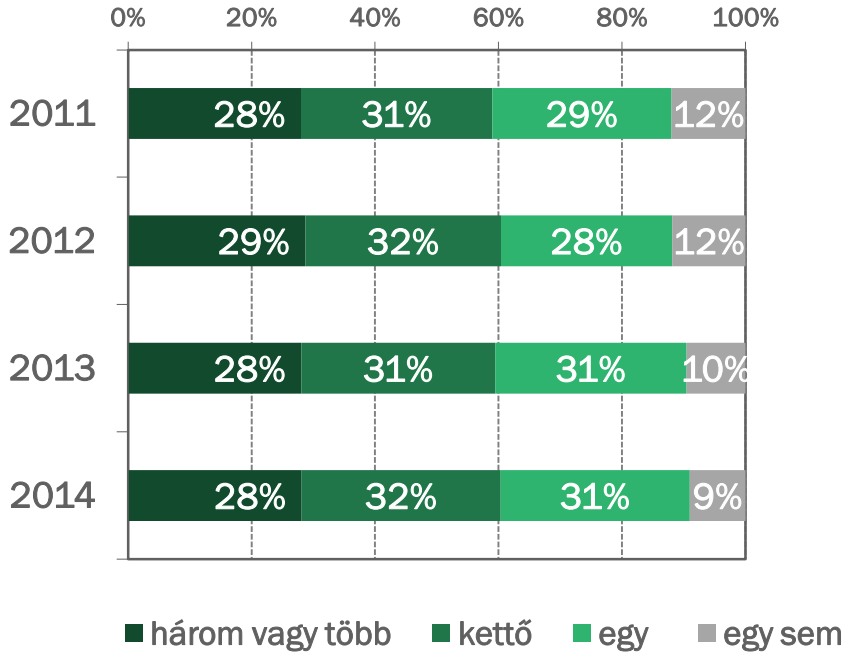
Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2017)

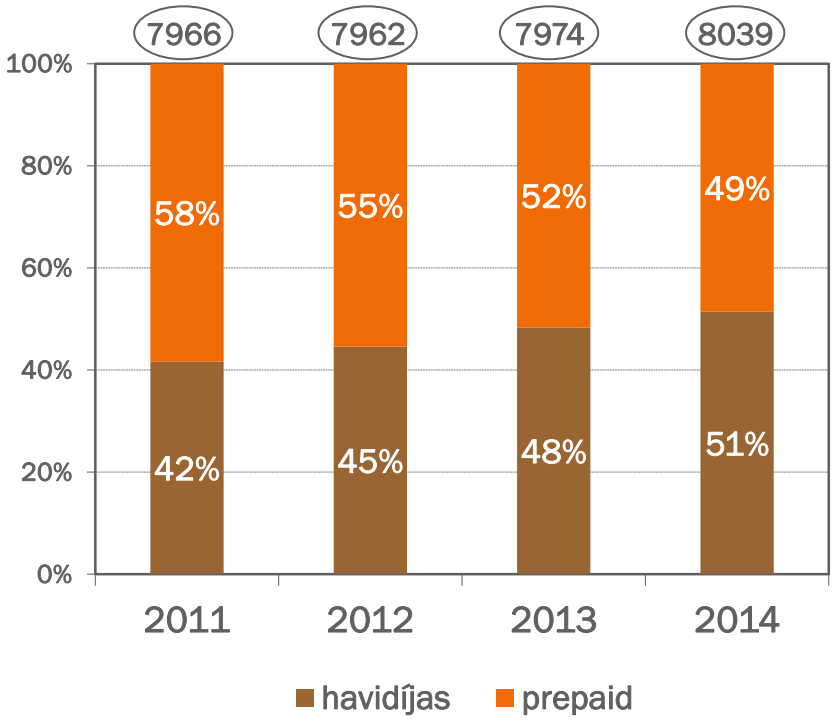
MOBILTELEFON-ELŐFIZETÉSEK

A havidíjas SIM-kártyák aránya folyamatosan emelkedett az elmúlt években. 2014-ben a lakossági használatban lévő* több mint 8 millió SIM-kártya többsége már havidíjas, és 49%-a prepaid. A céges SIM-kártyák száma 411 ezer. (Az „elfeledett” - nem vagy alig használt – SIM-kártyákat nem lehet piackutatási módszerrel pontosan felmérni.)

A háztartások megoszlása SIM-szám szerint



Havidíjas és prepaid előfizetések száma (ezer db)



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

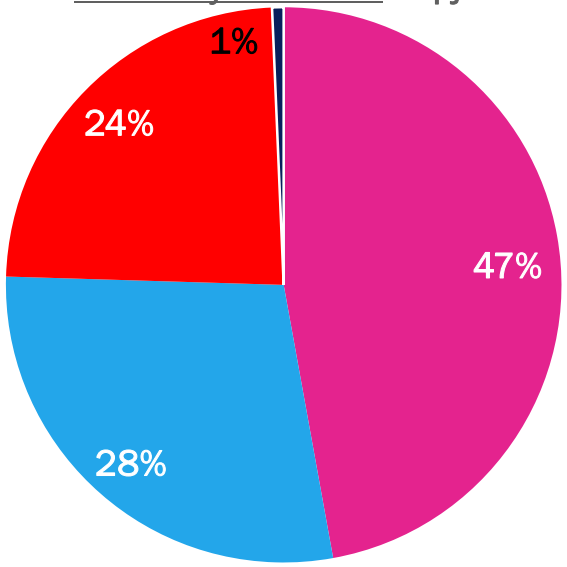
Bázis: Mobiltelefon-előfizetések (N=8,04 millió db)

*A kutatásban a valóban használt SIM-eket vettük számba, így nem szerepelnek az inaktív SIM-ek és pl. az ipari felhasználású adatkártyák.

MOBILPIACI RÉSZESEDÉSEK

A 2014-ben mért mobilpiaci árbevétel emelkedett az előző évhez képest. Egy SIM-kártyára átlagosan 3968 Ft-ot költenek a 13 évnél idősebb előfizetők, ami enyhe emelkedés a tavalyi évhez képest.

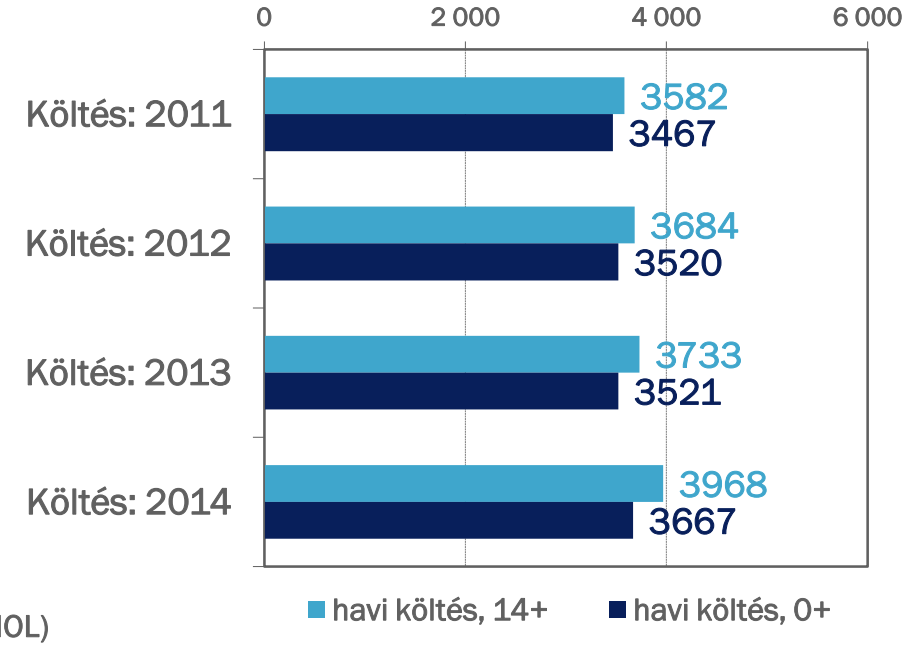
A mobiltelefon-piaci részesedések
SIM-kártyák száma alapján



■ Telekom ■ Telenor ■ Vodafone ■ egyéb (Tesco, Blue, MOL)

Bázis: A háztartásokban lévő összes mobiltelefon-előfizetés (N=8,03 millió db)

Költés SIM-kártyánként*
(bruttó Ft/hó)



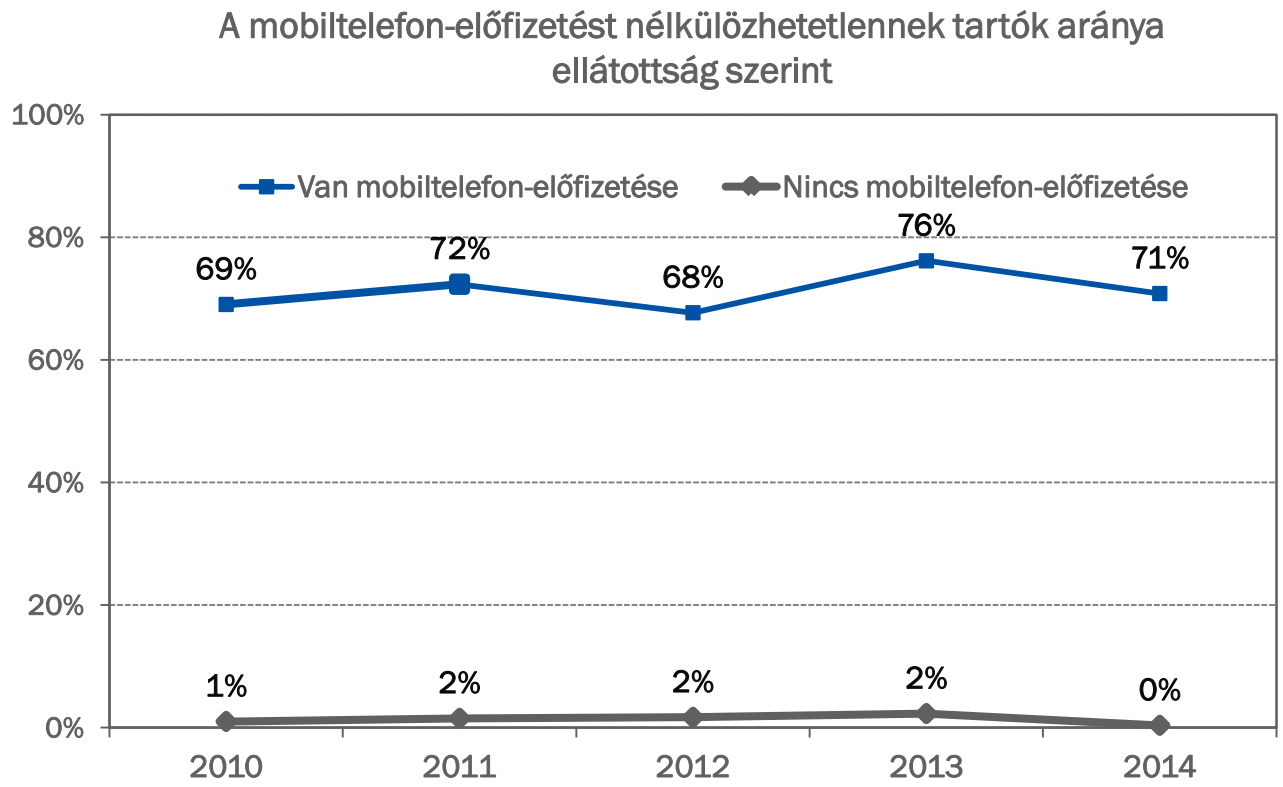
Bázis: Mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező 14+ éves személyek (N=7,80 millió fő)

*A háztartások 1 SIM-kártyára jutó mobilszámláinak átlaga, ezért ahol a fogyasztók nem tudták különválasztani, mobilhang mellett „Small Screen"-mobilinternet-költséggel együtt

A lakossági mobilpiac mérete évi nettó 279 Mrd Ft. (2013: 265)

IGÉNYSZINTEK VÁLTOZÁSA A MOBILSZOLGÁLTATÁSNÁL

A mobiltelefon nélkülözhetetlensége hullámzó, rendre a mobiltelefon-előfizetéssel rendelkezők kétharmada-háromnegyede tartja nélkülözhetetlennek ezt a kommunikációs eszközt. A mobiltelefon-penetráció további emelkedésével párhuzamosan most már elenyésző (kb. 3000 fő) azoknak a száma, akik nélkülözhetetlennek gondolják a mobiltelefont, mégsem rendelkeznek vele.

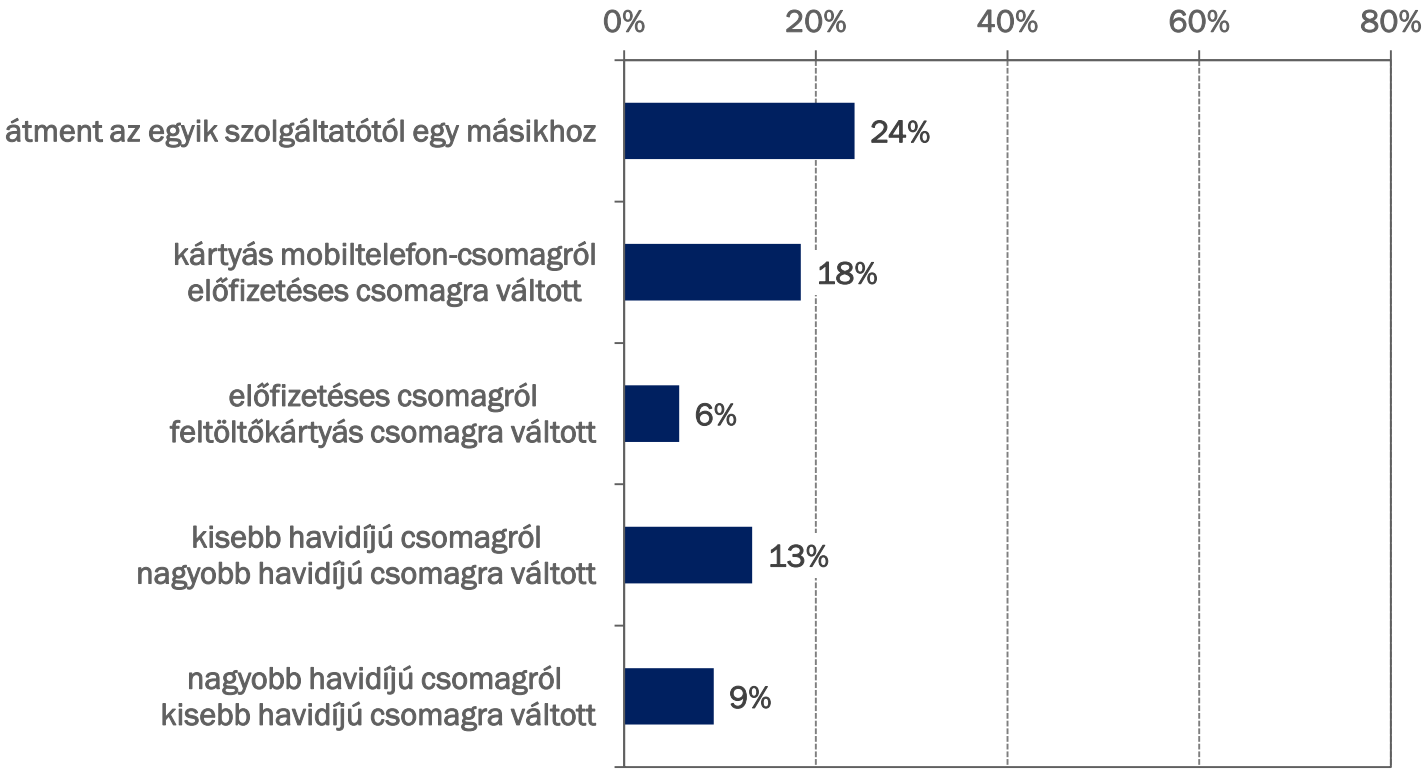


Bázis: 14+ évesek					
Van mobil-előfizetés	84%; N=7,14 millió fő	86%; N=7,30 millió fő	87%; N=7,38 millió fő	90%; N=7,70 millió fő	91%; N=7,80 millió fő
Nincs mobil-előfizetés	16%; N=1,37 millió fő	14%; N=1,21 millió fő	13%; N=1,14 millió fő	10%; N=0,89 millió fő	9%; N=0,79 millió fő

MOBILOS ÜGYFÉLMÚLT I.

A mobiltelefont használók válaszadók 40%-a változtatta meg már valaha a díjcsomagját - a leggyakrabban ez szolgáltatóváltással is párosult. A 30-39 éveseket aktívabb ügyfélmúlt jellemzi: gyakrabban váltottak szolgáltatót, cserélték kártyás mobiltelefon-csomagjukat előfizetésesre vagy váltottak nagyobb havidíjú csomagra, mint a többi korosztály.

Amióta előfizet mobiltelefonra, előfordult-e Önnel, hogy...?

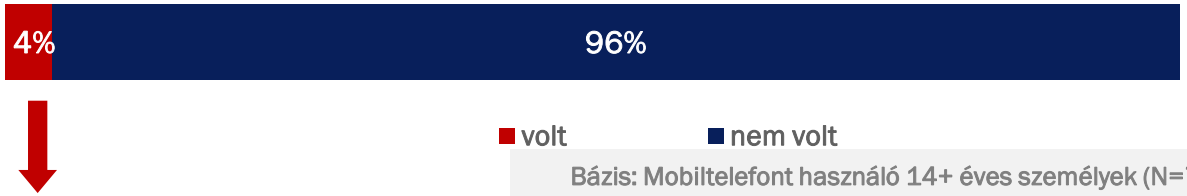


Bázis: Mobiltelefont használó személyek (N=7,80 millió fő; n=1763)

MOBILOS ÜGYFÉLMÚLT II.

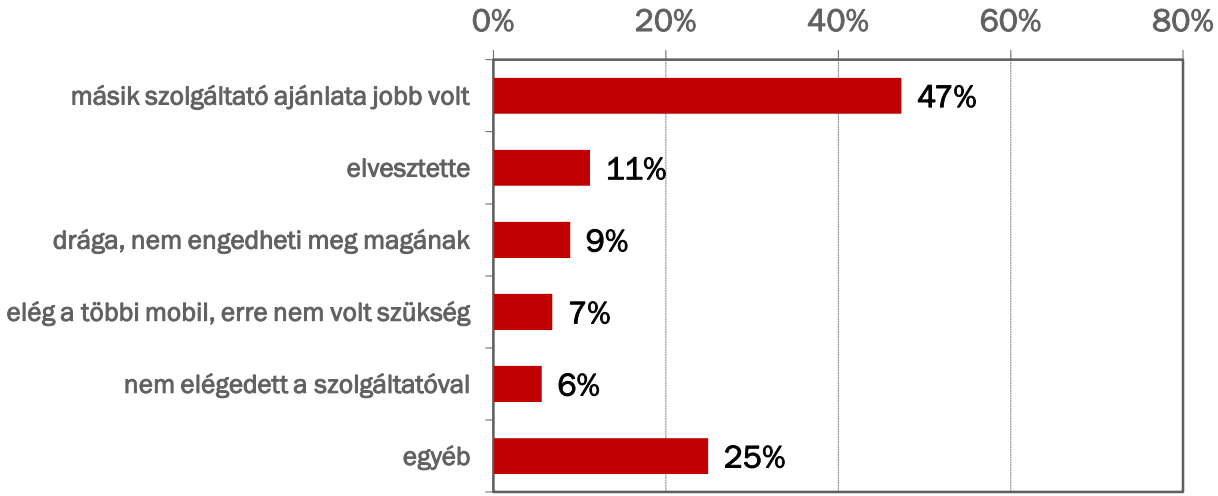
A mobilügyfelek 4%-a mondott le az elmúlt egy évben mobiltelefon-előfizetést. Felük egy másik szolgáltató jobb ajánlata miatt szüntetett meg egy előfizetést. A második leggyakoribb indok a lemondásra a telefon elvesztése volt. A magas költség miatt a lemondók 9%-a mondta le mobilos előfizetését.

Az elmúlt 12 hónapban lemondott mobiltelefon-előfizetés/megszüntetett kártyahasználat



Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=7,80 millió fő; n=1763)

Előfizetés /kártyahasználat megszüntetésének okai*

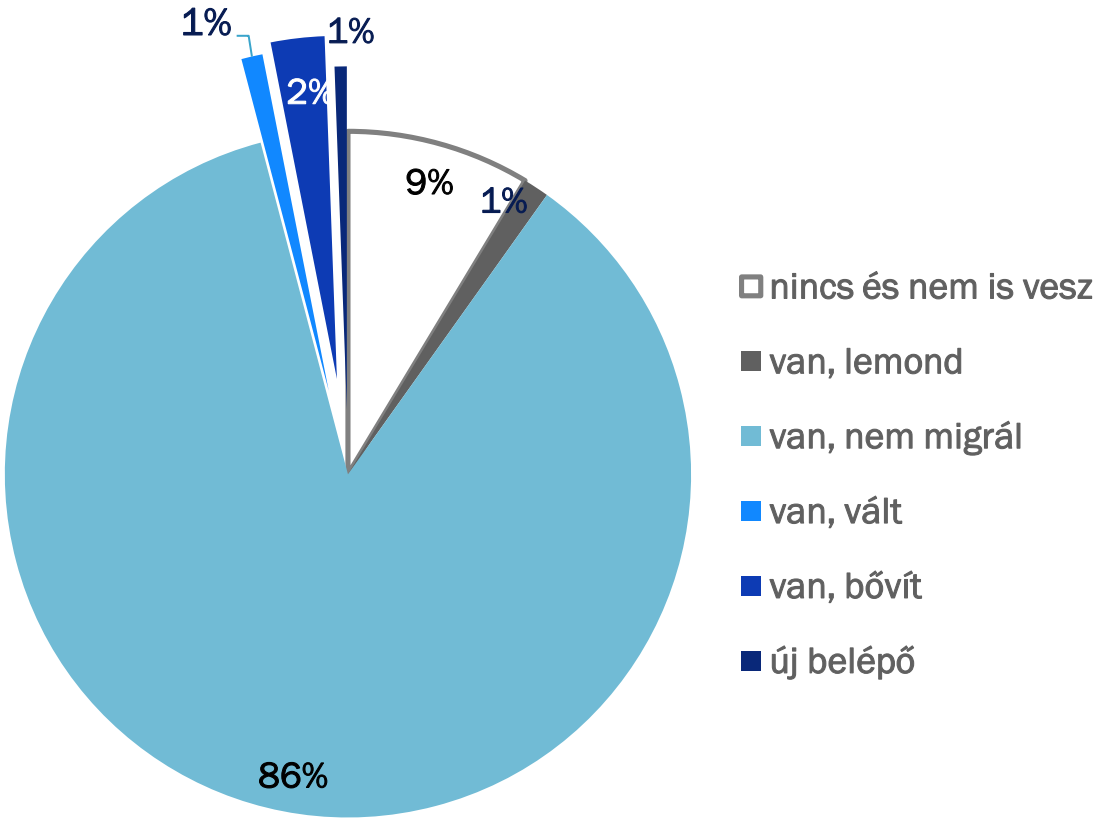


*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Akik lemondtak előfizetést az elmúlt egy évben (N=306 ezer fő; n=53)

MOBILMIGRÁCIÓS TERVEK

Az egyre telítődő mobilpiacra a tervek alapján csupán 49 ezer leendő előfizető tervez belépni, további 215 ezren vannak, akiknek már van mobiljuk, de újabb előfizetés beszerzését tervezik. Ugyanakkor a tavalyi 76 ezer személlyel szemben 104 ezren tervezik lemondani a mobiltelefon-előfizetést. Szolgáltatóváltáson 86 ezren gondolkoznak.

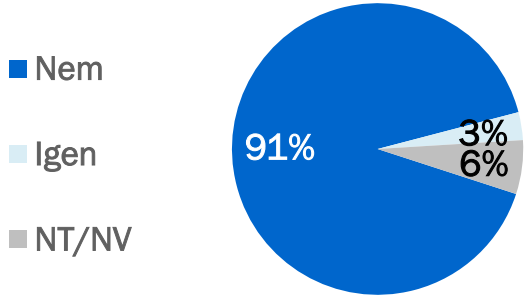


Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2017)

ÚJ MOBIL-ELŐFIZETÉS ÉS MOBIL-KÉSZÜLÉK IRÁNTI IGÉNY

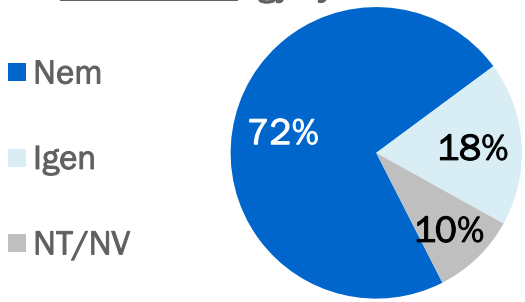
A lakosság 3%-a tartja elképzelhetőnek egy éven belül új mobiltelefon-előfizetés beszerzését (266 ezer ember), ami megközelíti a korábbi évek értékét (5%). A jelenlegi elképzelések alapján az új előfizetések zöme kártyás lenne. Új mobilkészülék beszerzését azonban már 1,42 millióan tartják elképzelhetőnek egy éven belül. Az új készülékek döntő többségét meglévő előfizetéshez vennék.

Elképzelhetőnek tartja Ön, hogy egy éven belül teljesen <u>új mobiltelefonos SIM-kártyát vásároljon</u>?



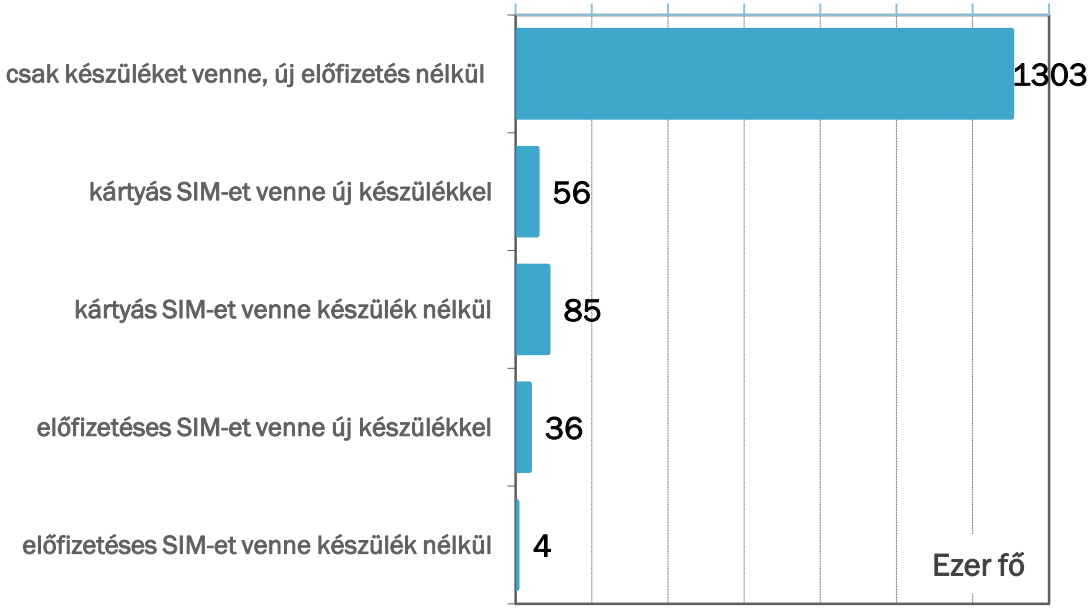
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2017)

Elképzelhetőnek tartja-e Ön, hogy egy éven belül <u>lecseréli mobiltelefon-készülékét</u> egy újabbra?



Bázis: Mobilhasználó 14+ éves személyek (N=7,80 millió fő, n=1763)

Új mobilelőfizetés- és új mobilkészülék-igények

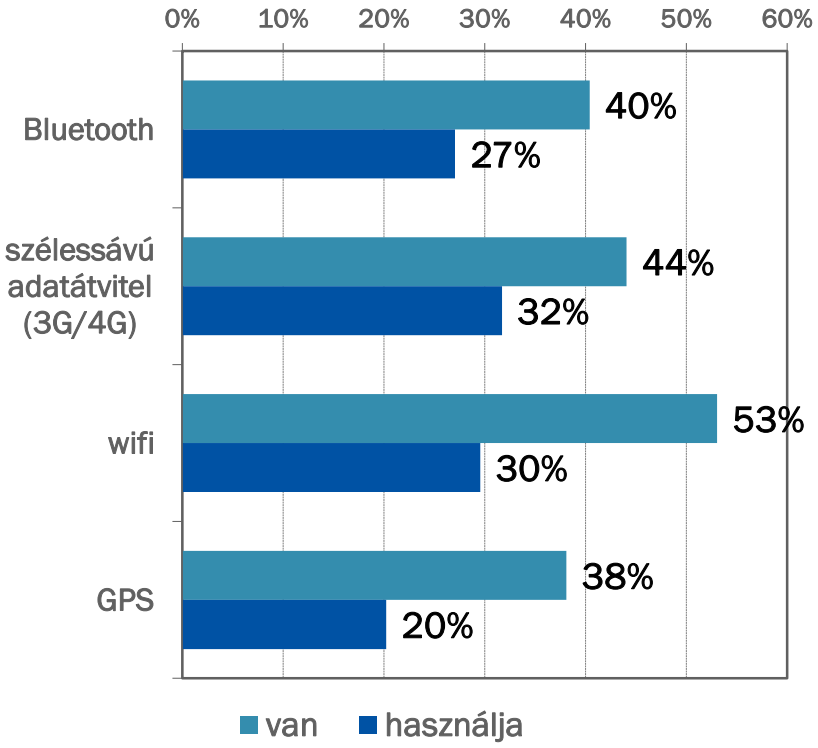


Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2017)

KIEGÉSZÍTŐ FUNKCIÓK

Az okostelefonok terjedésével a szélessávú mobilinternetet (3G/4G) használata is jelentősen bővült, az előző évi 15%-kal szemben 2014-ben 32% használja rendszeresen. A wifi használata szintén emelkedett, 20%-ról 30%-ra. (Ezek az arányok néhány éve még 10% alatt voltak). A bluetooth- és a GPS-használat szintén elterjedtebb, azonban ezeknek a funkcióknak alacsonyabb a növekedési üteme.

Adatátviteli funkciók elterjedtsége a mobilkészülékeken



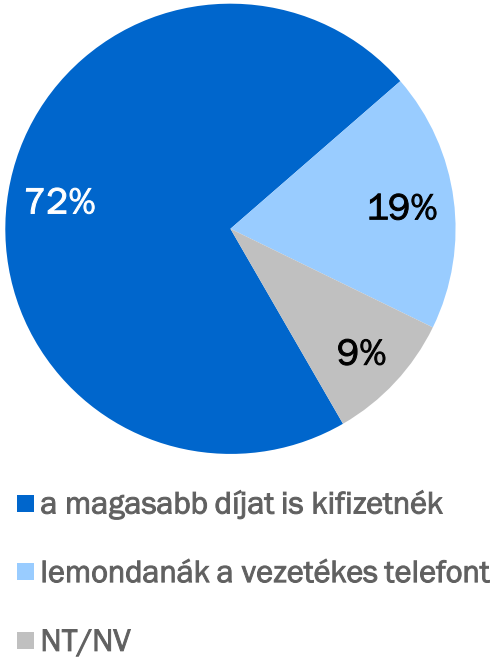
Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=7,80 millió fő; n=1763)

FIX–MOBIL VISZONY

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON: HIPOTETIKUS MONOPOLISTA TESZT

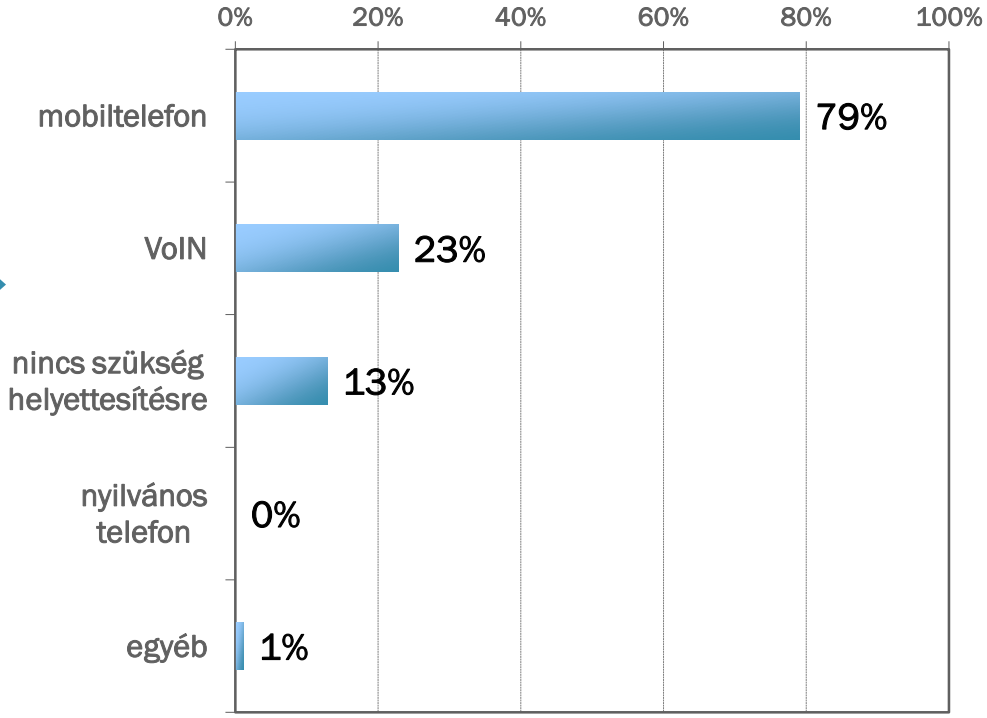
Az előző évekhez hasonlóan a havidíj 10%-os emelésének hatására az előfizetők 19%-a mondaná le az előfizetését (tavaly ez 18%, míg két éve 17% volt). Az elsődleges helyettesítő eszköz továbbra is a mobil lenne: 79% mobillal helyettesítené a helyhez kötött telefont. A potenciális lemondók 23%-a használna VoIN-t – ez az arány 2011 óta 25% körüli, 2010-ben pedig még csak 12% volt.

Mit tenne, ha vezetékestelefon-előfizetésének költsége 10%-kal emelkedne?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, azt lemondani most nem tervező háztartások (N=1,91 millió HT, n=1009)

Hogyan helyettesítenék a vezetékes telefont?

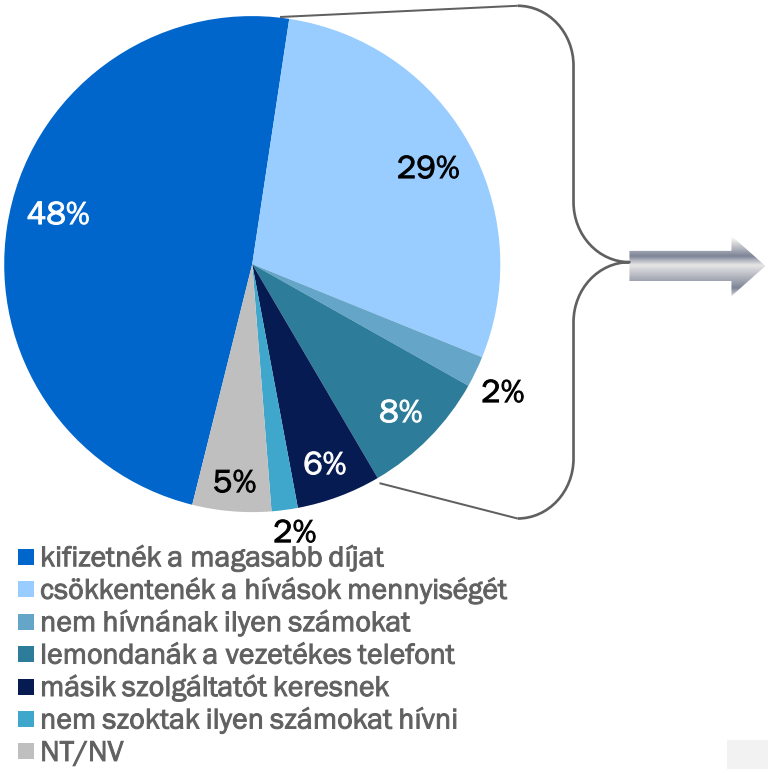


Bázis: Háztartások, amelyek áremelkedés esetén lemondanák a szolgáltatást (N=355 ezer HT, n=182)

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON: ÁRÉRZÉKENYSÉG –HÍVÁSIRÁNYOK I.

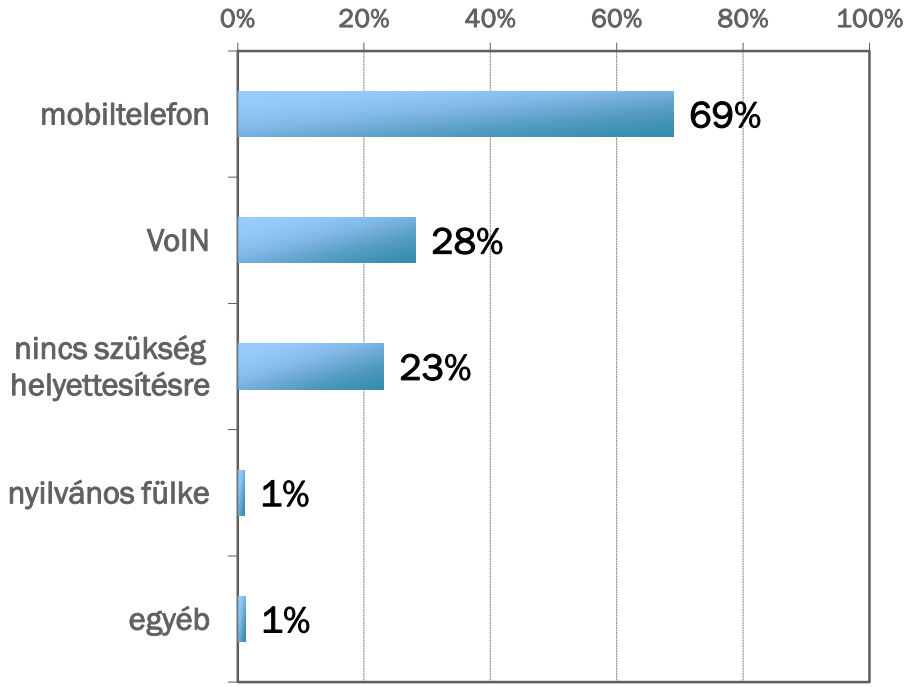
Az alacsonyabb díjú hívásirányok árának 10%-os emelkedésére a háztartások kevesebb mint egyharmada csökkentené kimenő hívásait, 8% lemondaná az előfizetést. Az elsődleges helyettesítő eszköz itt is a mobil lenne, 23% azonban nem helyettesítene: egyszerűen kevesebbet telefonálna. A VoIN mint helyettesítő eszköz az előző évinél nagyobb teret nyer, 28% alkalmazná.

Mit tenne, ha a helyi/hálózaton belüli hívásirányok díja 10%-kal emelkedne?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, azt lemondani most nem tervező háztartások (N=1,91 millió HT, n=1009)

Hogyan helyettesítenék a kieső hívásokat?

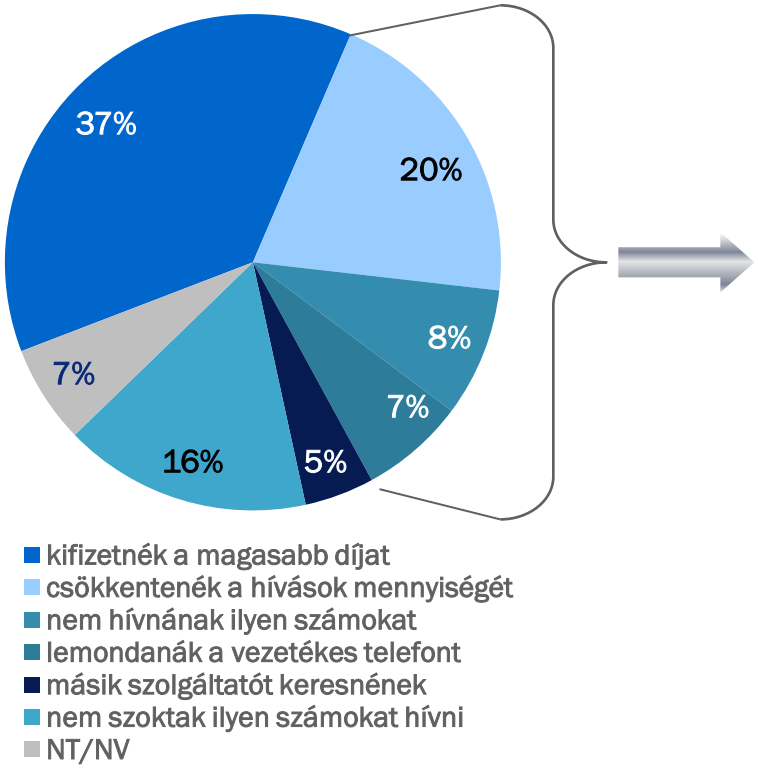


Bázis: Háztartások, amelyek áremelkedés esetén kevesebbet használnák vagy lemondanák a helyhez kötött telefonos szolgáltatást (N=748 ezer HT, n=385)

HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON: ÁRÉRZÉKENYSÉG –HÍVÁSIRÁNYOK II.

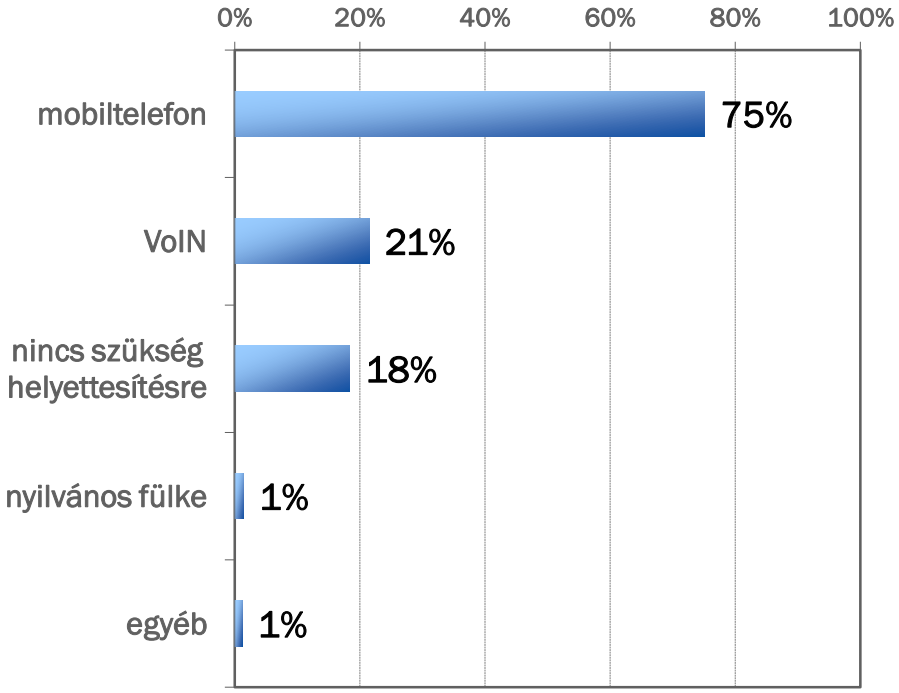
A mobilhívások árának 10%-os emelkedésére az előző évhez hasonlóan 20% reagálna az ilyen hívások csökkentésével, 7% lemondaná az előfizetést, míg 8% nem hívna mobilszámokat.
Nincs számottevő változás a helyettesítő eszközökben, háromnegyedük (75%) mobillal helyettesítené a helyhez kötött telefont, 18% pedig nem helyettesítene.

Mit tenne, ha a mobilhívásirány díja 10%-kal emelkedne?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, azt lemondani most nem tervező háztartások (N=1,91 millió HT, n=1009)

Hogyan helyettesítenék a kieső hívásokat?

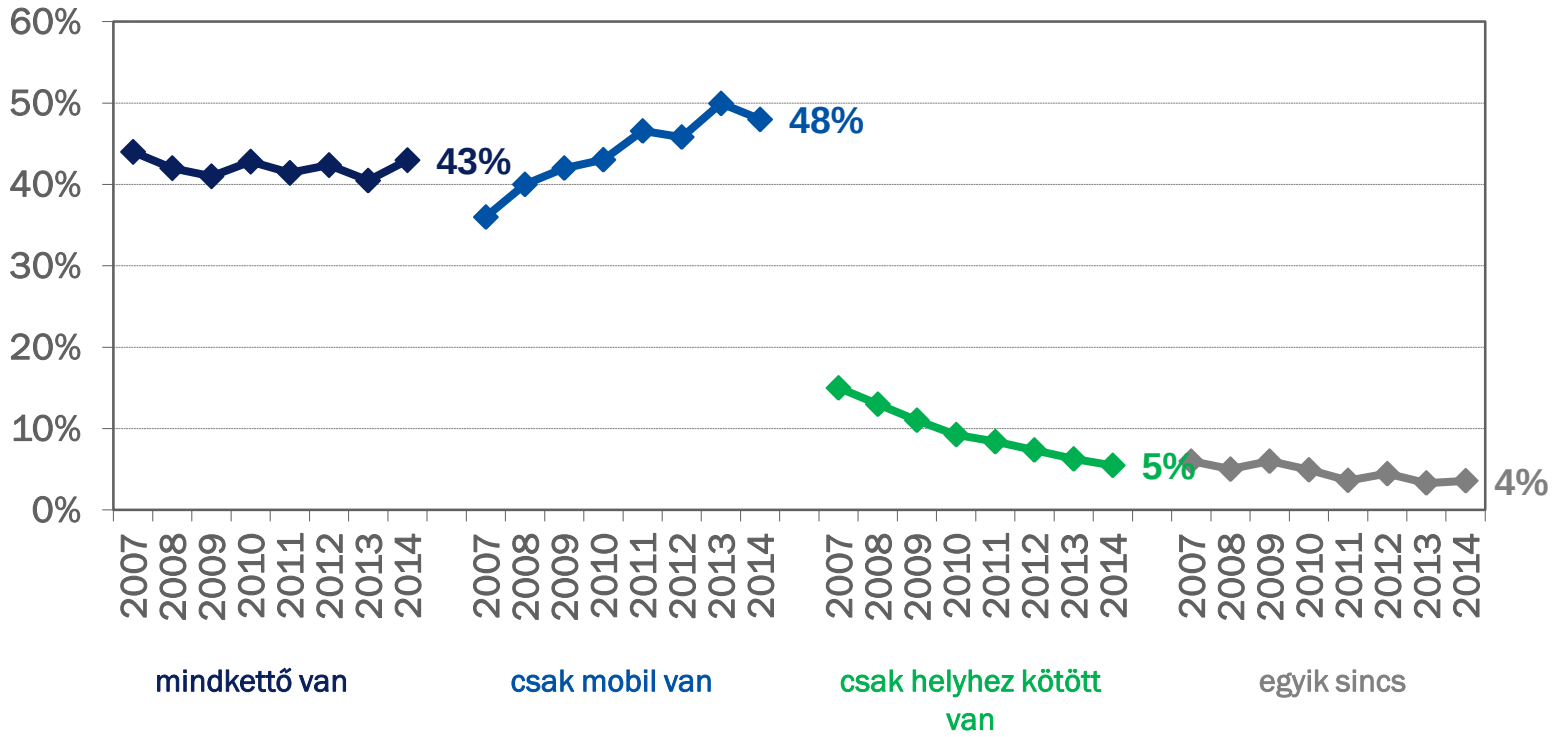


Bázis: Háztartások, amelyek áremelkedés esetén kevesebbet használnák vagy lemondanák a helyhez kötött telefonos szolgáltatást (N=680 ezer HT, n=353)

HELYHEZ KÖTÖTT ÉS MOBIL-TELEFON KERESZTHASZNÁLATA

Tovább folytatódik a csak helyhez kötött telefonnal rendelkező háztartások arányának csökkenése. Eközben stagnál azon háztartások aránya, melyek mindkét eszközt használják. A mindkét kommunikációs csatornával rendelkező háztartások aránya az előző éviekhez hasonló, míg a kizárólag mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező háztartások aránya kicsivel 50% alatt van.

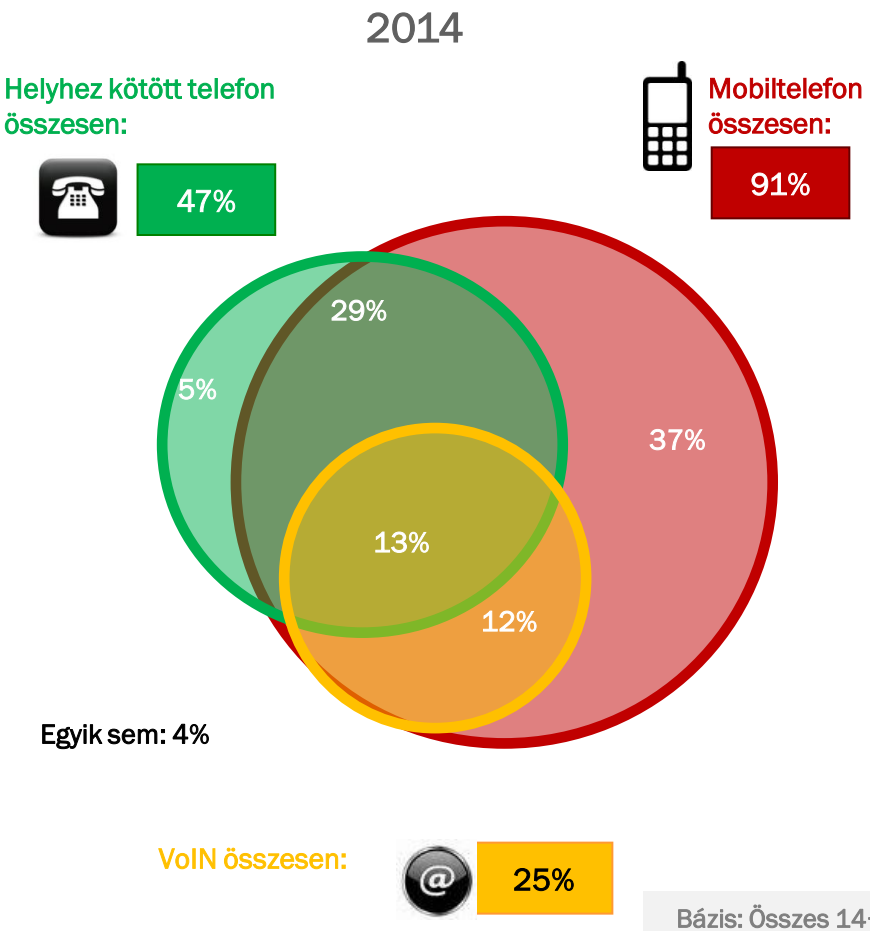
Helyhez kötött és mobiltelefonnal rendelkező háztartások

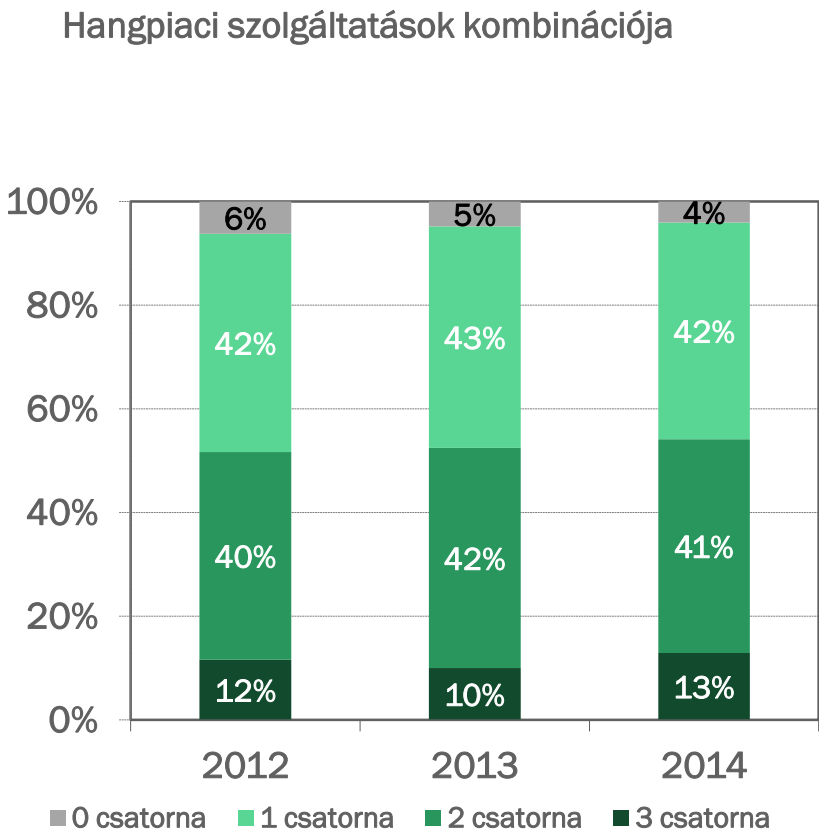


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

HANGPIACI SZOLGÁLTATÁSOK KOMBINÁCIÓJA

A hangpiaci szolgáltatások kombinációja nem változott érdemben az elmúlt 2 évben. A 13 évnél idősebb lakosság jellemzően egy vagy két hangkommunikációs csatornát használ. Mind a három csatornát a lakosság 13%-a használja, jellemzően a 29 év alatti korosztály (19%). Olyan személy nincs, aki a mobilhasználatot abbahagyva csak VoIN-ra állna át.

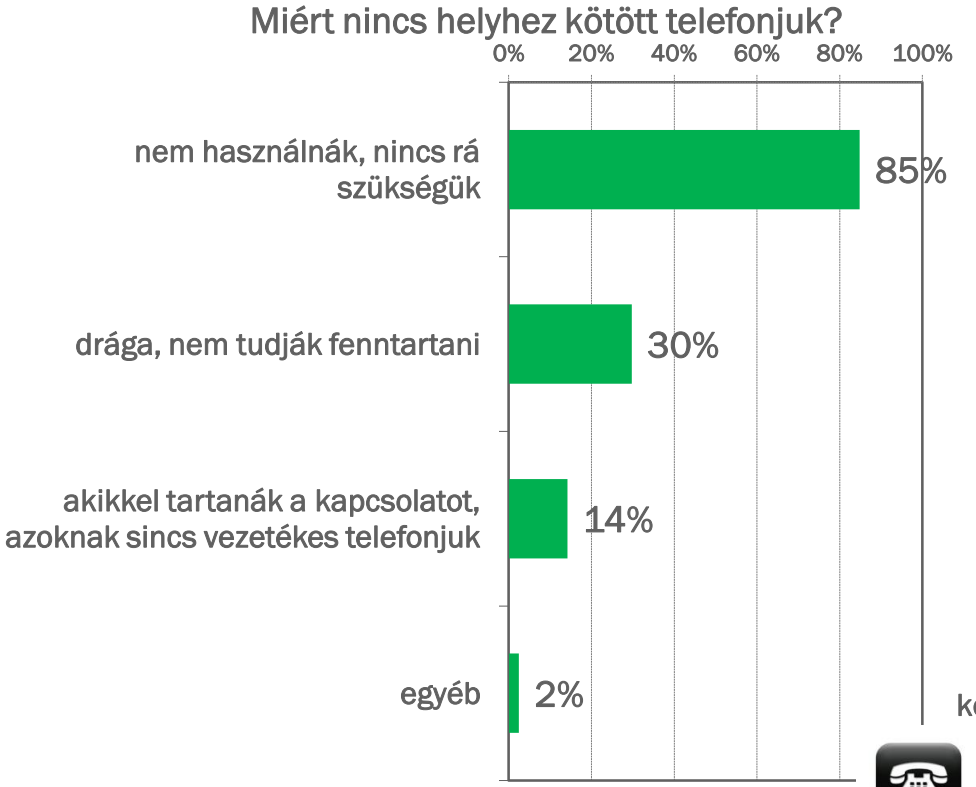




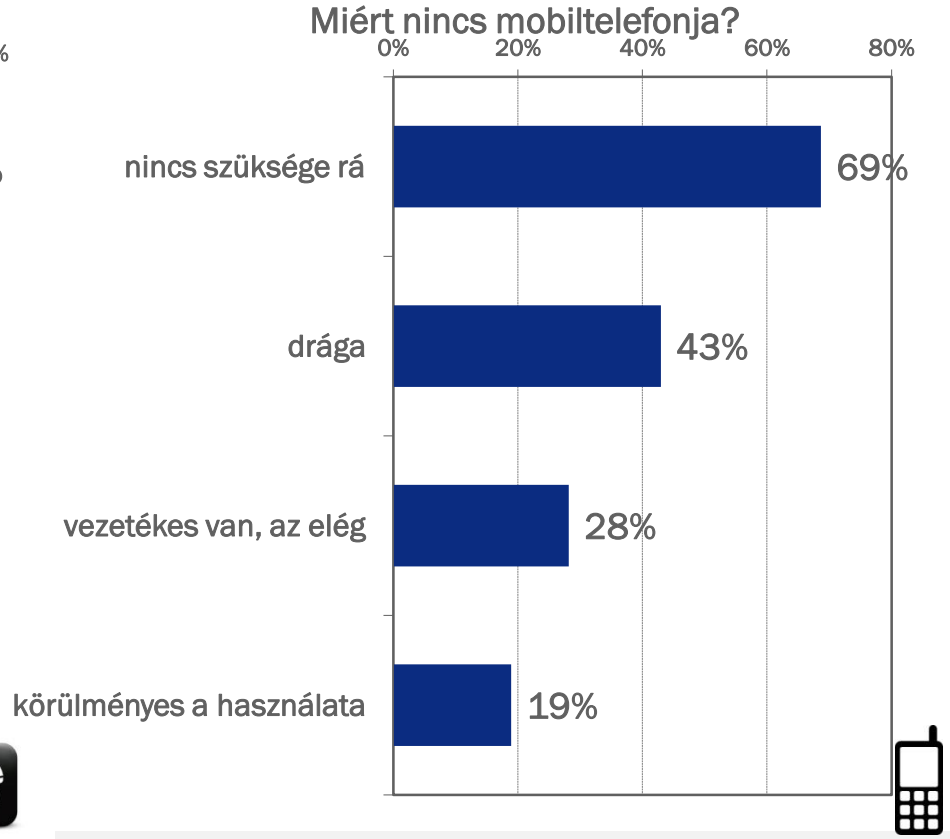
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2017)

A HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON ÉS A MOBIL VISSZAUTASÍTÁSÁNAK OKAI

A helyhez kötött telefonnal nem rendelkező háztartások több mint négyötödének azért nincs ilyen szolgáltatása, mert egyszerűen nincs rá szüksége. A helyhez kötött telefont döntő többségük (86%) mobillal (is) helyettesíti. A „nem mobilozó” személyek többségének nincs szüksége erre az eszközre. További jellemzőbb indok a magas költség, míg a helyhez kötött technológia helyettesítő funkcióját csak 28%-ban említették. Tavaly óta jelentősen (42%-ról 30%-ra) csökkent azok aránya, akik azért nem tartják fenn a vezetékes telefonjukat, mert drágának tartják.



Bázis: Ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés és nem is tervezik (N=2,08 millió HT, n=948)



Bázis: Akiknek nincs mobiltelefon-előfizetésük (N=770 ezer fő, n=239)

INTERNETPIAC
(Fix- és mobilinternet, „Large Screen”, „Small Screen”)

BEVEZETŐ

Ebben a fejezetben az internet-előfizetések és az internethasználat főbb mutatóit tárgyaljuk.
Az internetezés technológiája lehet:

helyhez kötött (DSL, kábel, egyéb) vagy
mobiltechnológia (mobilinternet).

Az internetezés eszköze lehet:

„Large Screen” (desktop, laptop vagy tablet) vagy

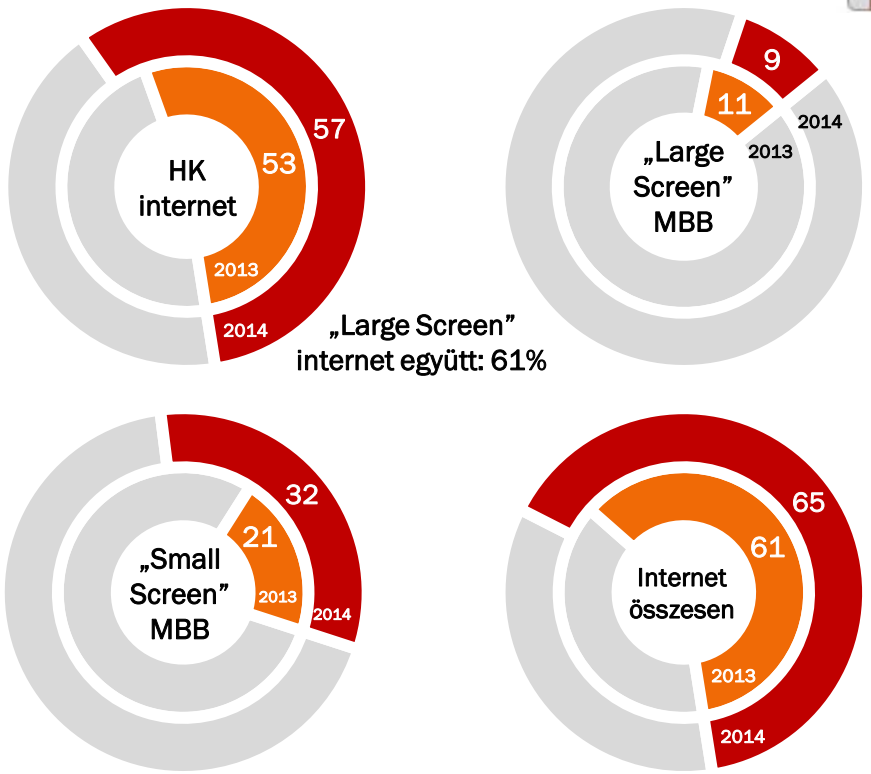
„Small Screen” (mobiltelefon-készülék, jellemzően okostelefon).

A háztartások jellemzésénél elsősorban a „Large Screen”-előfizetéseket vizsgáljuk, ezen belül a helyhezkötött- és a mobilinternet-részpiacokat is esetenként külön-külön elemezve.

DIGITÁLIS ÉRETTSÉG

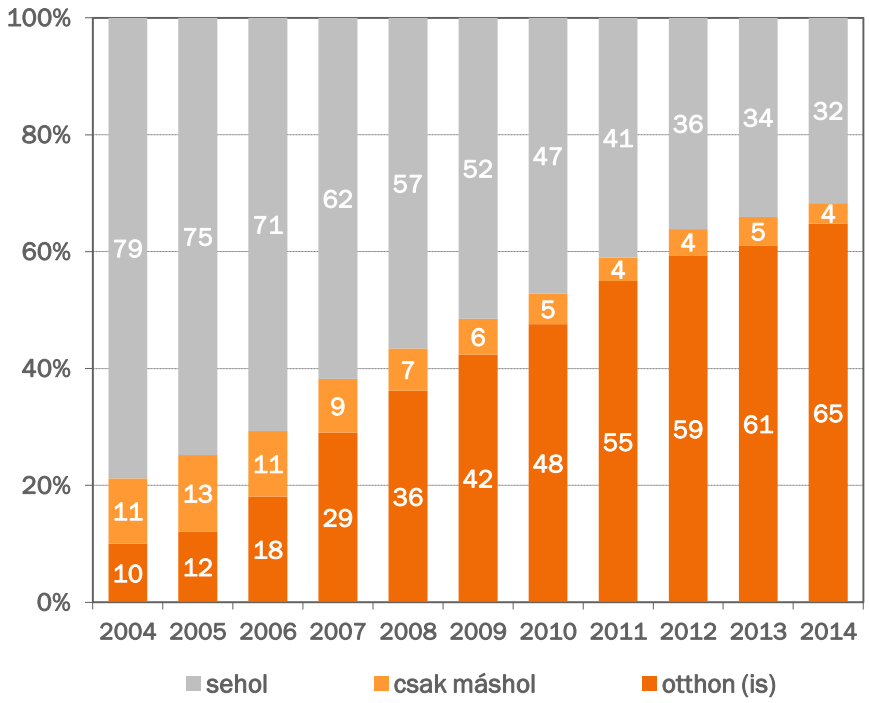
Folytatódott a háztartások internet-hozzáférésének növekedése, 2014-ben már a háztartások 65%-ában tudnak hozzáférni valamilyen eszközön (számítógépen vagy okostelefonon) keresztül az internethez (2013: 61%).
A legnagyobb növekedés a Small Screen használatában volt, 21%-ról 32%-ra nőtt a penetrációja. Ez a tendencia a több-képernyős internethasználat felé mutat.

Különféle internetkapcsolatok a háztartásokban



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2017)

Az internethasználat helye („Large Screen”)

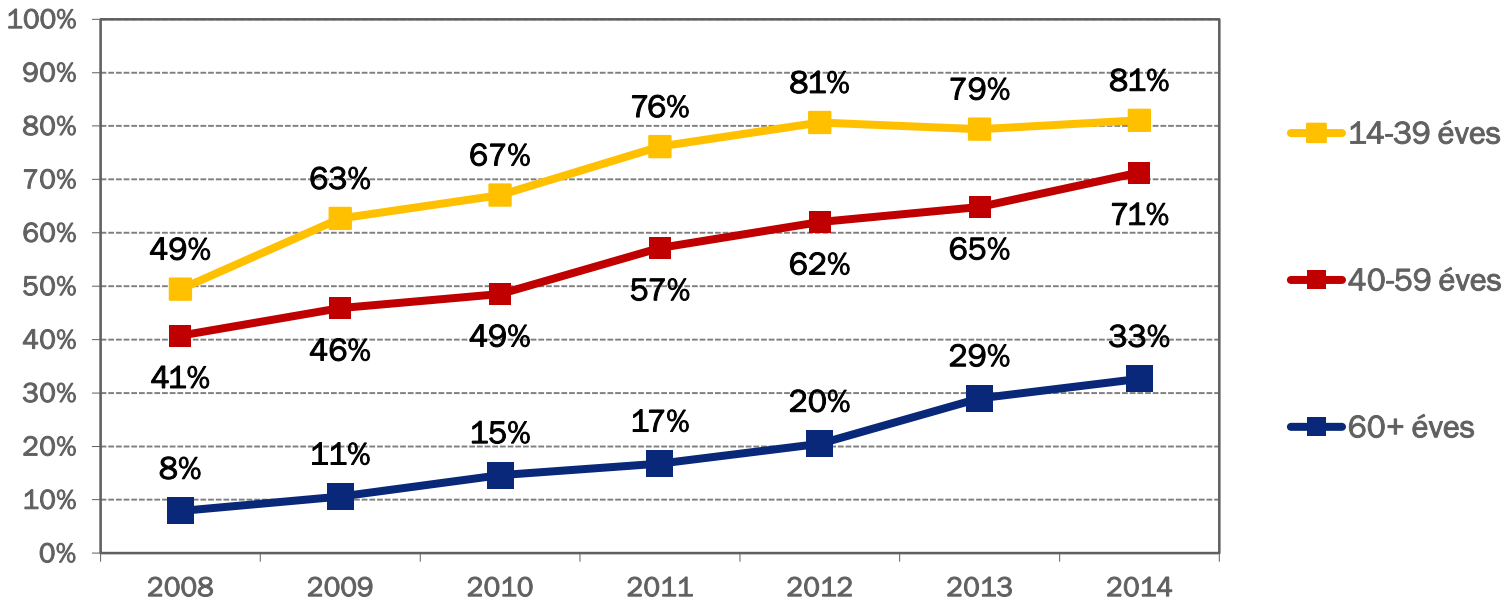


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2017)

INTERNETHASZNÁLÓK ARÁNYA KORCSOPORTONKÉNT

Az internetet otthon is használók aránya a 14-39 évesek között a legmagasabb: 81%. Ebben a korcsoportban még további 5% internetezik, de nem otthon, hanem csak munkahelyen vagy iskolában. Az elmúlt évben különösen a 40-59 éves korosztályban emelkedett az otthon internetezők aránya, de a 60 év felettiek körében is elérte az egyharmadot.

Az internetet otthon (is) használók aránya a különböző korcsoportokban

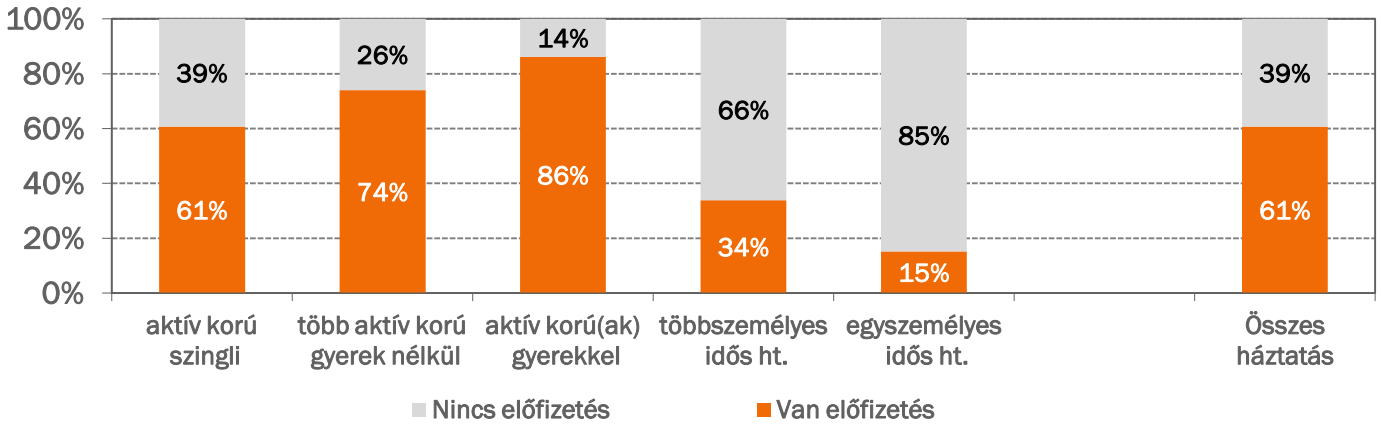


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2017)

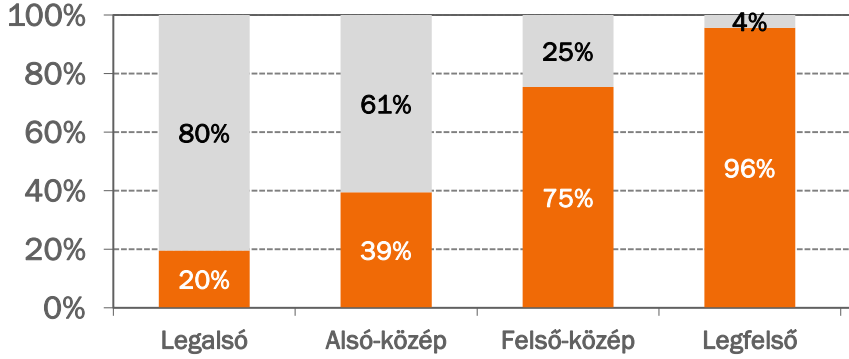
„LARGE SCREEN”-INTERNET-ELŐFIZETÉS DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐK SZERINT

A háztartás összetételének és jövedelmi helyzetének is jelentős hatása van arra, hogy előfizetnek-e valamilyen „Large Screen” internetes kapcsolatra. A jó anyagi helyzetben lévő, valamint a több aktív korút magában foglaló háztartásokban az átlagosnál jóval nagyobb eséllyel találunk előfizetést.

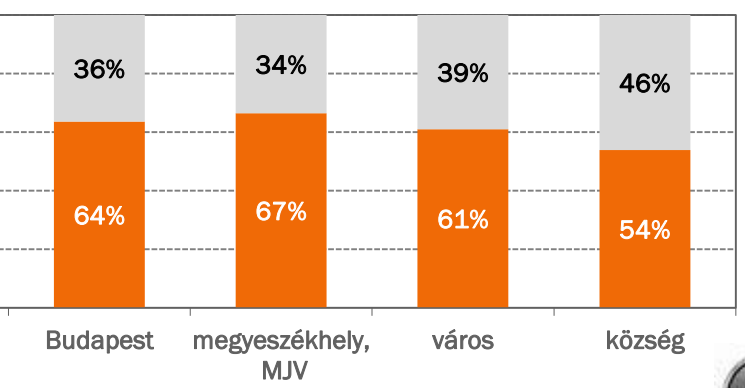
Ellátottság a háztartások összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



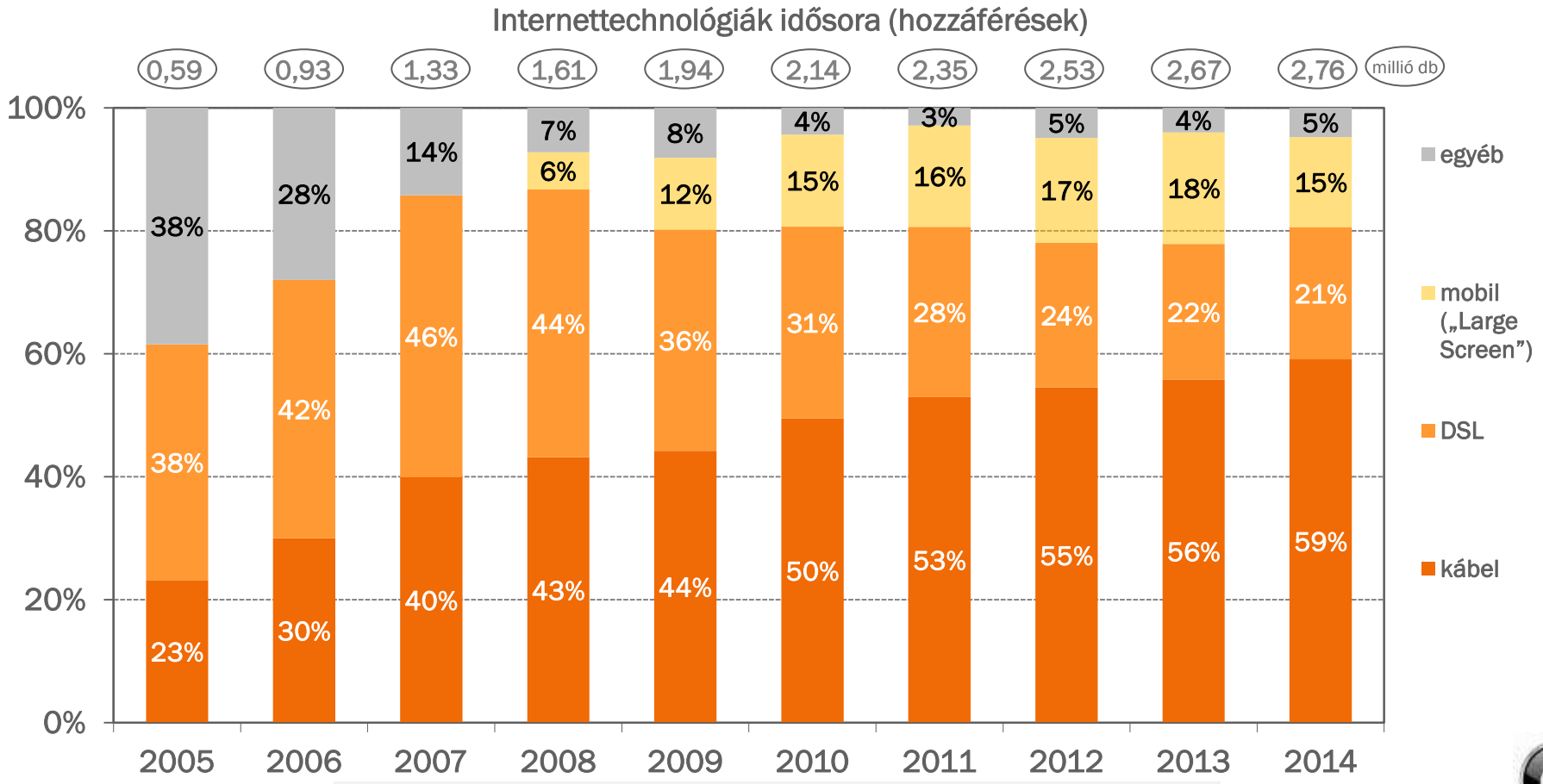
Településtípus szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

„LARGE SCREEN”-INTERNET-TECHNOLÓGIÁK ARÁNYA

A DSL térvesztése, ha enyhülő ütemben is, de tovább folytatódott. Növekedni egyedül a kábel tudott, mivel a mobilinternet részesedése némileg csökkent az előző évhez képest, és visszaesett a 2010-2011-ben mért szintre.

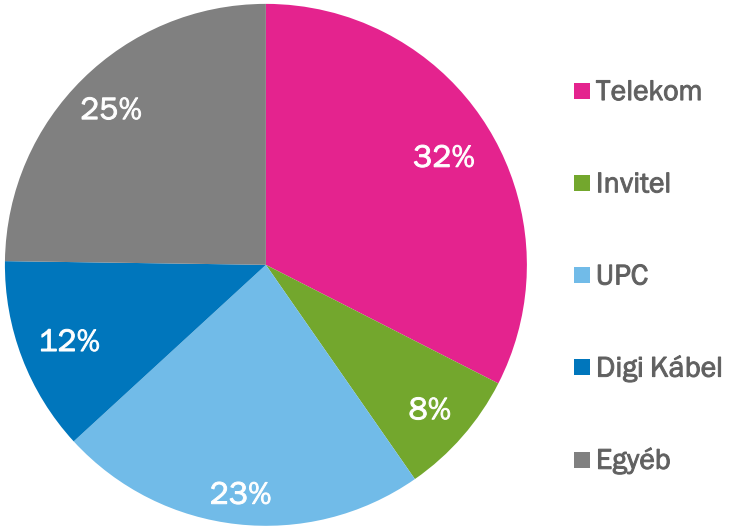


Bázis: Adott évi internet-hozzáférések (N_{2014}=2,76 millió db)

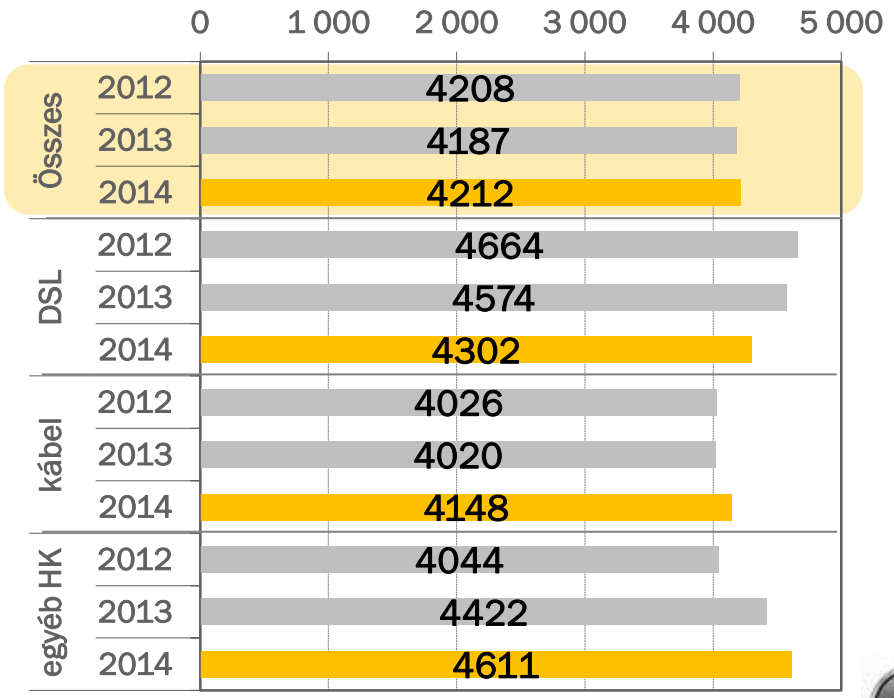
HELYHEZ KÖTÖTT INTERNETES KÖLTÉSEK

A helyhez kötött internet lakossági piaca jelentőset nőtt 2014-re és 94 Mrd Ft nettó árbevételt ért el az egy évvel korábbi 86 Mrd Ft-tal szemben. Az internetre költött összeg érdemben nem változott az előző évhez képest. A DSL-en kívüli technológiák ára emelkedett tavalyhoz viszonyítva, ezt azonban nagyrészt ellensúlyozta a DSL költségének csökkenése.

A HK-internet-bevételek szolgáltató szerinti megoszlása



Költés technológia szerint (bruttó Ft/hó)



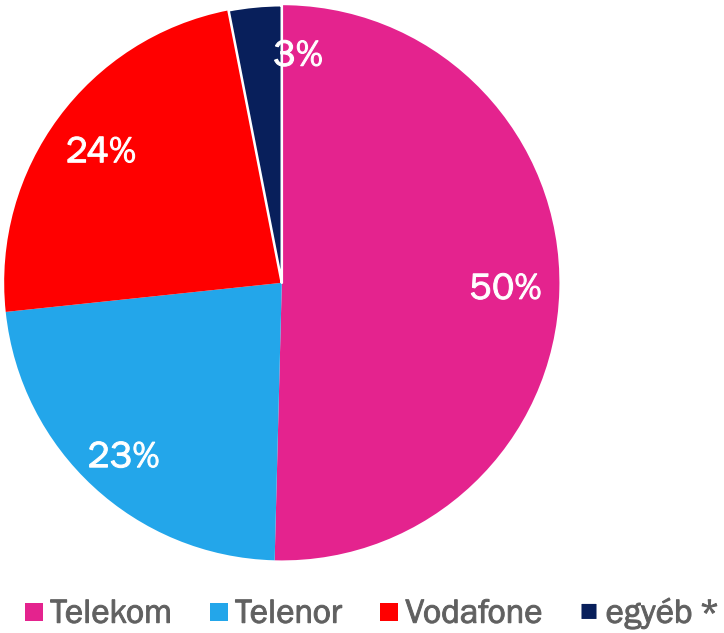
Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,35 millió HT; n=1087)

A lakossági HK internet piacának mérete 2014-ben nettó 94 Mrd Ft. (2013: 86)

„LARGE SCREEN” MOBILINTERNETES KÖLTÉSEK

A Large Screen mobilinternet piacán a Telekom a bevételek felével rendelkezik, míg a másik két nagy szolgáltató egyenlő arányban részesedik a bevételekből.
Az MBB-t igénybe vevő háztartások átlagosan 4300 Ft-ot költenek az előfizetésre. A három nagy szolgáltató ügyfelei megközelítőleg hasonló összeget költenek mobilinternet-előfizetésre.

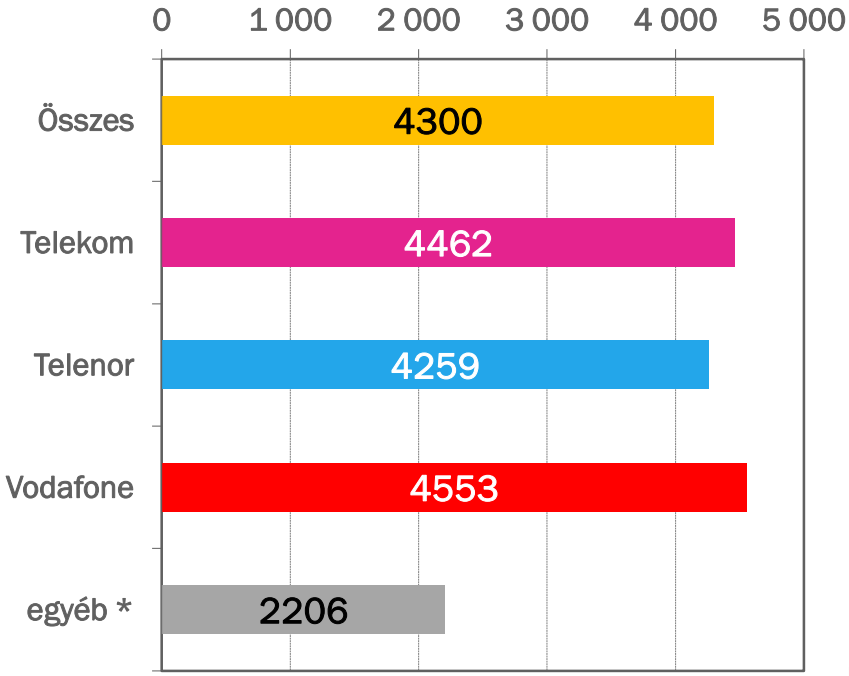
A „Large Screen” mobilinternetes árbevételek megoszlása



*Invitel, Digi, UPC, egyéb

Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (N=362 ezer HT, n=167)

Háztartási szintű „Large Screen” mobilinternetes költés szolgáltatók szerint (bruttó Ft/hó)

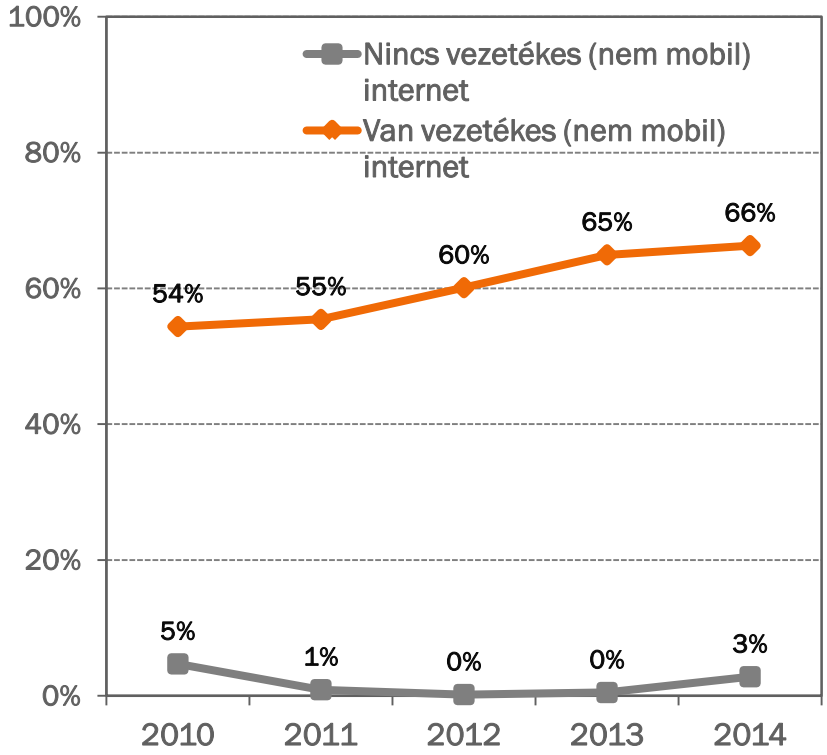


A lakossági „Large Screen” mobilinternet piacának mérete nettó 14,7 Mrd Ft. (2013: 16,9)

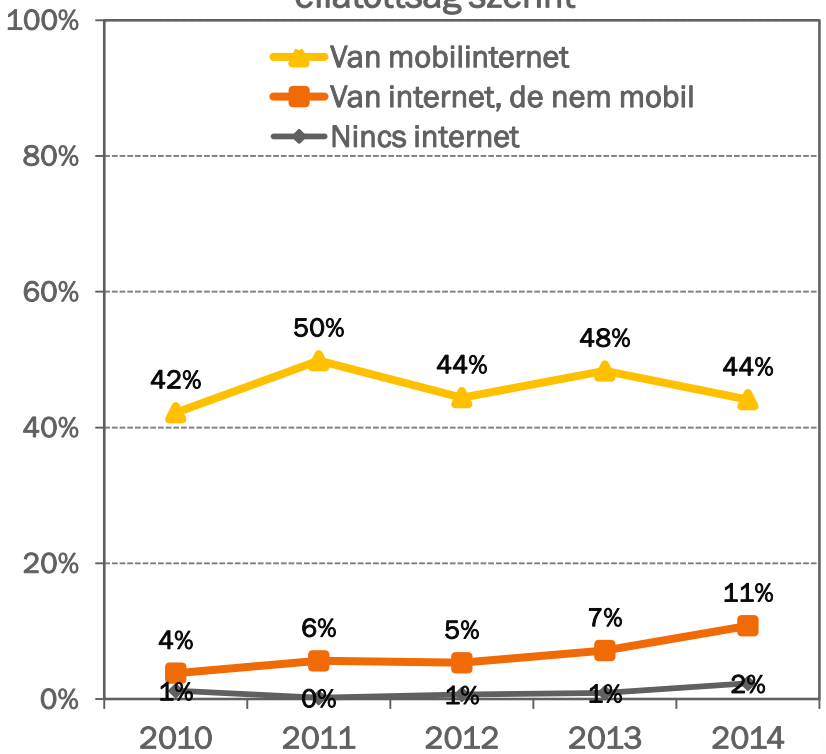
IGÉNYSZINTEK VÁLTOZÁSA A „LARGE SCREEN” INTERNETES SZOLGÁLTATÁSNÁL

A helyhez kötött internettel rendelkező háztartások 66%-a nélkülözhetetlennek tartja az internetet (2011-ben még csak 55% vélekedett így). A mobilinternet szükségessége nőtt (11%) a csak helyhez kötött internettel rendelkezők körében. A mobilinternettel rendelkezők közel fele (44%) tartja nélkülözhetetlennek ezt a technológiát, igaz, arányuk csökkent tavalyhoz képest.

A vezetékes (nem mobil) internetet nélkülözhetetlennek tartó háztartások aránya ellátottság szerint



A számítógépen használt mobilinternetet nélkülözhetetlennek tartó háztartások aránya ellátottság szerint

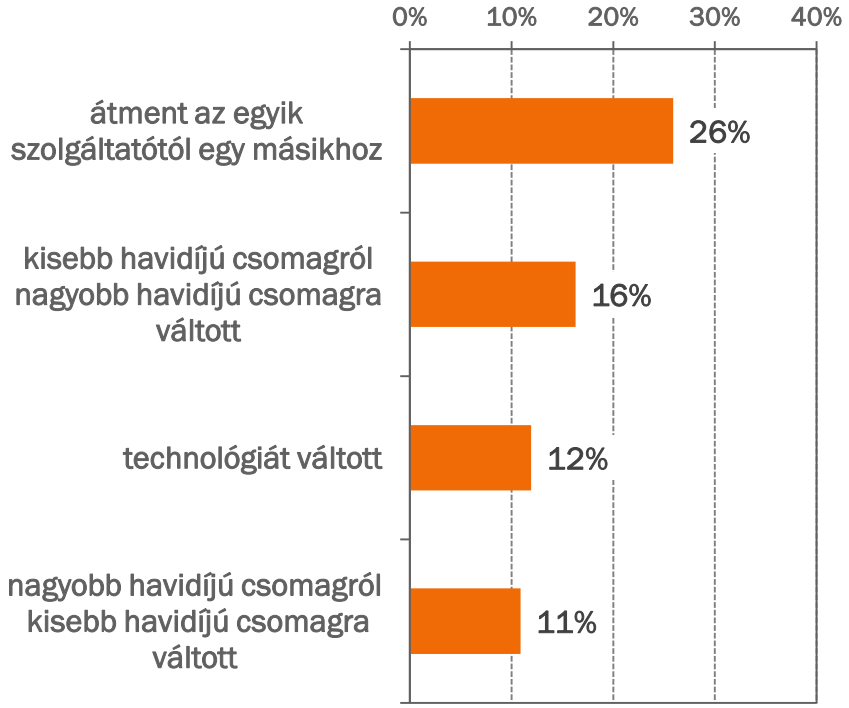


Bázis: HK-, illetve mobilinternet-előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (a HK esetében: az összes háztartás 57 és 43%-a, N=2,35 és 1,75 millió HT, a számítógépen használt mobilinternetnél: az összes háztartás 9 és 52, illetve 39%-a, N=362 e és 2,16 millió, illetve 1,6 millió HT)

„LARGE SCREEN”INTERNETES ÜGYFÉLMÚLT

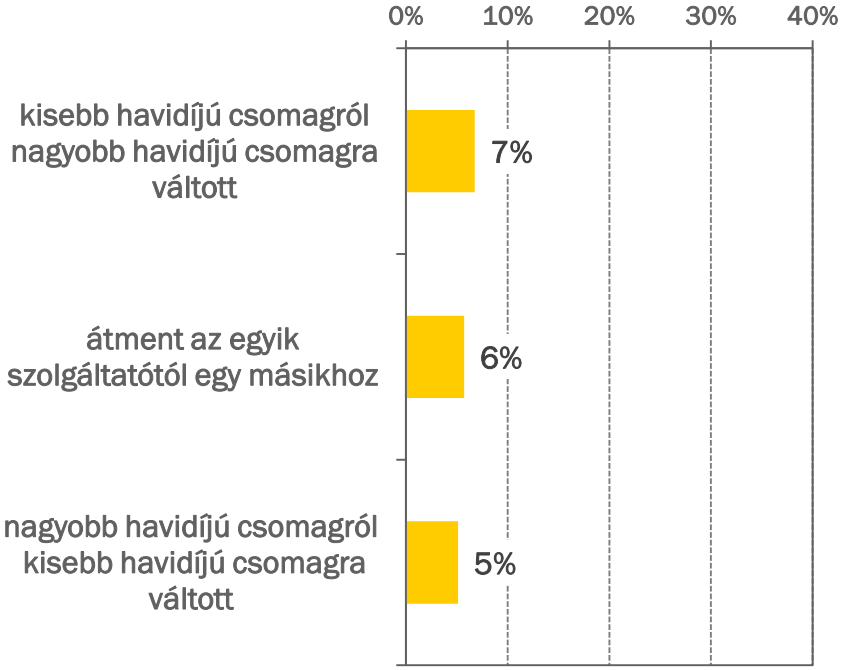
A helyhez kötött internetes előfizetéssel rendelkező háztartások 42%-a váltott már technológiát vagy díjcsomagot, aminek többsége szolgáltató váltással (is) járt. Kisebb havidíjú csomagot alacsony arányban választottak, inkább felfelé váltottak a háztartások. A magasabb végzettségűek és a legjobb anyagi helyzetűek gyakrabban váltottak szolgáltatót, technológiát vagy csomagot. A „Large Screen” mobilinternet esetében sokkal ritkább a váltás, az előfizetők mindössze 11%-a váltott már valaha.

Amióta előfizetnek HK internetre, előfordult-e Önnel/Önökkel, hogy...?



Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,35 millió HT; n=1087)

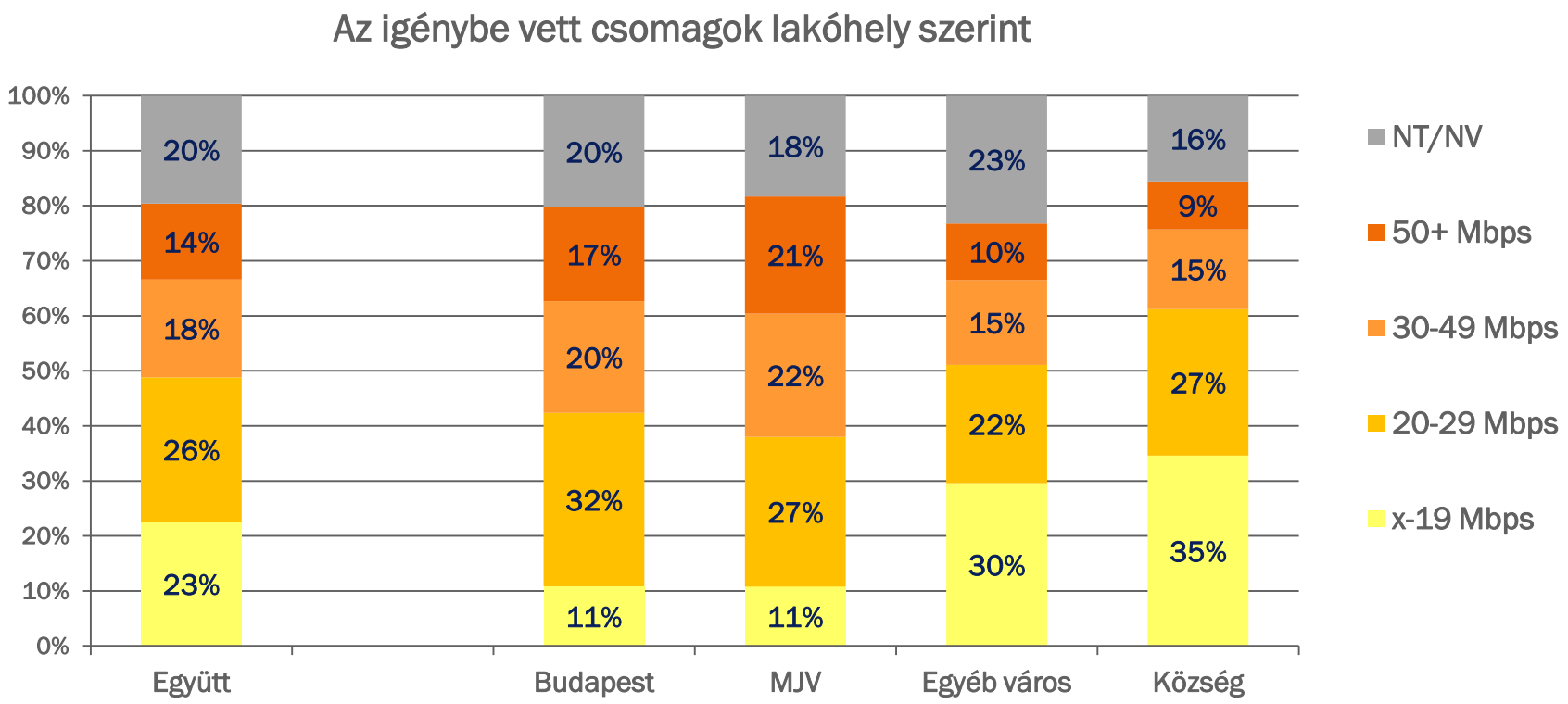
Amióta előfizetnek „Large Screen” mobilinternetre, előfordult-e Önnel/Önökkel, hogy...?



Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (N=362 ezer HT, n=167)

HELYHEZ KÖTÖTT INTERNETES CSOMAGOK

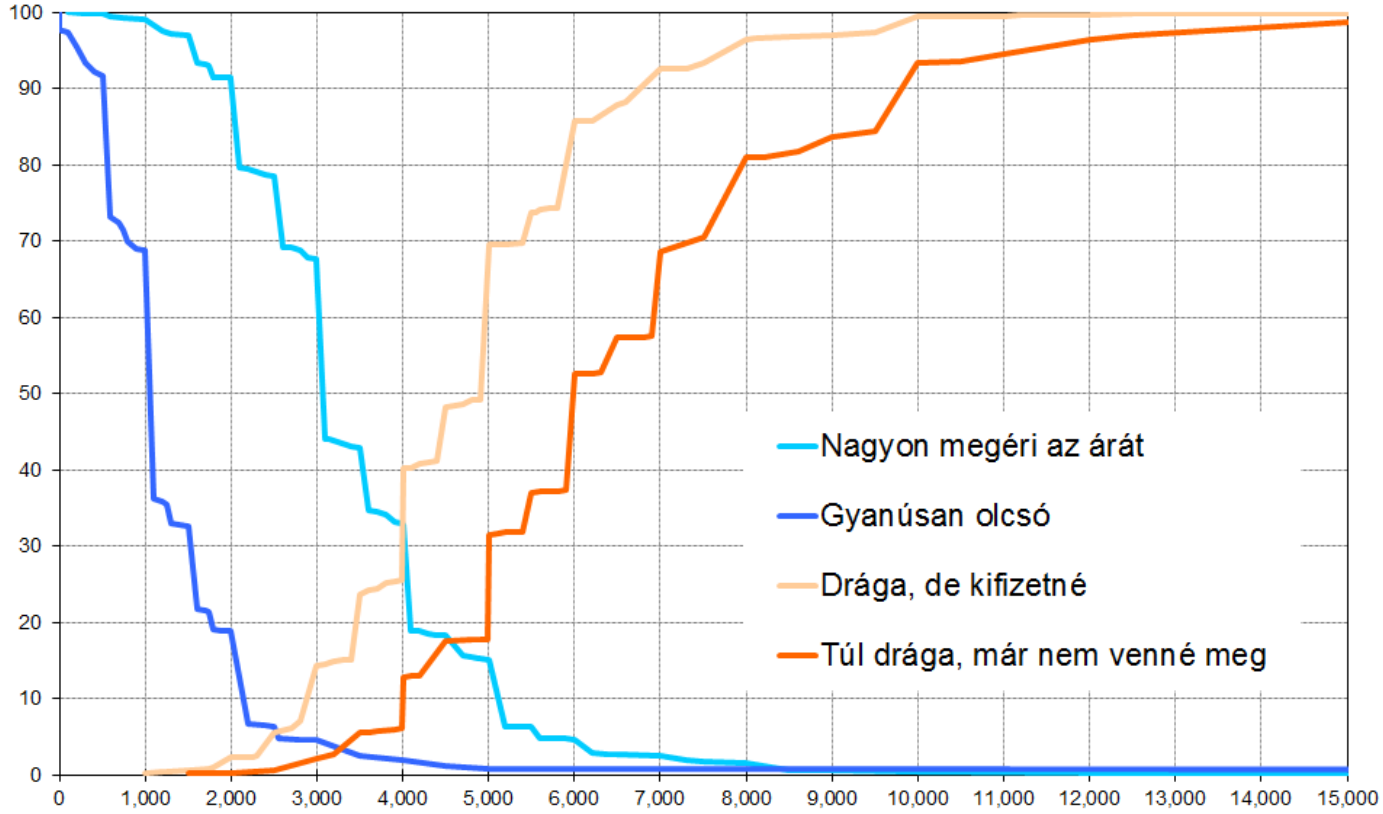
Az otthoni helyhez kötött internetes csomagok sávszélessége jelentősen nőtt, az előfizetők többsége 20 Mbps-nál nagyobb csomagra fizet elő. Budapesten és a megyei jogú városokban férnek hozzá leginkább a nagy csomagokhoz az előfizetők, de még a községekben is számottevő ezekek az aránya.

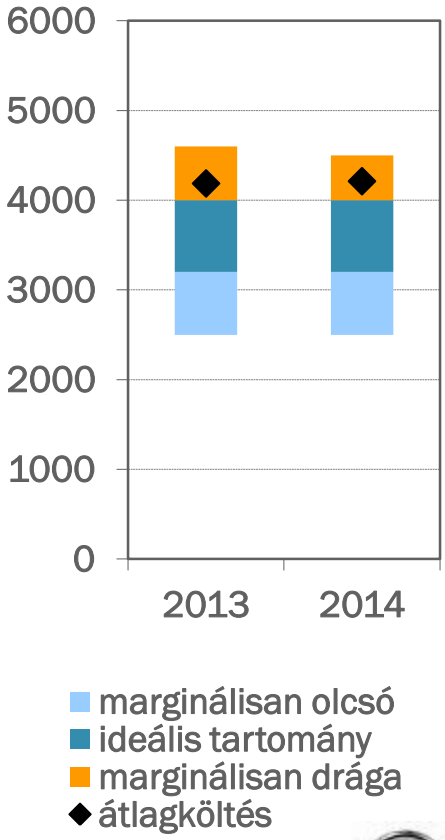


Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,35 millió HT; n=1087)

HELYHEZ KÖTÖTT INTERNET: VAN WESTENDORP TESZT

Az internetszolgáltatások átlagára azonos szintű elvárások mellett kicsit emelkedett, ezáltal az átlagköltés kicsit távolodott az ideális tartomány felső határától (4212 Ft).



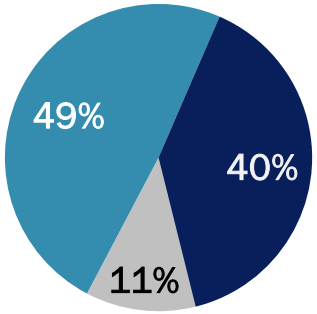


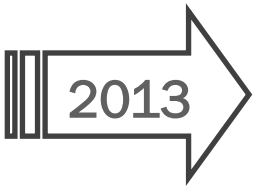
Bázis: Akinek van helyhez kötött internete vagy lenne igénye rá (N=2,35 millió HT; n=1087)

„LARGE SCREEN” MOBILINTERNETES ELŐFIZETÉSEK ADATFORGALMI KORLÁTJA

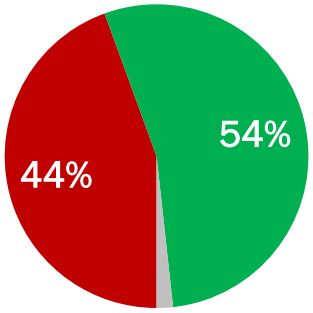
A mobilinternetet használó személyek 52 százaléka tudomása szerint forgalomkorlátos csomaggal netezik, ami némi emelkedés 2013-hoz képest. A korlátosság az érintettek többségét befolyásolja a használatban.

Van adatforgalmi korlát?



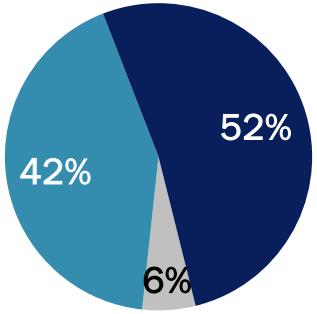


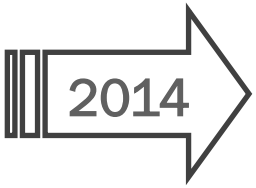
A korlátosság befolyásolja a használatot?

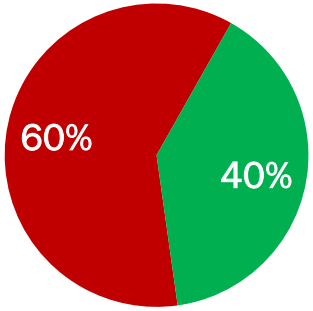


NT/NV nincs van

igen nem NT/NV





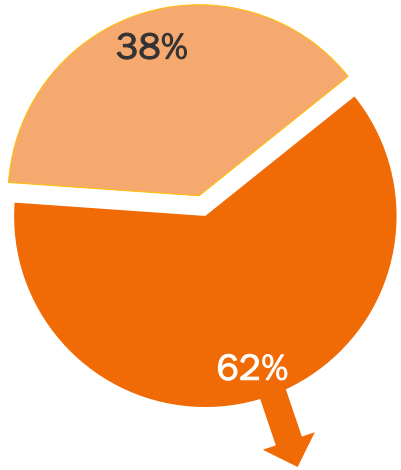


Bázis: Mobilinternettel rendelkező 14+ éves személyek (N=634 ezer fő, n=123)

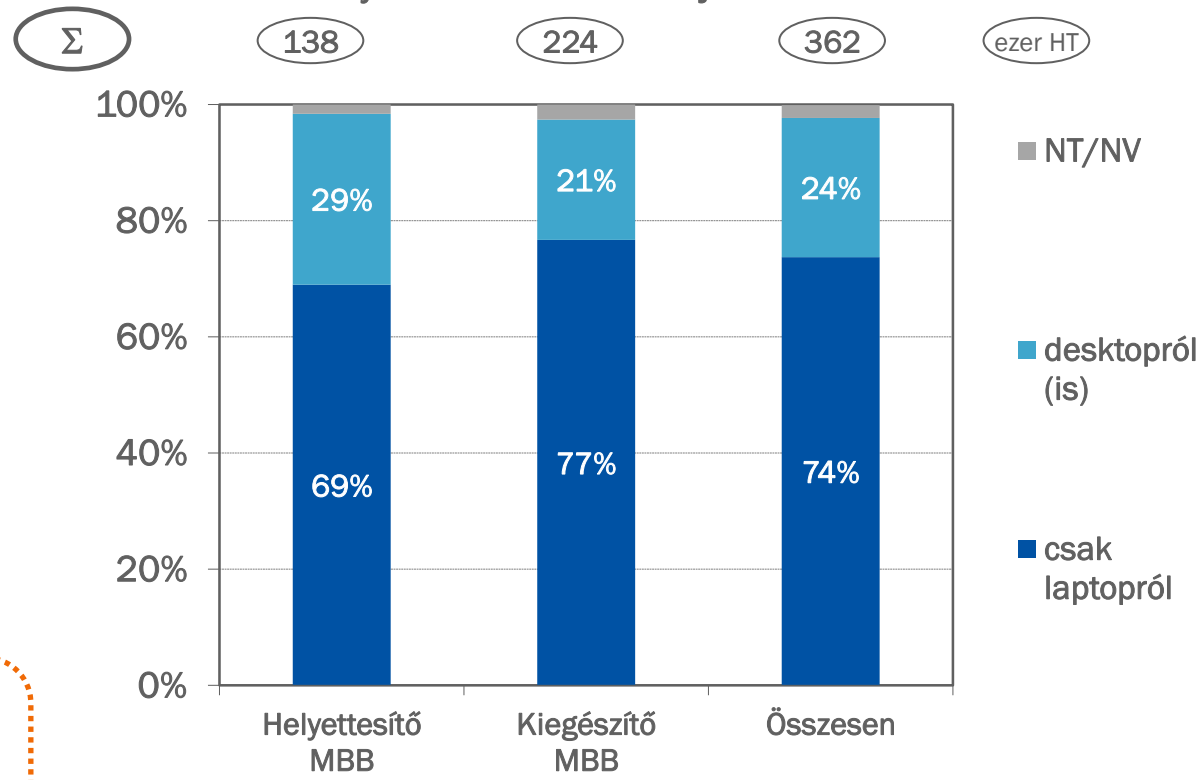
„LARGE SCREEN” MOBILINTERNET – ÖNÁLLÓ VS. PÁRHUZAMOS HASZNÁLAT

Jelenleg 362 ezer háztartásban van „Large Screen” mobilinternet. A többség kiegészítőként használja ezt az eszközt a vezetékes internet mellett. A „Large Screen” mobilinternetet jellemzően laptopról használják.

Mobilinternet helyettesítő vs. kiegészítő használata



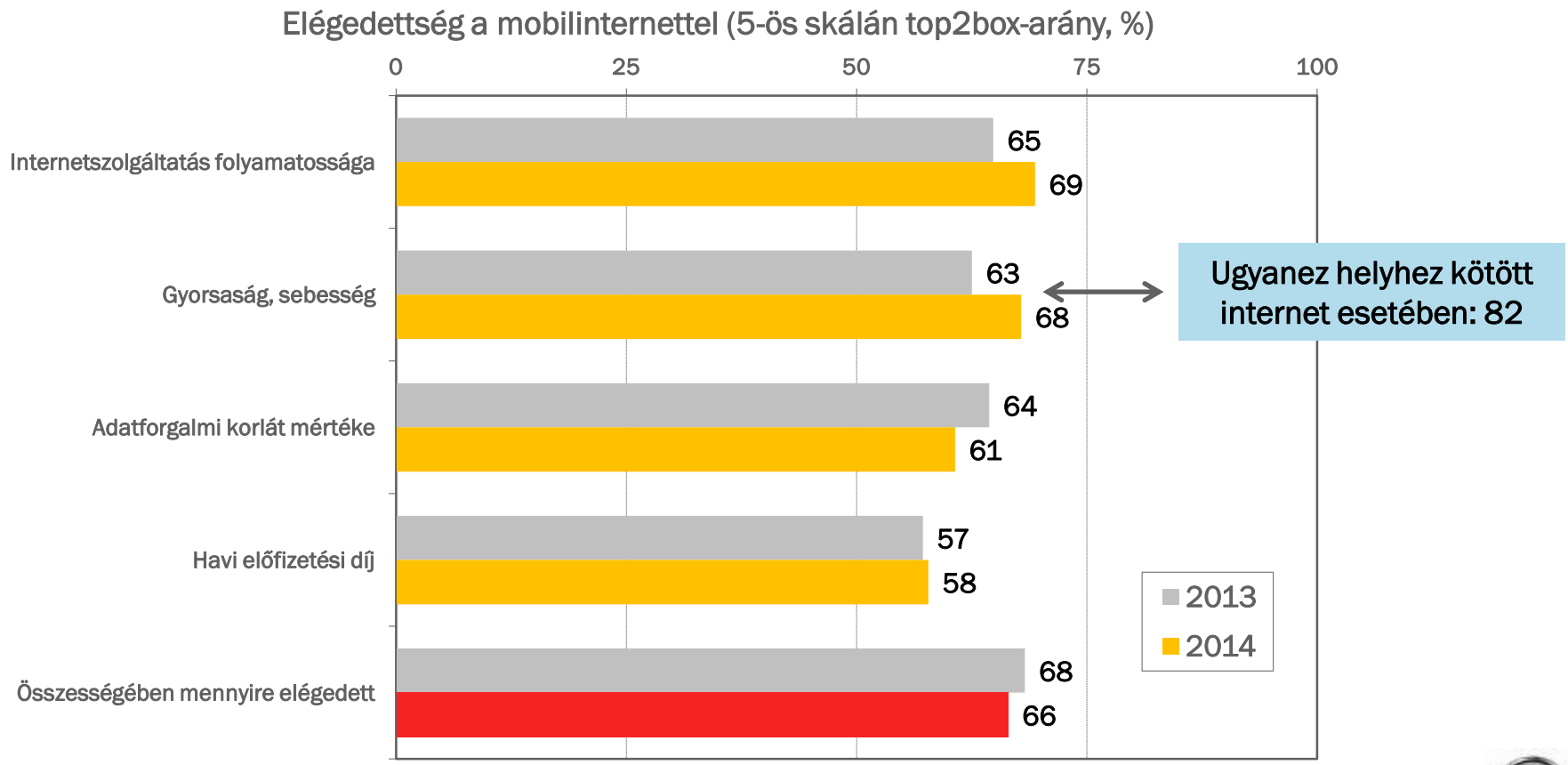
Milyen eszközön használják



Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (N=362 ezer HT, n=167)

ELÉGEDETTSÉG A „LARGE SCREEN” MOBILINTERNETTEL

A „Large Screen” mobilinternettel való elégedettség összességében nem nagyon változott 2013-hoz képest. Az elégedetlenség fő oka az adatforgalmi korlát és a magas előfizetési díj.

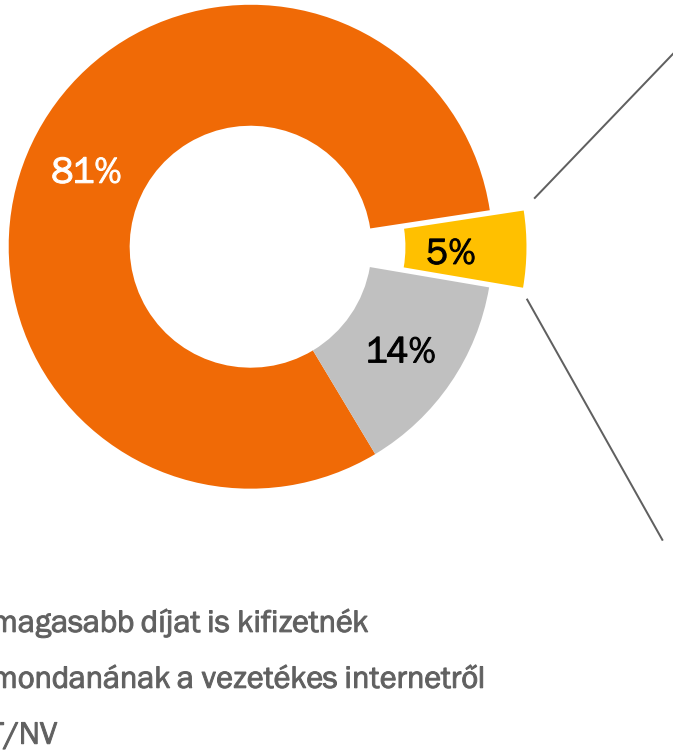


Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (N=362 ezer HT, n=167)

HELYHEZ KÖTÖTT INTERNET: HIPOTETIKUS MONOPOLISTA TESZT

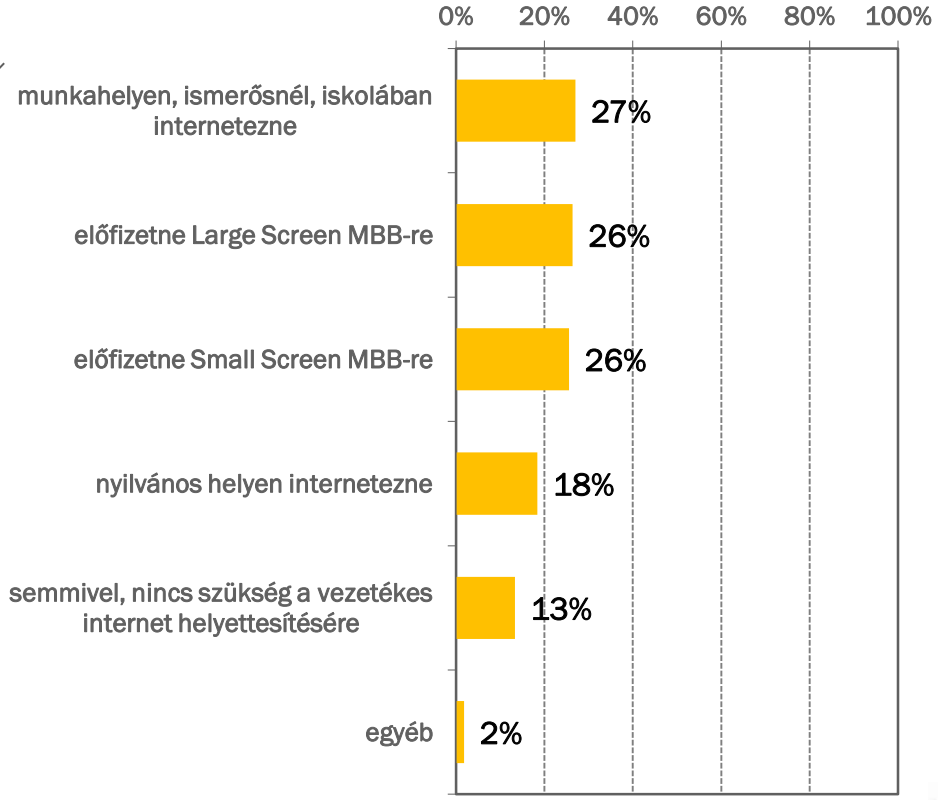
A havidíj 10 százalékos emelésére az előfizetők 5 százaléka (tavaly 6% volt) mondana le végleg a helyhez kötött otthoni internetről. Azonban az előfizetők kevesebb mint 1 százaléka mondana le végleg az internetezésről; a többiek találnának más megoldásokat az internethez való hozzáféréshez - a többségük valamilyen mobilinternetes előfizetéssel helyettesítené a helyhez kötött internetet.

Mit tennének, ha vezetékesinternet-előfizetésük havidíja 10 százalékkal emelkedne?



Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,35 millió HT; n=1087)

Mivel helyettesítenék a vezetékes internetet?*



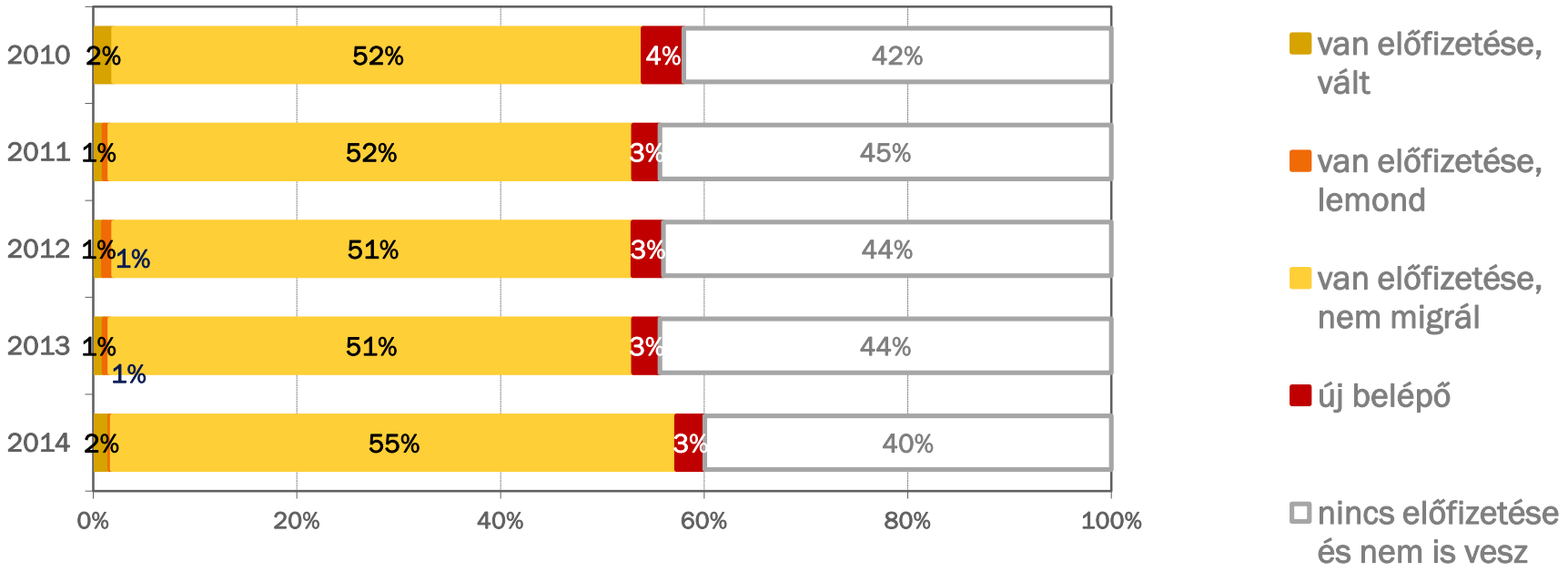
Bázis: Hipotetikus lemondók (N=118 ezer HT; n=58)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

MIGRÁCIÓ A HELYHEZ KÖTÖTT INTERNET PIACÁN

114 ezer háztartás (a háztartások 3%-a) tervezi, hogy helyhezkötöttinternet-előfizetővé váljon. A jelenleg előfizető háztartások közül alig 8 ezer tervezi a szolgáltatás helyettesítés nélküli lemondását, 67 ezer háztartás (a háztartások 2%-a) tervez szolgáltatócserét. A kinyilvánított migrációs tervek mintázata évek óta szinte változatlan.

A háztartások migrációs kategóriái

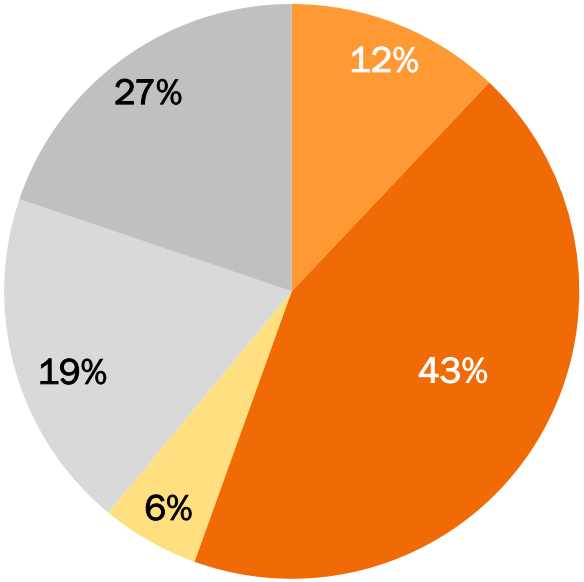


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

AZ ÚJ BELÉPŐK TERVEI

Az otthoni internet előfizetését tervező 121 ezer háztartás csaknem fele (43%) kábeles előfizetést venne, DSL-t csak 12%-uk, mobilinternetet pedig 6%-uk vásárolna. A mobilinternet vonzereje jelentősen csökkent tavaly óta. Negyedüknek (27%) pedig még nincs kiforrott elképzelése a technológiáról.

A tervezett internettechnológia*



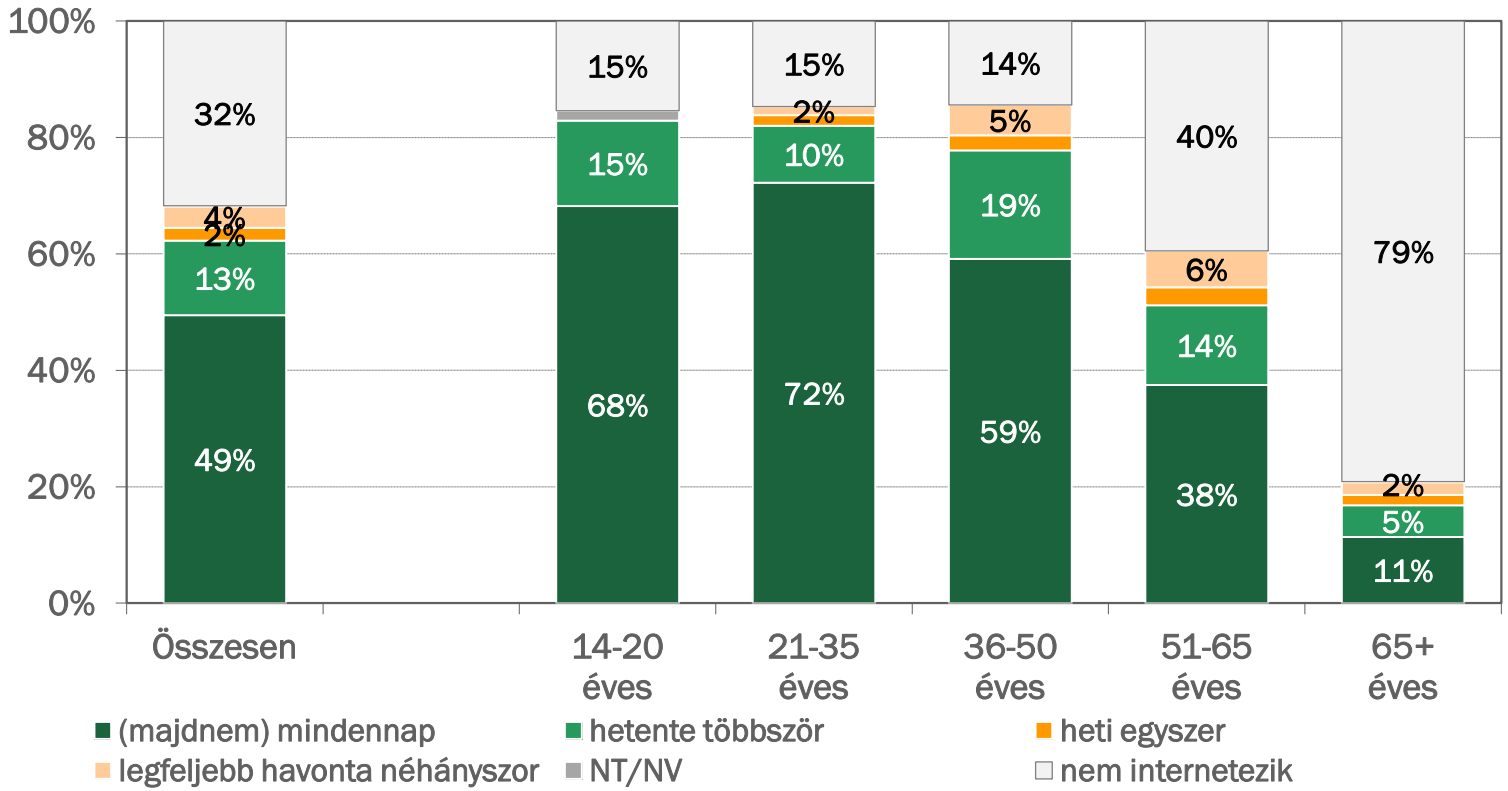
DSL kábel MBB egyéb NT/NV

Bázis: Akiknek még nincs internetük, de tervezik annak előfizetését (N=121 ezer HT, n=51)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

INTERNETHASZNÁLAT GYAKORISÁGA

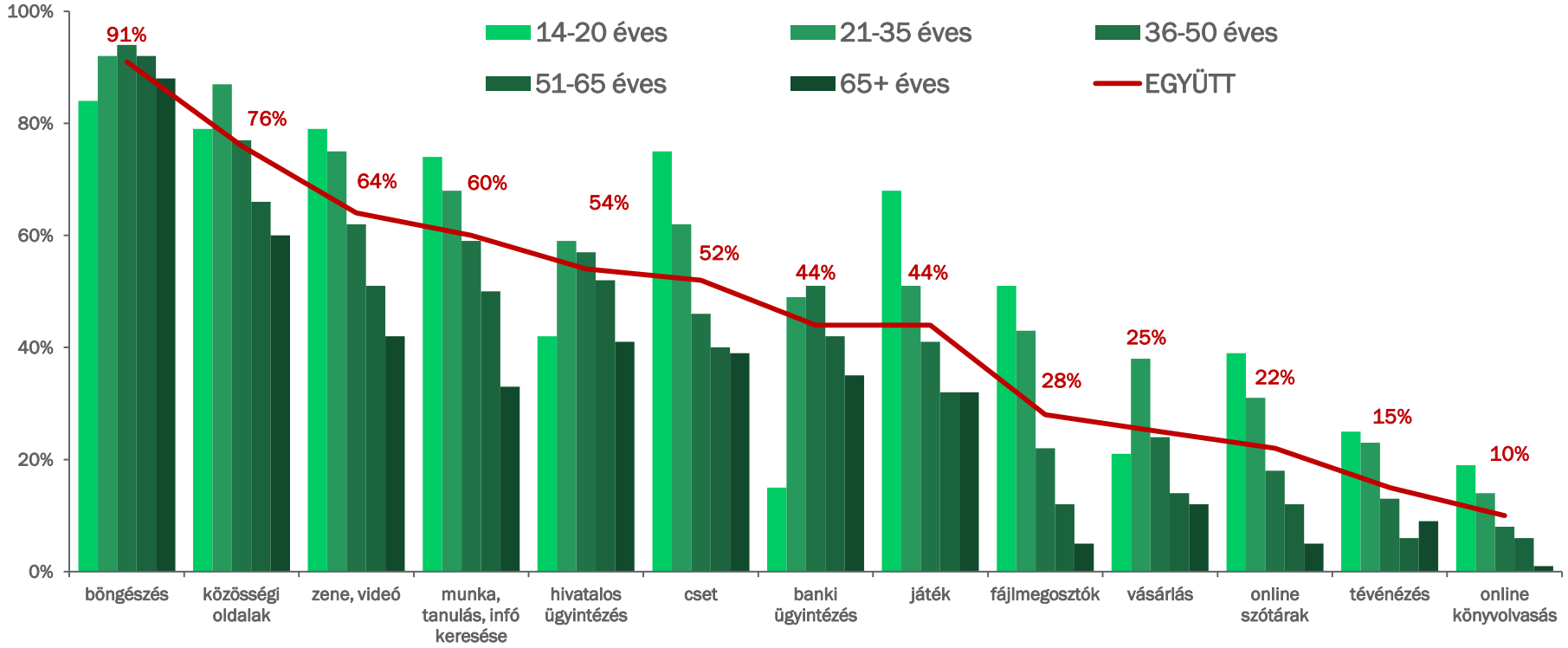
Az internetezés gyakorisága rendkívül erőteljesen függ az életkortól. A fiatalabb korosztályoktól az idősebbek felé haladva egyre csökken az internethasználók aránya.
Ha nem mindenki, hanem csak az internetezők körében vizsgáljuk, akkor azt látjuk, hogy a 20 év alatti netezők 81%-a mindennap internetezik. Ugyanez az arány az 51-65 éves internetezők között „csak” 62%, a 65 év felettieknél pedig 55%. Az idősek körében tavaly óta nőtt mind a használók, mind a napi használat aránya.



Bázis: 14+ éves személyek
(N=8,593 millió fő; n=2017)

INTERNETHASZNÁLATI SZOKÁSOK KOROSZTÁLYONKÉNT

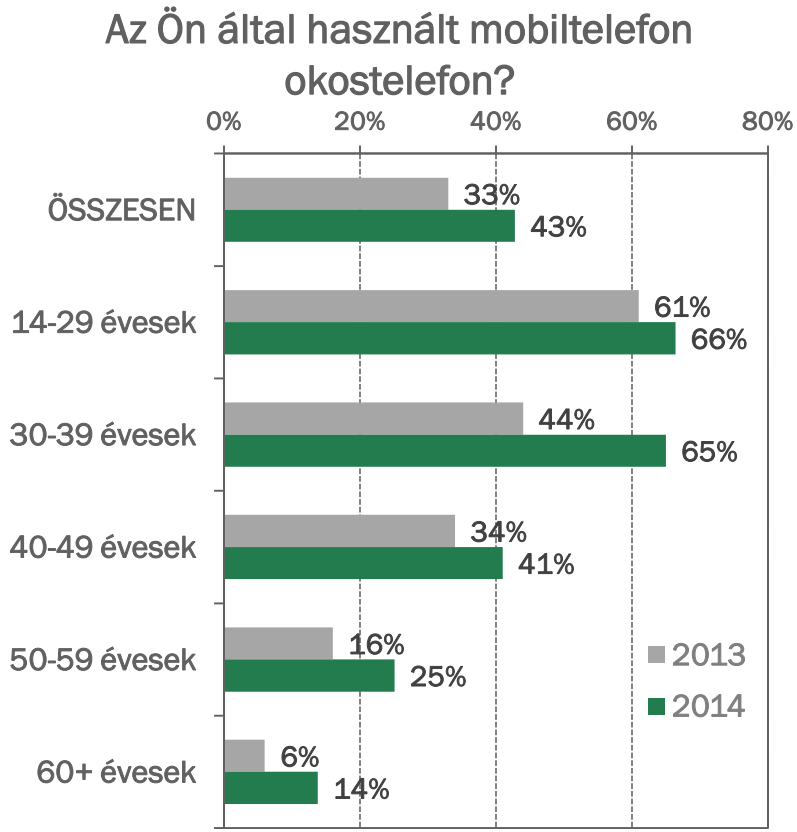
A fiatalok és az idősebbek internethasználati szokásaiban jellemző karakterisztikumok vannak. A fiatalok lényegesen gyakrabban használják az internetet csetelésre, illetve zene-, filmletöltésre, játékra. Ugyanakkor a böngészésben már nincs jelentős különbség a korcsoportok között. A hivatalos ügyek internetes intézése és az online bankolás pedig értelemszerűen éppen a legfiatalabbakra nem jellemző. Közösségi oldalakat leginkább a 21-35 éves korosztály látogat.



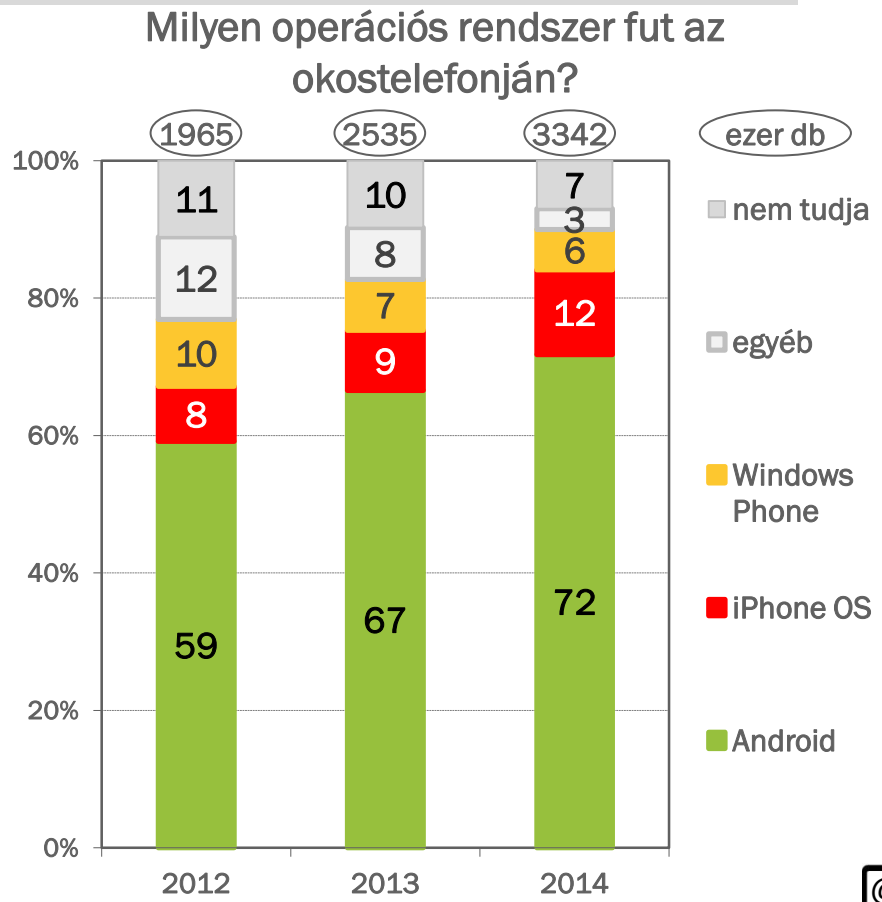
Bázis: 14+ éves internethasználó személyek (N=5,87 millió fő; n=1187)

OKOSTELEFONOK

A 40 év alattiak az átlagosnál jóval nagyobb arányban (66%) használnak okostelefont, a penetráció különösen a 30-39 éves korosztályban nőtt jelentősen.
Egyre tájékozottabbak a használók, a nagy többség meg tudja mondani, hogy milyen operációs rendszer fut a telefonján, míg néhány éve még nagyobb volt a bizonytalanság ebben a kérdésben. Az Android részesedése, ha lassuló ütemben is, de tovább növekedett, és már eléri a 72%-ot.



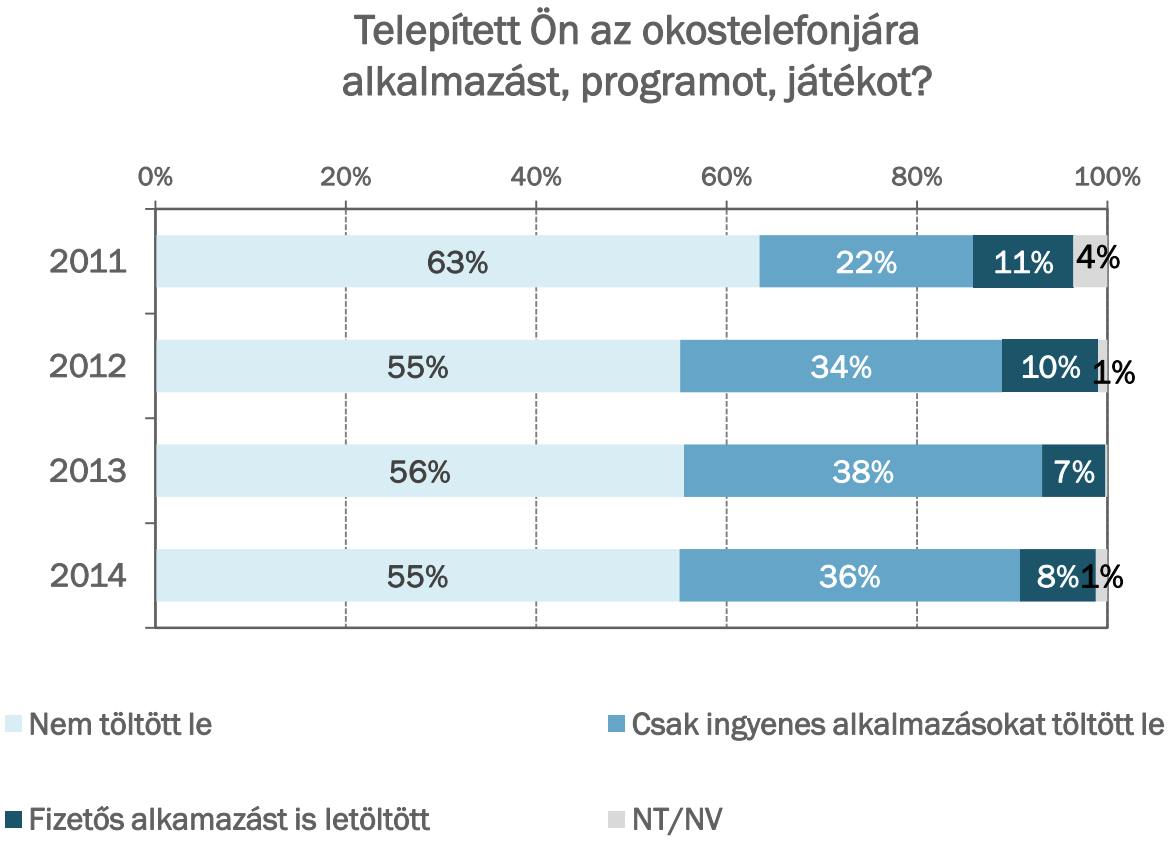
Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=7,8 millió fő; n=1763)



Bázis: Okostelefont használó személyek (N=3,34 millió fő, n=600)

ALKALMAZÁSOK OKOSTELEFONRA

Az okostelefonnal rendelkezők számának bővülése nem volt hatással az alkalmazások letöltésének arányára, az új belépők körében is a többség nem tölt le alkalmazást, és csak kevesen fizetnek a letöltött alkalmazásért.

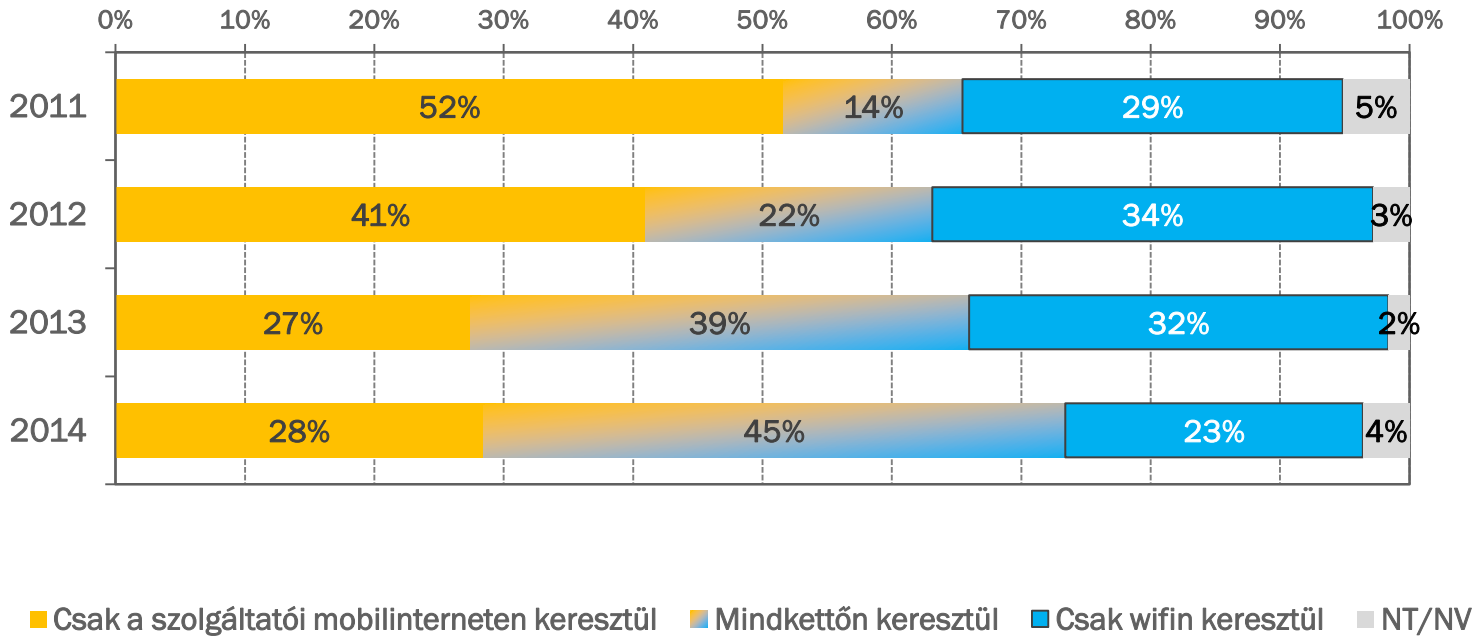


Bázis: Okostelefont használó személyek (N=3,34 millió fő, n=600)

MBB VS. WIFI A MOBILKÉSZÜLÉKEKEN

A mobiltelefonjukon internetezők közel fele mobilinterneten és wifin keresztül egyaránt szokott kapcsolódni az internetre. Visszaszorulóban vannak a kizárólag wifin keresztül kapcsolódók, 2014-ben már csak a mobiljukon internetezők egynegyede használ kizárólag wifi-kapcsolatot.

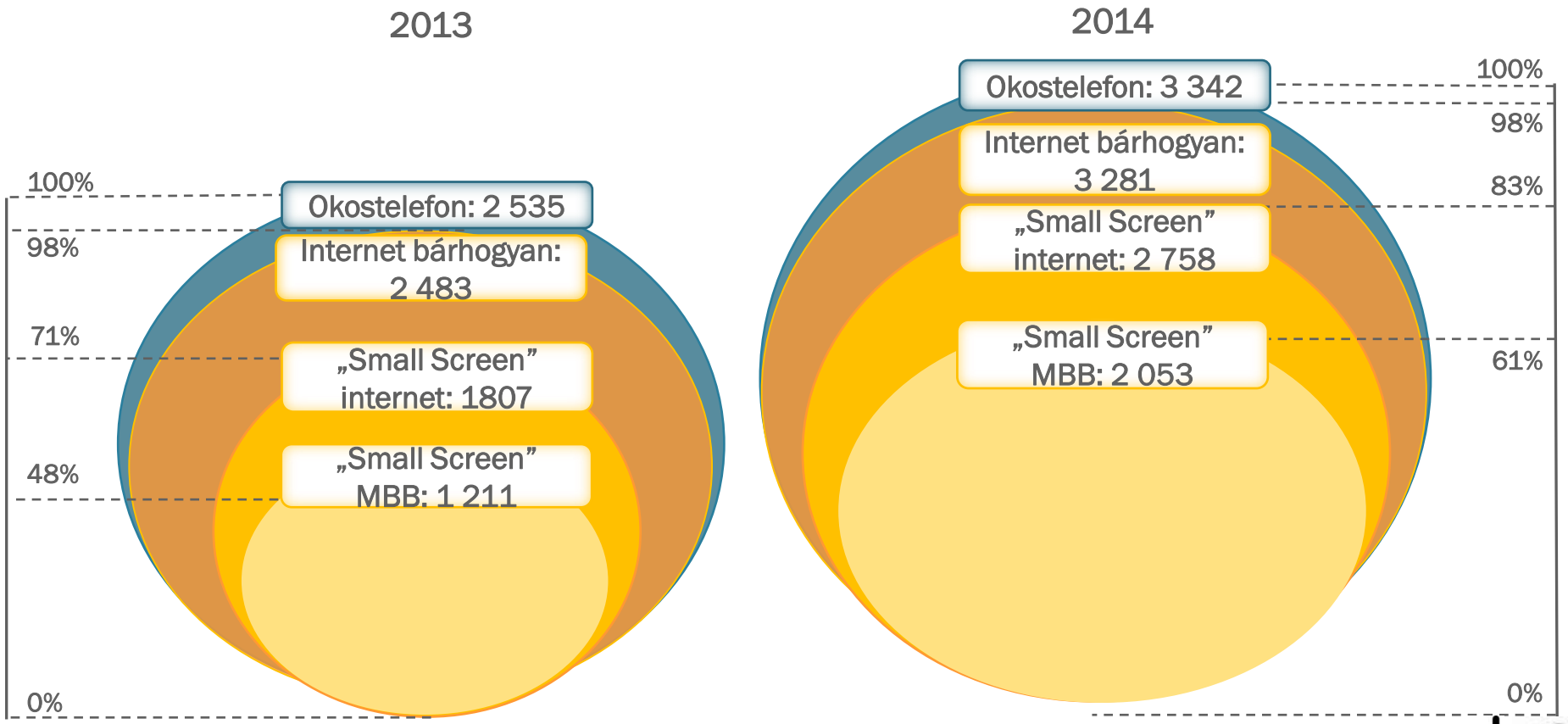
Hogyan szokott Ön a mobilkészülékével az internetre kapcsolódni?



Bázis: A mobiljukon internetező személyek (N=2,87 millió fő, n=487)

OKOSTELEFON- ÉS INTERNETHASZNÁLAT

Az okostelefonnal rendelkezők döntő többsége (98%) használ valamilyen módon internetet. Erőteljesen nőtt a telefonjukon internetezők és ezen belül is a „Small Screen” MBB-vel kapcsolódók aránya: az okostelefon-használók 83%-a kapcsolódik az internetre a telefonon keresztül, közülük 61% alkalmazza a mobil-szélessávot.



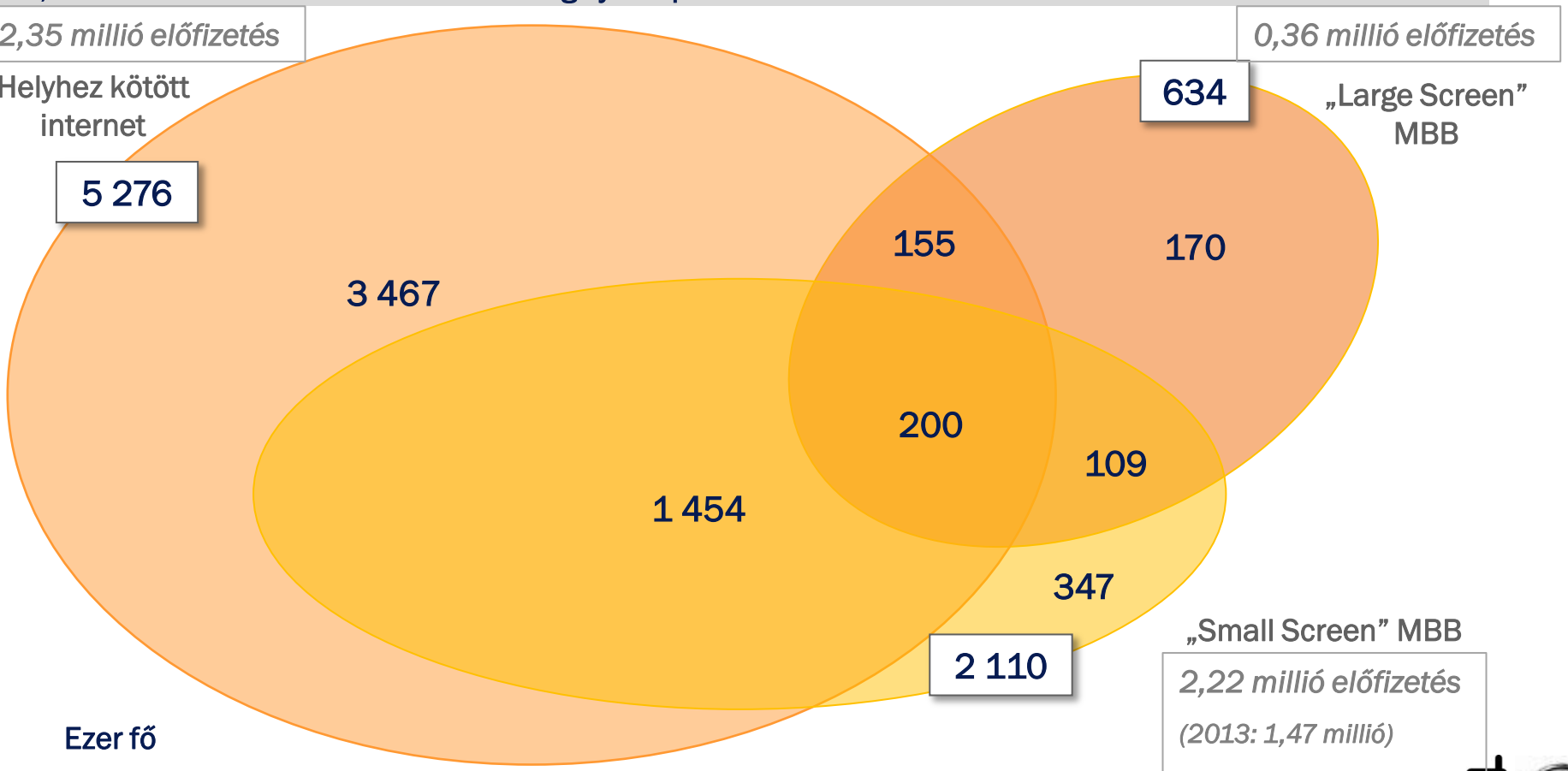
ezer fő

Bázis: Okostelefont használó személyek (N=2,54 millió fő, n=456)

Bázis: Okostelefont használó személyek (N=3,34 millió fő, n=600)

HELYHEZ KÖTÖTT ÉS MOBILINTERNET HASZNÁLATA

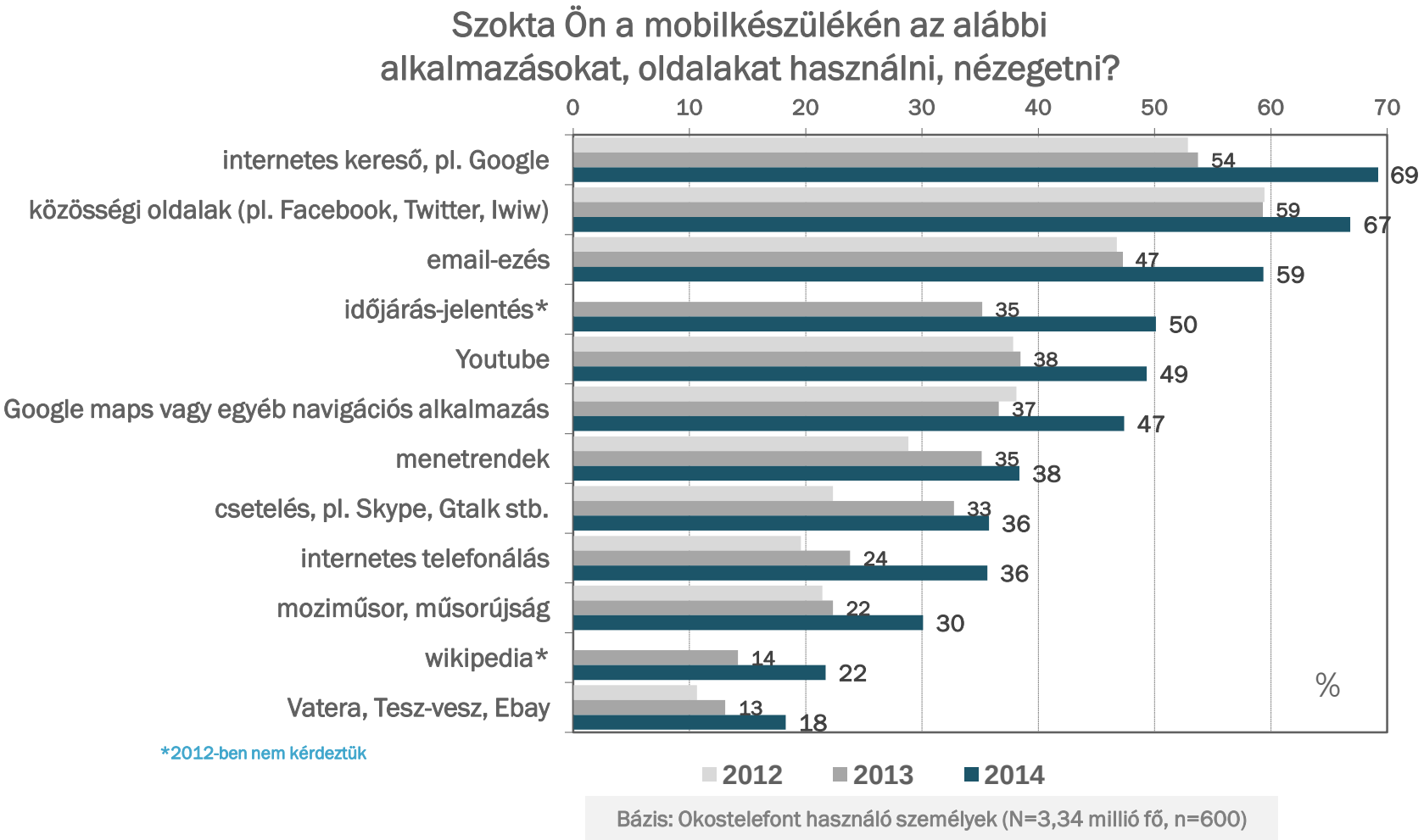
A saját előfizetésű helyhez kötött internetet használók egyharmada használ valamilyen (főként „Small Screen”) MBB-előfizetést is, ami jelentős emelkedés az előző évhez képest (23%).
A „Small Screen” MBB-előfizetés jellemzően kiegészítő igénybevételt takar, a kizárólagos használat továbbra is ritka, az internetezők 6%-a használ kizárólag ilyen típusú internet-előfizetést.



Bázis: Saját internet-előfizetést használó 14+ éves személyek (N=5,902 millió fő, n=1196)

INTERNETES AKTIVITÁS OKOSTELEFONON

Az egyre tudatosabb okostelefon-használat jele, hogy jelentősen emelkedett az egyes alkalmazások – különösen a közösségi oldalak, böngészők, e-mail, időjárás és navigáció – használata. A telefonálásra is alkalmas programok használata a tavalyi év után tovább emelkedett.



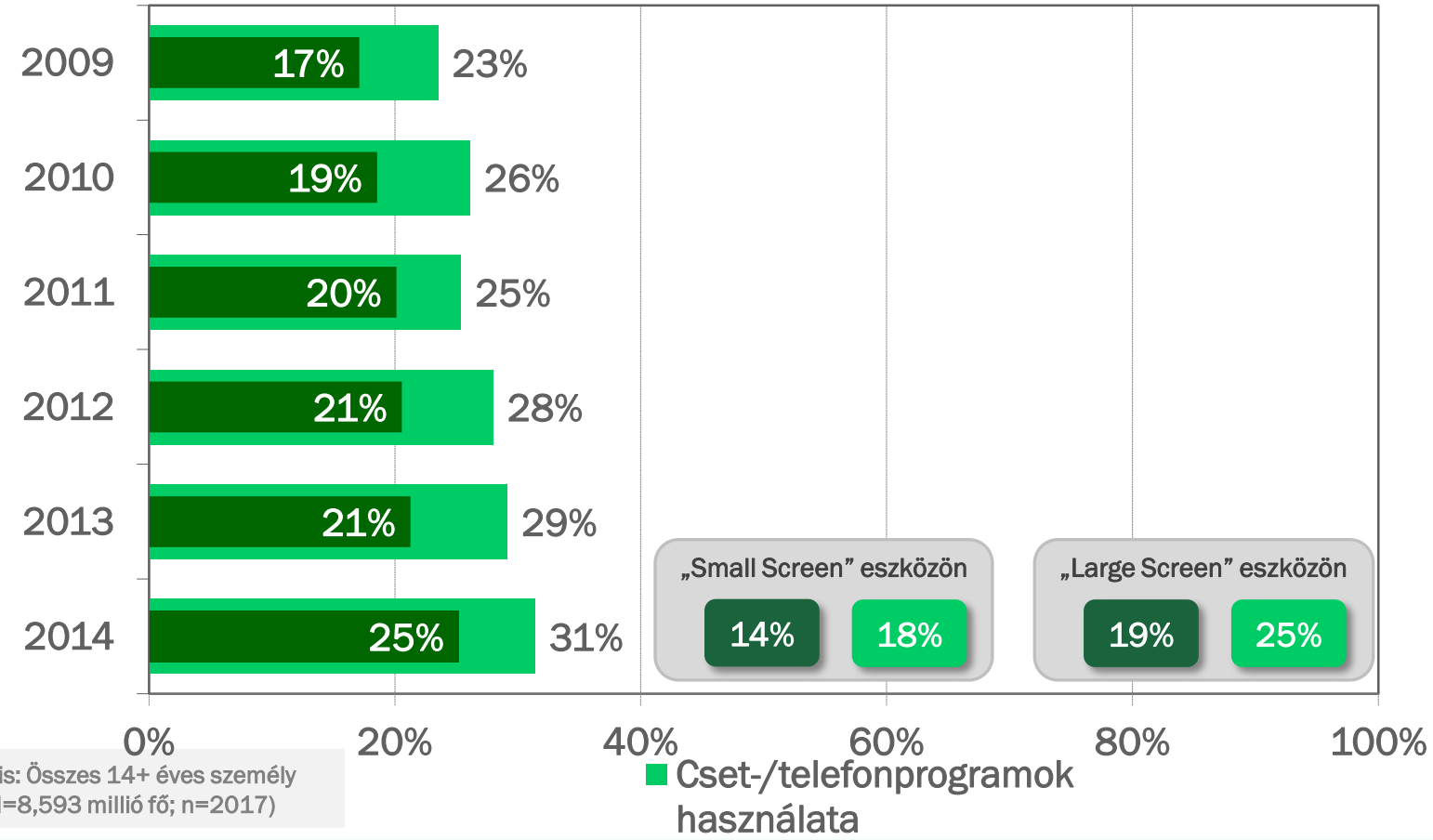
*2012-ben nem kérdeztük

Bázis: Okostelefont használó személyek (N=3,34 millió fő, n=600)

VOIN – INTERNETES KOMMUNIKÁCIÓ

A 13 éven felüliek 31%-a használ valamilyen csevegőprogramot (pl. Skype, Gtalk). A tavalyi évhez hasonlóan több mint háromnegyedük nemcsak csetelésre, hanem telefonhívások bonyolítására is igénybe veszi ezeket a programokat. Az igénybevétel még mindig az ingyenes megoldásokra korlátozódik, mindössze 6% használ fizetős programot.

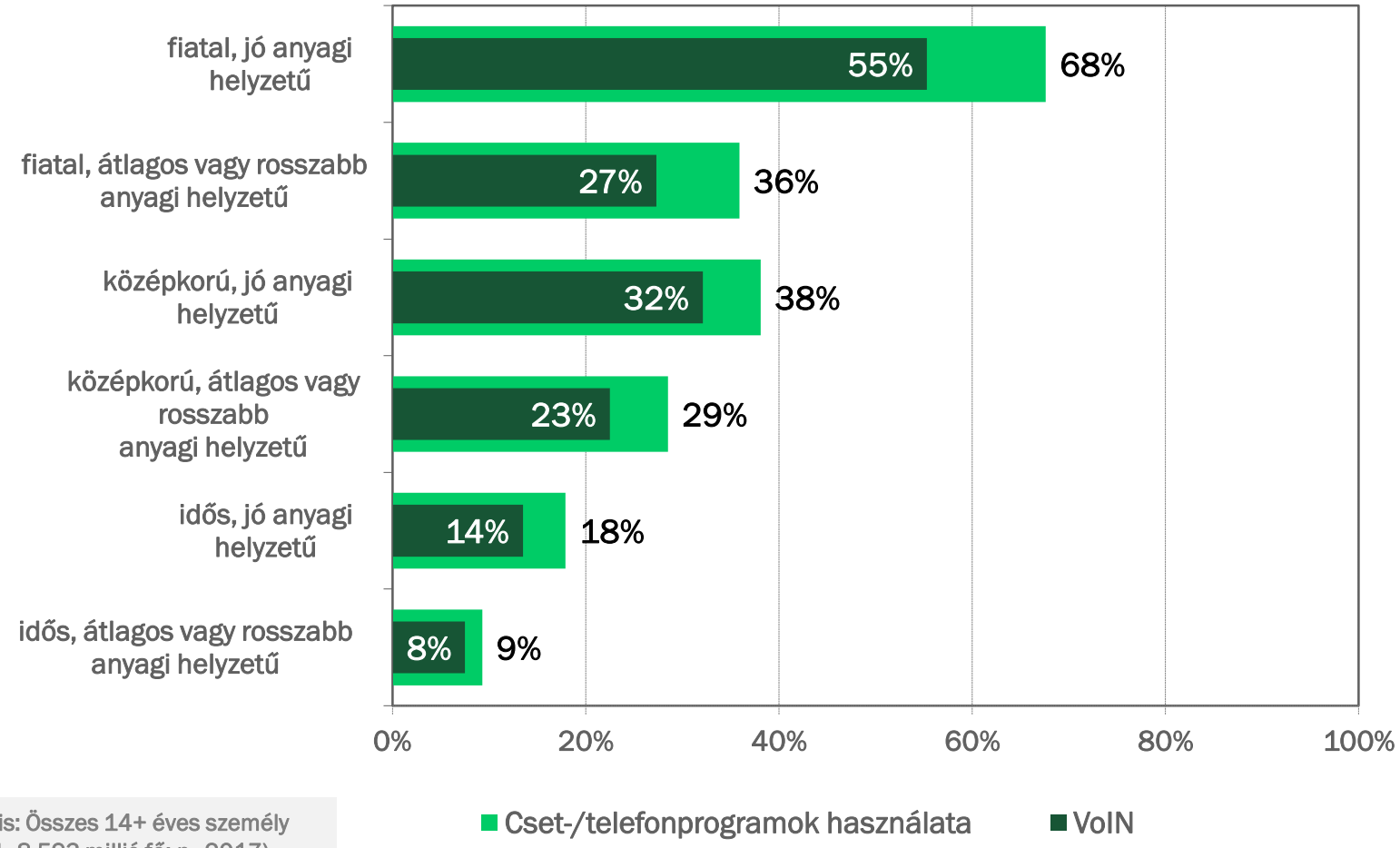
Internetes csevegő- és telefonprogramok használata



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,593 millió fő; n=2017)

VOIN-HASZNÁLAT ÉLETHELYZET SZERINT

A csetprogramok és a VoIN-megoldások használata leginkább a 30 év alattiakra jellemző a teljes sokaságban, azonban az anyagi helyzet hatása sem elhanyagolható. A jobb körülmények között élő középkorúak gyakrabban használnak VoIN-t, mint a rosszabb helyzetben lévő fiatalok.

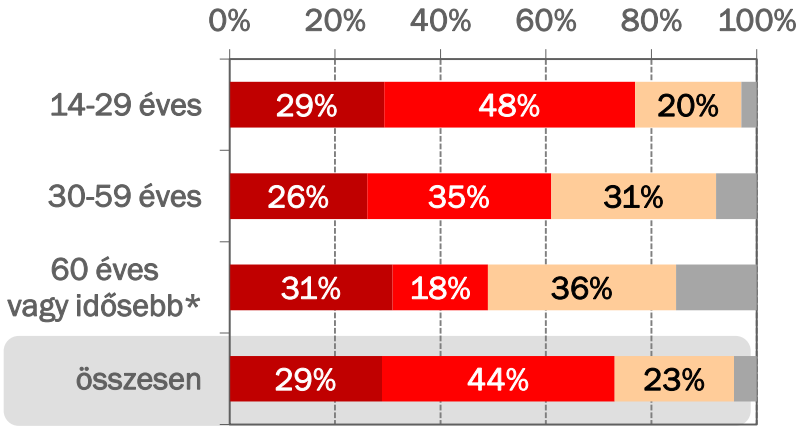


Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,593 millió fő; n=2017)

„SMALL SCREEN” CSET ÉS VOIN HELYETTESÍTŐ SZEREPE

Szintén inkább a fiatalabb korosztályokra jellemző, hogy a mobiltelefonon használt internetes cset- és telefonprogramok kiváltják az sms-t és a hívásokat, illetve a VoIN-használat a mobiltelefonálást.
Az sms-piacot fenyegetik nagyobb mértékben az okostelefonon futó csevegőprogramok: nagyobb arányban számoltak be a kérdezettek az sms-forgalmuk csökkentéséről, mint a hangforgalom internetes helyettesítéséről.
Az sms-ek kiváltása csetüzenetekkel a csevegőprogramot használók 73%-ára (2013: 68%) jellemző.

„Small Screen” cset vs. sms

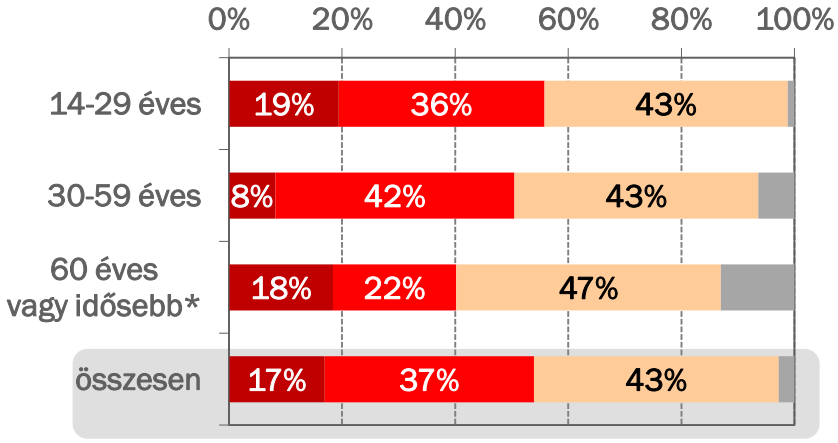


*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

- azóta az sms-ek helyett szinte mindig csetüzenetet küldök
- azóta néha az sms-ek helyett csetüzenetet küldök
- azóta is ugyanannyi sms-t küldök
- NT/NV

Bázis: „Small Screen” eszközön csetelő személyek (N=1,21 millió fő; n=199)

„Small Screen” VoIN vs. mobiltelefonálás



*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

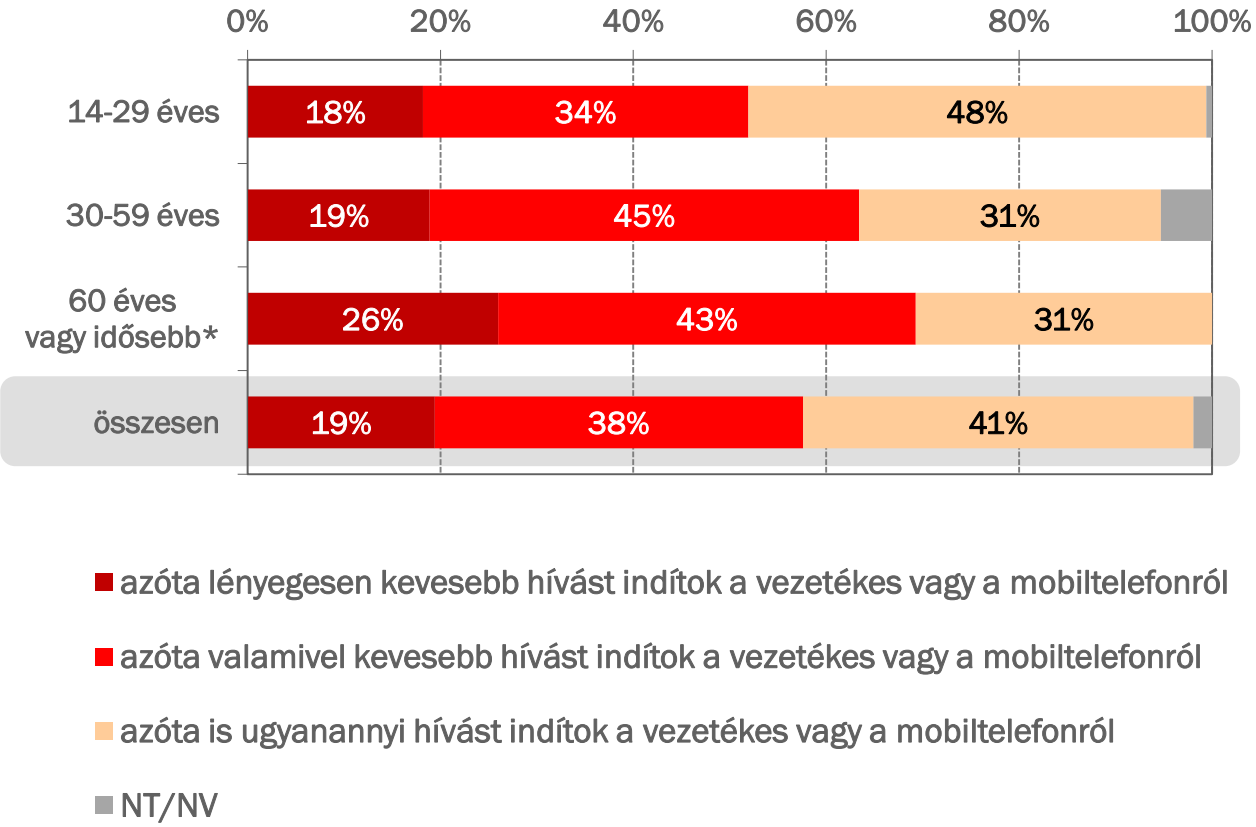
- azóta lényegesen kevesebbet mobiltelefonálok
- azóta valamivel kevesebbet mobiltelefonálok
- azóta is ugyanannyit mobiltelefonálok
- NT/NV

Bázis: „Small Screen” eszközön VoIN-t használó személyek (N=1,2 millió fő; n=205)

„LARGE SCREEN” VOIN HELYETTESÍTŐ SZEREPE

A számítógépen VoIN-t használók 57%-a tartja ezt az eszközt a „klasszikus” csatornákat (mobilt vagy helyhez kötött telefont) helyettesítő megoldásnak, míg ez az arány 51% volt 2013-ban.

Számítógépen használt internetes telefon vs. vezetékes vagy mobiltelefonálás



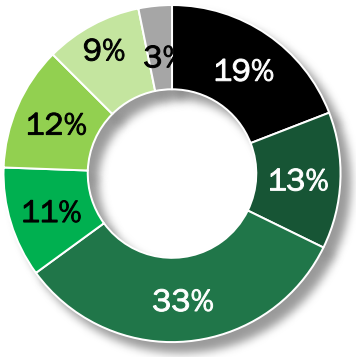
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: „Large Screen” eszközön VoIN-t használó személyek (N=1,647 millió fő; n=330)

VOIN-HASZNÁLAT GYAKORISÁGA KÜLÖNFÉLE ESZKÖZÖKÖN

A VoIN-használat intenzitása csökkent az előző évhez képest a „Small Screen” eszközökön, azonban ez még mindig jóval intenzívebb, mint a nagyképernyőn keresztül telefonálók esetében. A „Small Screen” eszközön VoIN-t használók 32%-a használja ezt az alkalmazást nagyjából mindennap, míg ez az arány 40% volt 2013-ban (naponta többször – 2014:19%, 2013:30%).

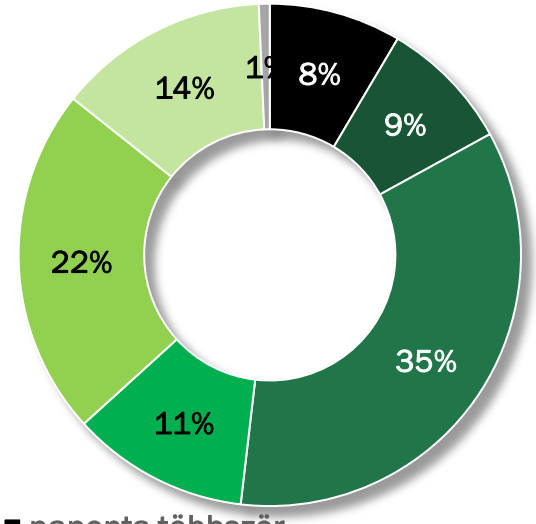
VoIN-használat intenzitása „Small Screen” eszközön



- naponta többször
- mindennap vagy majdnem mindennap
- hetente többször
- heti egyszer
- havonta többször
- havonta egyszer vagy ritkábban
- NT/NV

Bázis: „Small Screen” eszközön VoIN-t használó személyek (N=1,2 millió fő; n=205)

VoIN-használat intenzitása „Large Screen” eszközön

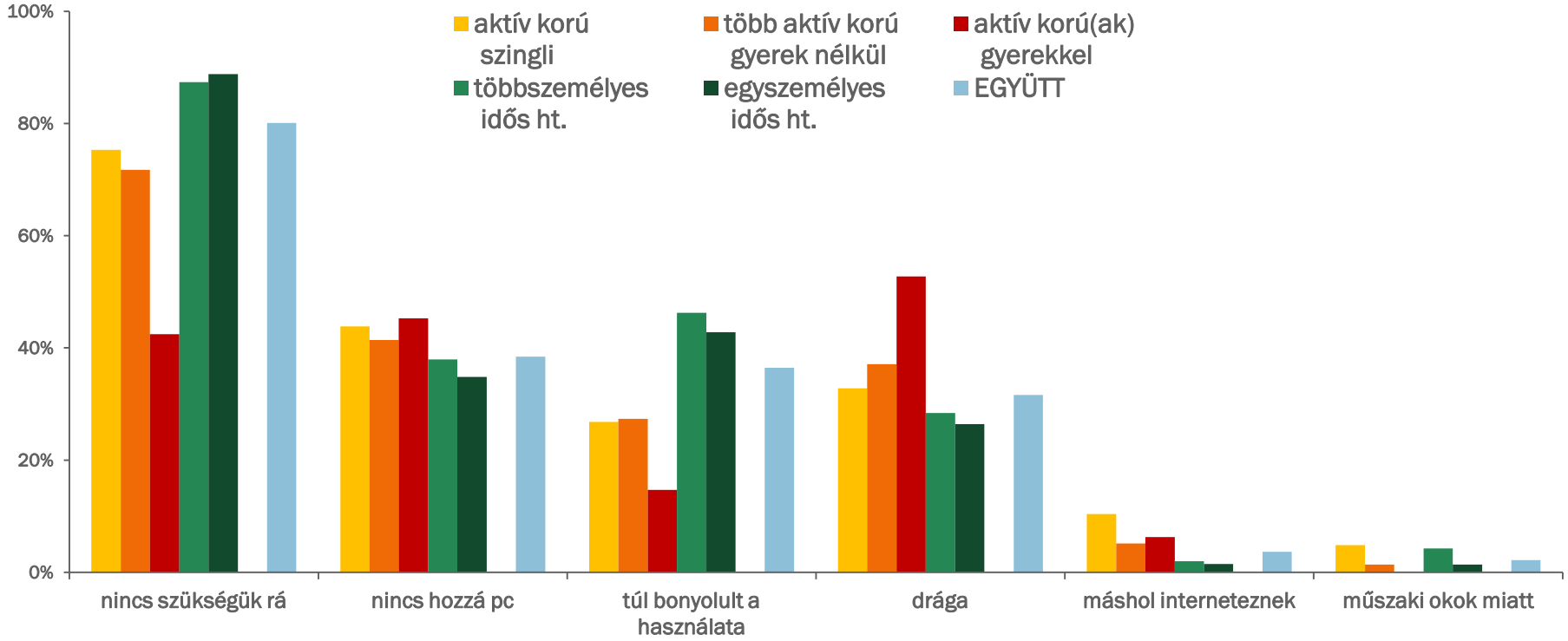


- naponta többször
- mindennap vagy majdnem mindennap
- hetente többször
- heti egyszer
- havonta többször
- havonta egyszer vagy ritkábban
- NT/NV

Bázis: „Large Screen” eszközön VoIN-t használó személyek (N=1,647 millió fő; n=330)

AZ INTERNET-ELŐFIZETÉS HIÁNYÁNAK OKAI

Az idősebb háztartások nem érzik szükségét az internet-előfizetésnek, aminek egyik fontos összetevője, hogy túl bonyolultnak tartják a használatát. A gyermekkel rendelkező aktív korúak esetében főként a költség a gát.

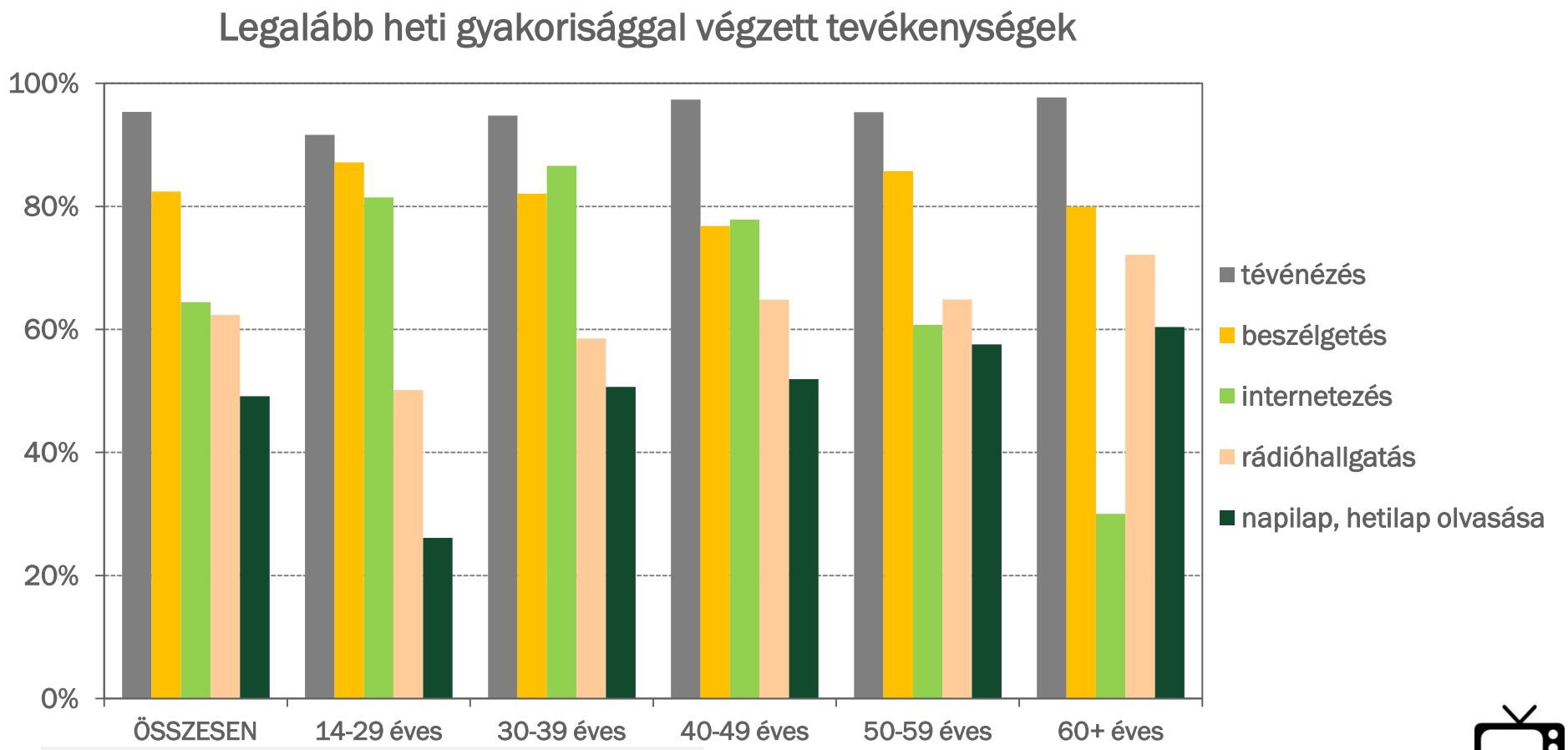


Bázis: „Large Screen”-internet-előfizetéssel nem rendelkező háztartások (N=1,49 millió fő; n=814)

FIZETŐS MŰSORSZOLGÁLTATÁS PIACA ÉS A RÁDIÓZÁS JELLEMZŐI

SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEK

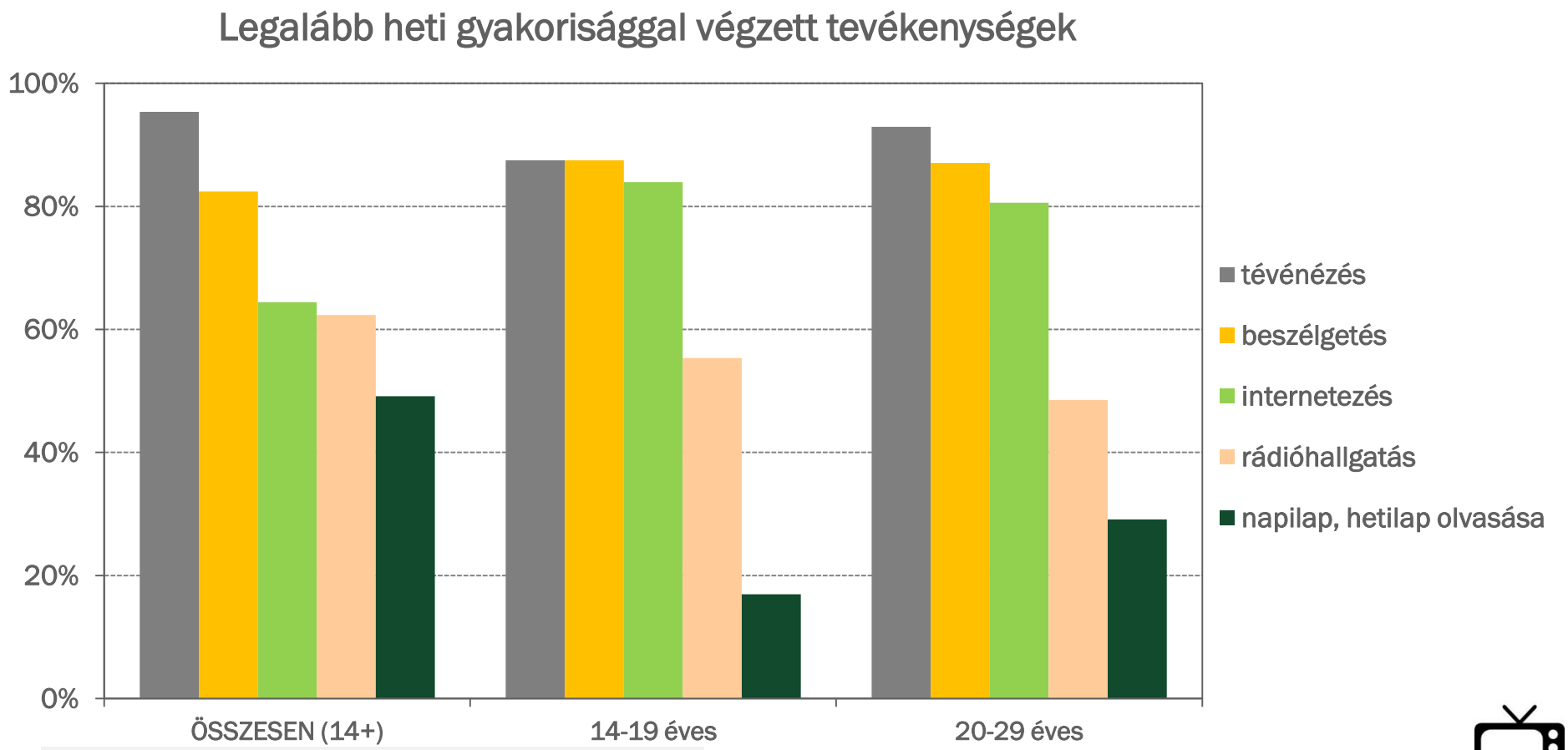
A médiafogyasztási és szabadidős tevékenységek körében előkelő helyet foglal el az internetezés, a 13 évnél idősebbek több mint 60%-a internetezik rendszeresen. A 40 év alatti korosztályban a legmagasabb az internetezők aránya, körükben az internetezés szorosan követi a tévézést. Az 50 éves kor jelenti a vízválasztót, e kor fölött legfeljebb átlagos az internetezési gyakoriság.



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,59 millió fő; n=2017)

FIATALOK SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEI

A tévénézés már a 20 éves kor alatti korosztály életében is jelentős szerepet játszik, 88%-uk néz legalább hetente tévét. Ez az arány azonban alacsonyabb, mint más korosztályokban. Ezzel szemben a rendszeres internetezés aránya ebben a korosztályban a legmagasabb (84%).

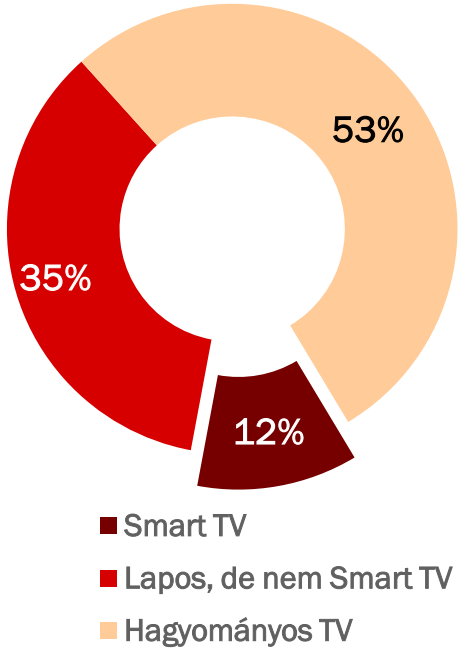


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,59 millió fő; n=2017)

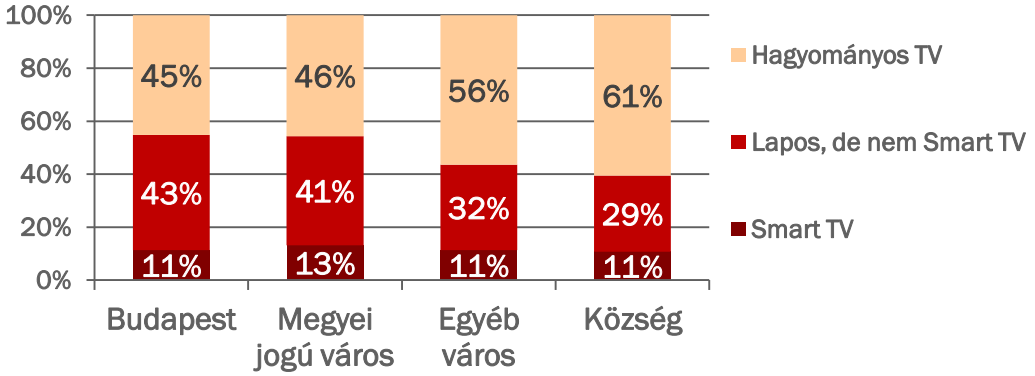
TÉVÉKÉSZÜLÉKEKEK TÍPUSA*

A háztartások 12%-a rendelkezik okostévével, míg további 35%-nak van lapos, de nem okos tévéje. A háztartások többsége – különösen a kistelepüléseken és az idős háztartások esetében – azonban még mindig hagyományos, képcsöves televíziót néz.

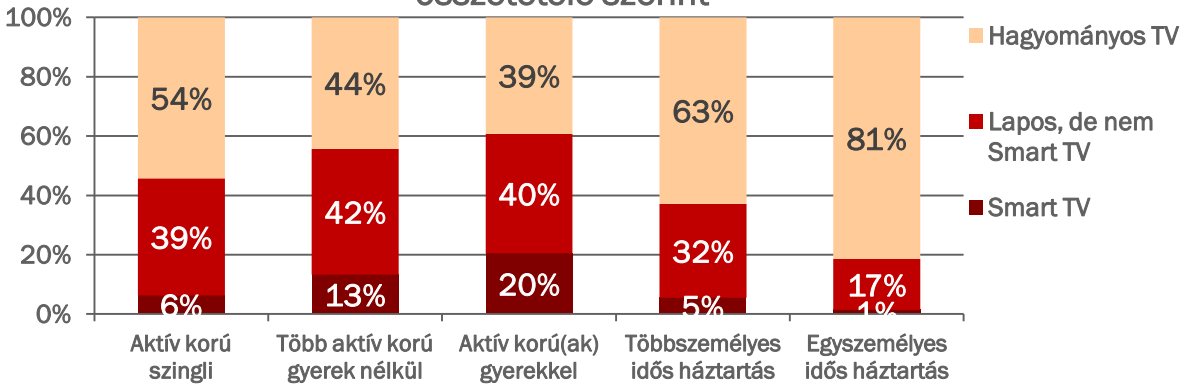
A háztartásban lévő TV típusa



A háztartásban lévő TV típusa településtípus szerint



A háztartásban lévő TV típusa a háztartások összetétele szerint



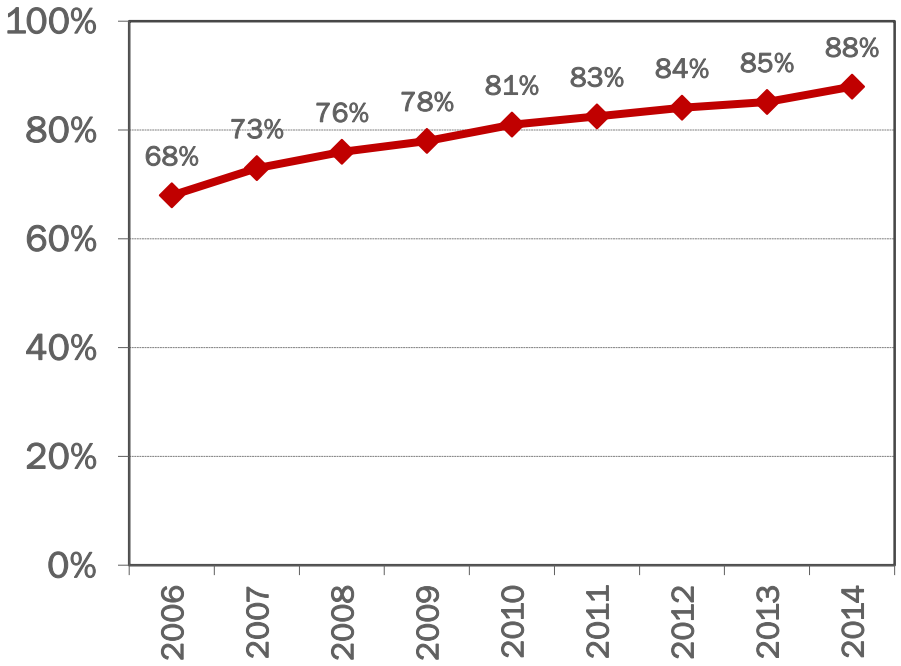
*a legfejlettebb készülék típusa alapján

Bázis: Tévékészülékkel rendelkező háztartások (N=4,019 millió HT; n=1981)

FIZETŐS TÉVÉ: ELLÁTOTTSÁG

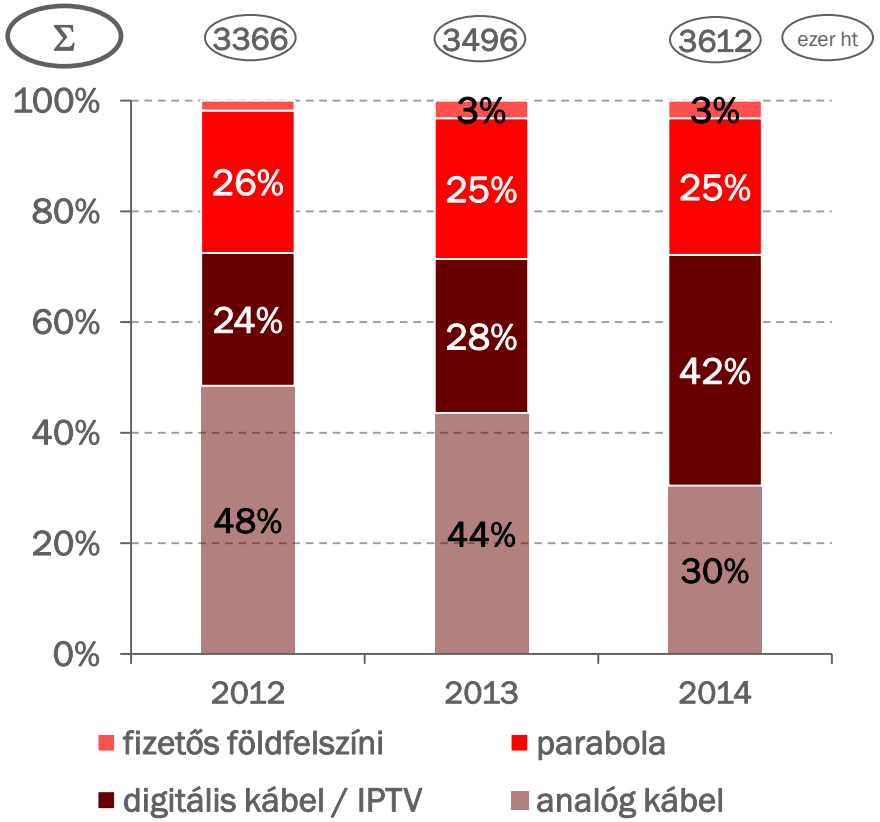
A háztartások 88%-a vesz igénybe fizetős műsorszolgáltatást, ami kicsivel több, mint az előző évi arány (85%). A legelterjedtebb technológia a kábeltévé, amelynek az elterjedtsége nem változott az előző évekhez képest, azonban a digitális kábel/IPTV erőteljesen növekedett az analóg előfizetések kárára.

A háztartások ellátottsága fizetős tévével



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2017)

A fizetős tévészolgáltatás technológiája

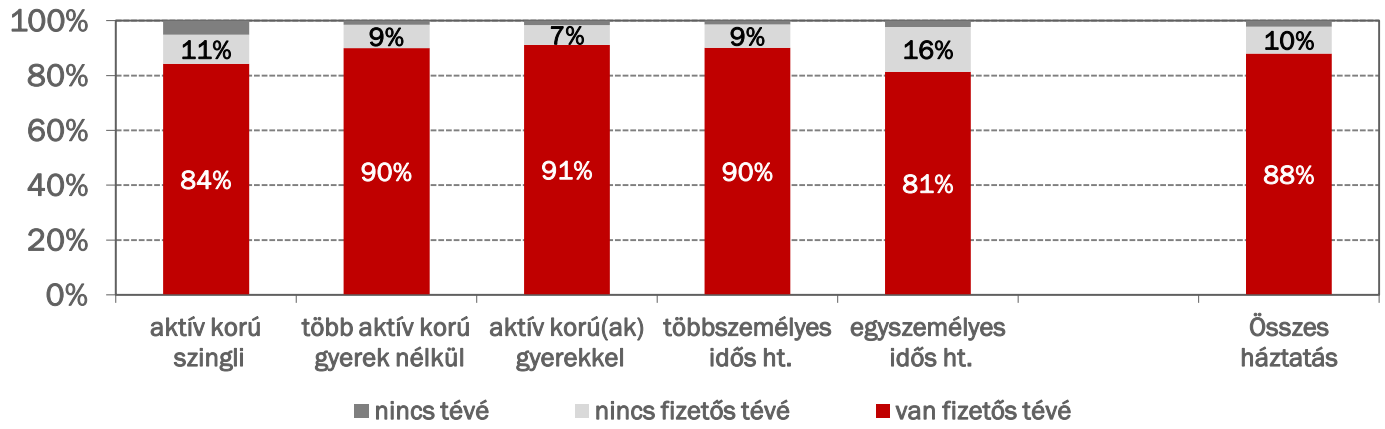


Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,612 millió HT; n=1784)

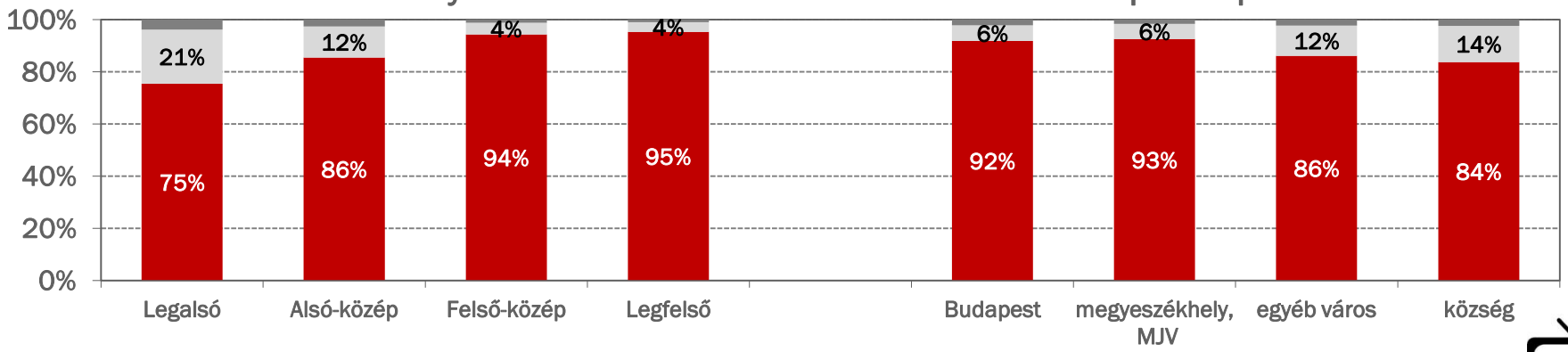
FIZETŐS TÉVÉS ELLÁTOTTSÁG DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐK SZERINT

Noha az ingyenes tévézés minden demográfiai alcsoportban visszaszorult, a mintázat hasonló az előző évben tapasztalthoz. Ingyenes tévéadást leginkább az alacsony jövedelemmel rendelkezők néznek, akik körében az átlagnál gyakrabban találunk községben élőket, illetve idős egyszemélyes háztartásokat.

Ellátottság a háztartás összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



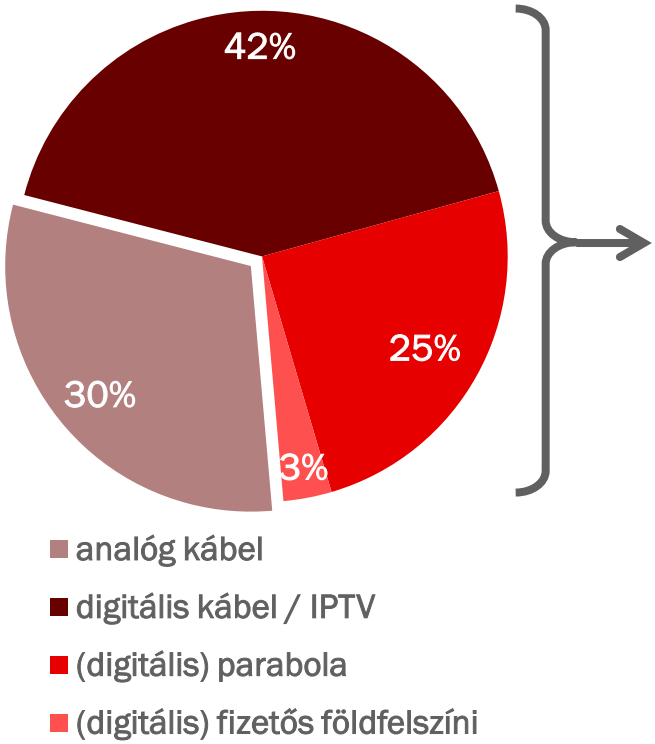
Településtípus szerint

Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

FIZETŐS TÉVÉ: DIGITALIZÁLTSÁG

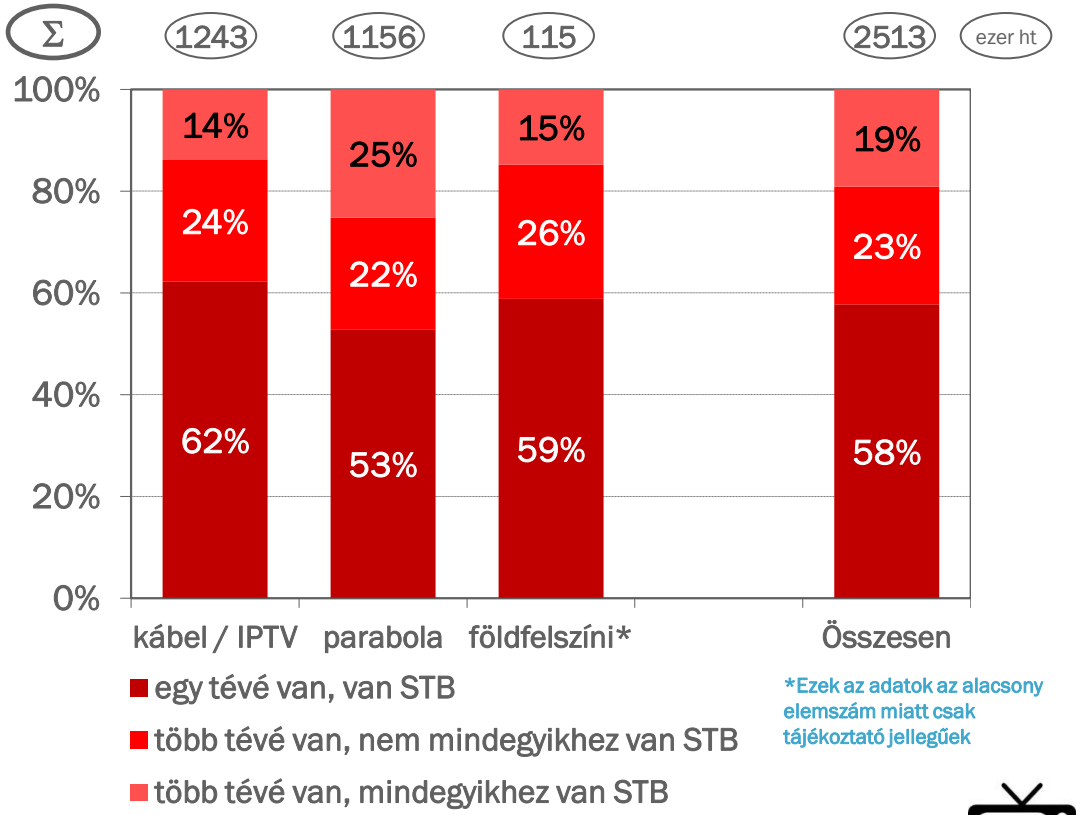
A digitálistévé-előfizetések növekedése mögött a digitális kábeltévés előfizetések erőteljes bővülése áll, és 2014-ben már több mint 2,5 millió háztartásban található set-top-box. A set-top-boxok megoszlása hasonló az előző évben tapasztalthoz, a digitálistévé-előfizetést használó háztartások 23%-a vesz igénybe egynél több set-top-boxot.

Analóg és digitális előfizetések aránya



Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,612 millió HT; n=1784)

A háztartásokban használt set-top-boxok



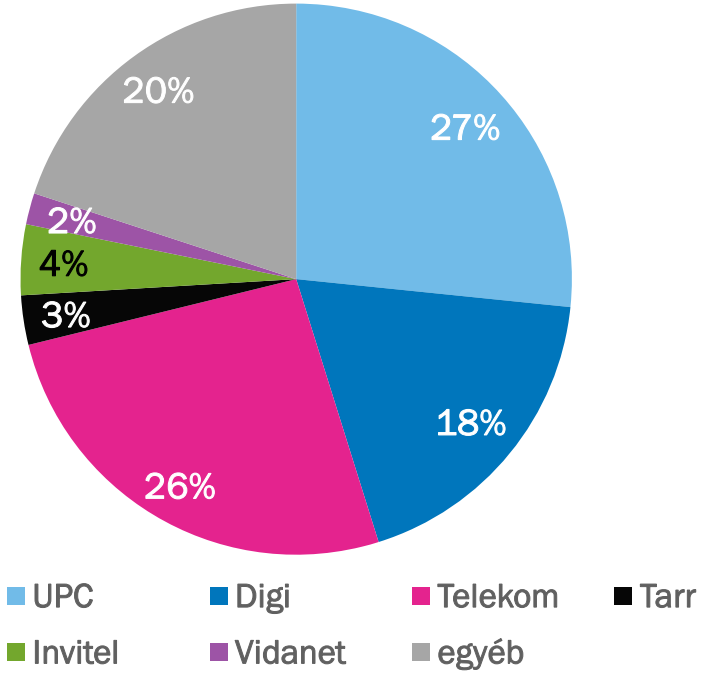
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Digitálistévé-előfizetéssel rendelkező háztartások (N=2,513 millió HT; n=1232)

FIZETŐS TÉVÉ: KÖLTÉSEK

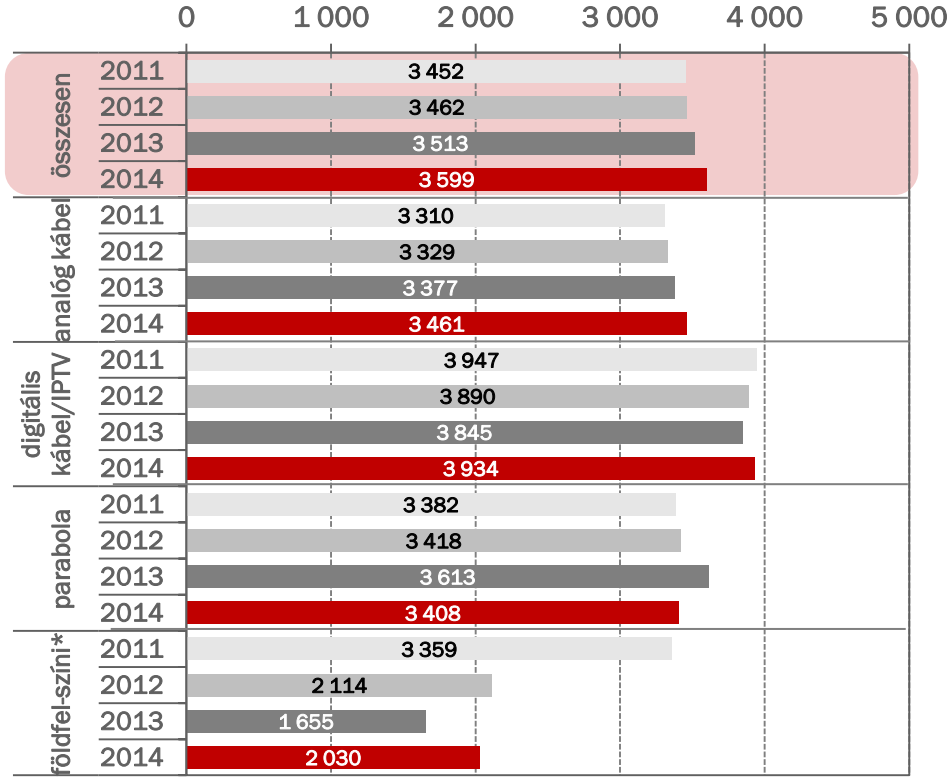
Az árbevételt tekintve az előz évhez hasonlóan a UPC a piacvezető 27 százalékos részesedéssel (2013: 28%). A műholdas vétel esetében az egy évvel korábbi emelkedés után újra a korábbi évekhez hasonló átlagos költés figyelhető meg, míg a fizetős földfelszíni vételi mód esetében elmúlt az előző évi árcsökkenés hatása.

A fizetőstévé-piac bevételeinek szolgáltatók szerinti megoszlása



Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,612 millió HT; n=1784)

Költés technológia szerint (bruttó Ft/hó)

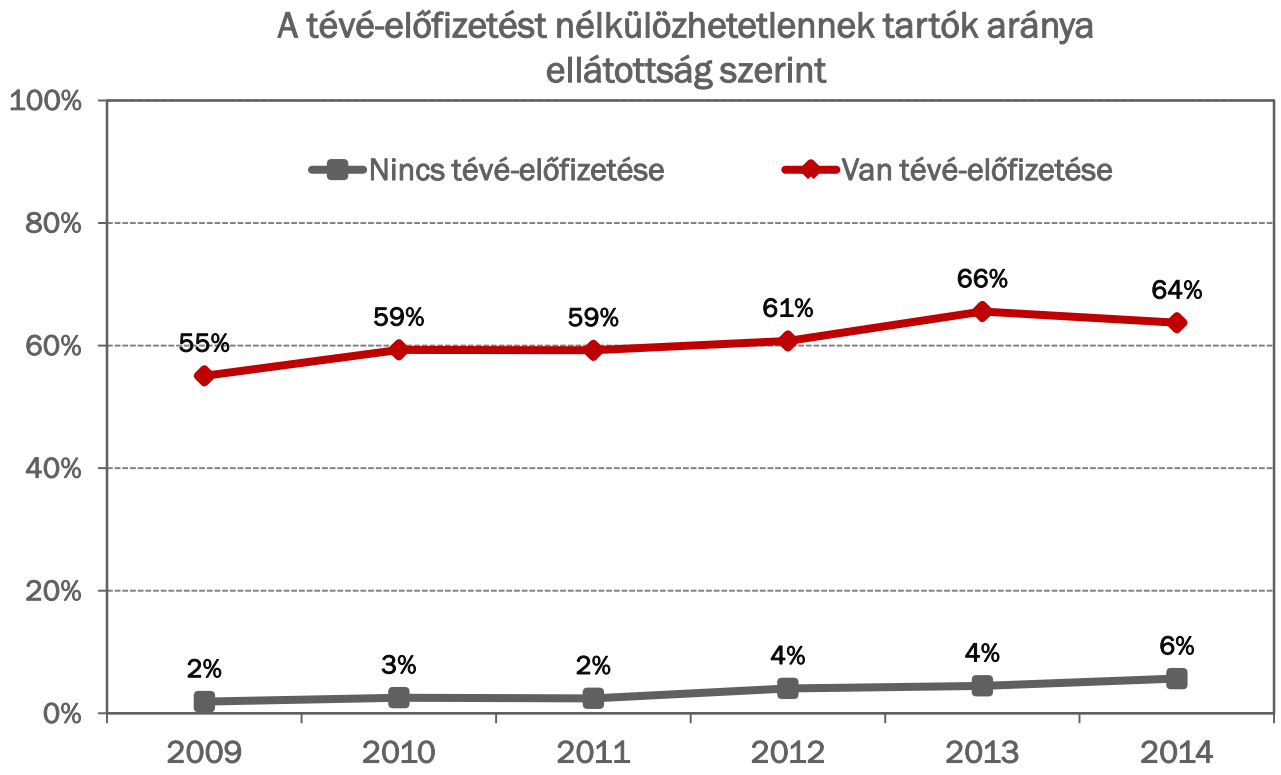


*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

A lakossági televíziós piac mérete 2014-ben nettó 123 Mrd Ft. (2012: 114)

IGÉNYSZINTEK A FIZETŐSTÉVÉ-SZOLGÁLTATÁSNÁL

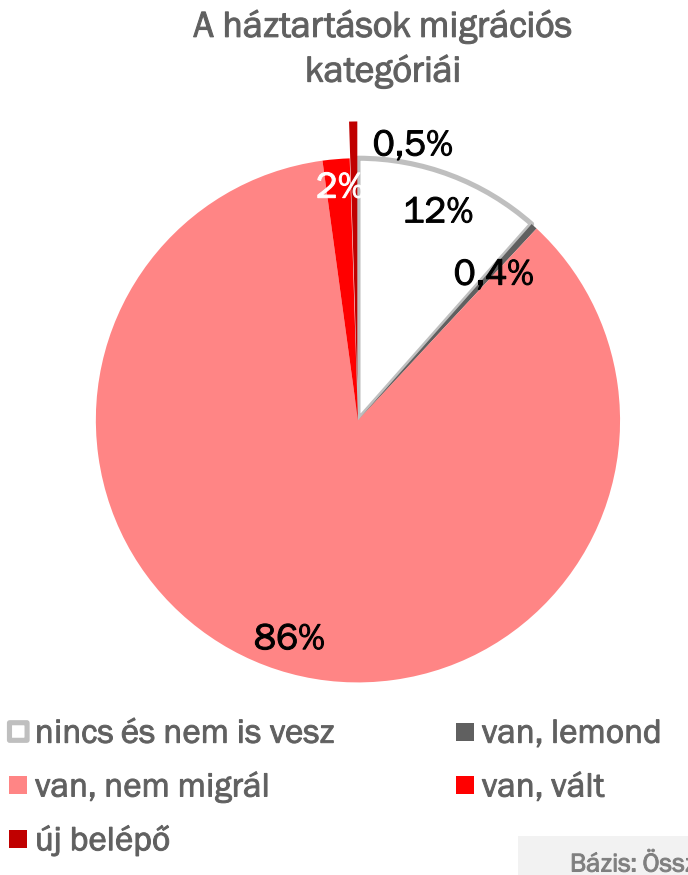
Az előző évhez hasonlóan a magyar háztartások 10%-a (2013: 12%) tulajdonképpen feleslegesnek tartja a fizetős tévét. További 8% (2013: 9%) azt állítja, hogy viszonylag könnyen meglenne tévé-előfizetés nélkül (ez nem jelent a tévézésről való lemondást is egyben). Ugyanakkor a háztartások 80%-a (2013: 79%) nélkülözhetetlennek vagy nehezen nélkülözhetőnek tekinti a tévé-előfizetést. A korábbi évekhez hasonlóan a tévé-előfizetéssel rendelkező háztartások kétharmada tartja nélkülözhetetlennek a tévé-előfizetését.



Bázis: Tévé-előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (az összes háztartás 88, illetve 12%-a, N=3,612 millió és 609 ezer HT, n=1784, illetve 233)

MIGRÁCIÓ A FIZETŐSTÉVÉ-PIACON

Az előző évvel megegyezően mindössze 21 ezer olyan háztartás jelezte, hogy be fog lépni a fizetős tévé piacára, akiknek jelenleg még nincsen ilyen szolgáltatásuk. 17 ezerre tehető azon háztartások száma, akik megszüntetnék az előfizetésüket. A tavalyi évhez hasonlóan az előfizető háztartások 2%-a gondolkodik szolgáltatóváltáson.

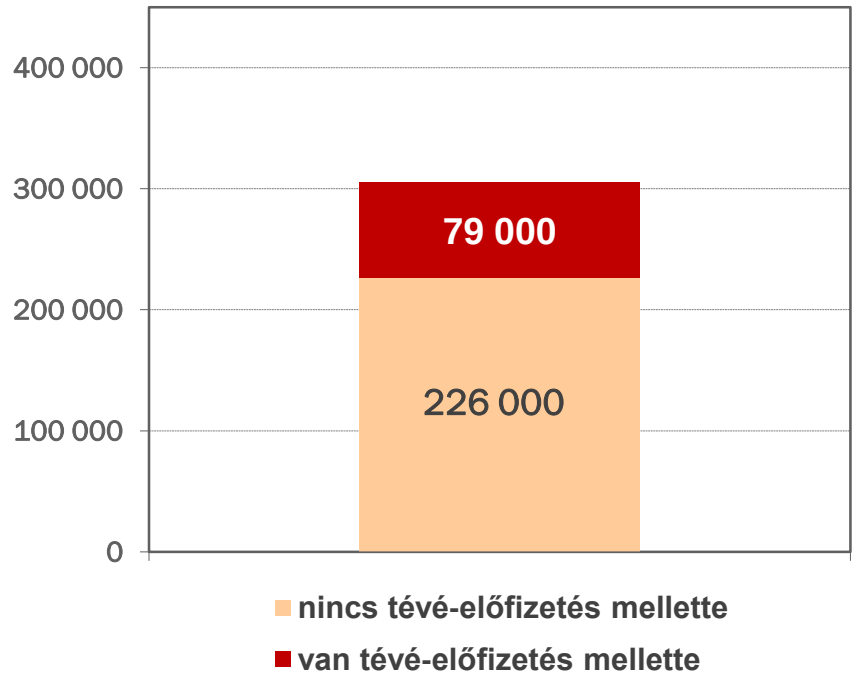


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2017)

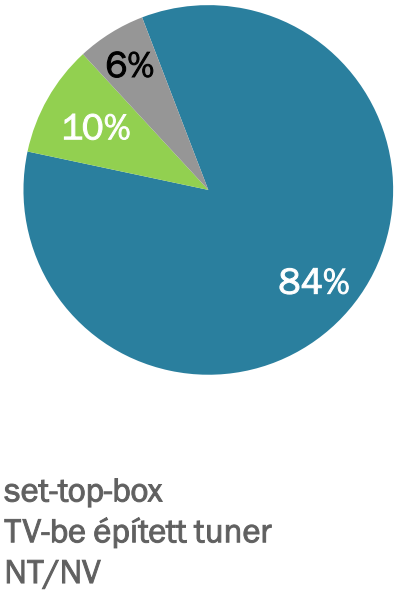
INGYENES DIGITÁLIS FÖLDFELSZÍNI ADÁS

A fizetős tévészolgáltatás bővülése miatt csökkent az ingyenes digitális földfelszíni adásokat néző háztartások száma. 2014-ben 305 ezer ilyen háztartás van (2013: 360 ezer), ráadásul ezek közül 79 ezer valamilyen tévé-előfizetés mellett használja ezt a szolgáltatást.
Továbbra is döntően set-top-boxszal érik el a DVB-T adását, tévébe épített tuner használatáról mindössze 10% számolt be.

Ingyenes digitális adások nézettsége
tévé-előfizetés megléte szerinti bontásban (HT)



Milyen eszközzel nézik?

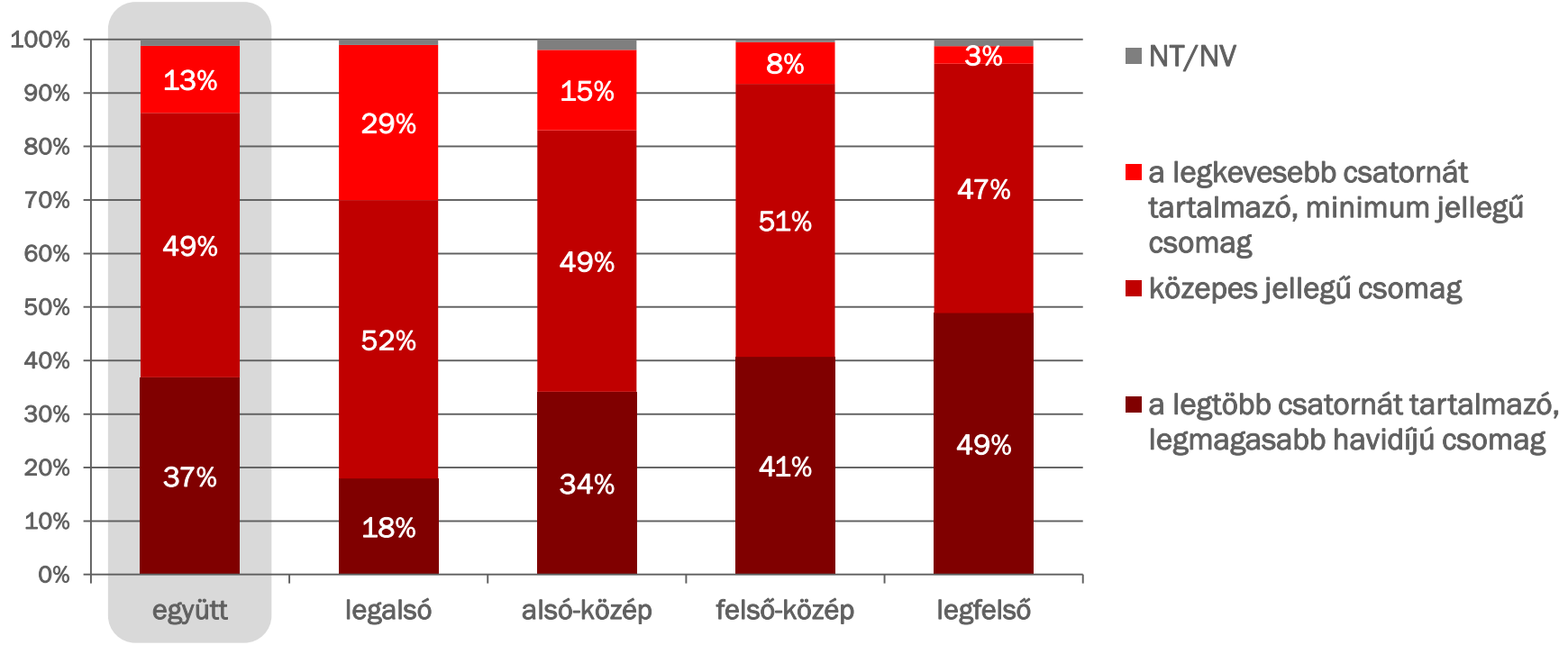


Bázis: INGYENES digitális földfelszíni adást nézők (N=305 ezer HT, n=150)

FIZETŐSTÉVÉ-CSOMAGOK

Az előző évhez hasonlóan a legkevesebb csatornát tartalmazó „minimál”-csomagokat csak a tévé-előfizető háztartások 13%-a veszi igénybe. Ugyanakkor 37%-uk a legtöbb csatornát tartalmazó csomagra fizet elő. A jobb jövedelmi helyzetben lévők jóval nagyobb arányban fizetnek elő a legnagyobb csomagokra, az alsóbb jövedelmi csoportokban az élethelyzet is befolyásolja az igényszintet: a gyermekes háztartások itt is hasonlóan nagy arányban választják a legnagyobb csomagot, akárcsak a jobb anyagi helyzetűek, a többi háztartás azonban gyakrabban elégszik meg a közepes vagy a kicsi csomaggal.

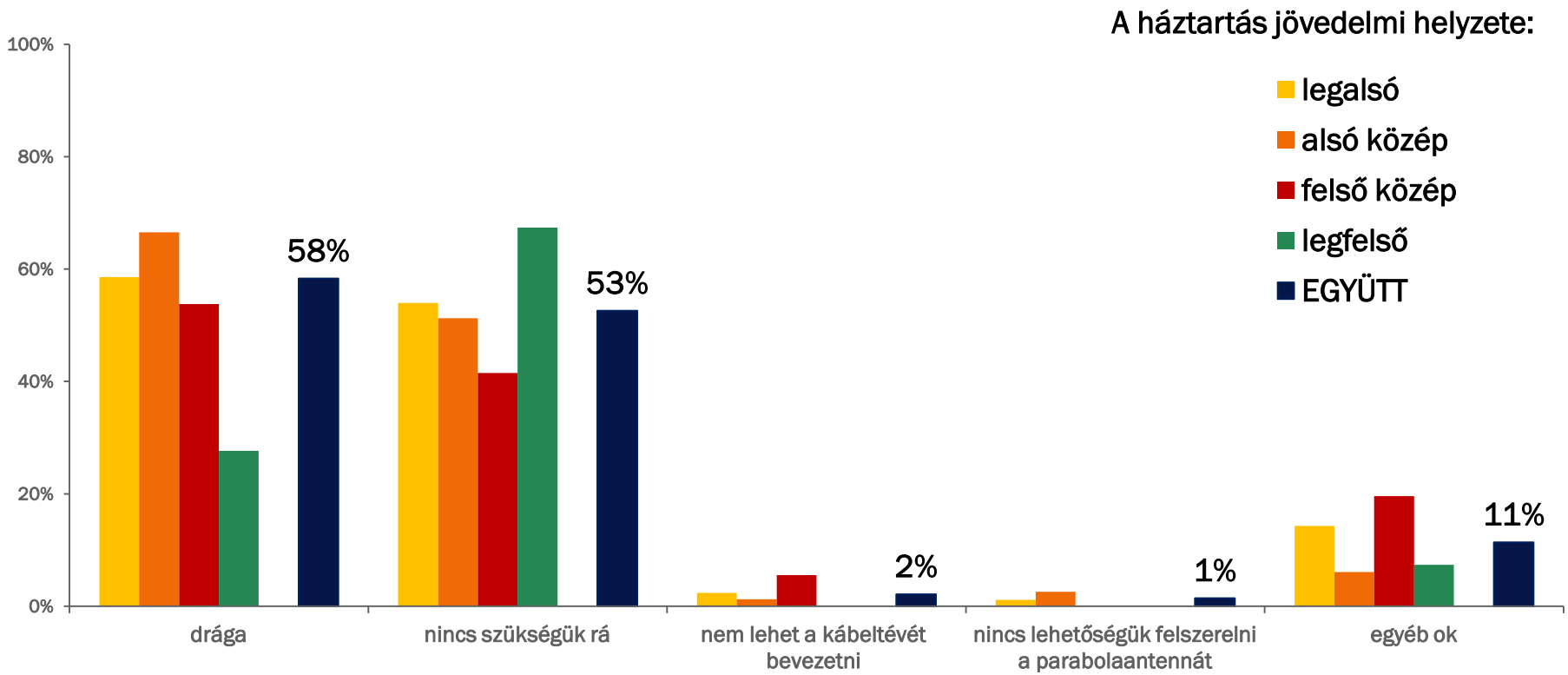
Az igénybe vett tévécsomagok a háztartás jövedelmi helyzete szerint



Bázis: Tévé-előfizetéssel rendelkező háztartások (N=3,612 millió HT; n=1784)

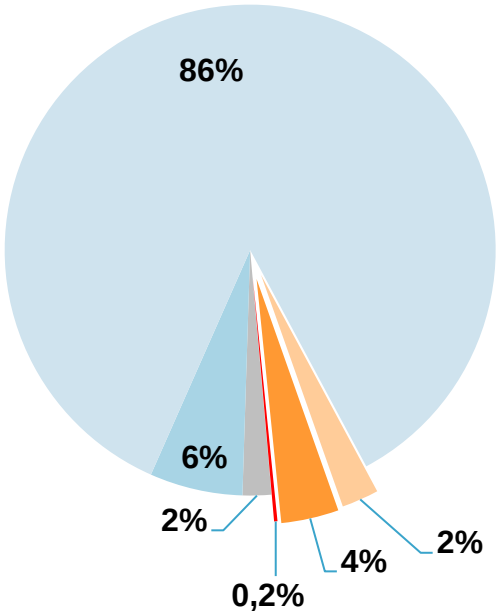
TÉVÉ ELŐFIZETÉS HIÁNYÁNAK OKAI

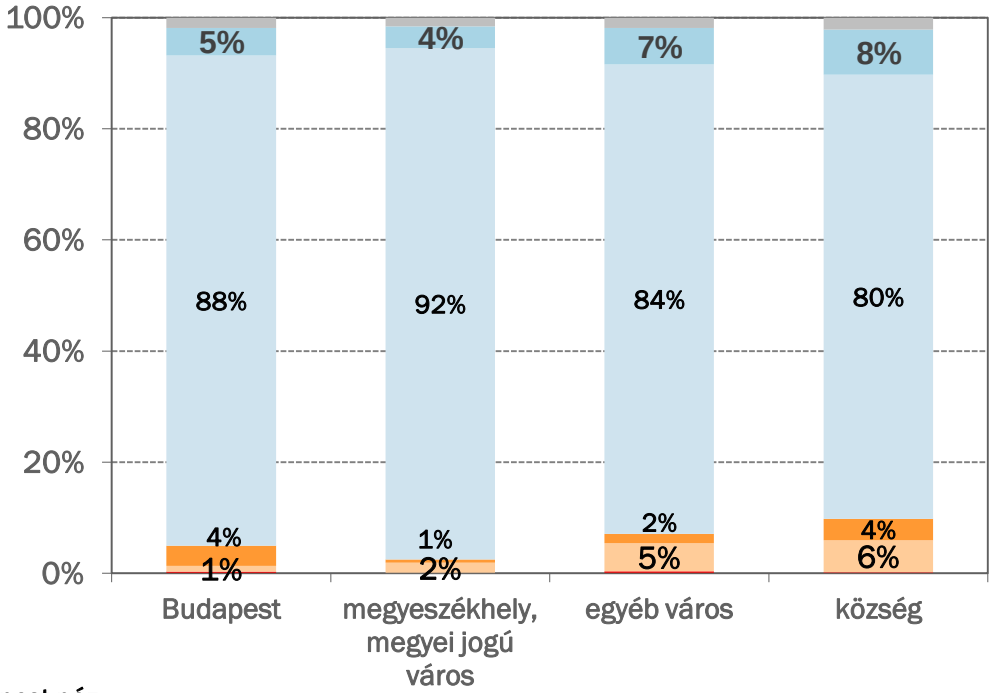
A tévé-előfizetéssel nem rendelkező háztartások jellemzően azért nem fizetnek elő a szolgáltatásra, mert drágának tartják (58%-os említés) vagy mert nincs szükségük rá (53%). Műszaki okokra nagyon ritkán hivatkoznak. Nem meglepő módon a nem-előfizetők közt a legjobb jövedelmi helyzetben lévők jóval kisebb arányban említették az anyagi okokat, és gyakrabban említették az igény hiányát.



Bázis: Tévé-előfizetéssel nem rendelkező háztartások (ahol tévékészülék van) (N=407 ezer háztartás, n=197)

A digitális átállás hatása





- nem volt érintett, most nem tévézik
- nem volt érintett, most ingyenest néz
- nem volt érintett, most fizetőst néz
- érintett volt, átállt fizetős TV-re
- érintett volt, most ingyenest néz
- érintett volt, tévézés nélkül maradt

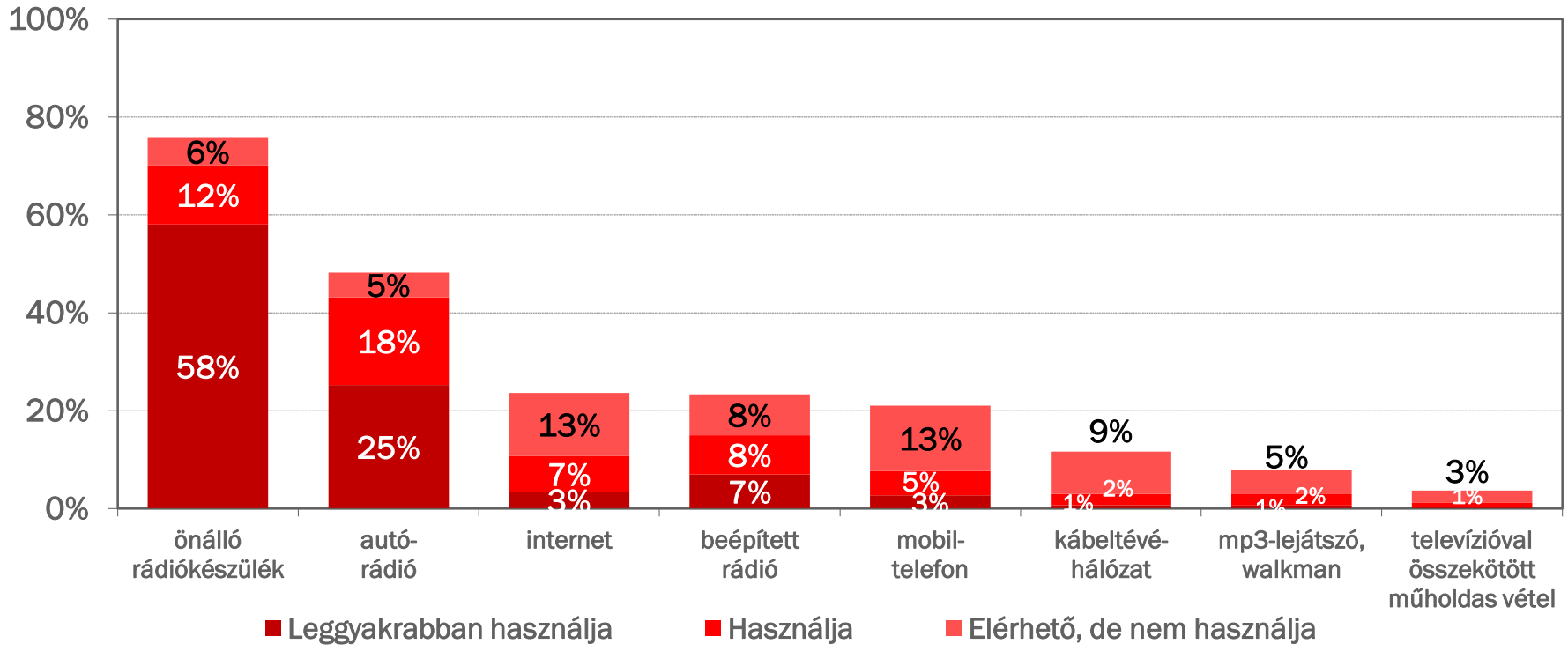
Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

- érintett volt, tévézés nélkül maradt
- érintett volt, most ingyenest néz
- érintett volt, átállt fizetős TV-re
- nem volt érintett, most fizetőst néz
- nem volt érintett, most ingyenest néz
- nem volt érintett, most nem tévézik

Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

RÁDIÓHALLGATÁS

A rádióhallgatók elsődlegese eszköze az önálló rádiókészülék, a többség ezen hallgatja a műsorokat. A rádiózók bő kétötöde (43%) autózás közben hallgatja az adást, egynegyedüknek ez a leggyakoribb fogyasztási mód.

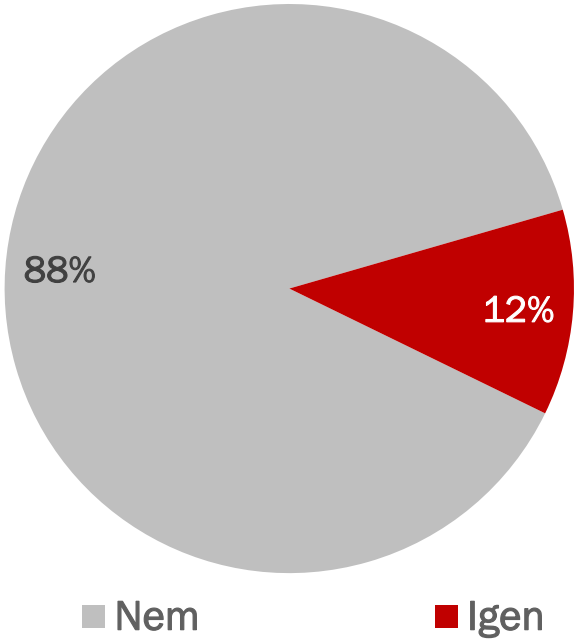


Bázis: Rádiót legalább néha hallgatók (N=6,16 millió fő, n=1492)

INTERNETES RÁDIÓZÁS

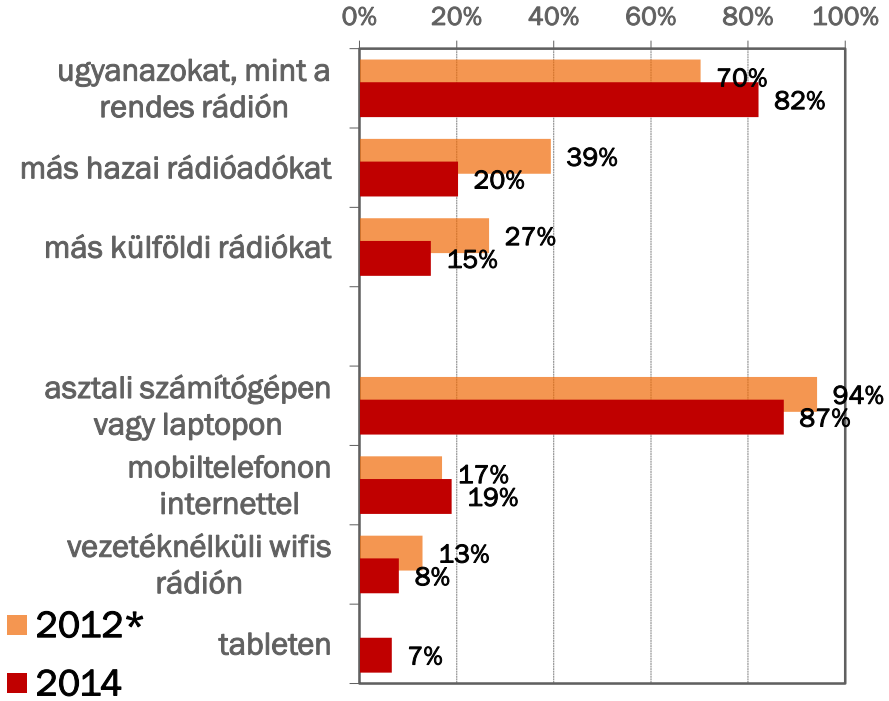
Az előző évhez hasonlóan az internetezők 12%-a hallgat online rádiót, jellemzően ugyanolyan műsorokat, mint a „rendes” rádión. Az internetes rádióhallgatás szinte kizárólag pc-n vagy laptopon történik, mobileszközöket jóval kisebb arányban használnak erre a célra (133 ezer fő hallgat internetes rádiót a mobilján). Online rádiózás elsősorban a 29 év alattiakra jellemző (20%). 2012-höz képest nőtt azon műsorok hallgatása, amelyeket a hagyományos rádiókon is hallgatnak.

Szokott interneten rádiót hallgatni?



Bázis: Internetet használó személyek (N=5,98 millió fő; n=1208)

Interneten hallgatott rádióadók és az alkalmazott eszköz



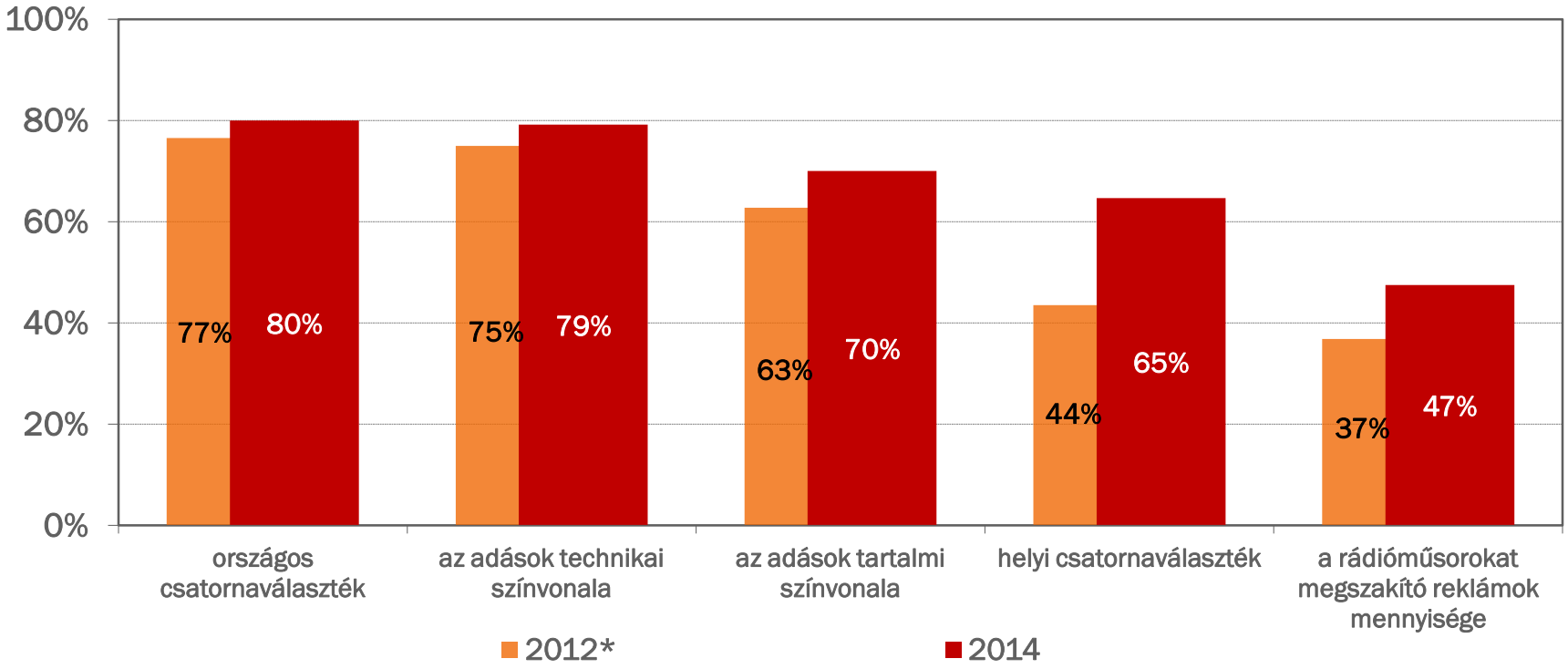
*Forrás: NMHH Digitális átállás monitoring, 2012. tavasz

Bázis: Interneten rádiót hallgató személyek (N=700 ezer fő, n=114)

ELÉGEDETTSÉG A RÁDIÓS KÍNÁLATTAL

A jelenlegi rádiós kínálattal kapcsolatban általános elégedettség tapasztalható, kivéve a reklámok mennyiségét. 2012-höz képest a kínálat minden elemével kapcsolatban nőtt az elégedettség, különösen a helyi csatornaválaszték megítélése javult.

Elégedettség a rádiózás egyes elemeivel
(az elégedettek és nagyon elégedettek együttes aránya, %)



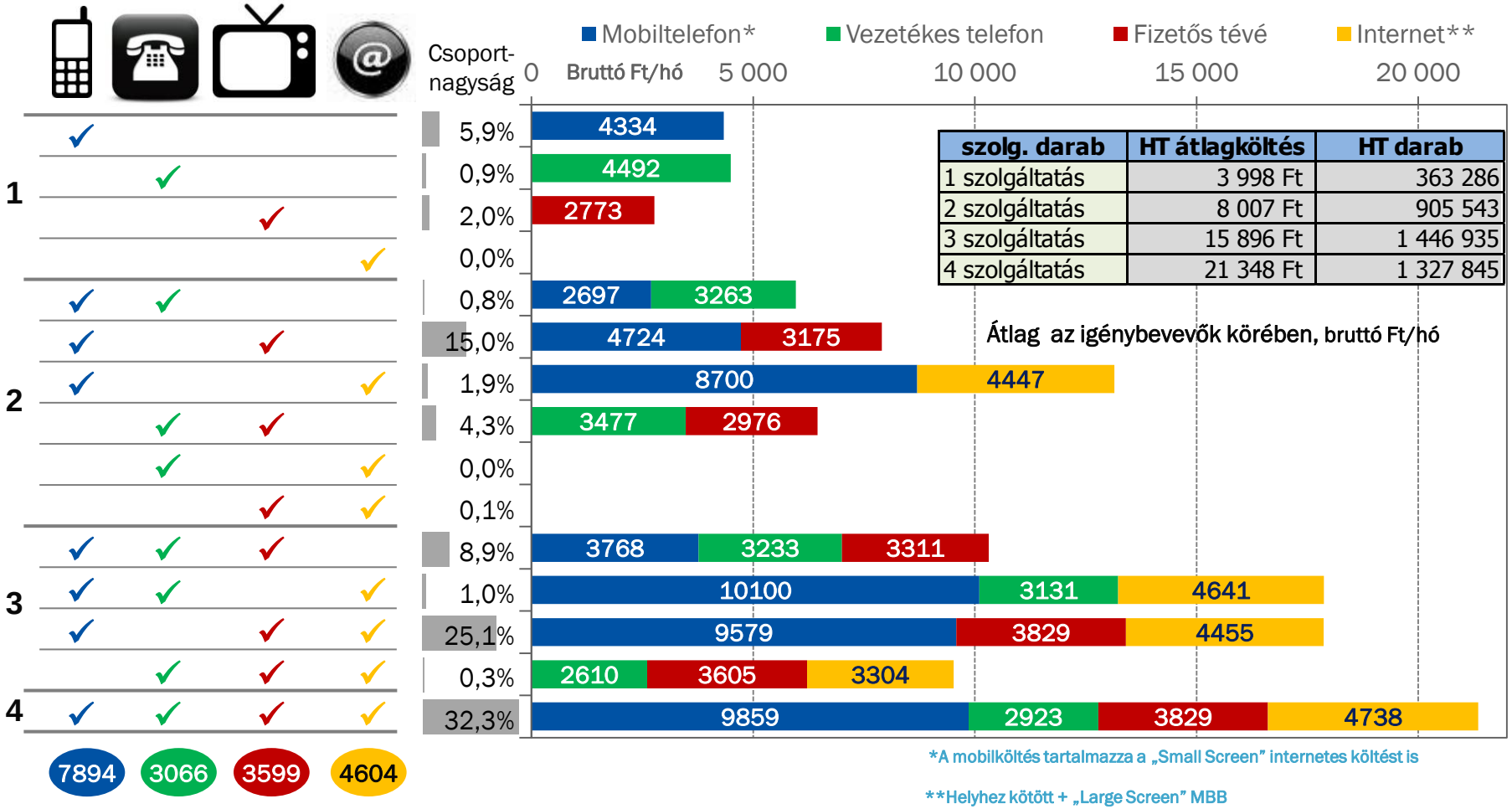
*Forrás: NMHH Digitális átállás monitoring, 2012. tavasz

Bázis: Rádiót legalább néha hallgatók (N=6,16 millió fő, n=1492)

BUNDLING

TÁVKÖZLÉSI KIADÁSOK IGÉNYBEVÉTELI CSOPORTONKÉNT

A háztartások 57%-a előfizet (legalább) mobiltelefonra, tévére és internetre, akár részben vagy teljesen egybecsomagolva (2013-ban: 54%). E háztartások telekommunikációs kiadásainak legnagyobb tétele a mobiltelefon-előfizetések költsége, átlagosan 9-10 ezer forintot fordítanak erre havonta.



szolg. darab	HT átlagköltés	HT darab
1 szolgáltatás	3 998 Ft	363 286
2 szolgáltatás	8 007 Ft	905 543
3 szolgáltatás	15 896 Ft	1 446 935
4 szolgáltatás	21 348 Ft	1 327 845

*A mobilköltés tartalmazza a „Small Screen" internetes költést is

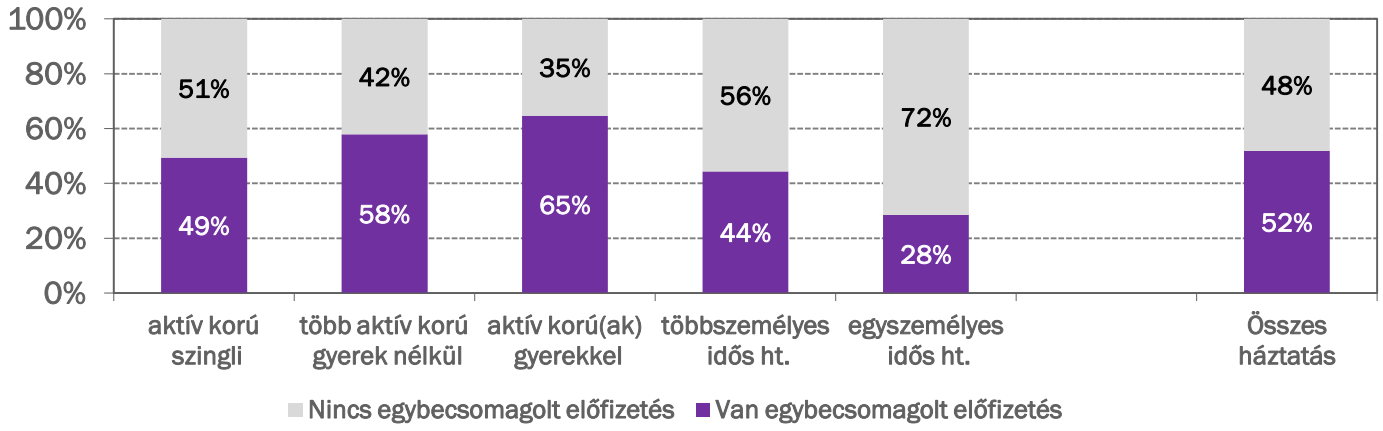
**Helyhez kötött + „Large Screen" MBB

Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2017)

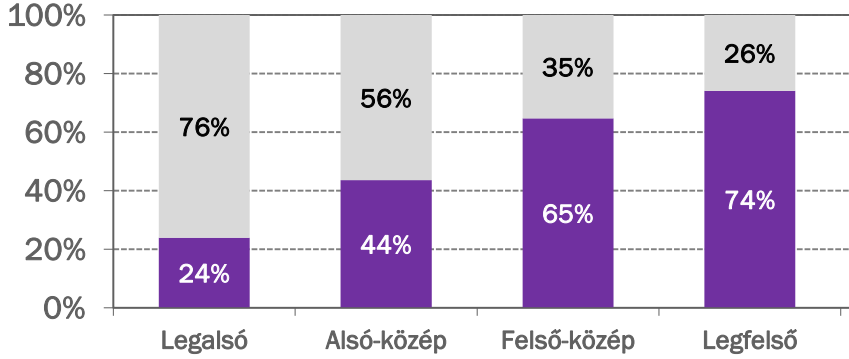
BUNDLED-IGÉNYBEVÉTEL DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐK SZERINT

A háztartások fele vesz igénybe bundled- (közös számlán fizetett) szolgáltatásokat. Jóval gyakoribb a bundled-igénybevétel a jobb jövedelmi helyzetű családoknál, a nagyobb településeken és az aktív korúak háztartásaiban – mivel ezek a háztartások gyakrabban vesznek igénybe több vezetékes szolgáltatást.

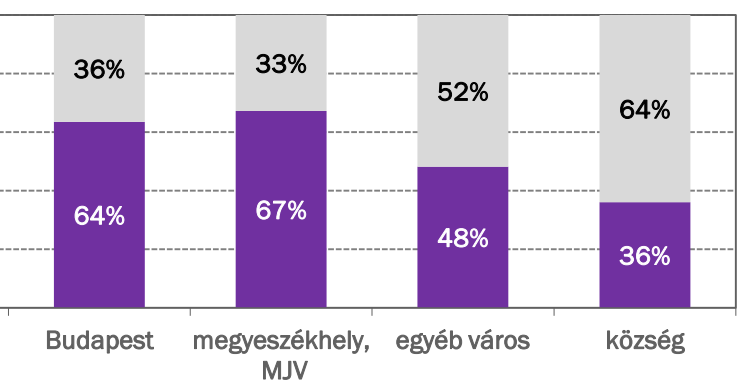
Ellátottság a háztartások összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



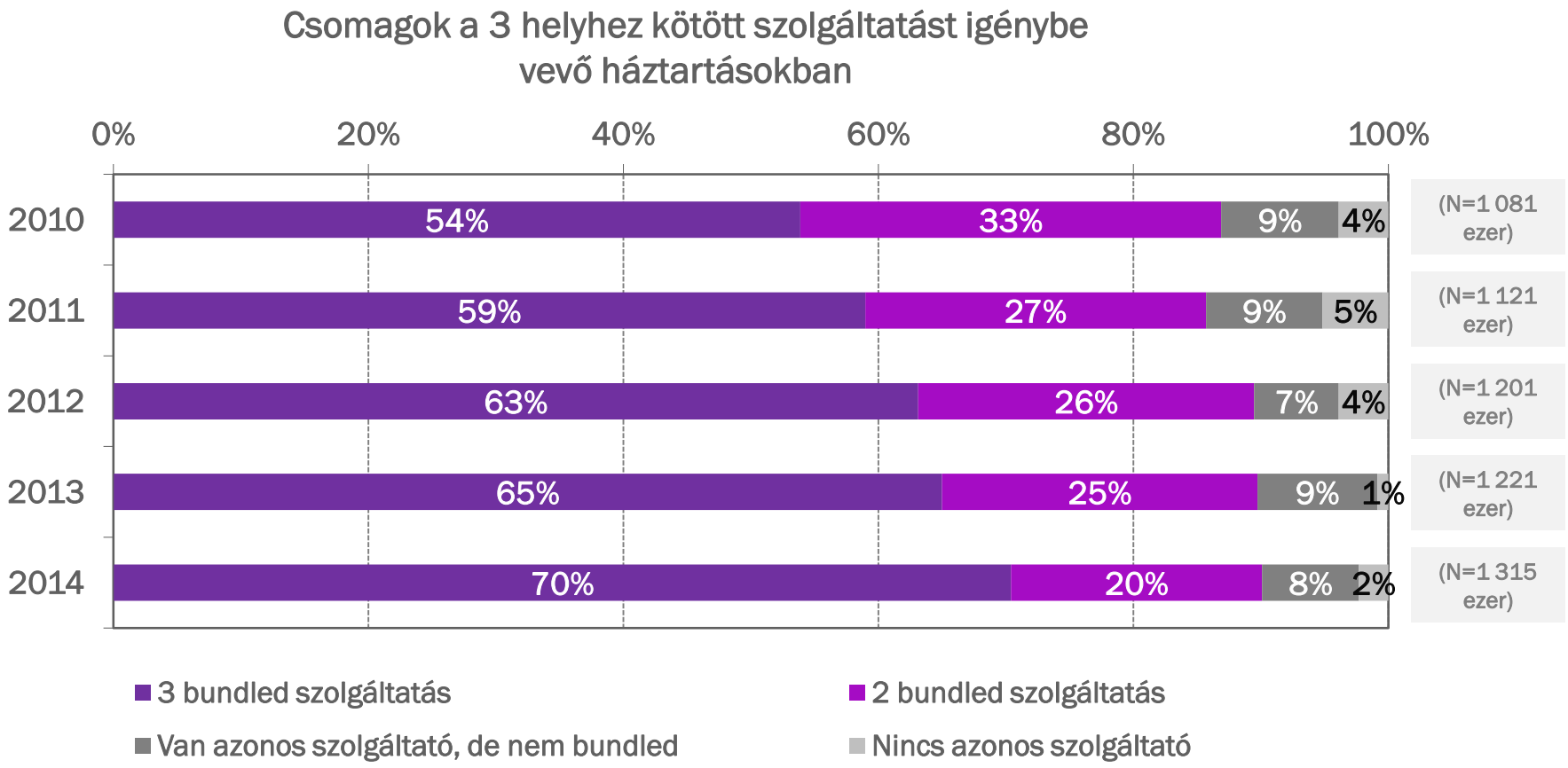
Településtípus szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2017)

HELYHEZ KÖTÖTT SZOLGÁLTATÁSOK KOMBINÁCIÓI ÉS BUNDLING I.

Továbbra is nő azon háztartások aránya, akik három helyhez kötött szolgáltatást is egy csomagban vesznek igénybe. Jellemzően a korábbi 2Play csomagok egészülnek ki plusz egy szolgáltatással: ezek aránya 2010-hez képest 13 százalékponttal csökkent, miközben a 3Play szolgáltatásoké 17 százalékponttal nőtt.

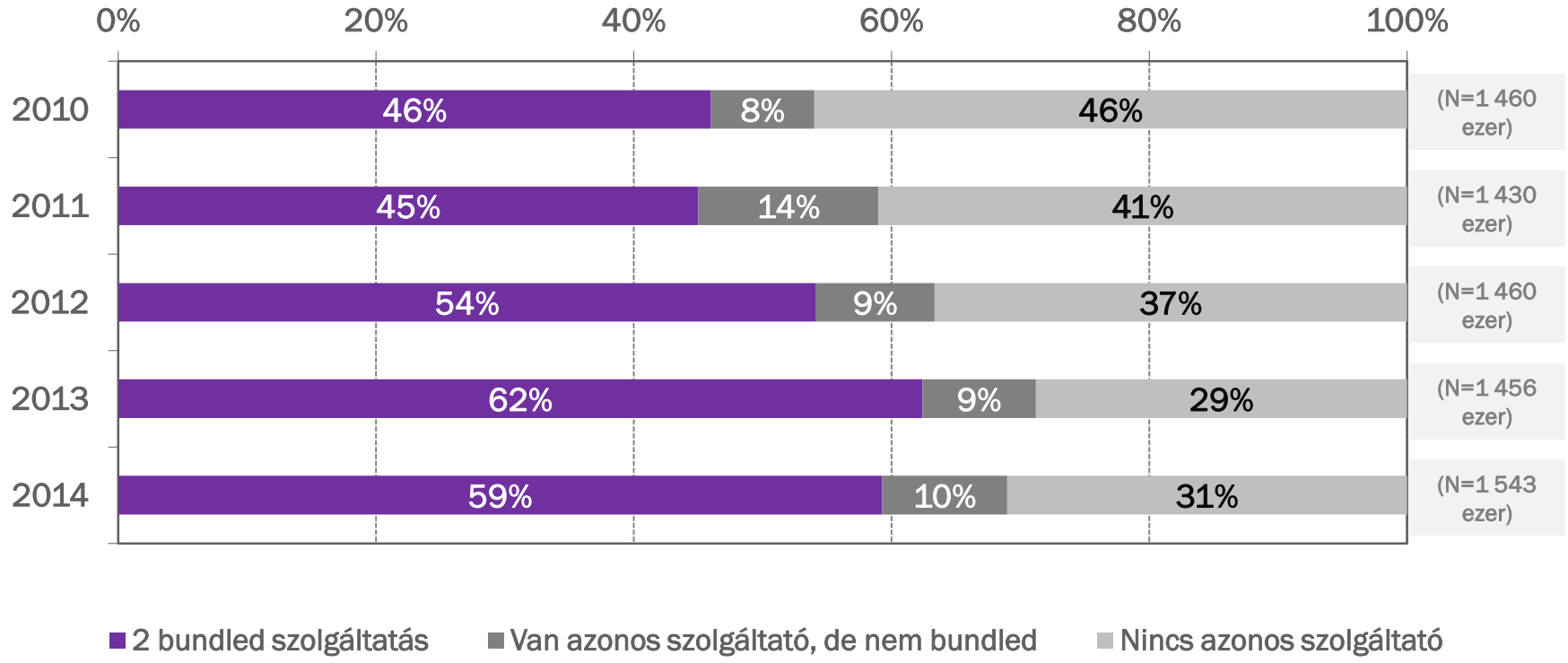


Bázis: 3 helyhez kötött szolgáltatással rendelkező háztartások (N: lásd az ábra jobb oldalán)

HELYHEZ KÖTÖTT SZOLGÁLTATÁSOK KOMBINÁCIÓI ÉS BUNDLING II.

A két helyhez kötött szolgáltatásra előfizető háztartások száma kismértékben nőtt. Az összecsomagolás aránya tavalyhoz képest jelentősen nem emelkedett, de 4 év távlatában egyértelmű tendencia a szolgáltatások összecsomagolása.

Csomagok a 2 helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartásokban

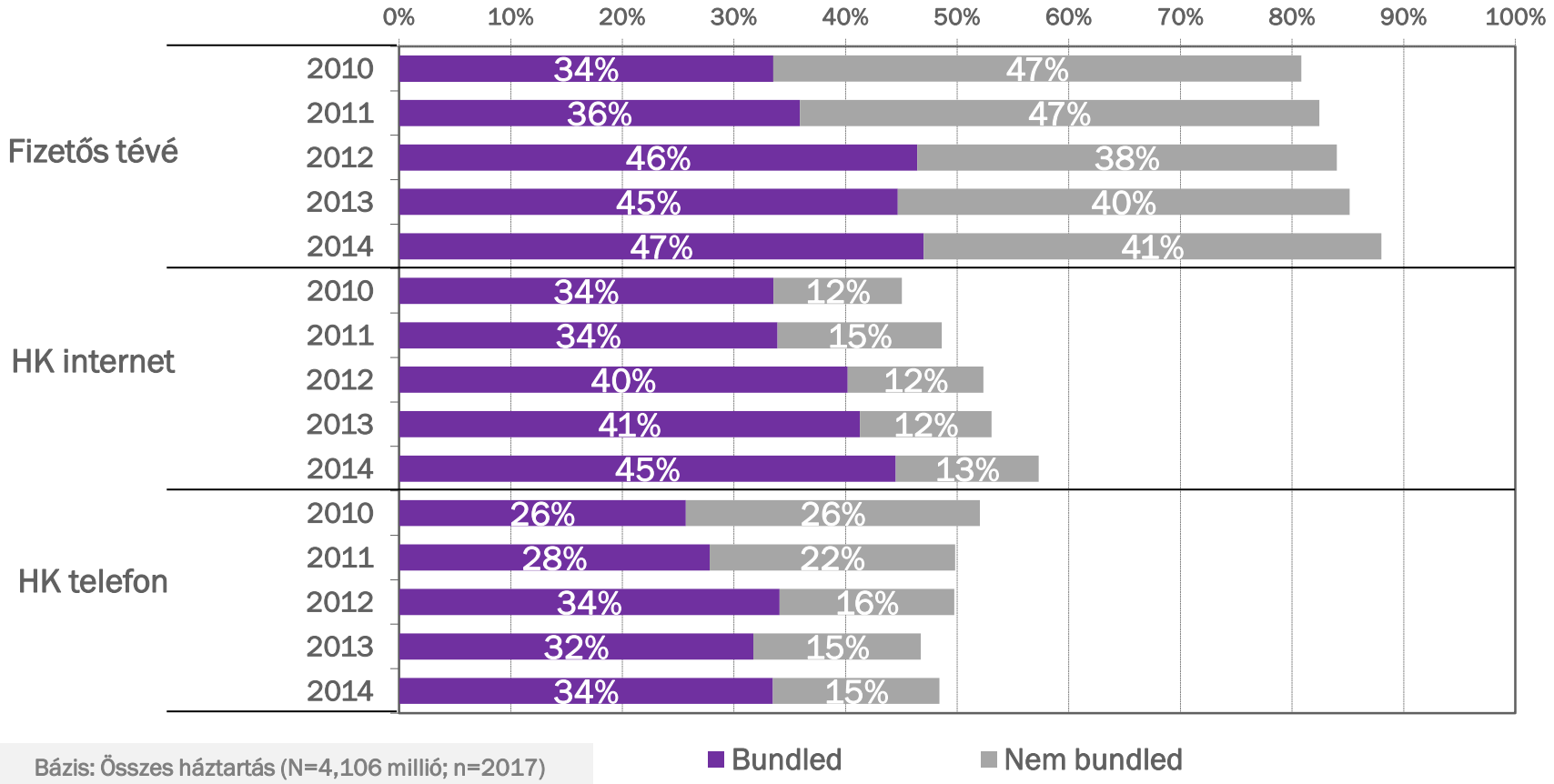


Bázis: 2 helyhez kötött szolgáltatással rendelkező háztartások (N: lásd az ábra jobb oldalán)

BUNDLED-IGÉNYBEVÉTEL ARÁNYA A HELYHEZ KÖTÖTT SZOLGÁLTATÁSOKNÁL

A tévé-előfizetések több mint fele bundled, az összes háztartás 47%-ában van ilyen típusú előfizetés. A helyhez kötött telefonos előfizetések kétharmada, a helyhez kötött internetes előfizetések háromnegyede bundled típusú előfizetés.

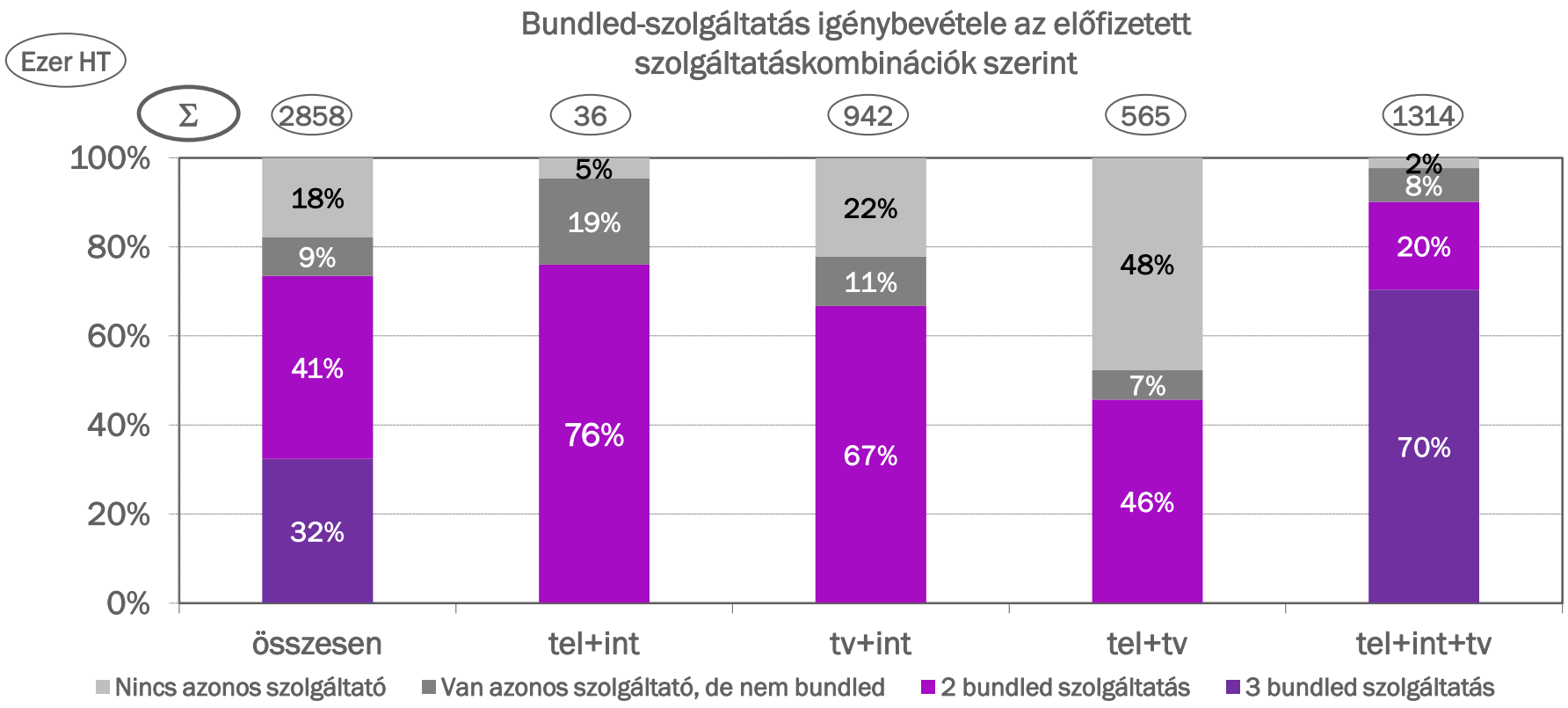
Bundled és nem bundled helyhez kötött szolgáltatások a háztartásokban



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2017)

2PLAY / 3PLAY A HELYHEZKÖTÖTT SZOLGÁLTATÁSOKNÁL

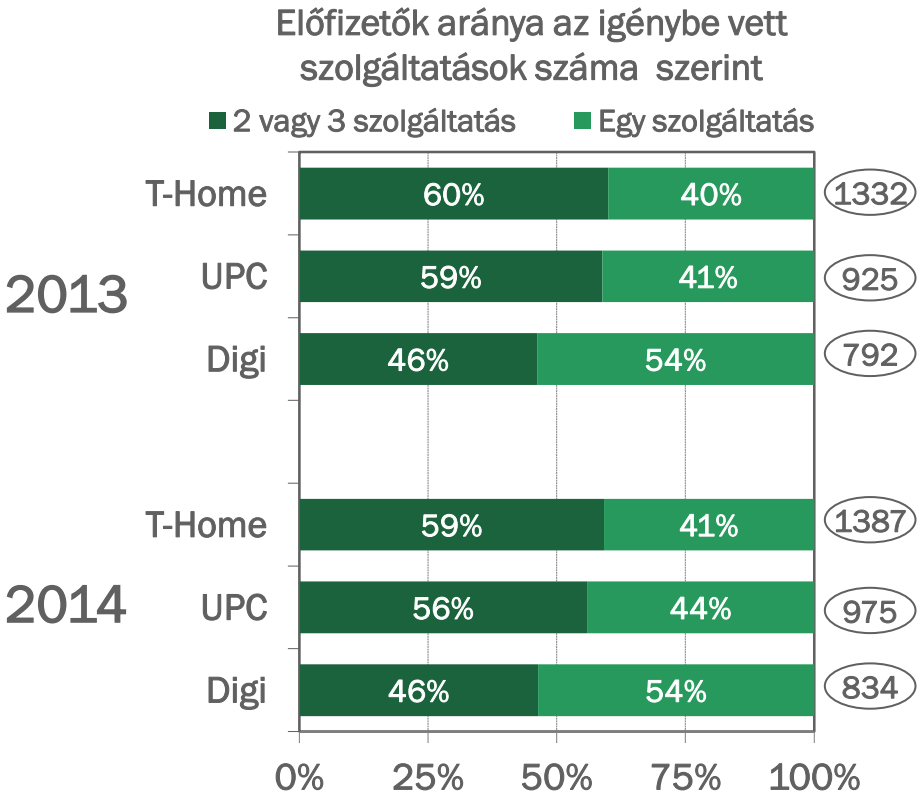
A többfajta helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő, közel 2,9 millió háztartás 82%-a egy szolgáltatónál több szolgáltatásra is előfizet, 32%-uk pedig három szolgáltatást is azonos szolgáltatónál és csomagban vesz igénybe. A mindhárom vezetékes szolgáltatással rendelkező 1,3 millió háztartásnak csak 10%-ában nincs bundled-szolgáltatás, 70%-ukban viszont összecsomagolt 3Play található.



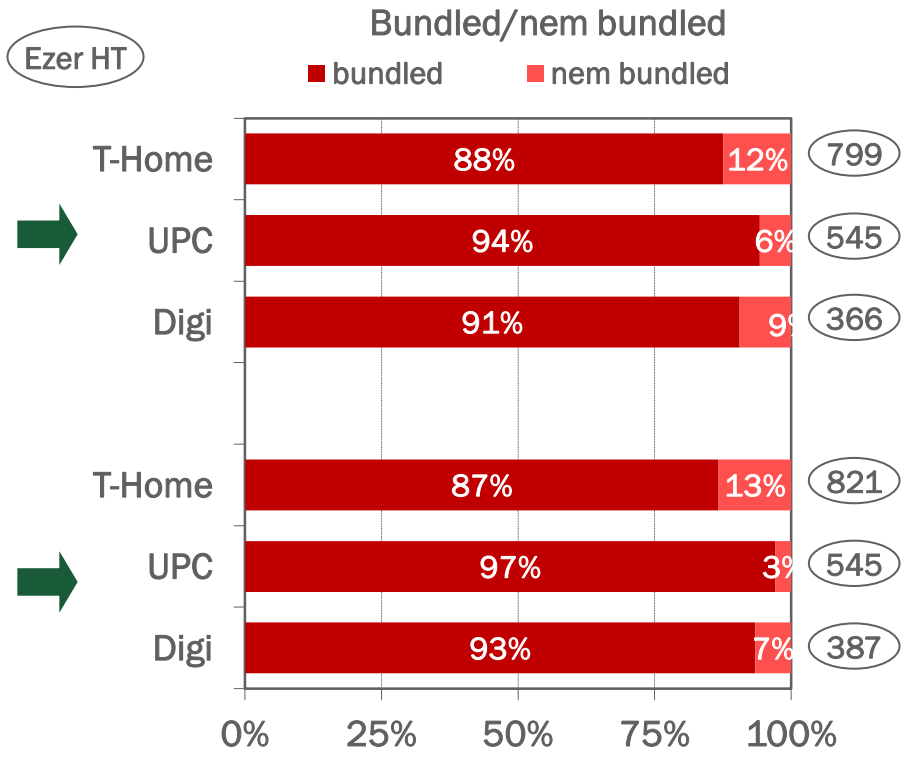
Bázis: Több helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztarások (N=2,858 millió HT; n=1415)

SZOLGÁLTATÓI RÉSZESEDÉSEK A BUNDLED-PIACON

A 2013-as nagy emelkedés után a nagy vezetékes szolgáltatók ügyfélkörében stagnált a több szolgáltatást igénybe vevő háztartások aránya. Ahol egy szolgáltató több szolgáltatással van jelen, ott jellemzően (90% feletti arányban) csomagban kínálja a szolgáltatásokat.



Bázis: Adott szolgáltatók ügyfelei (N: lásd az ábra jobb oldalán)

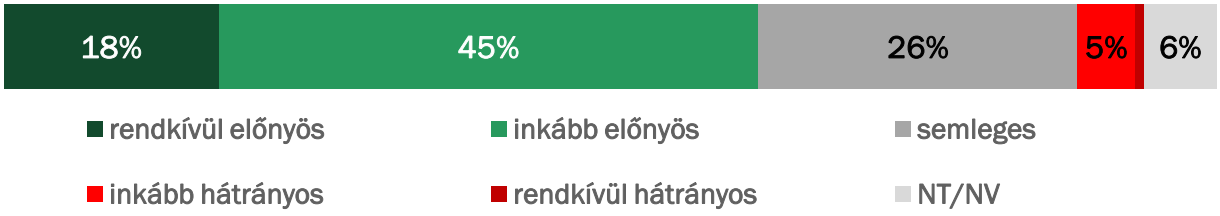


Bázis: Adott szolgáltatók ügyfelei, ahol legalább 2 helyhez kötött szolgáltatást vesznek igénybe (N: lásd az ábra jobb oldalán)

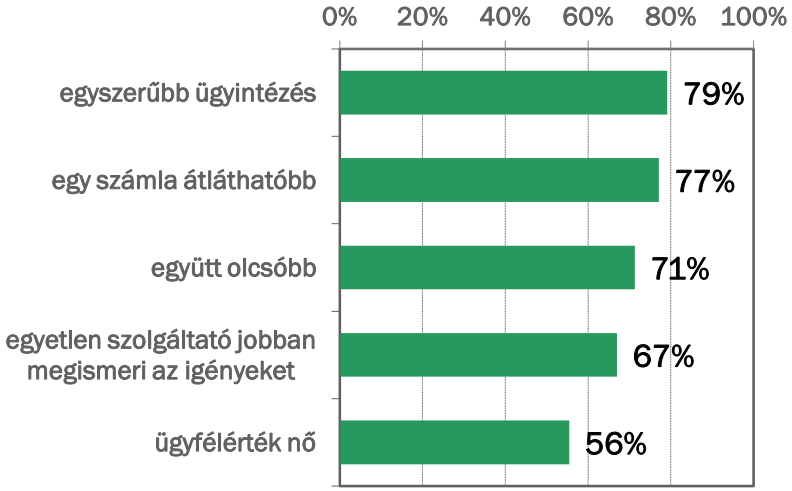
BUNDLED-ATTITŰDÖK

A szolgáltatások összecsomagolásában a háztartások 62%-a előnyt lát és csak 6% tartja azt hátrányosnak. Az előnyök és a hátrányok sorrendje nem változott a tavalyi adatokhoz képest. A hátrányok között csökkent az egyszeri nagy összegű számlát említők aránya.

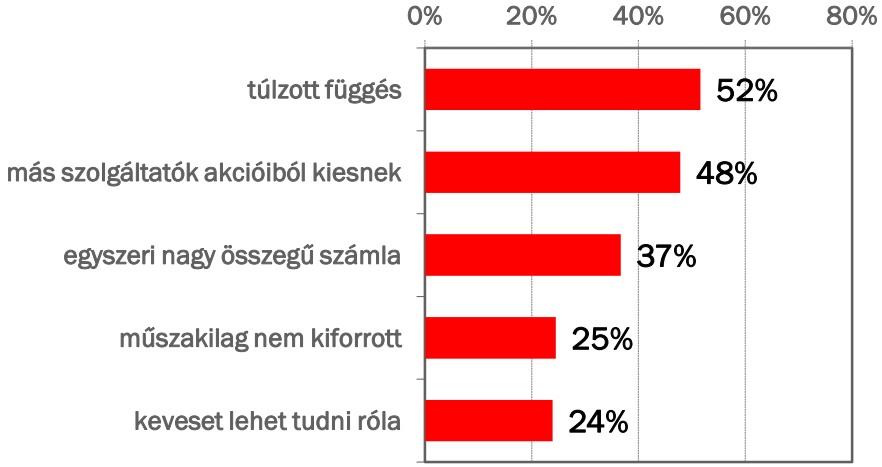
Bundled-szolgáltatás értékelése összességében



Bundled-szolgáltatás előnyei
(5-ös skálán top2box-arány)



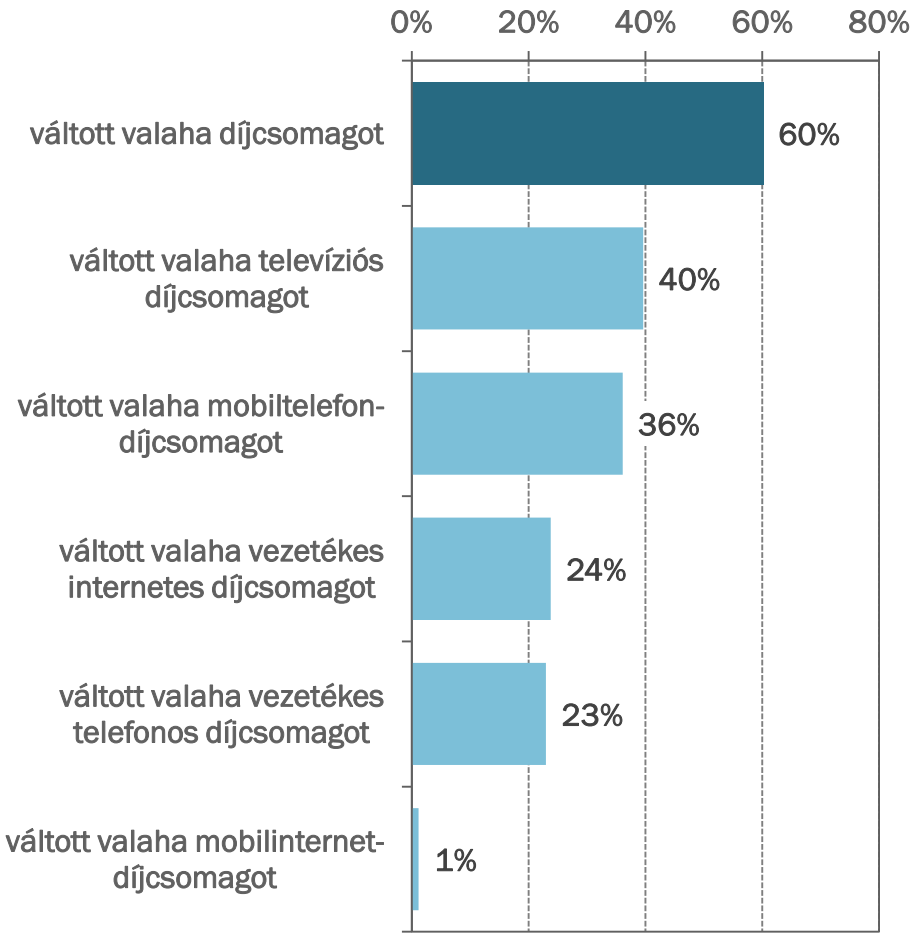
Bundled-szolgáltatás hátrányai
(5-ös skálán top2box-arány)

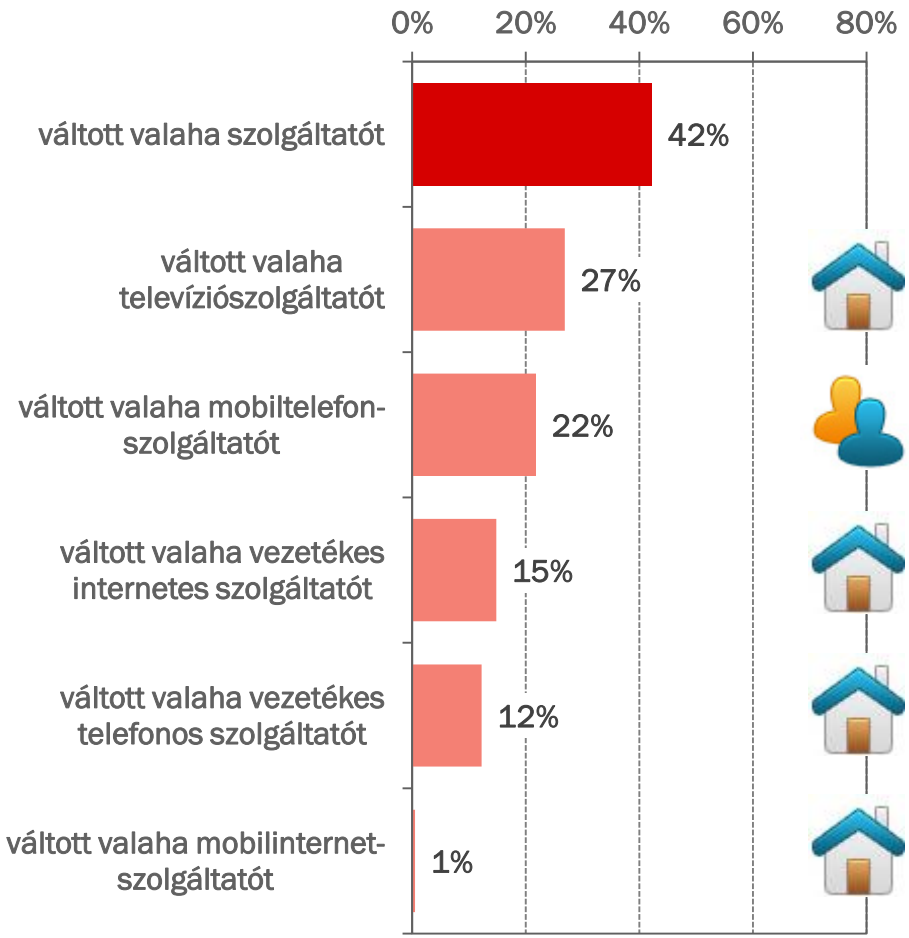


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2017)

FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG, FOGYASZTÓVÉDELEM

ÖSSZESÍTETT ÜGYFÉLMÚLT



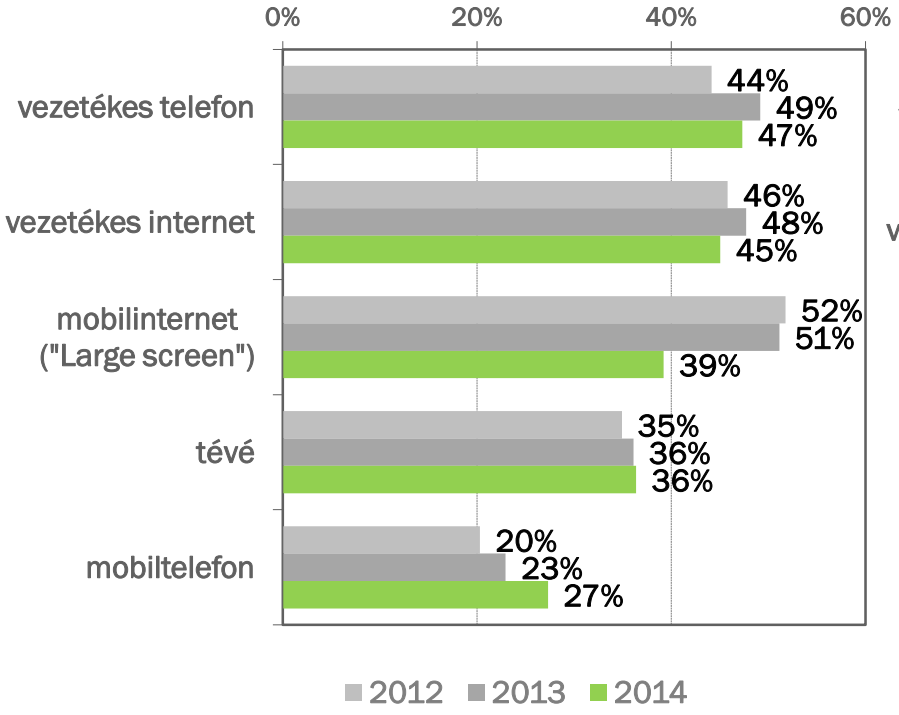


Bázis: Az adott szolgáltatást igénybe vevők

HŰSÉGSZERZŐDÉSEK

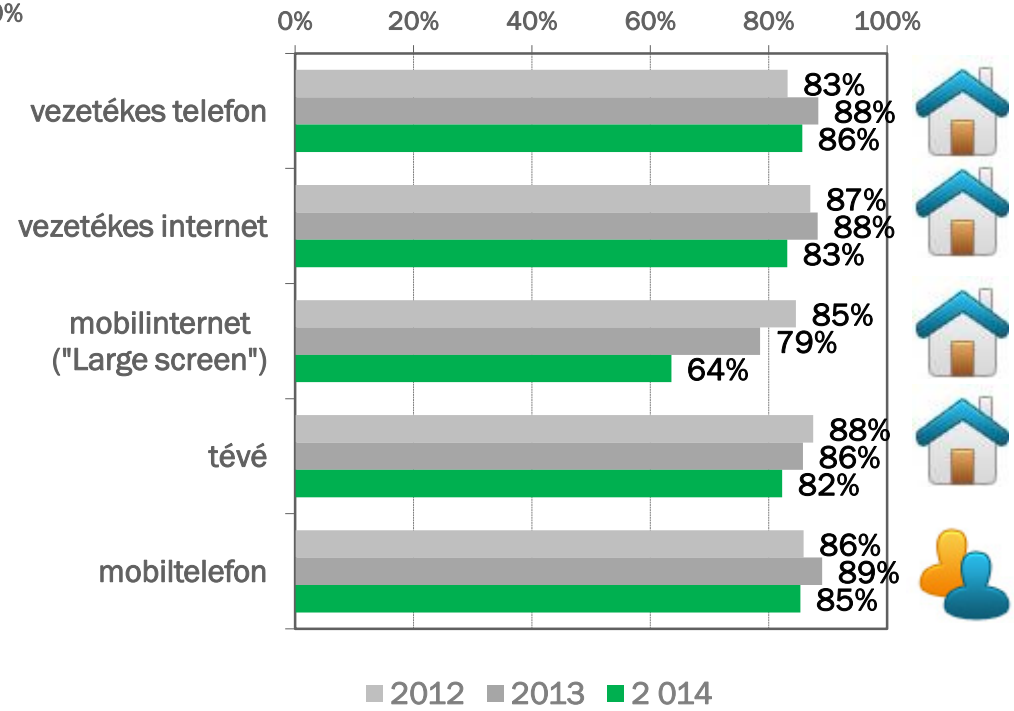
Az elmúlt évben a hűségszerződések gyakorisága a mobiltelefon-előfizetések körében nőtt, azonban még így is csupán az előfizetések 27%-ához tartozik hűségszerződés. Ha csak a post-paid előfizetéseket vizsgáljuk, azok körében ez az arány 45%. Szinte mindegyik részpiacon a túlnyomó többség szerint megérte hűségszerződést kötni, még ha ez a megítélés valamivel romlott is 2013-hoz képest. A mobilinternet-előfizetések esetében alacsony a hűségszerződések aránya, és kevésbé is elégedettek a kötöttséggel az előfizetők, mint más részpiacokon.

Hűségszerződések gyakorisága az egyes részpiacokon



Bázis: Adott szolgáltatással rendelkező háztartások, illetve személyek

Azok aránya, akik szerint megérte megkötni a hűségszerződést

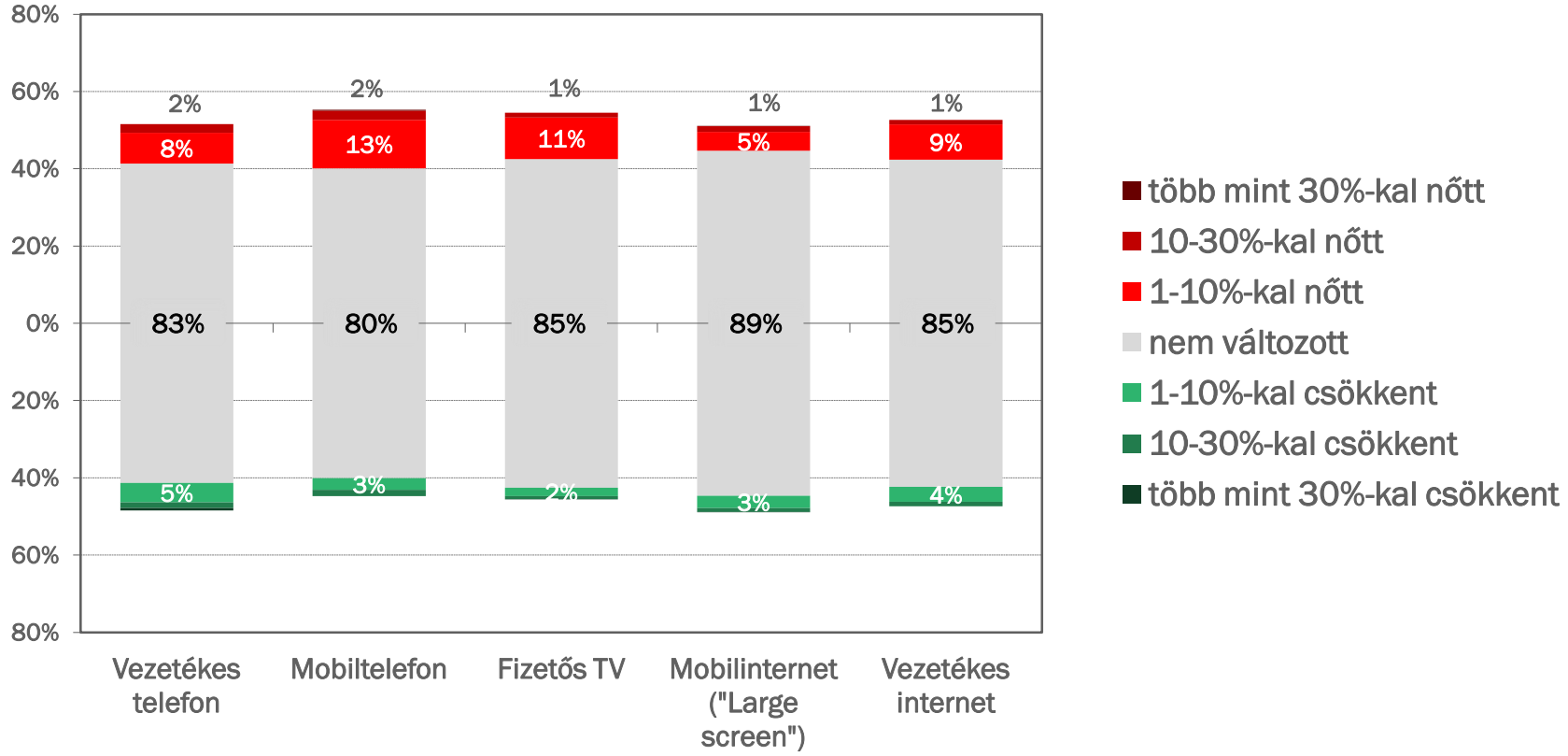


Bázis: Hűségszerződéssel rendelkező háztartások, illetve személyek

ÁRPERCEPCIÓ

A fogyasztók nagy része a távközlési piacokon lényegében változatlannak érzékeli az árakat. A drágulást érzékelők aránya minden szolgáltatásnál a tavalyi év után tovább csökkent.
A mobiltelefonálás esetében is az előfizetők döntő többsége változatlan árat érzékel (80% az előző évi 72%-kal szemben), míg a drágulást érzékelők aránya 15%-ra csökkent a 2013-as 23%-ról. A vezetékes telefon esetében ugyancsak jelentősen csökkent a drágulást érzékelők aránya (15%-ról 10%-ra).

Hogy érzékeli, az elmúlt egy évben hogyan változott a ... ára?

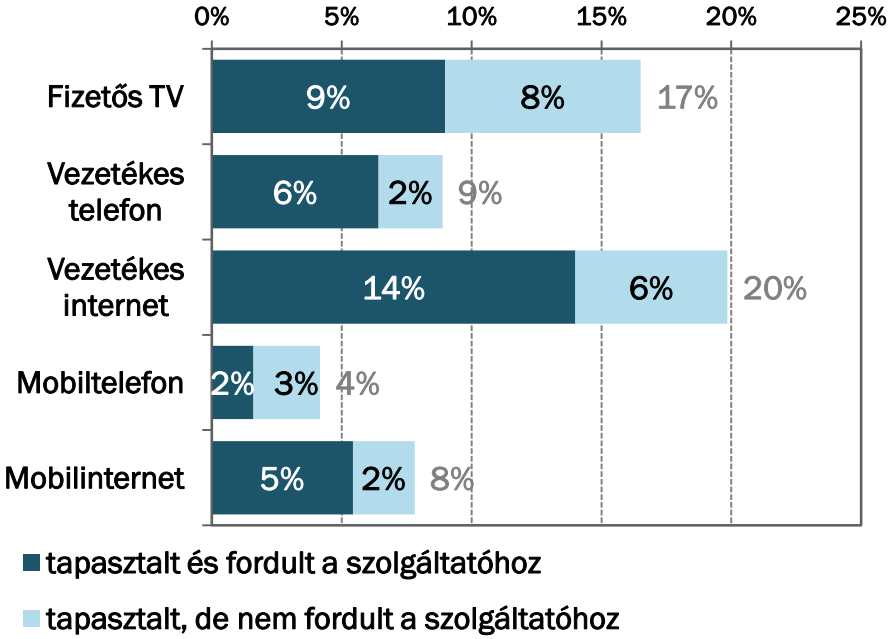


Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások

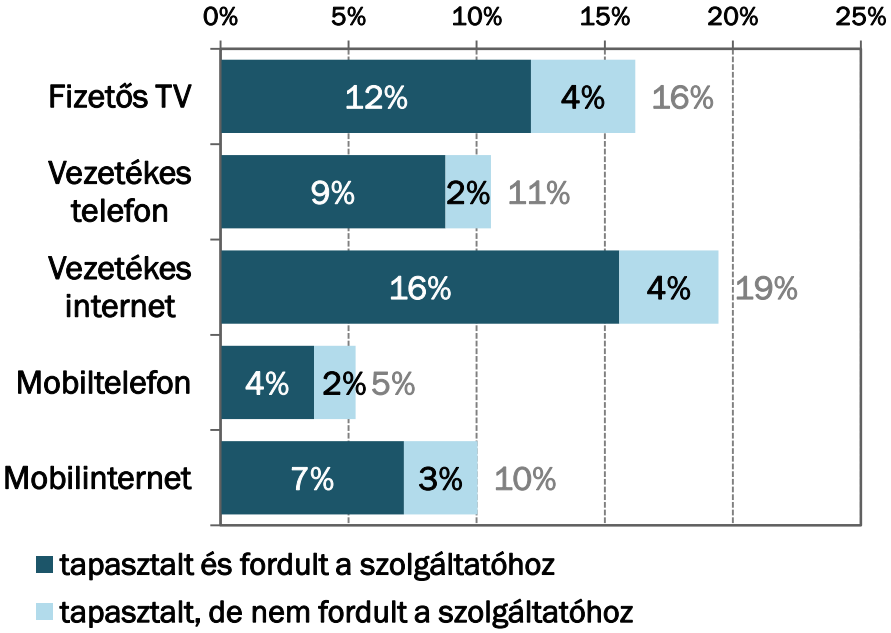
PROBLÉMA ELŐFORDULÁS AZ EGYES RÉSZPIACOKON

A háztartások 22%-a találkozott távközlési vagy telekommunikációs szolgáltatással kapcsolatos problémával az elmúlt egy évben. A legtöbb probléma a vezetékesinternet-szolgáltatás, valamint a fizetős tévészolgáltatás területén fordult elő. Hasonló képet mutattak egy 2013-as országos felmérésünk adatai. Az aktív korú, gyermekes háztartásban élők nagyobb arányban fordultak a szolgáltatókhoz a fizetős tévét (17%), illetve a vezetékes internetes (18%) előfizetést érintő problémákkal, mint a többiek.

Tapasztalt-e bármilyen problémát ezekkel a szolgáltatásokkal kapcsolatban az elmúlt egy évben? (2013*)



Tapasztalt-e bármilyen problémát ezekkel a szolgáltatásokkal kapcsolatban az elmúlt egy évben? (2014)



*Forrás: NMHH Participációs fogyasztói érzékelésvizsgálat, 2013

Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások