



Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében 2016

Piackutatás az NMHH részére  
Ariosz Kft.

Készült a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából

Kutatóműhely: Ariosz Kft.

Az adatfelvétel időpontja: 2016.10.05 – 2016.11.02.

Módszer: Személyes megkérdezés standard kérdőívvel

Mintanagyság: 2020 háztartás, illetve személy

Az interjúk átlagos időtartama: 48 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                      | helyhez kötött (telefon vagy internetelési) technológia                                                                                     |
| Bundled                 | több vezetékes szolgáltatás vagy legalább egy vezetékes és egy mobil szolgáltatás igénybevétele ugyanannál a szolgáltatónál közös számlával |
| MBB                     | mobilinternet-kapcsolat (mobile broadband), beleértve a „Large Screen” 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                                                                                                                          |
| $\Sigma$                | összesen                                                                                                                                    |



NMHH

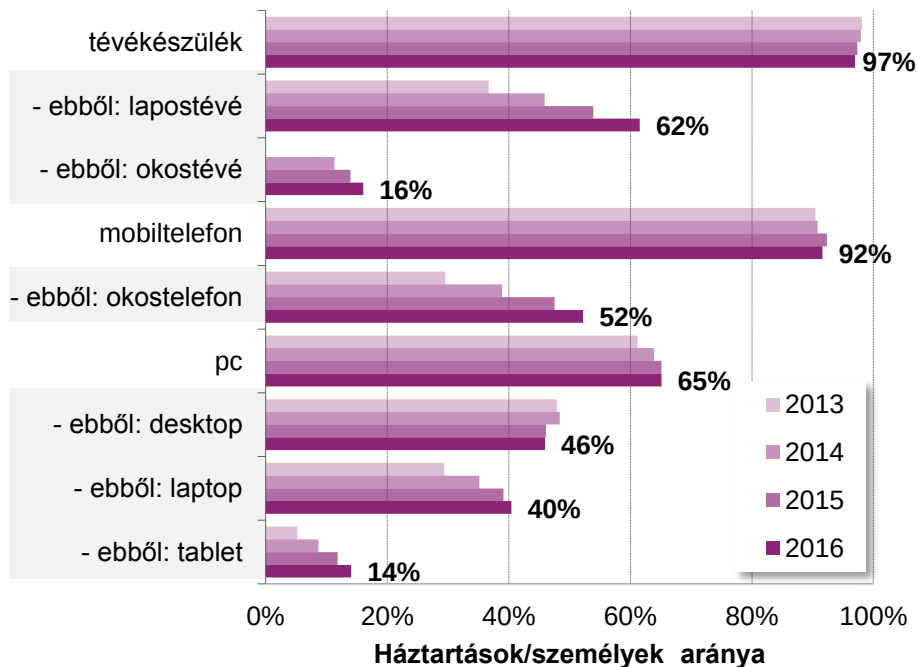
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# ÁTTEKINTÉS

# INFOKOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK

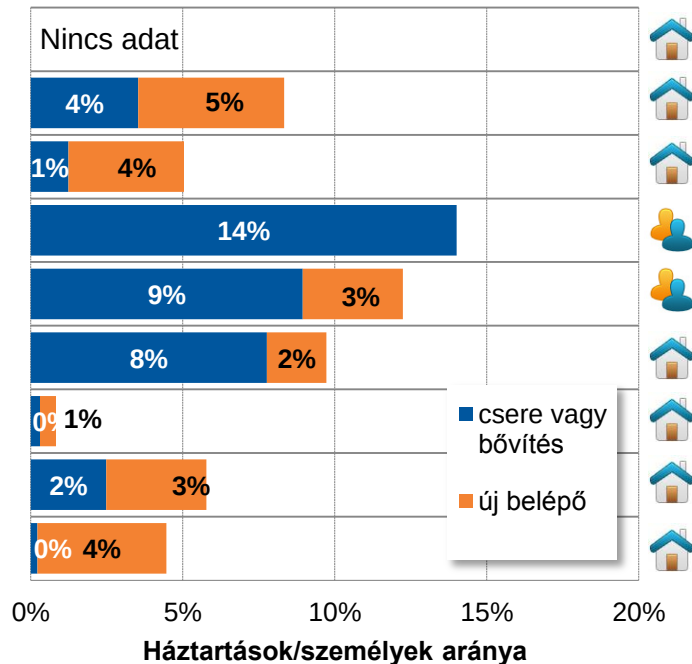
A háztartások 10%-a (közel 400 ezer háztartás) tervez számítógépet vásárolni a következő évben. 2016 már a 6. olyan év, hogy több laptopot terveznek venni, mint desktopot. A lappal rendelkező háztartások részaránya a 2011-es 21%-ról mostanra már 40%-ra nőtt. Az ellátottságban a legnagyobb arányú növekedést a lapostévé és az okostelefon esetében mértük. Tablet jelenleg a háztartások 14%-ában található, és ez a szám a tervek alapján 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=2020)

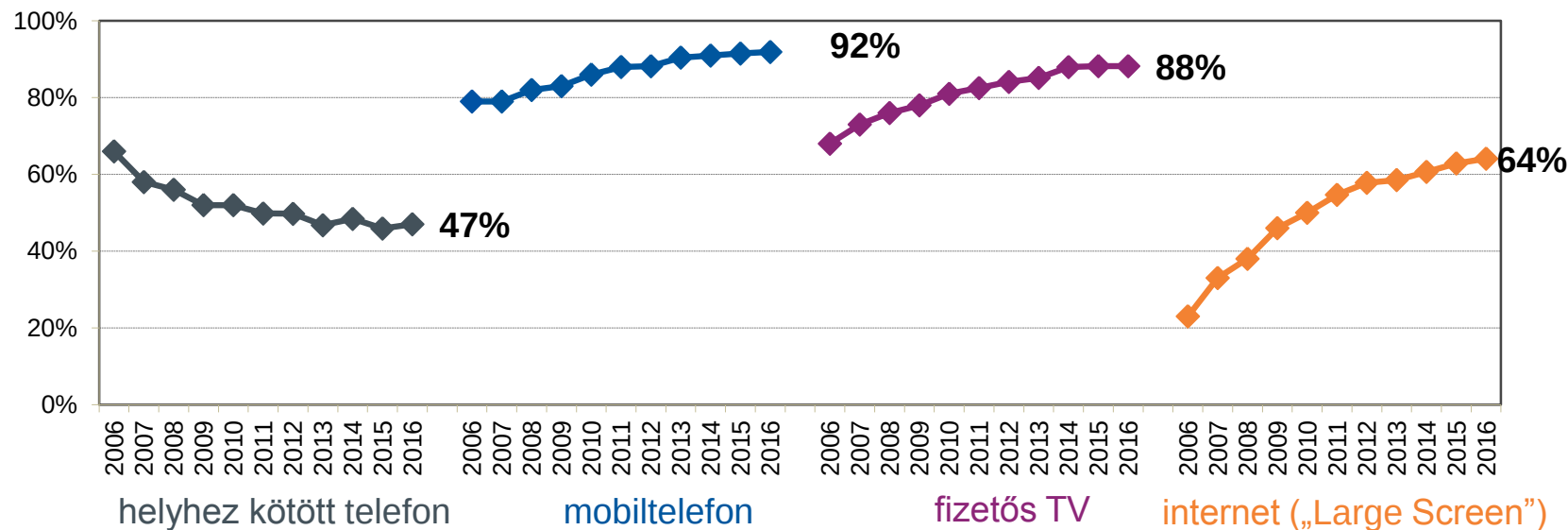
## Vásárlási szándékok



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy  
(N=4,106 millió HT, illetve 8,59 millió fő, n=2020)



Lelassult a háztartások fizetős tévével és mobiltelefonnal való ellátottságának növekedése, ugyanakkor megállt a vezetékes telefon igénybevételének csökkenése. Az internettel rendelkező háztartások aránya 2015-höz képest nem változott jelentősen, a növekedési ütem itt is lassult.



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)

| háztartások<br>száma<br>millióban | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| helyhez k.<br>telefon             | 2,66 | 2,33 | 2,24 | 2,10 | 2,08 | 1,99 | 1,99 | 1,92 | 1,99 | 1,88 | 1,93 |
| mobiltelefon                      | 3,15 | 3,17 | 3,17 | 3,33 | 3,44 | 3,52 | 3,53 | 3,71 | 3,73 | 3,76 | 3,78 |
| fizetős TV                        | 2,63 | 2,82 | 2,94 | 3,11 | 3,23 | 3,30 | 3,37 | 3,50 | 3,61 | 3,62 | 3,62 |
| internet                          | 0,93 | 1,33 | 1,49 | 1,86 | 2,00 | 2,19 | 2,31 | 2,40 | 2,49 | 2,58 | 2,63 |



A háztartások 22%-ában csak egyféle helyhez kötött szolgáltatásra fizetnek elő, ebből leggyakoribb a csak tévére előfizetés (18%). Továbbra is a háztartások egyharmada (34%) rendelkezik mindhárom szolgáltatással. A két helyhez kötött szolgáltatást használók aránya 37%. A különféle szolgáltatáskombinációk előfordulási aránya nem változott az elmúlt két évben.

## 2014

Helyhez kötött telefon  
összesen:

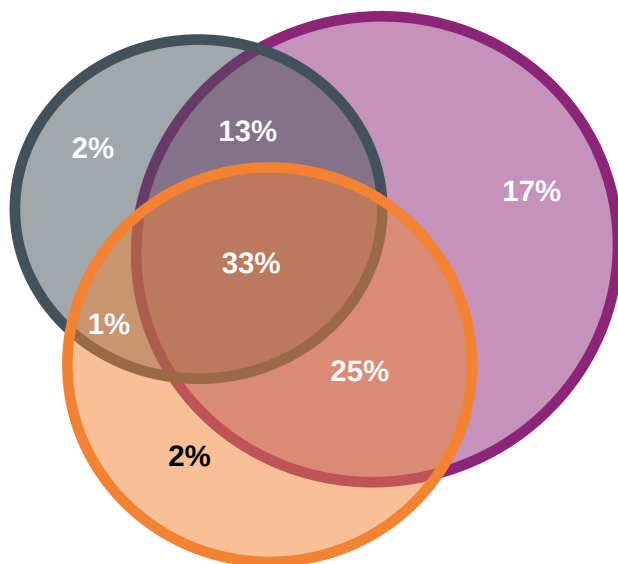


48%

Fizetős TV  
összesen:



88%



Internet („Large Screen”)  
összesen:



61%

## 2016

Helyhez kötött telefon  
összesen:

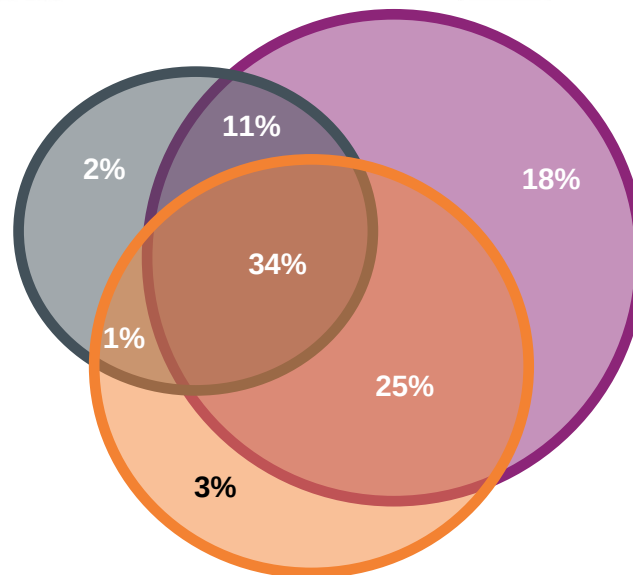


47%

Fizetős TV  
összesen:



88%

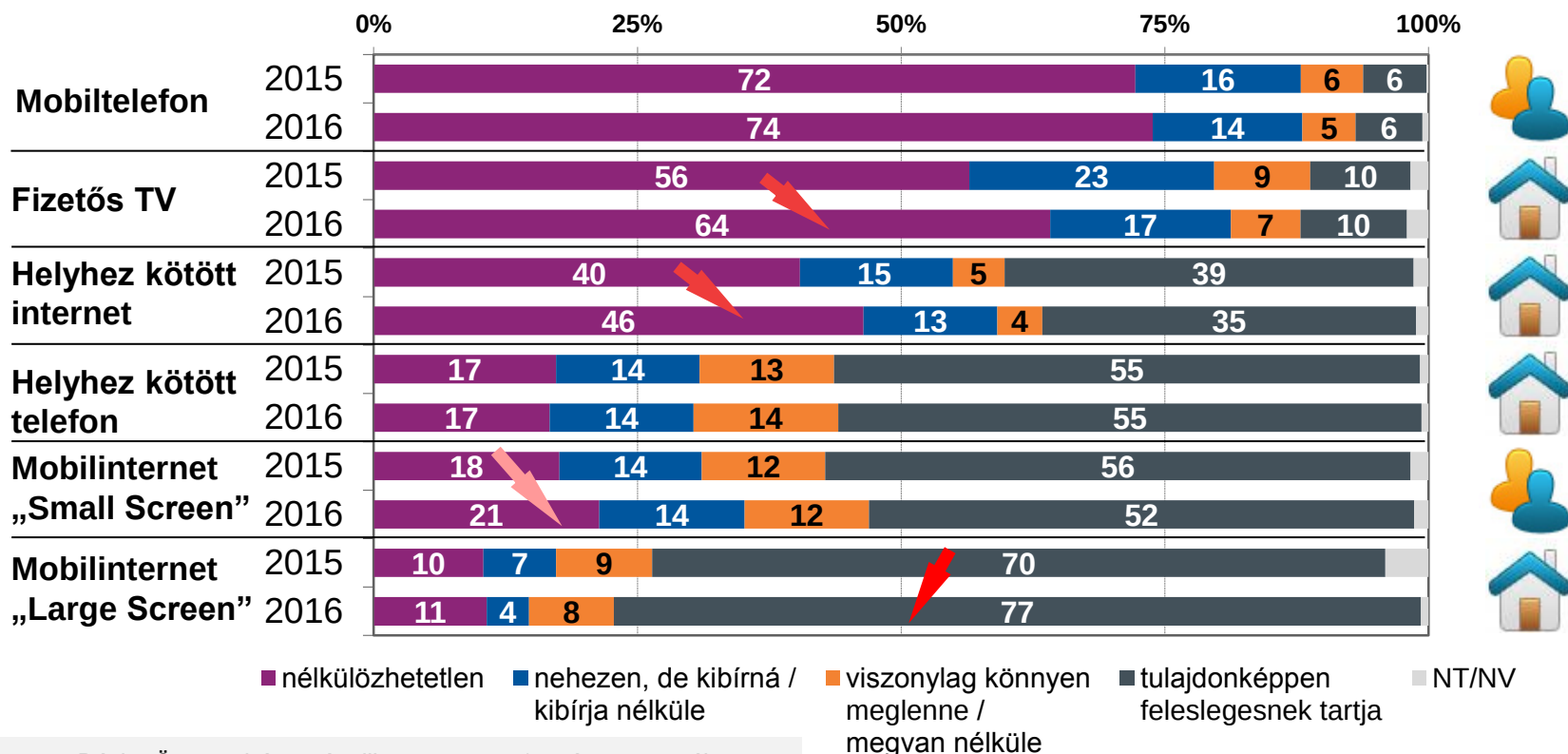


Internet („Large Screen”)  
összesen:



64%

A lakosság továbbra is a mobiltelefont tartja a legfontosabb távközlési szolgáltatásnak – 74% azok aránya, akik nélkülözhetetlennek tartják, további 14% csak nehezen lenne meg nélküle. Nőtt a fontossága tavaly óta a tévének, a helyhez kötött internetnek és a „Small Screen” mobilinternetnek. A „Small Screen” internet a fiatalabb generációk számára jelent nagy vonzerőt: a 14-29 évesek közel fele nélkülözhetetlennek tartja (míg tavaly még csak egyharmaduk tartotta annak). Ezzel szemben a „Large Screen” mobilinternet úgy tűnik, veszít jelentőségéből.



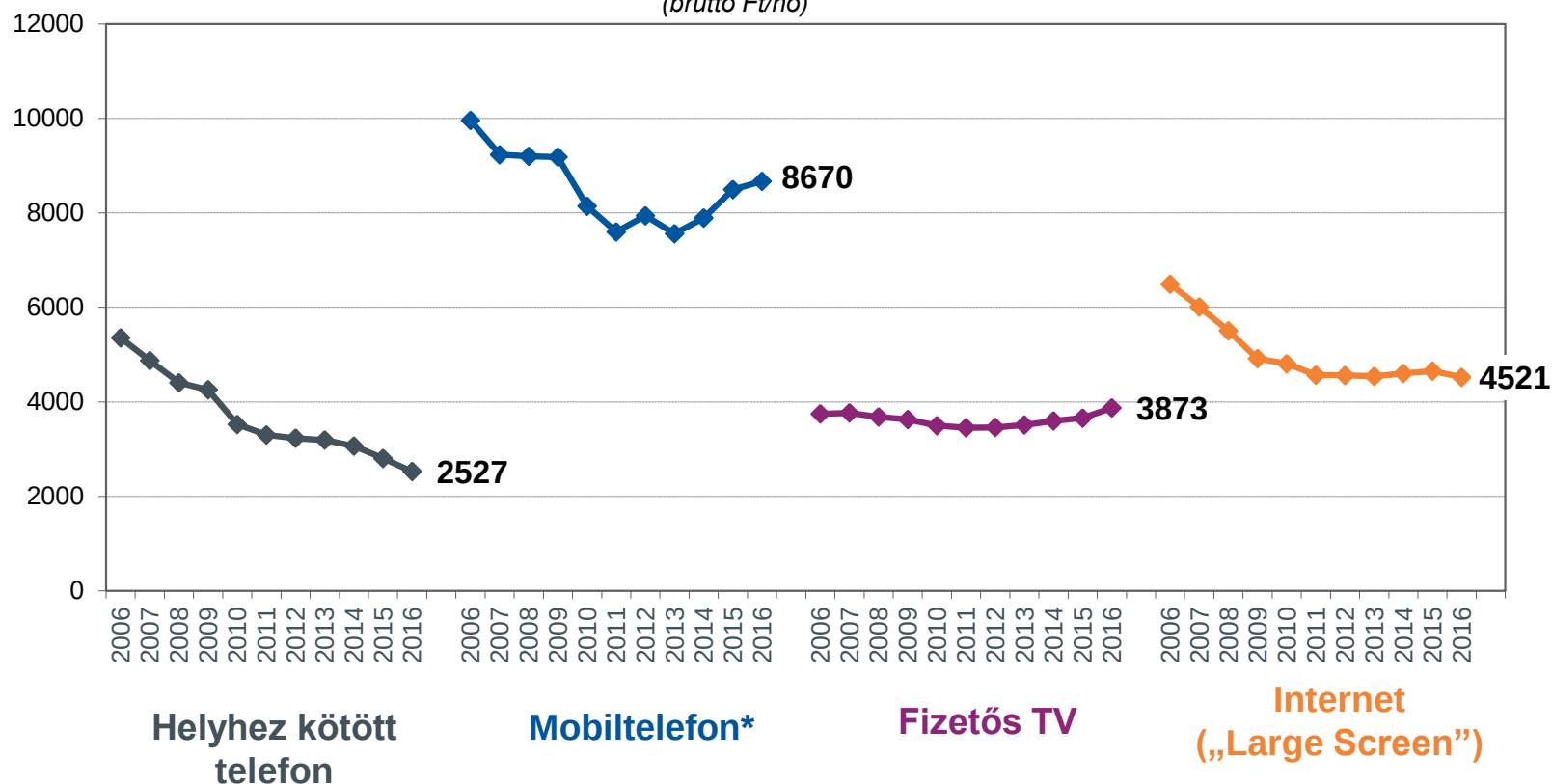
Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy  
(N=4,106 millió HT, illetve 8,59 millió fő; n=2020)





A háztartások átlagos távközlési kiadásai a helyhez kötött telefon részpiacán továbbra is csökkenő tendenciát mutatnak. A fizetős tévé és a helyhez kötött internet esetében inkább stagnálásról beszélhetünk. Az átlagos mobiltelefon-költségek az előző évek jelentősebb növekedését követően 2015 és 2016 között lényegében stagnáltak.

Háztartások átlagos kiadásai részpiaconként  
(bruttó Ft/hó)

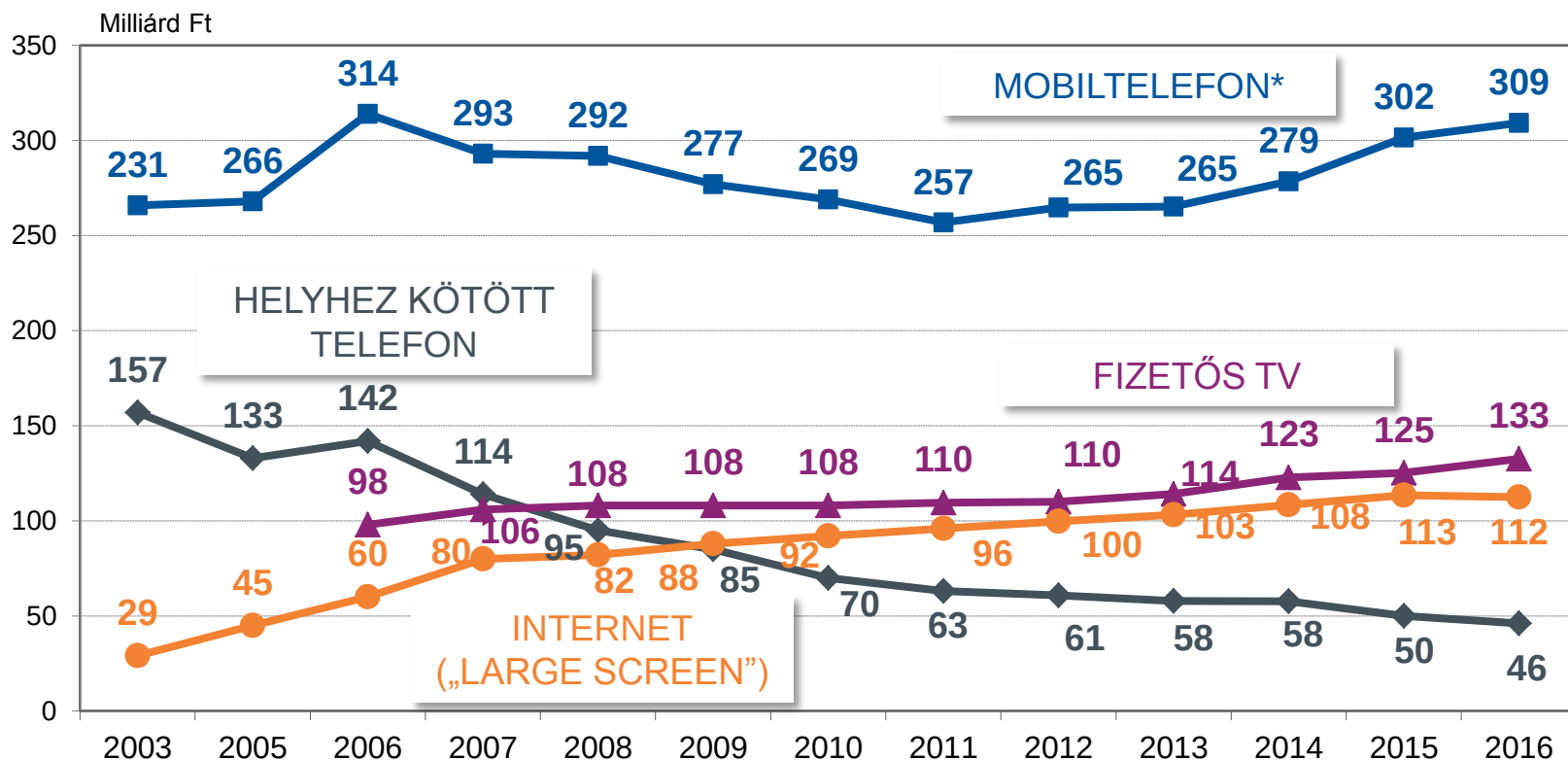


Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások (pontos számokat lásd: 6. slide)

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



Amíg a helyhez kötött hang-piac árbevétele csökkent, addig a mobiltelefon-piac és a fizetőstévé-piac árbevétele is bővült valamelyest 2016-ban. A „Large Screen” internetes költségek idén nem növekedtek tovább.



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)

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

A lakossági piac mérete 2016-ban nettó 600 Mrd Ft. (2014: 568, 2015: 590)



NMHH

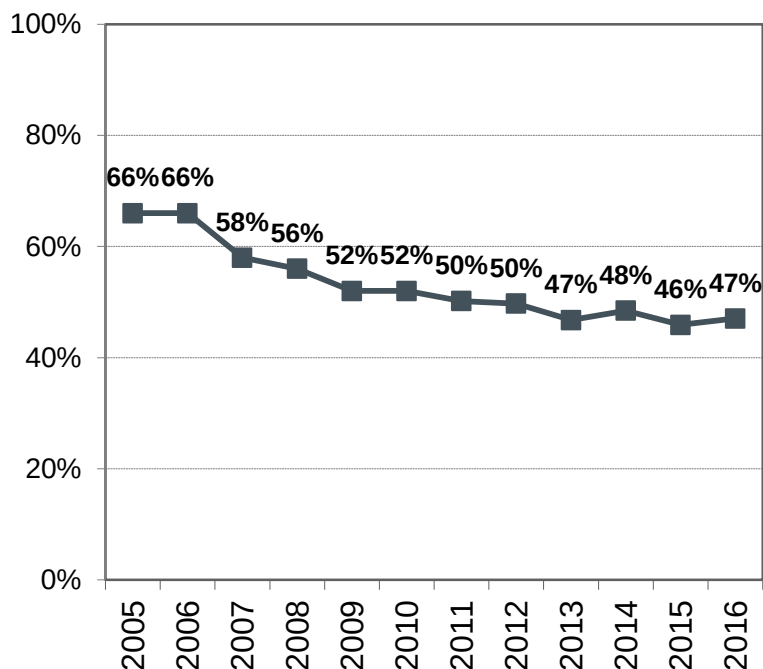
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON PIACA



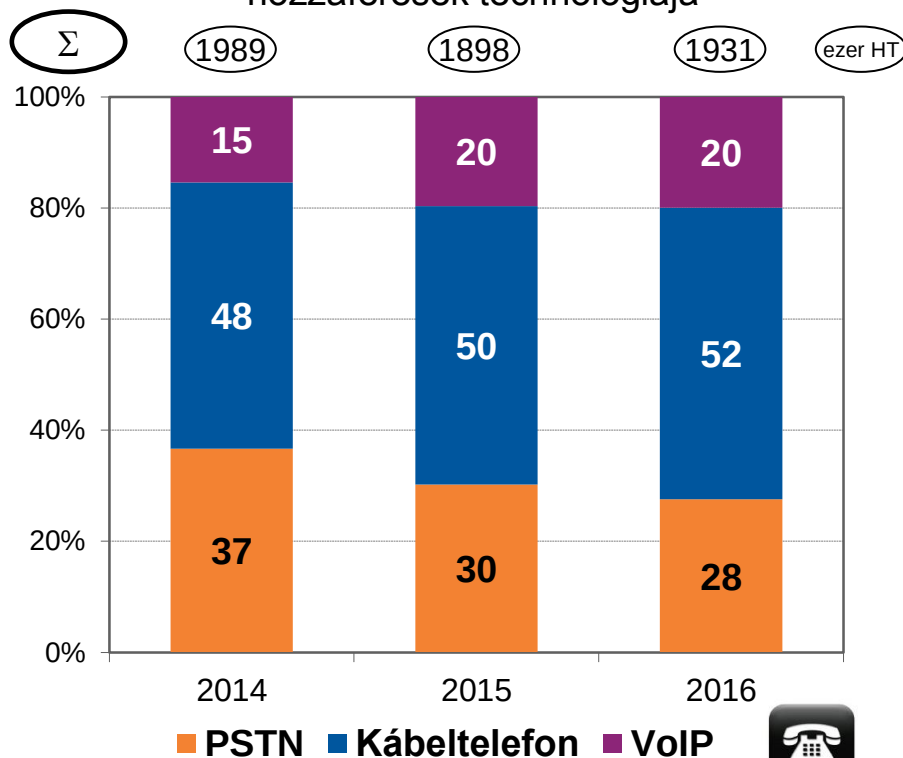
2013 óta nem csökken tovább a helyhez kötött telefonnal rendelkező háztartások aránya: a háztartások 47%-ában van helyhez kötött telefon. A tavalyi jelentős (öt százalékpontos) VoIP-os növekedés (az ősszel felmért háztartások percepciója alapján) 2016-ban nem folytatódott. A helyhez kötött telefonos előfizetéshez a háztartások 5%-ának nincs is telefonkészüléke. Ez elsősorban a fiatalabb gyermekes családokra jellemző.

A háztartások helyhez kötött  
telefonnal való ellátottsága



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)

A helyhez kötött telefonos  
hozzáférések technológiája

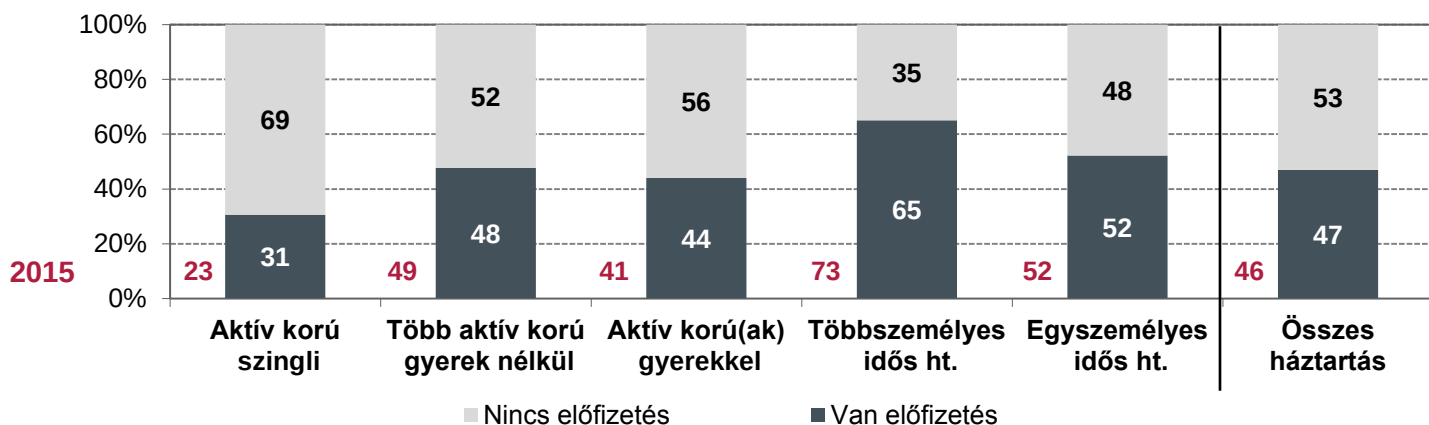


Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetések (N=1,93 millió HT, n=1024)



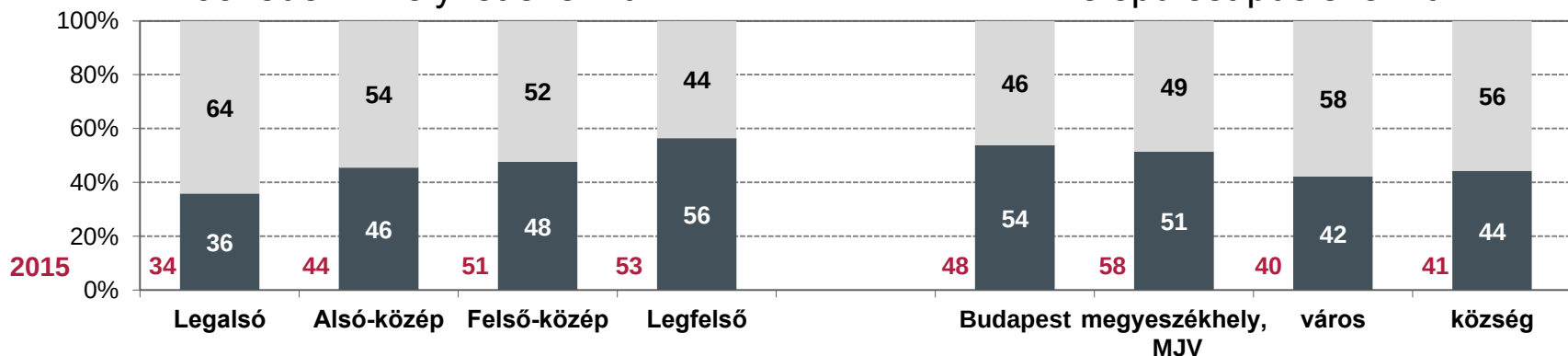
A helyhez kötött telefonok aránya az átlagosnál jóval alacsonyabb az egyfős aktív korú háztartásokban, azonban ebben a körben tavalyhoz képest nőtt az arány. A legmagasabb arány a többfős idős háztartásokban van, itt azonban csökkenő a tendencia. A magasabb jövedelmű háztartások nagyobb arányban tartják meg a vezetékes telefont. A fővárosban valamelyest nőtt, a megyeszékhelyeken ellenben csökkent a vezetékes telefonnal rendelkezők aránya.

## Ellátottság a háztartások összetétele szerint



## Jövedelmi helyzet szerint

## Településtípus szerint

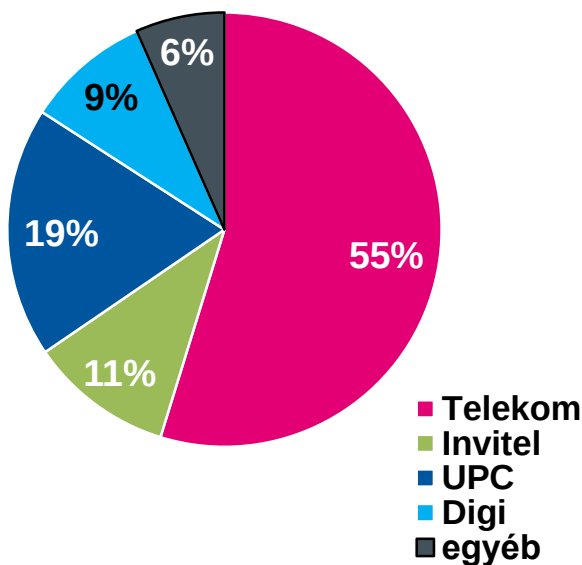


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)

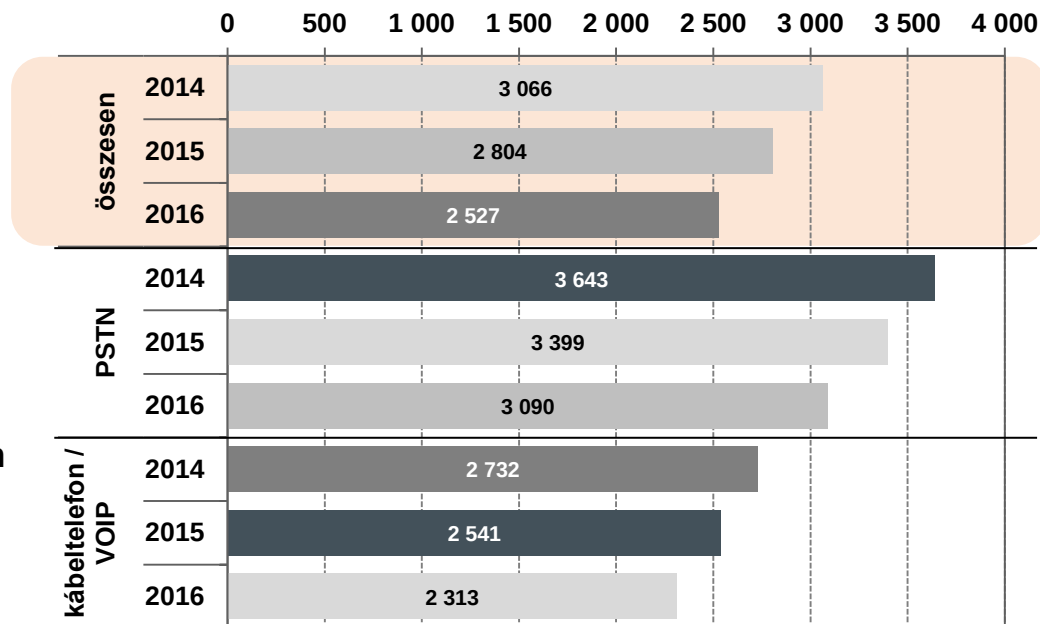


Bár az előfizetések száma alig változott, költség alapján számolva rohamosan csökken a helyhez kötött hang piacának mérete: két év alatt csaknem 18%-kal. Ez a csökkenés egyaránt megfigyelhető a PSTN technológia és a kábeltelefon, illetve VoIP technológia esetében is. A helyhez kötött hang piacon a szolgáltatók részesedése nem változott 2015 óta; továbbra is a Telekomnál van az előfizetések több mint fele.

**Szolgáltatói részesedések  
a lakossági helyhezköthang-  
piacon, árbevétel alapján**



**Költség technológia szerint  
(bruttó Ft/hó)**



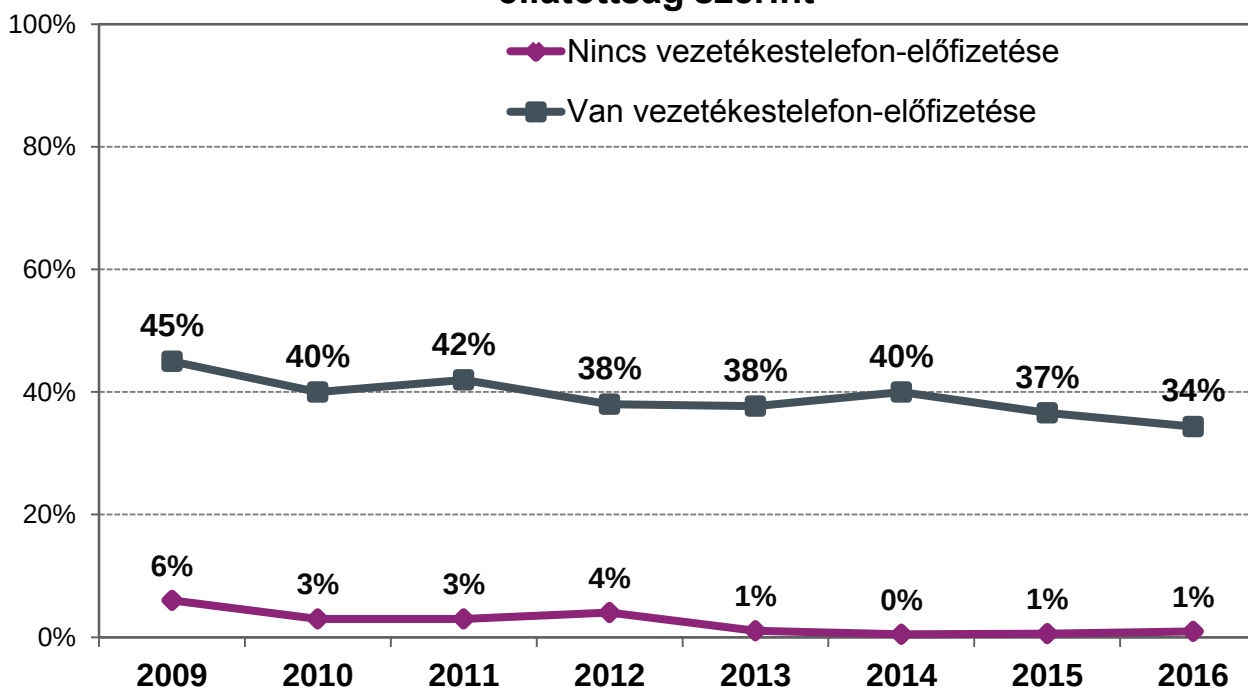
Bázis: Helyhezköthang-előfizetések (N=1,93 millió HT, n=1024)

A lakossági helyhezköthang-piac mérete évi nettó 46 Mrd Ft. (2015: 50 Mrd)



A helyhez kötött telefonos előfizetést a szolgáltatással rendelkező háztartásoknak is csak alig egyharmada tartja nélkülözhetetlennek. Ez az arány az elmúlt három évben évről évre egyre csökken. Ezzel párhuzamosan egyre növekvő mértékben tartják feleslegesnek a meglévő helyhez kötött telefonos előfizetésüket. A vezetékes telefonnal nem rendelkező háztartások közül most már évek óta tartósan csak 1% gondolja úgy, hogy feltétlenül szüksége lenne helyhez kötött telefonra.

**A vezetékestelefon-előfizetést nélkülözhetetlennek tartók aránya ellátottság szerint**



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (az összes háztartás 47, illetve 53%-a, N=1,93 millió HT, illetve N=2,17 millió HT, n=1024, illetve 996)

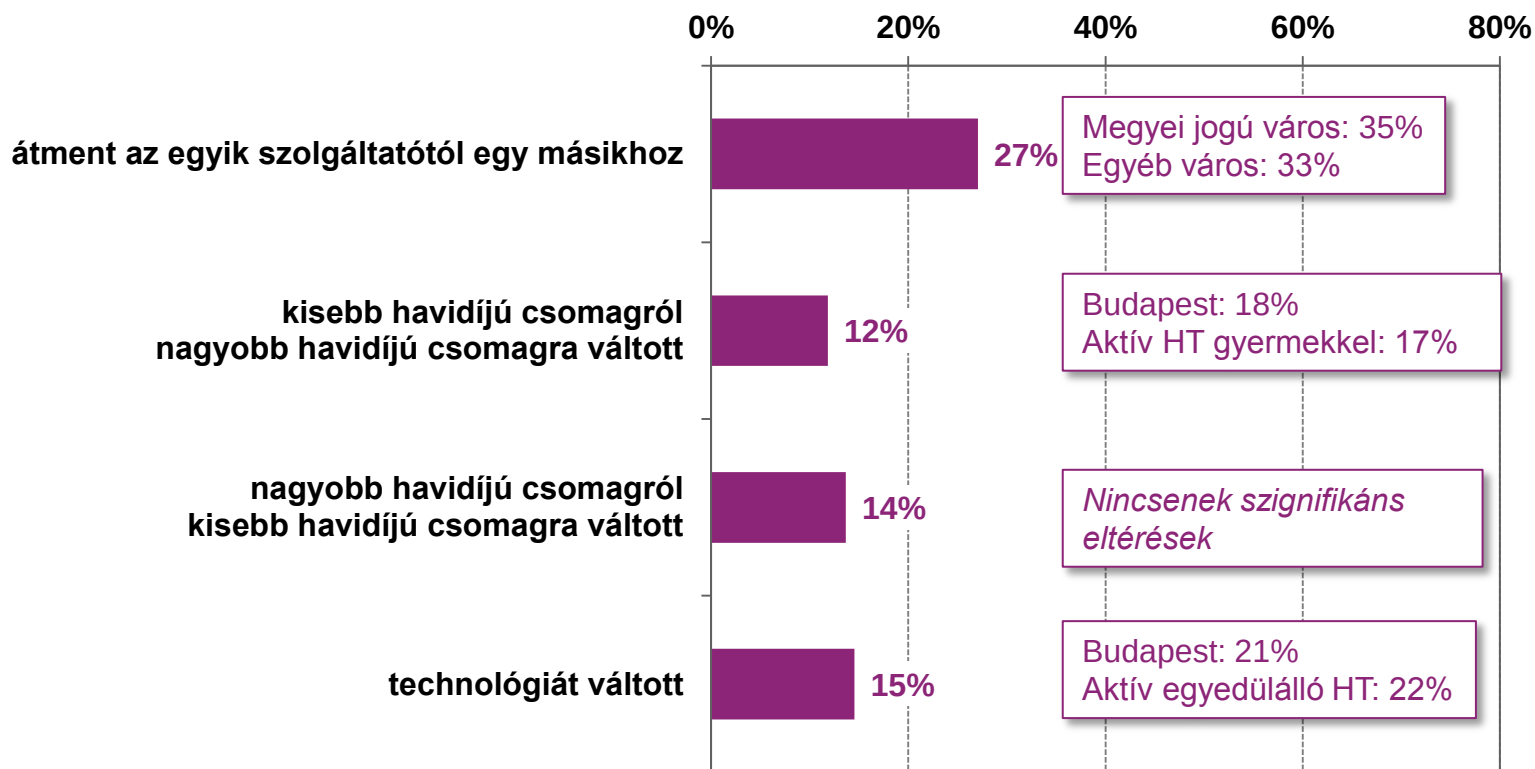


# HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONOS ÜGYFÉLMÚLT



A helyhez kötött telefonnal rendelkező háztartások 27%-a váltott szolgáltatót valaha is, mióta megvan az előfizetése. Ez az arány a vidéki városokban lényegesen magasabb, mint a fővárosban vagy a falvakban. A magasabb havidíjú csomagra történő upgrade az átlagosnál gyakoribb a budapesti és a gazdaságilag aktív gyermekes háztartások körében.

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



*Szignifikánsan magasabb értékek*

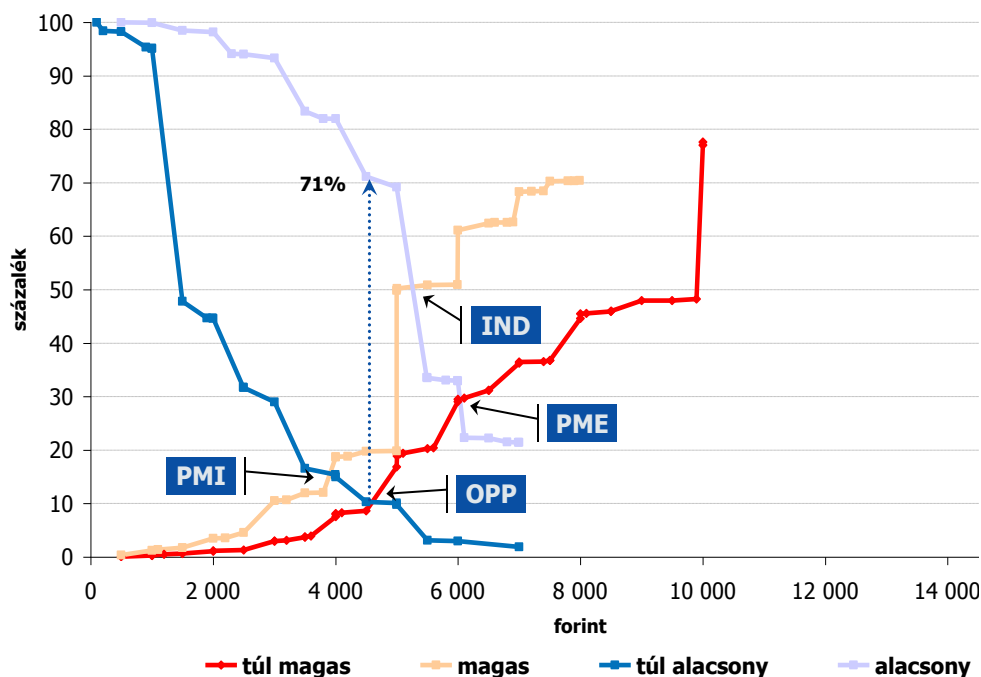
Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező háztartások (N=1,93 millió HT, n=1024)





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 gyanúsán olcsónak találnák ezt a szolgáltatást?

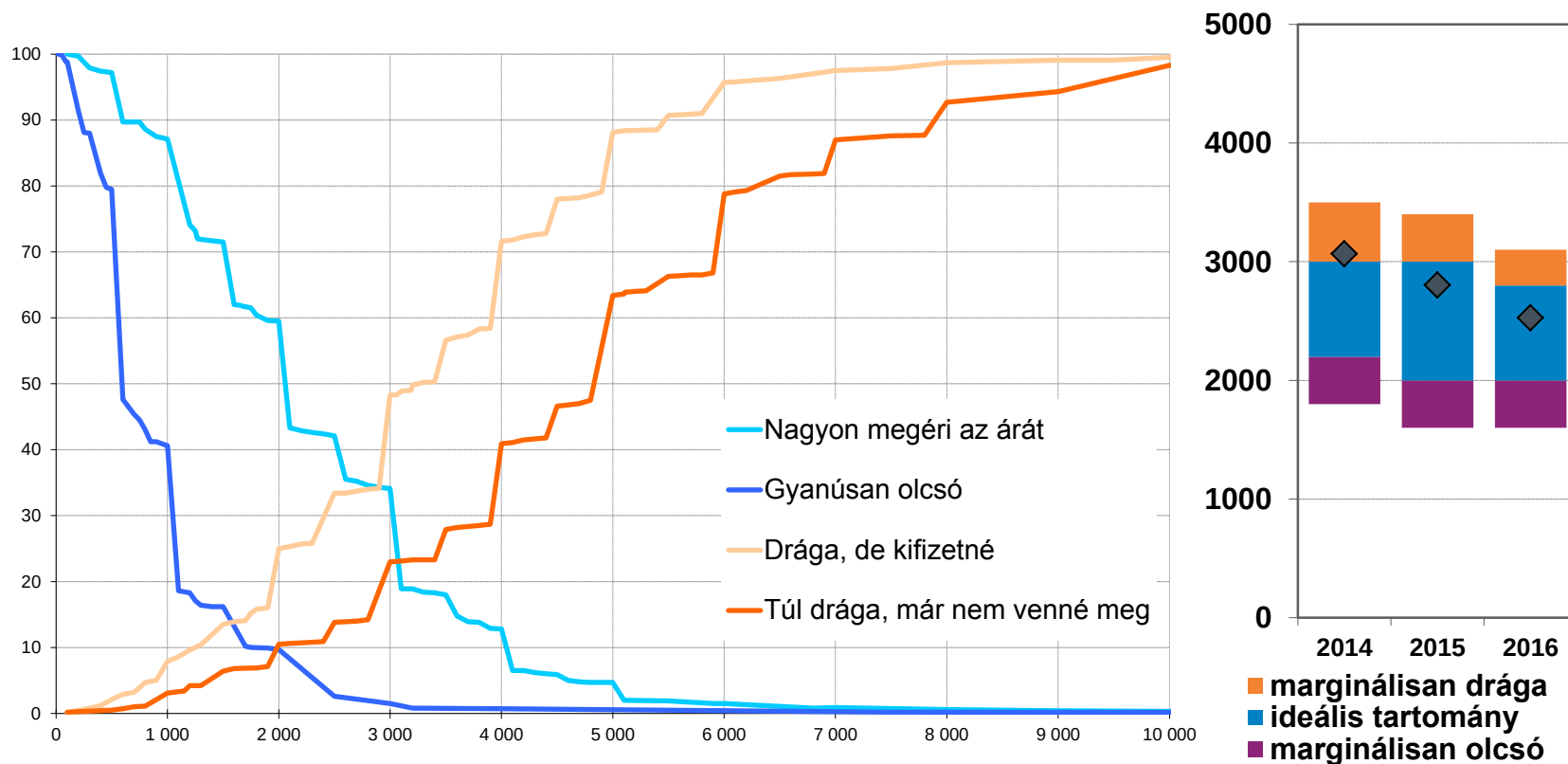


- PMI (point of marginal inexpensiveness): a szolgáltatást túl alacsony ára (azaz gyenge minősége) miatt elutasítók száma egyenlő az árat még elfogadókéval.
- IND (point of indifference): a szolgáltatást még megfizethetőnek tartók száma egyenlő a szolgáltatást olcsónak tartó személyek számával.
- OPP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





A helyhez kötött telefonos szolgáltatás ideális ártartományának felső értéke lejjebb került tavalyhoz képest: a tartomány felső határa évekig 3000 forint volt, 2016-ban azonban ez alá csúszott. Az alsó határ azonban maradt 2000 forint. Az átlagköltség pedig – mint már láttuk – folyamatosan csökken: a 2015. évi 2804 forintról 2016-ra 2527 forintra, és ezzel az ideális tartományon belül található.



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező vagy arra igényt tartó háztartások (N=2,05 millió HT, n=1079)

♦ átlagköltség

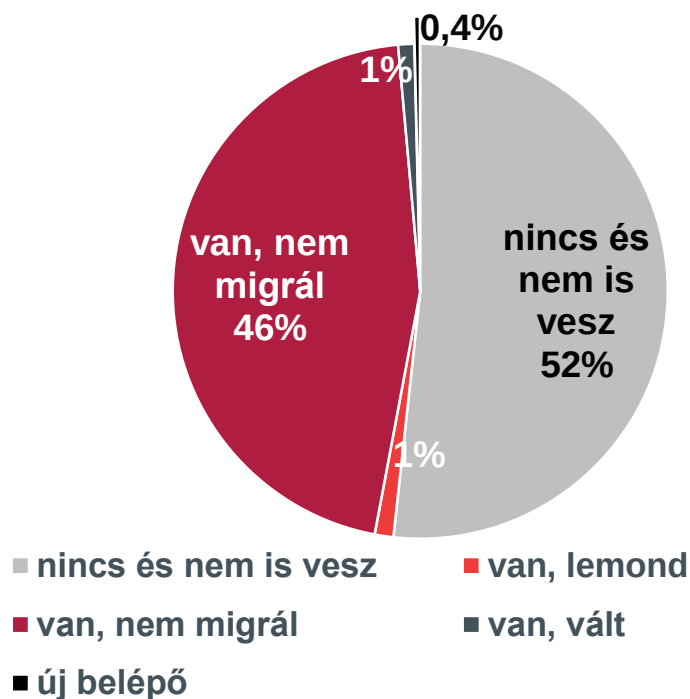


# MIGRÁCIÓ A HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON PIACÁN



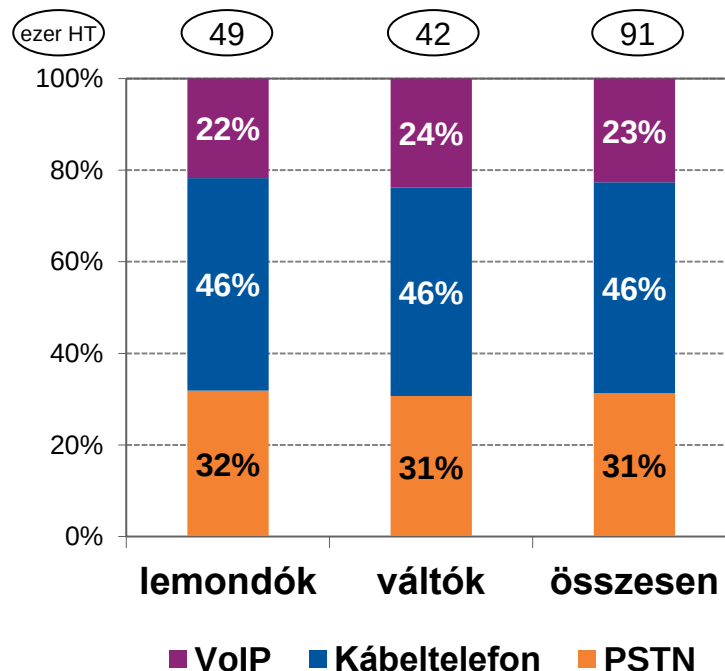
2015-ben 58 ezer, 2016-ban 49 ezer háztartás mondta azt, hogy a helyhez kötött telefonos előfizetésének lemondását tervezi. Ilyen távközlési szolgáltatás vásárlását ugyanakkor 2016-ban csak 16 ezer háztartás tervezte. A lemondást tervezőknek és a technológiát váltóknak is csaknem a fele kábeltelefonos.

**A háztartások migrációs kategóriái**



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)

**Az elhagyni tervezett technológiák\***



\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

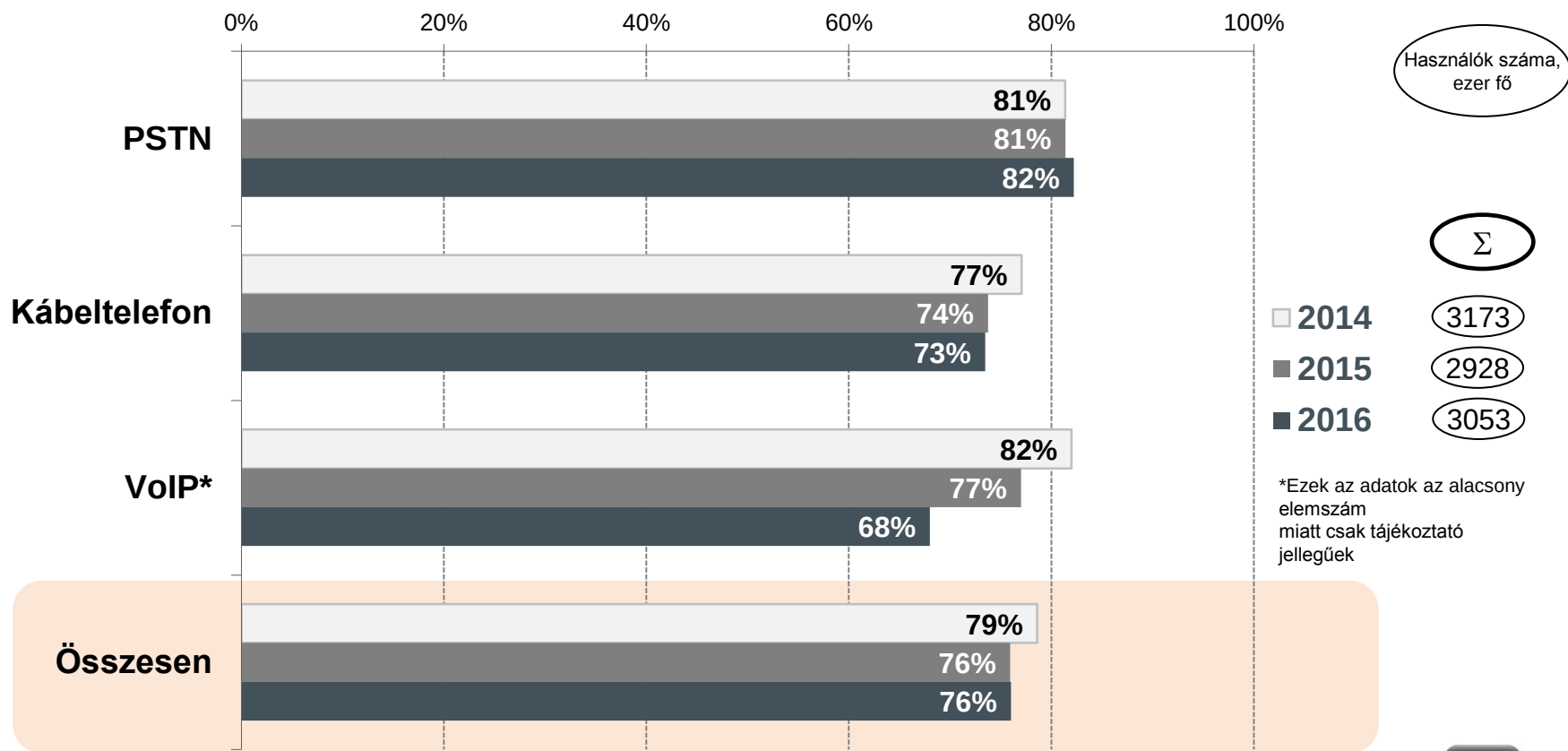
Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, migrációt tervező háztartások (N=91 ezer HT, n= 45)





Még ott, is ahol megmaradt, a háztartásokban élők közel egynegyede (jellemzően a fiatal családtag) nem használja a vezetékes telefont. A PSTN-t némileg nagyobb arányban használják, mint a kábeltelefont, mivel az idősebb korösszetételű háztartásokban ez a gyakoribb technológia.

## Ön szokta használni az itthoni vezetékes telefonjukat?



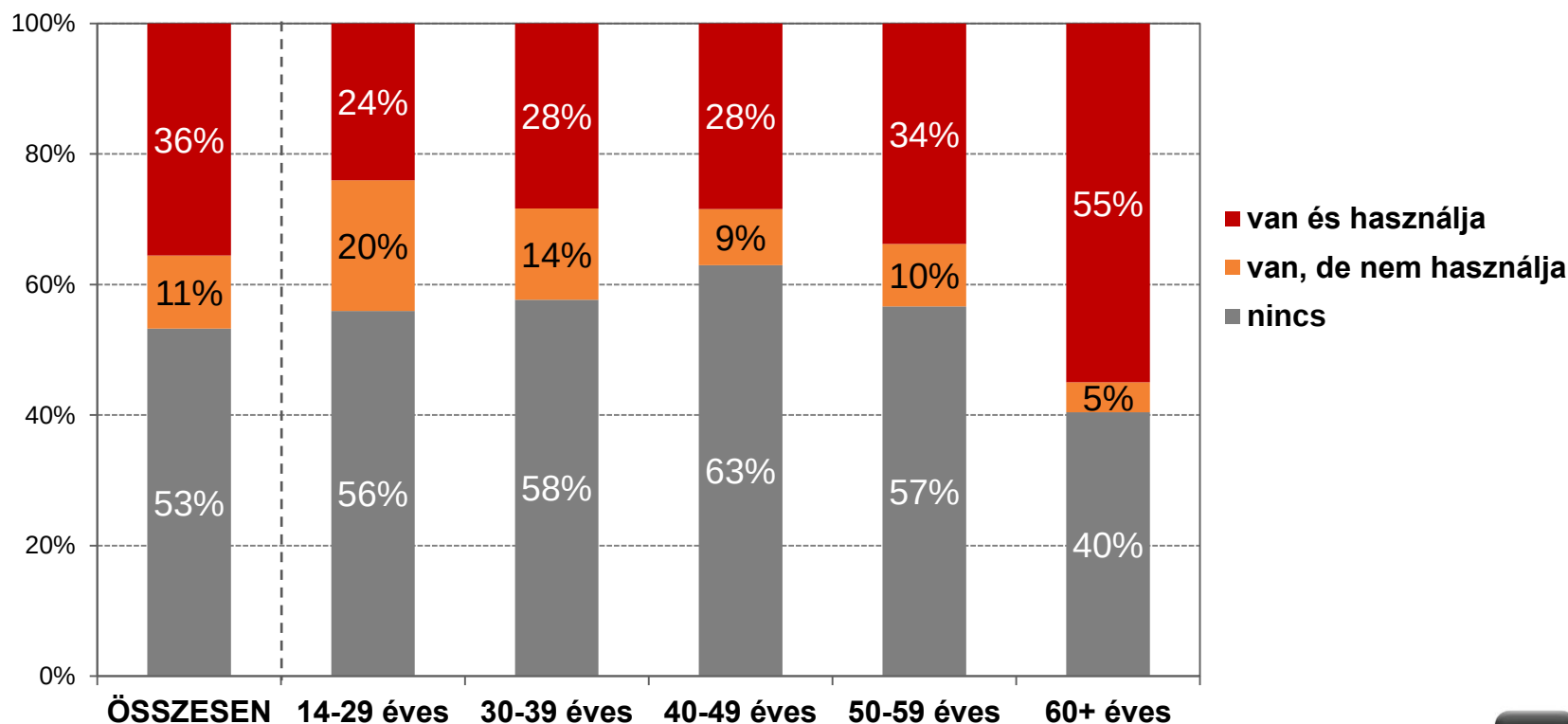
Bázis: Helyhez kötött telefonra szóló előfizetéssel rendelkező háztartásokban élő 14+ évesek (N=4,02 millió fő, n=1024)



# HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONOS ELŐFIZETÉS ÉS HASZNÁLATA KOR SZERINT



A 13 éven felüliek 53%-a él olyan háztartásban, ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés, 11%-uknál ugyan van, de nem használják. Míg a 30 év alatti, telefonnal rendelkezőknek kis híján felére (45%-ára) jellemző, hogy bár van otthon helyhez kötött telefon, de azt mégsem használják, a 60 éven felüli, telefonnal rendelkezőknél már csak 17%-ra jellemző ez a fajta magatartás.



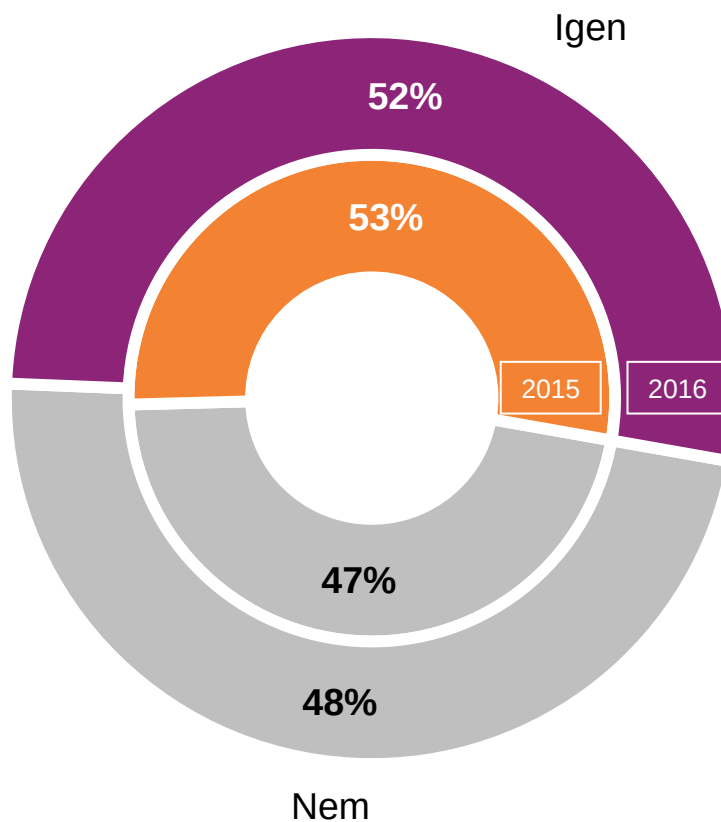
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,59 millió fő; n=2020)





A mobiltelefon térnyerését mutatja, hogy az otthoni helyhez kötött telefont használók fele (52%) szokott mobil hívásirányba telefonálni. Ez az arány nem változott számottevően az előző évhez képest (53%).

## Szokott itthoni vezetékes telefonjáról mobilt hívni?



Bázis: Helyhez kötött telefont használó személyek (N=3,06 millió fő, n=861)

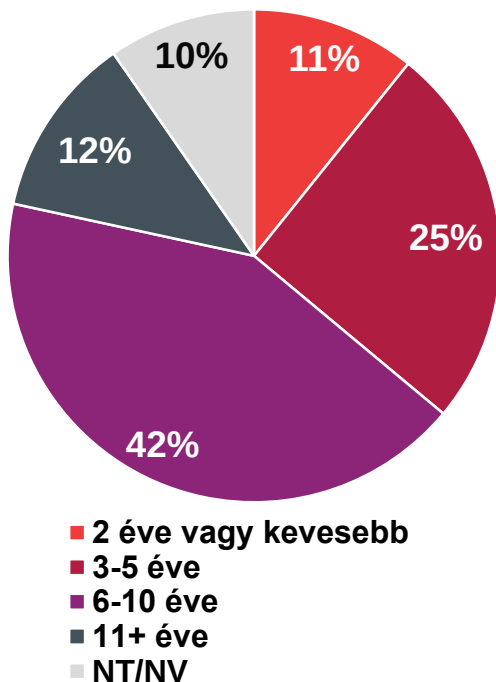


# HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONNAL NEM RENDELKEZŐK

A magyar háztartások 22%-a mondott le végleg a helyhez kötött telefonos előfizetésről valaha. A lemondások 54%-a már több mint 5 éve megtörtént, a két éven belül lemondók aránya csak 11%. A jelenleg telefonnal nem rendelkezők 57%-ának soha nem is volt telefonja abban a lakásban, ahol jelenleg lakik. A lemondott helyhez kötött telefont leginkább mobiltelefonnal helyettesítik, de egyre többen használnak VoIN-t (például Skype-ot) is: 2015-ben 42%, 2016-ban pedig 44%.

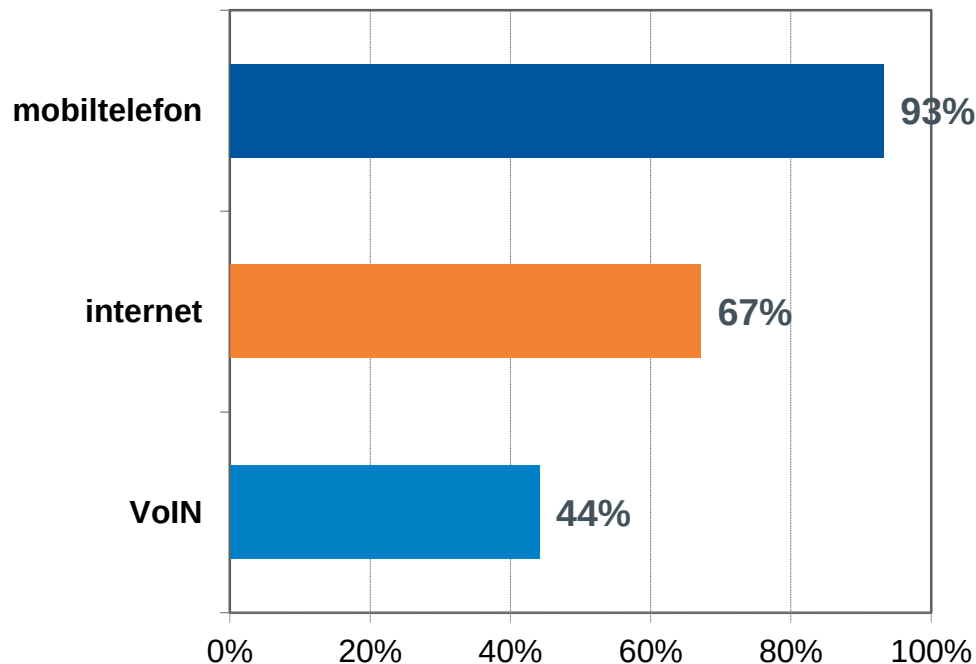


Mióta nincs vezetékes telefon a háztartásban?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetést korábban lemondó háztartások (N=898 ezer HT, n=431)

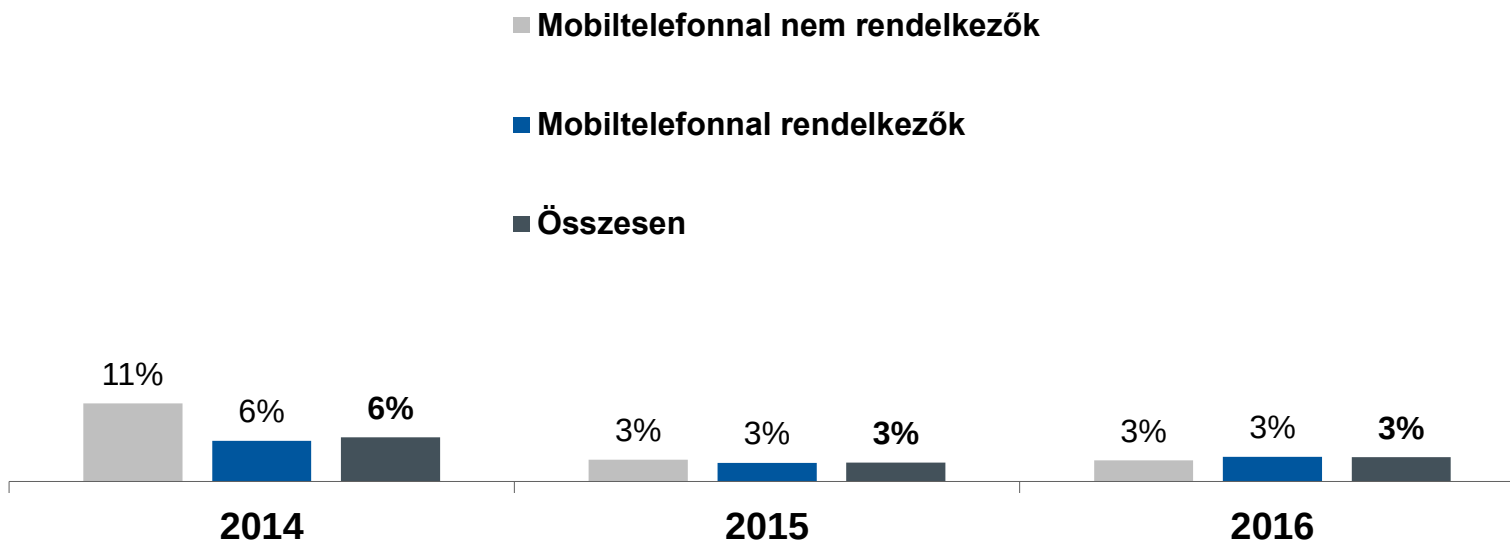
Más telekommunikációs eszközök használata



Bázis: Helyhez kötött telefonnal nem rendelkező háztartásban élő 14+ éves személyek (N=4,58 millió fő, n=996)



Nyilvános telefont a 13 év feletti lakosság 3%-a használt az elmúlt fél évben, ez jóval alacsonyabb arány, mint amit 2014-ben mértünk (6%), de megegyezik a tavalyival. Idén sem volt különbség a mobiltelefon-használók és nem használók között ebben a tekintetben.



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2020)





NMHH

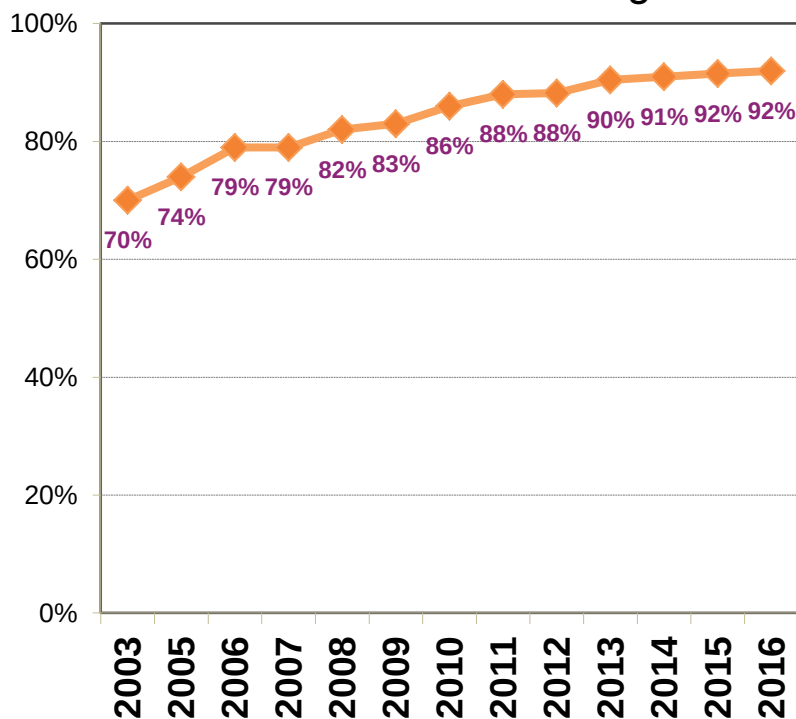
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# MOBILTELEFON-PIAC

A háztartások 92%-ában van mobiltelefon, ami nem változott 2015-höz képest, és 2013-hoz képest sincs érdemi növekedés. A telefonhasználóknak azonban 2016-ban már a többsége okostelefonos volt. Az okostelefonok térhódításának üteme lelassult: 2014-ben és 2015-ben is a növekedés 9-9 százalékpontos, 2016-ban ellenben már csak 4 százalékpontos volt.



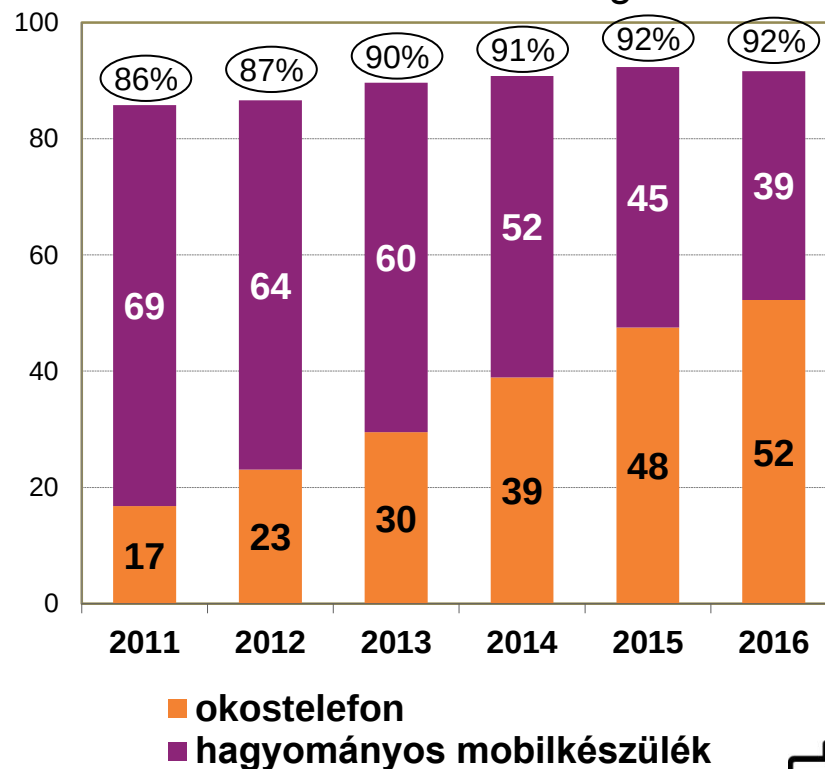
## A háztartások mobiltelefon-ellátottsága



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)



## A személyek mobiltelefon-ellátottsága



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2020)

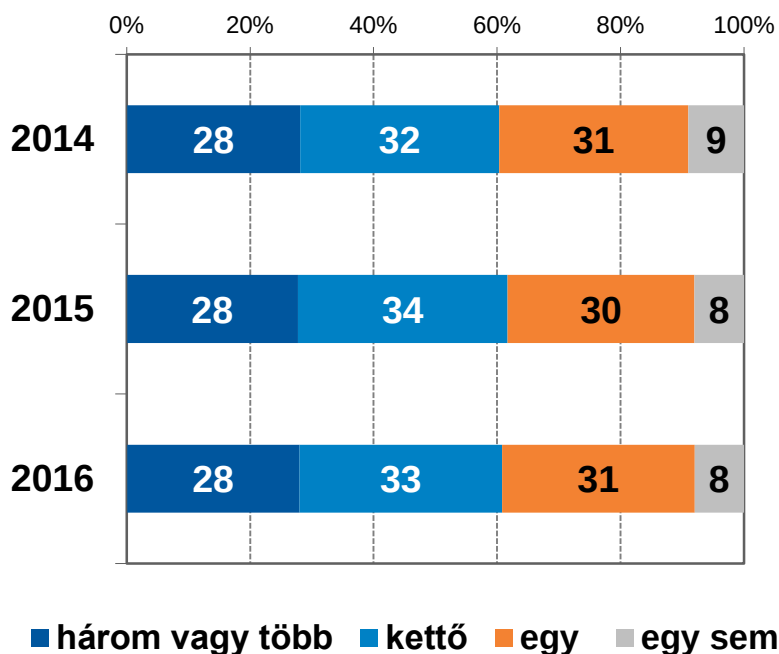




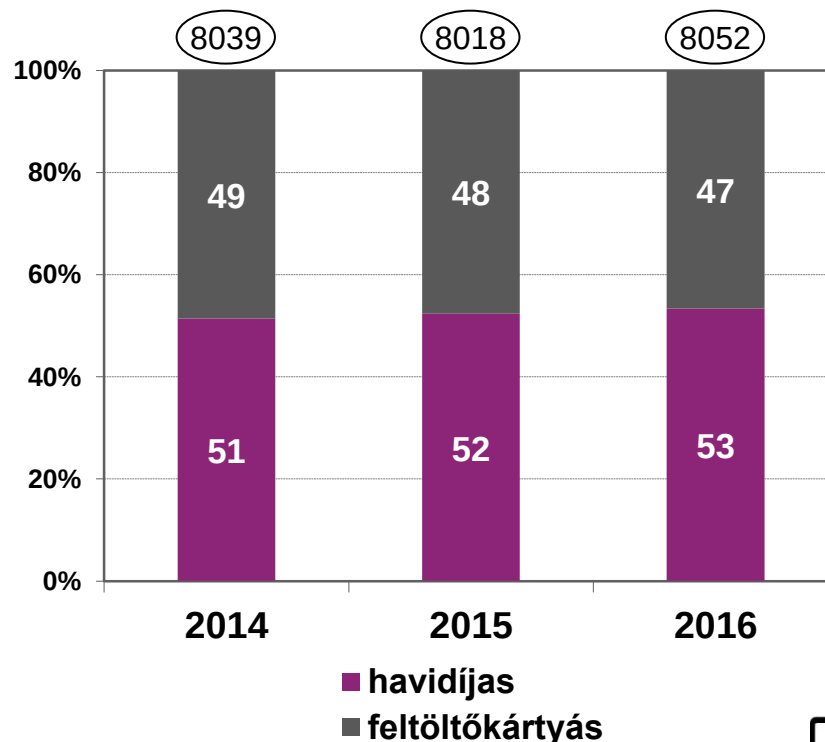
A havidíjas sim-kártyák aránya folyamatosan emelkedett az elmúlt években: a 2012-es 45%-ról 2016-ra 53%-ra nőtt. A 2016-ban lakossági használatban lévő\* mintegy 8 millió 50 ezer sim-kártya meghatározó többsége már havidíjas. A háztartások több mint 60%-ában egynél több sim-kártya van.

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

**A háztartások megoszlása sim-szám szerint**



**Havidíjas és prepaid sim-kártyák száma (ezer db)**



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)

Bázis: Mobiltelefon-előfizetések (N=8,05 millió db)



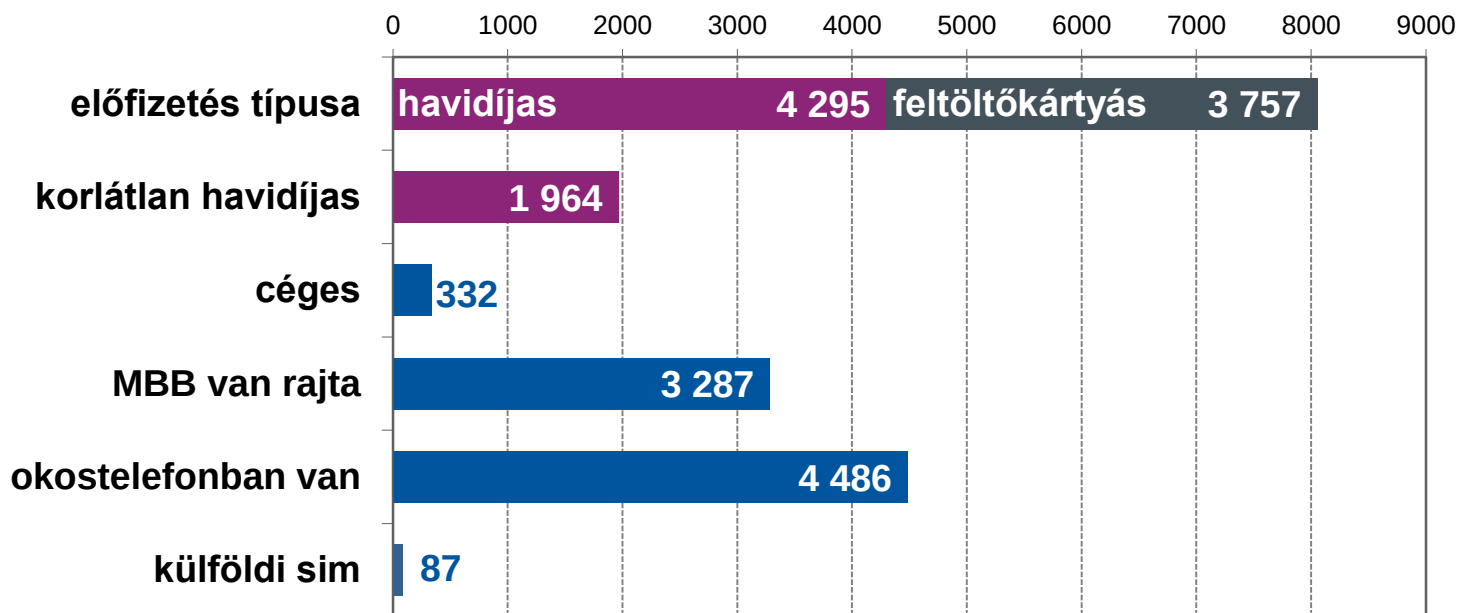
# MOBILTELEFON-ELŐFIZETÉSEK JELLEMZŐI



A 4,3 millió havidíjas sim-kártya közül közel 2 millióhoz tartozik korlátlan\* mobil-előfizetés, 3,3 millió előfizetéshez tartozik mobilinternet, 4,5 millió pedig okostelefonban működik. A céges sim-kártyák száma 332 ezer. A külföldi sim-kártyák száma Magyarországon alig 90 ezer.

\*A válaszadók valószínűleg ide sorolták a hálózaton belül korlátlan csomagokat is.

Mobiltelefon-előfizetések száma (ezer db)



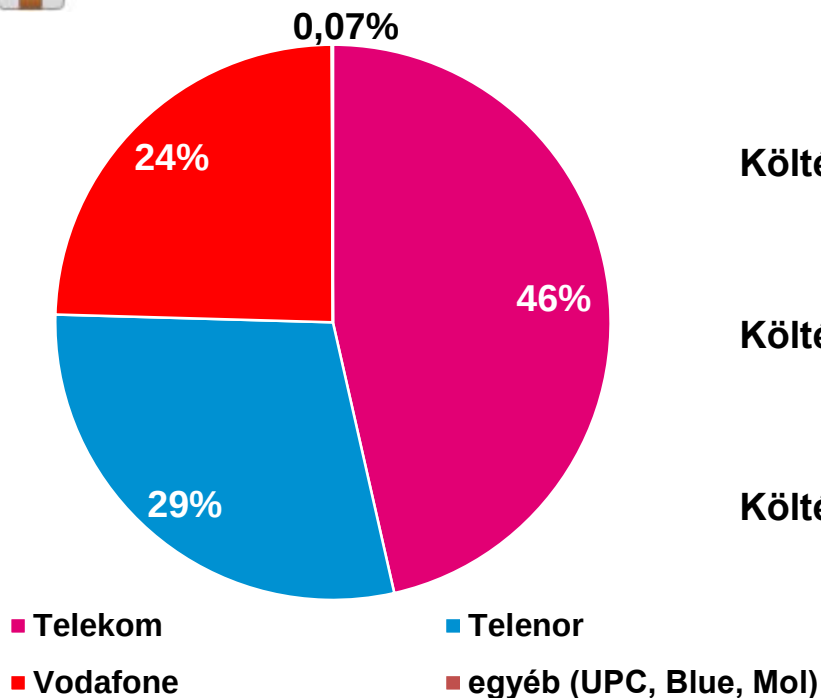
Bázis: Mobiltelefon-előfizetések (N=8,05 millió db)



A mobilpiaci árbevétel a 2014. évi 279 milliárd forintról 2015-re 302 milliárdra, majd 2016-ra 309 milliárdra emelkedett. Az egy sim-kártyára fordított lakossági havi költség alig nőtt a tavalyi évhez képest.

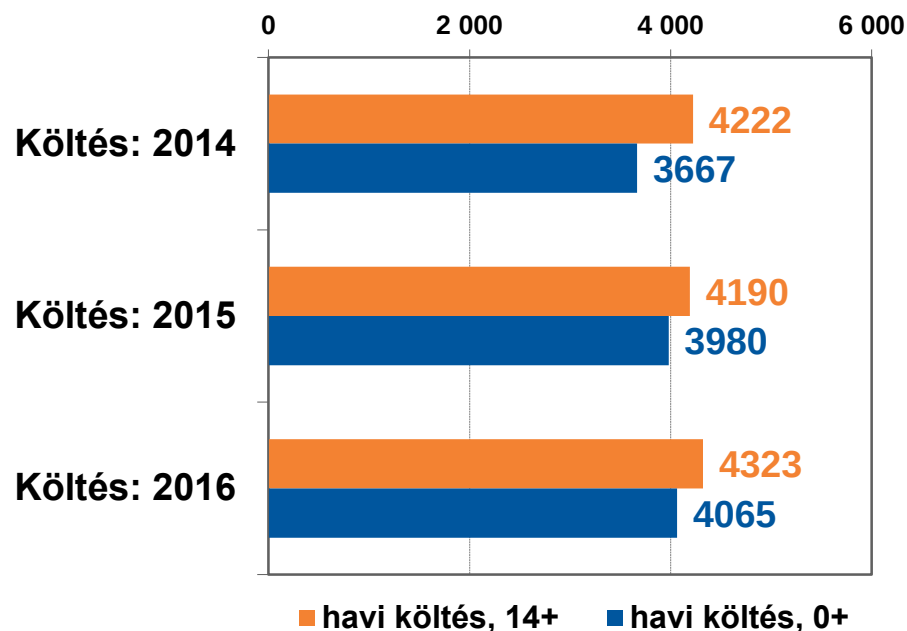


A mobiltelefon-piaci részesedések  
sim-kártyák száma alapján



Bázis: A háztartásokban lévő összes mobiltelefon-előfizetés  
(N=8,05 millió db)

Költség sim-kártyánként\*  
(bruttó Ft/hó)



■ Bázis: Mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező 14+ éves személyek (N=7,87 millió fő)

■ Bázis: A háztartásokban lévő összes mobiltelefon-előfizetés (N=8,05 millió db)

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

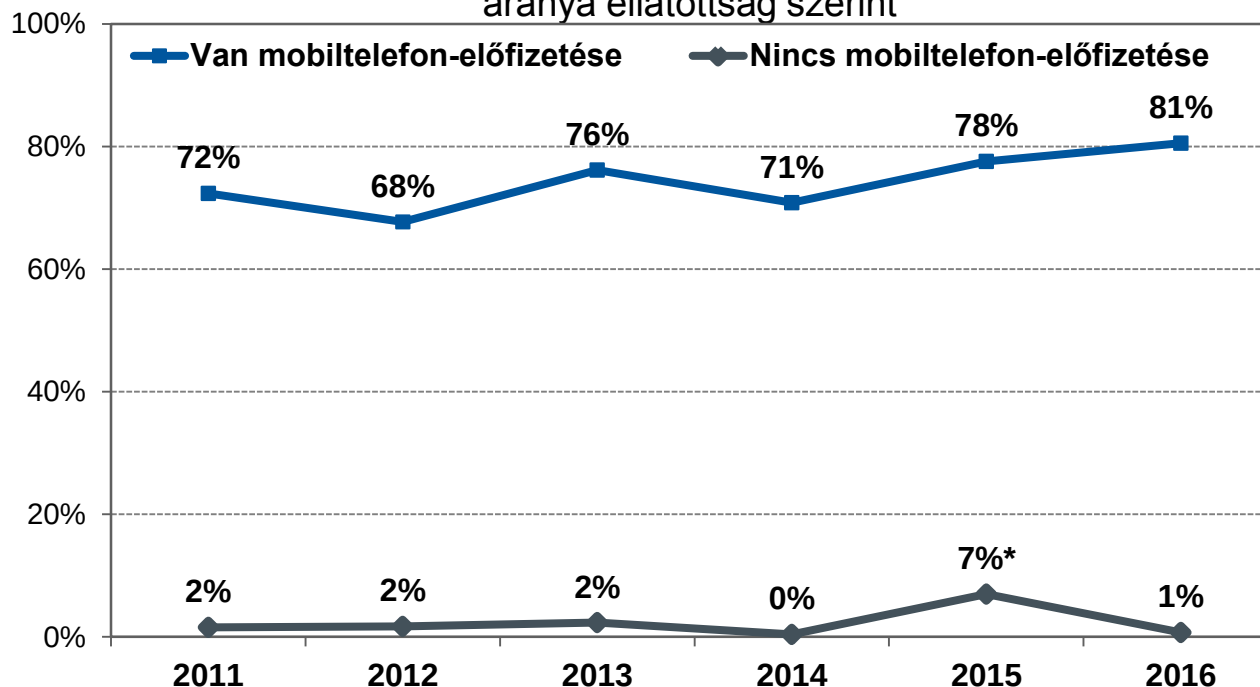


A lakossági mobilpiac mérete 2016-ban nettó 309 Mrd Ft. (2015: 302 Mrd)



A mobiltelefont nélkülözhetetlennek tartók aránya növekvő tendenciát mutat, és 2016-ban már a mobiltelefon-előfizetéssel rendelkezők több mint négyötöde tartja nélkülözhetetlennek ezt a kommunikációs eszközt. Azoknak a száma, akik nélkülözhetetlennek gondolják a mobiltelefont, mégsem rendelkeznek vele, mindössze 6000 fő az egész országban.

A mobiltelefon-előfizetést nélkülözhetetlennek tartók aránya ellátottság szerint



\* a kis számosság miatt nem szignifikáns

Bázis: 14+ évesek (N=8,59 millió fő, n=2020)

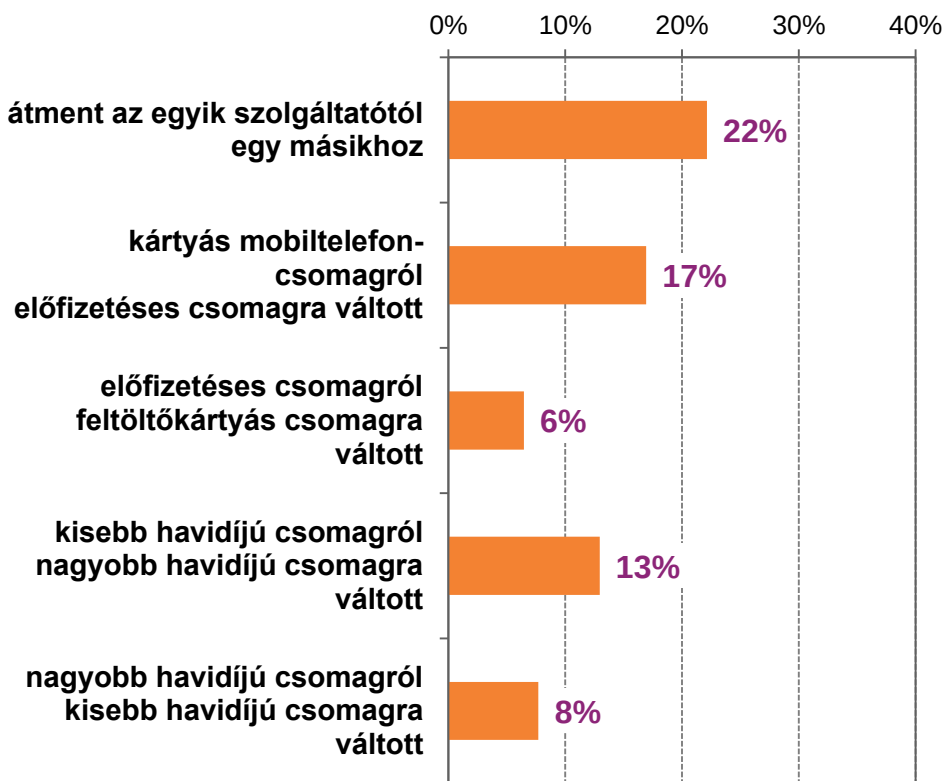
|                        |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Van mobil-előfizetés   | 86%; N=7,30 millió fő | 87%; N=7,38 millió fő | 90%; N=7,70 millió fő | 91%; N=7,80 millió fő | 92%; N=7,93 millió fő | 92%; N=7,87 millió fő |
| Nincs mobil-előfizetés | 14%; N=1,21 millió fő | 13%; N=1,14 millió fő | 10%; N=0,89 millió fő | 9%; N=0,79 millió fő  | 8%; N=0,66 millió fő  | 8%; N=0,72 millió fő  |



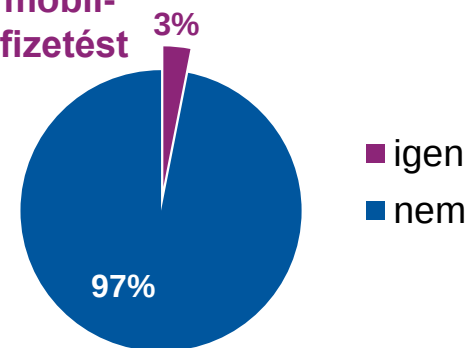
A mobiltelefont használók mintegy kétötöde változtatta meg már valaha a díjcsomagját – leggyakrabban szolgáltatóváltással párosulva. A 30-39 éveseket, átlagosnál magasabb iskolai végzettségűeket, valamint nagyobb településeken élőket nagyobb váltási aktivitás jellemzi. A mobiltelefont használók 3%-a mondott le, és 6%-uk vásárolt új sim-kártyát egy éven belül.

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

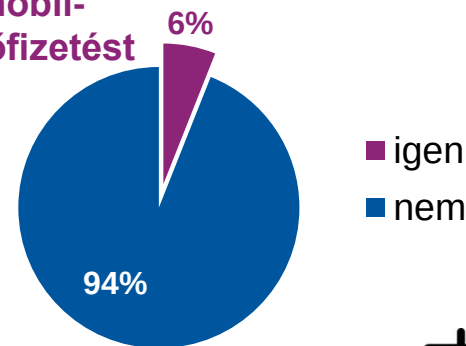
Az elmúlt 12 hónapban előfordult-e, hogy...?



lemondott mobil-kártyát/előfizetést



vásárolt mobil-kártyát/előfizetést

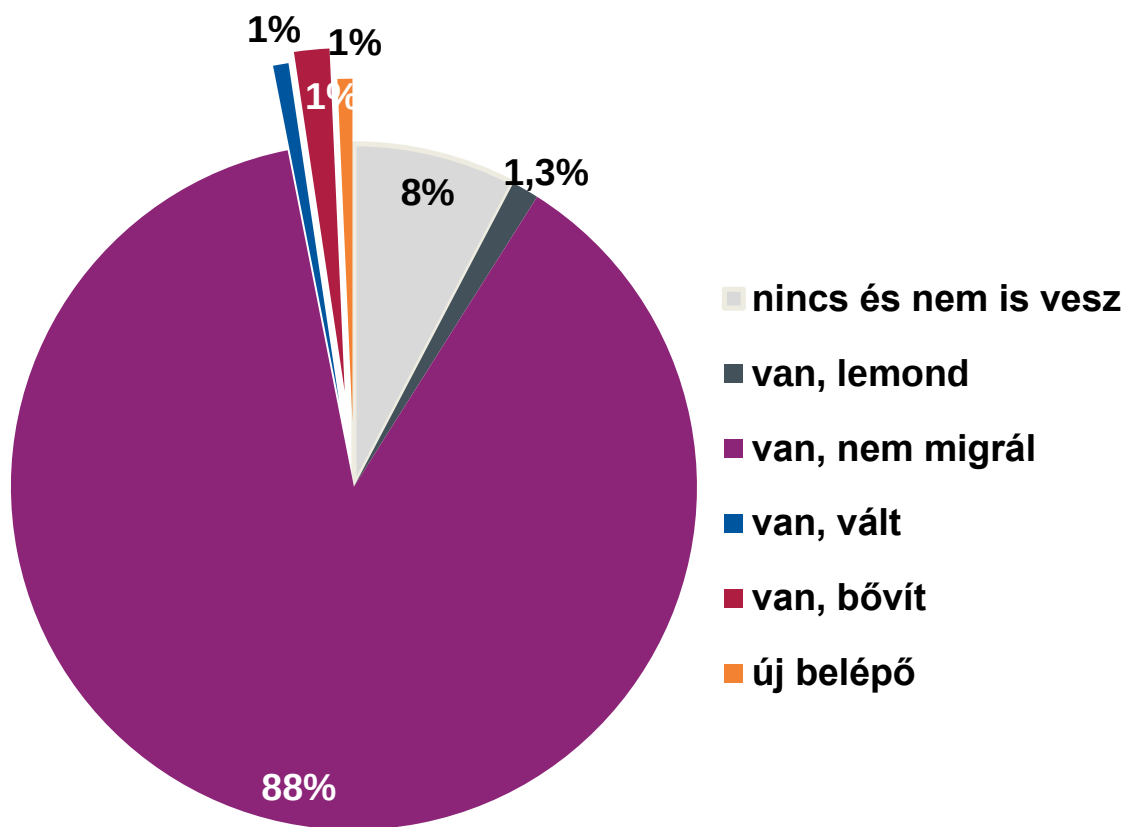


Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=7,87 millió fő; n=1767)





2015-ben még 96 ezer, 2016-ban ellenben már csak 60 ezer leendő előfizető tervezett belépni az egyre telítődő mobilpiacra. 2015-ben további 248 ezren voltak, akiknek már volt mobiljuk, de újabb előfizetés beszerzését tervezték, azonban ez a szám 2016-ra 143 ezerre csökkent. Ugyanakkor a tavalyi 47 ezerrel szemben 2016-ban már 110 ezren tervezik lemondani a mobiltelefon-előfizetést. Mindezek a tények a mobilpiac szaturációjának jelei.



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2020)

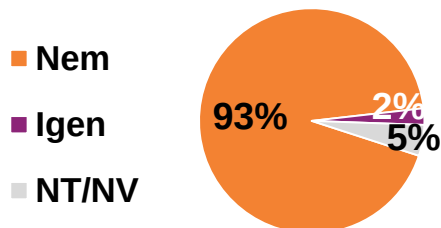






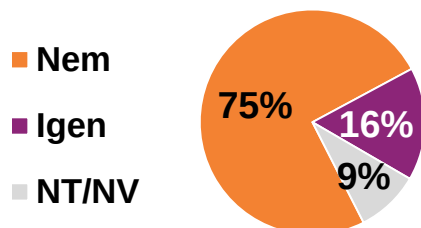
A lakosság 2%-a, azaz 203 ezer ember tartja elképzelhetőnek egy éven belül új mobiltelefon-előfizetés beszerzését. Ez a szám 2015-ben még 4% (343 ezer ember) volt. A többség havidíjas előfizetést venne. Új mobilkészülék beszerzését azonban már 1,28 millióan (16%) tartják elképzelhetőnek. Ez lényegében azonos a 2015. évvel. Az új készülékek döntő többségét már meglévő előfizetésekhez vennék.

Elképzelhetőnek tartja Ön, hogy egy éven belül teljesen új mobiltelefonos sim-kártyát vásároljon?



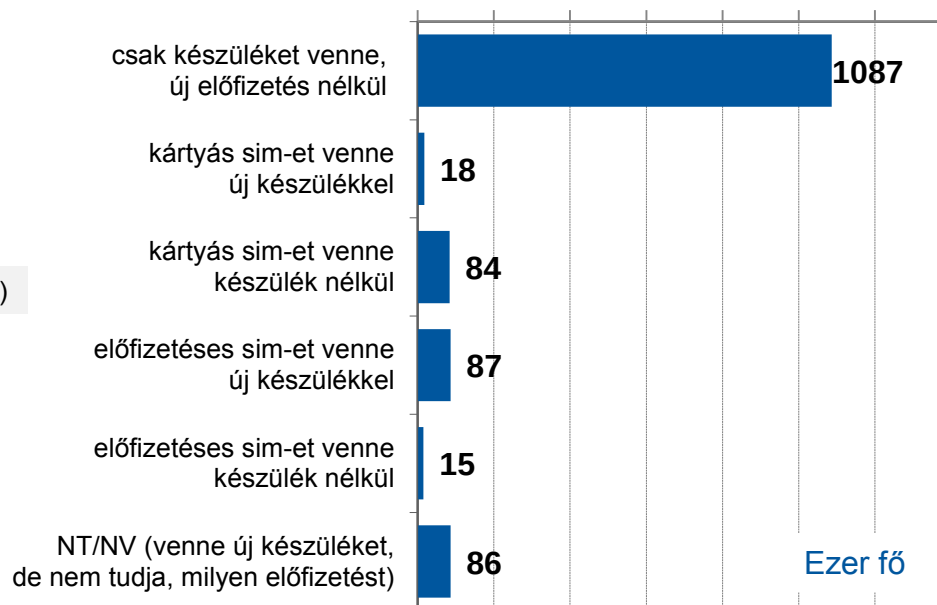
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő; n=2020)

Elképzelhetőnek tartja-e Ön, hogy egy éven belül lecseréli mobiltelefon-készülékét egy újabbra?



Bázis: Mobilhasználó 14+ éves személyek (N=7,87 millió fő; n=1767)

Új mobilelőfizetés- és új mobilkészülék-igények



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő; n=2020)

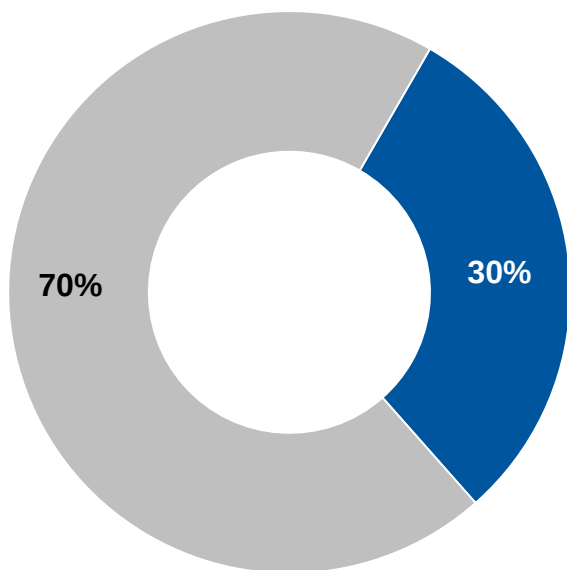




A mobillal rendelkezők 30%-a (2,4 millió fő) járt külföldön az elmúlt 3 évben, kétharmaduk használta is a mobilját, amíg ott volt (1,6 millió fő).

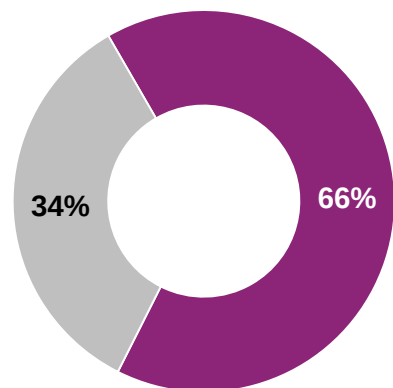
A többség telefonált vagy sms-ezett külföldön, de az internethasználat sem ritka: 44% wifin, 30% mobilinterneten (is) csatlakozott a világhálóra.

**Járt-e külföldön az elmúlt 3 évben?**



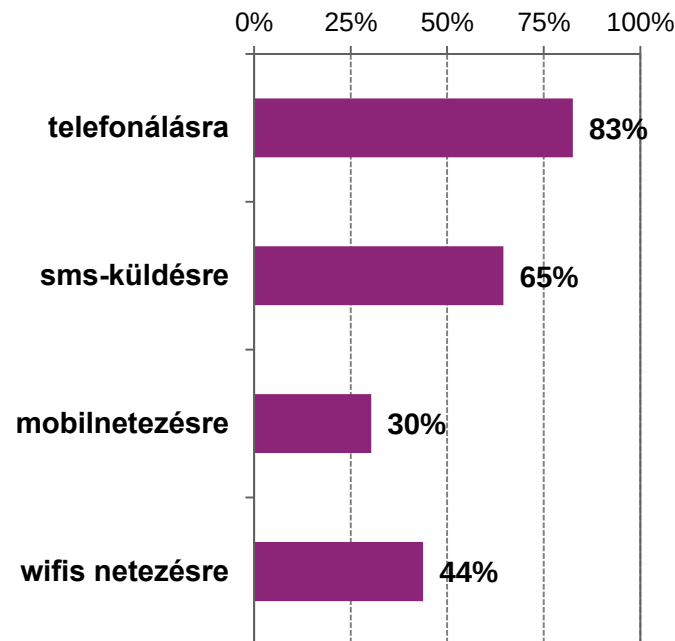
Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek  
(N=7,87 millió fő; n=1767)

**Használta-e a mobilját külföldön?**



Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek, akik jártak külföldön  
(N=2,37 millió fő; n=457)

**Mire használta?**

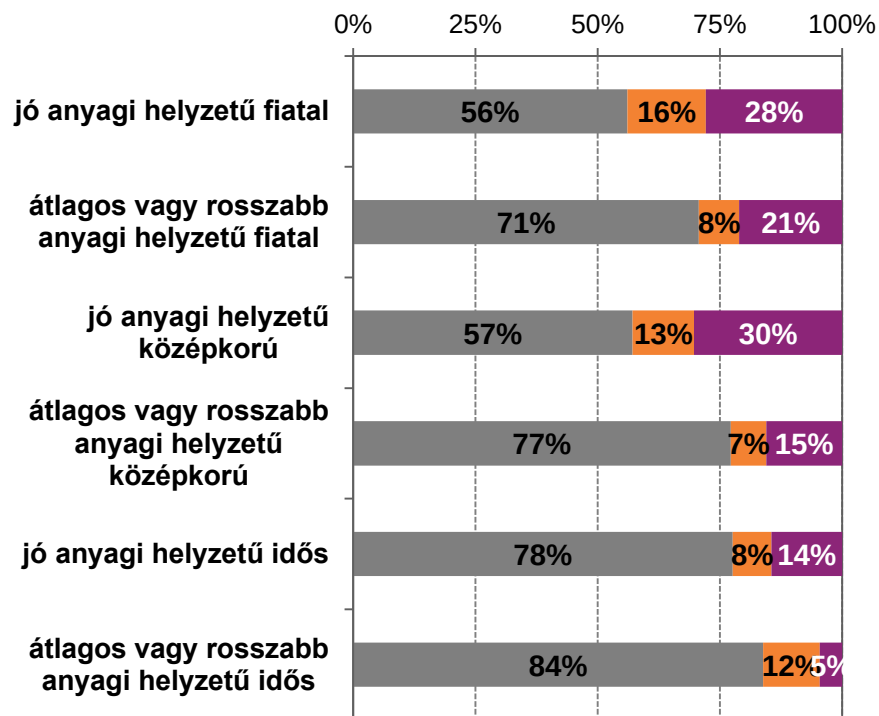
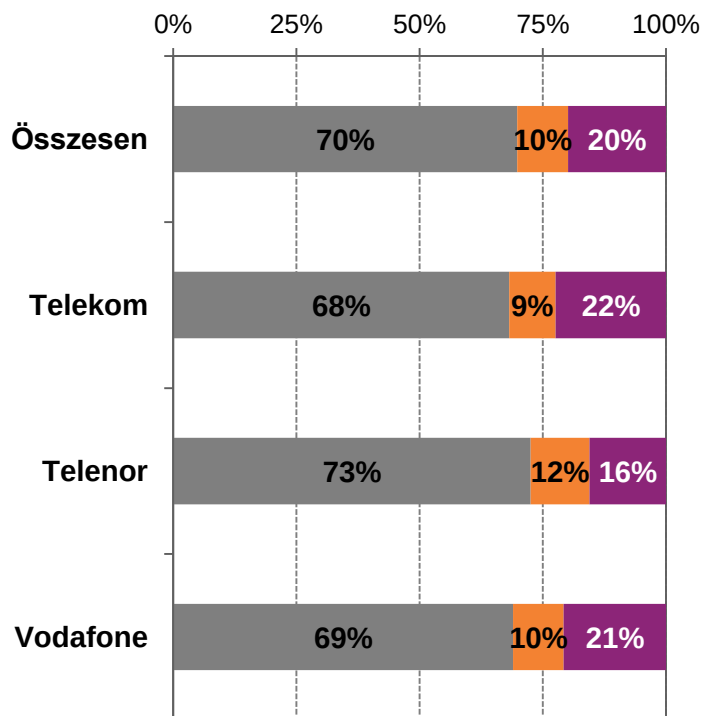


Bázis: Akik használták a mobiljukat külföldön  
(N=1,56 millió fő; n=291)





A jó anyagi helyzetű fiatalok és középkorúak azok, akik a leggyakrabban utaznak külföldre, így a roaminghasználat is leginkább rájuk jellemző.  
Szolgáltatók szerint nincsenek jelentős különbségek a külföldi mobilhasználatban.



■ nem járt külföldön ■ járt, de nem használta a mobilját ■ járt külföldön és használta a mobilját

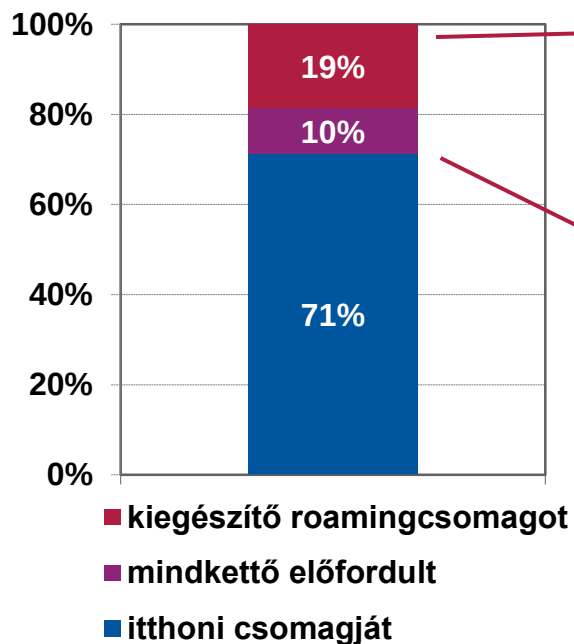
Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek (N=7,87 millió fő; n=1767)



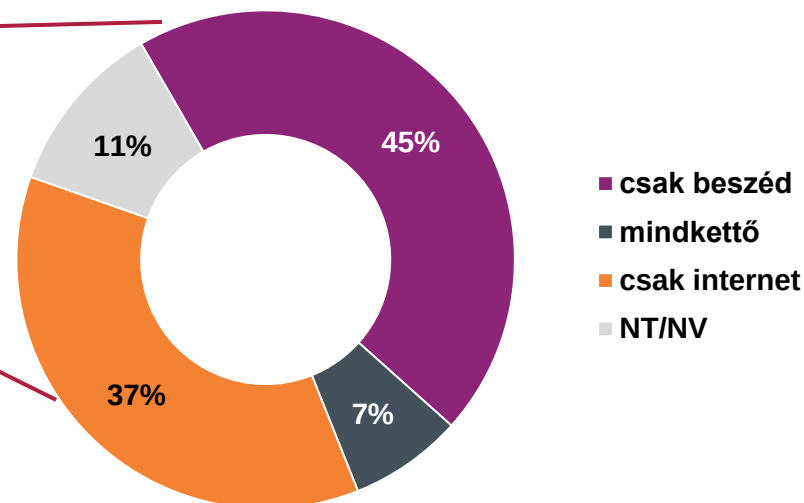


A külföldön mobilozók 29%-a szokott legalább alkalmanként kiegészítő roamingcsomagot vásárolni az utazáshoz. Akiknek mobilnetes csomagjuk van, ez az arány lényegében azonos (30%). A kiegészítő csomag nagyjából azonos arányban tartalmaz beszéd-, illetve internetezési opciót.

## Otthoni tarifacsomag vs. kiegészítő roamingcsomag használata külföldön



## A kiegészítő roamingcsomag típusa\*



\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Akik használták a mobiljukat külföldön  
(N=1,56 millió fő; n=291)

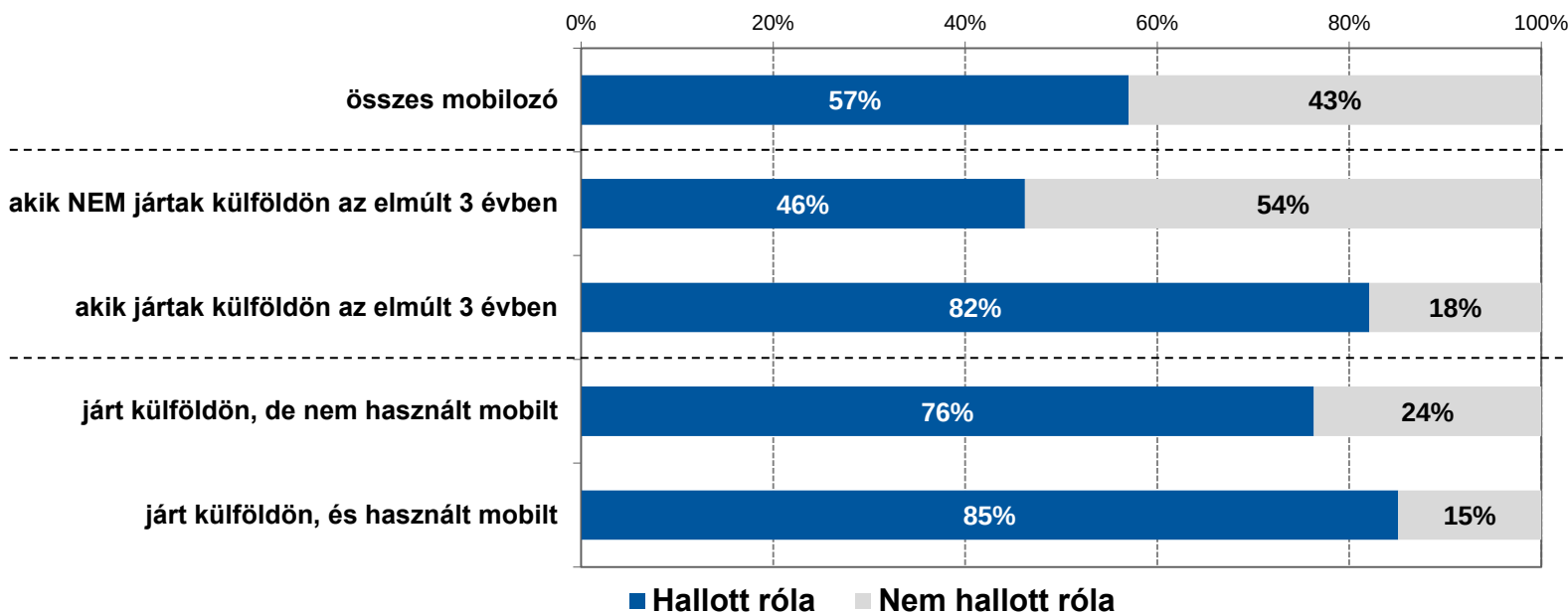
Bázis: Akik kiegészítő roaming-csomagot vásároltak  
(N=444 ezer fő; n=73)





A mobilosok 57%-a hallott a roamingdíjak EU-s csökkentéséről. Az érintettek körében (akik az elmúlt 3 évben jártak külföldön) 82% az ismertség. Akik használták is külföldön a mobiljukat, jobban tájékozottak (85%), mint akik nem használták a mobiljukat külföldön (76%).

**Ön hallott róla, hogy az Európai Unió az elmúlt években csökkentette és meg is akarja szüntetni a roamingdíjakat, vagyis egyre olcsóbb külföldről hazatelefonálni vagy sms-ezni?**



Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek  
(N=7,87 millió fő; n=1767)





NMHH

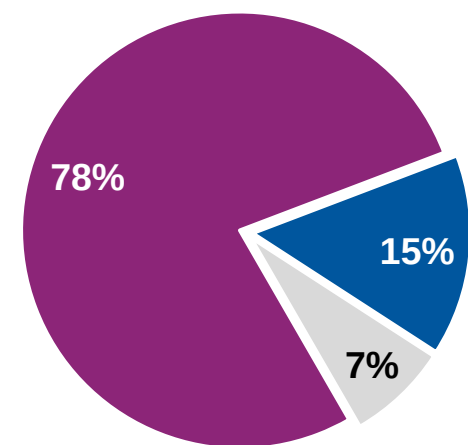
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# FIX-MOBIL VISZONY



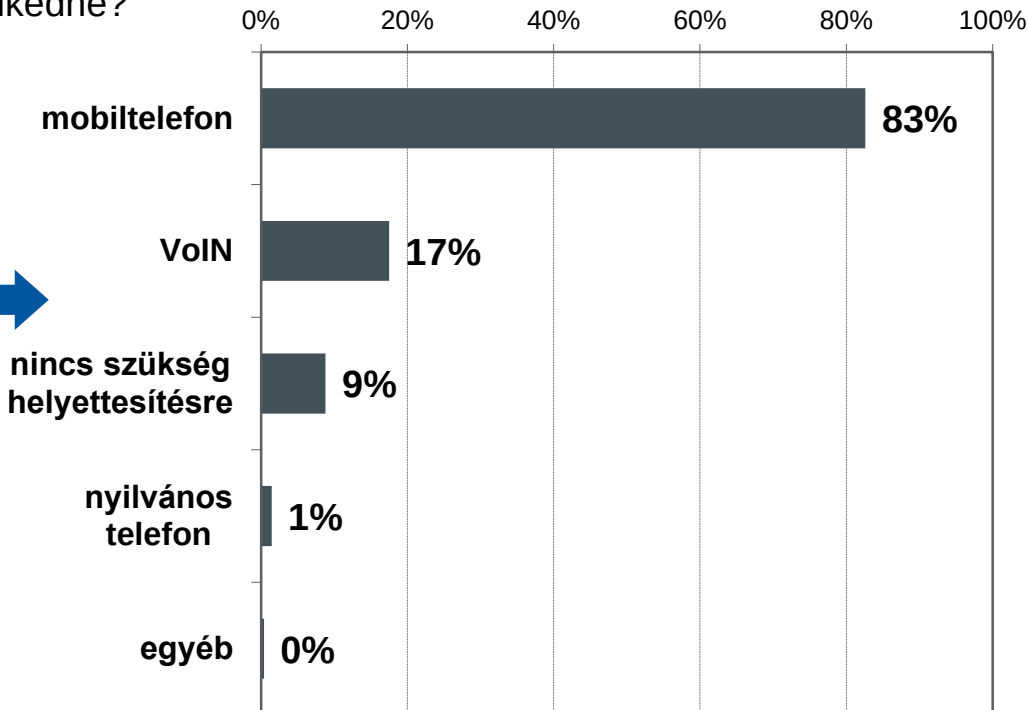
A vezetékes telefonálás költségének 10%-os megemelkedése hatására az előfizetők mintegy 15%-a mondaná le a helyhez kötött telefonos előfizetését. A helyettesítő eszközök között továbbra is a mobil vezet: 83% ezzel helyettesítené vezetékes telefonját. A potenciális lemondók 17%-a használna VoIP-t (például Skype-ot), ami lényegesen alacsonyabb arány, mint a tavalyi 34%.

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



- a magasabb díjat is kifizetnék
- lemondanák a vezetékes telefont
- NT/NV

Hogyan helyettesítenék a vezetékes telefont?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, azt lemondani most nem tervező háztartások (N=1,88 millió HT, n=1001)

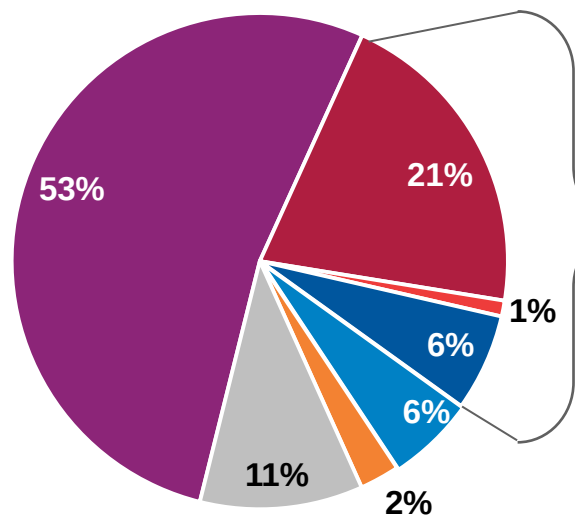
Bázis: Háztartások, amelyek áremelkedés esetén lemondanák a szolgáltatást (N=281 ezer HT, n=136)





A helyi és belföldi hívásirányok árának 10%-os emelkedésére a háztartások egyötöde (21%) csökkentené kimenő hívásait, 6% pedig lemondaná az előfizetést. Az elsődleges helyettesítő eszköz itt is a mobil: 73%. A VoIN-t (például Skype-ot) mint helyettesítő eszközt továbbra is 29%-uk alkalmazná.

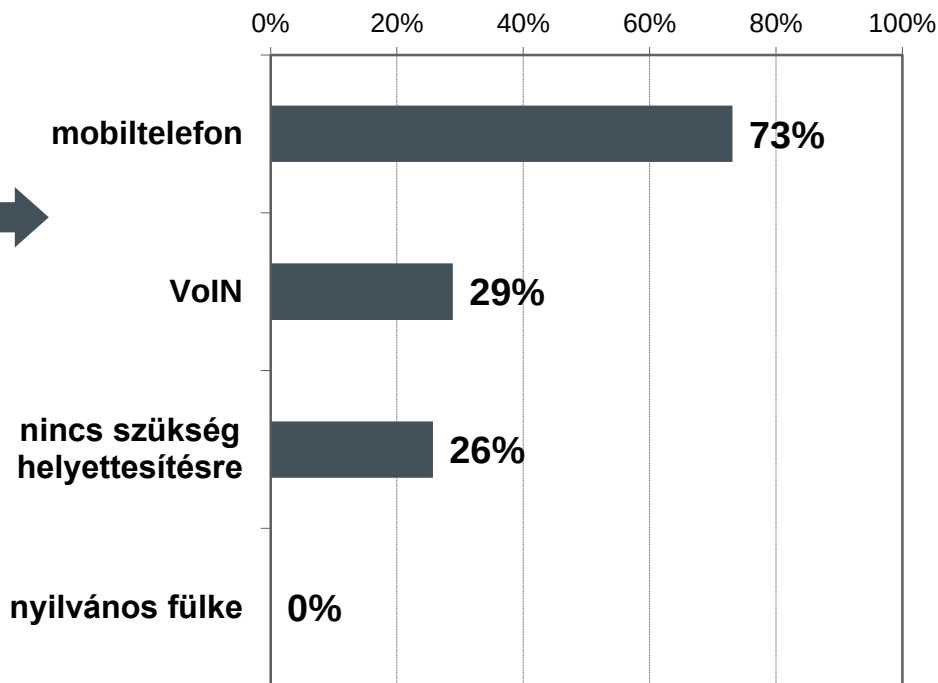
Mit tenne, ha a helyi és belföldi hívásirányok díja 10%-kal emelkedne?



- kifizetnék a magasabb díjat
- csökkentenék a hívások mennyiségét
- nem hívnának ilyen számokat
- lemondanák a vezetékes telefont
- másik szolgáltatót keresnek
- nem szoktak ilyen számokat hívni
- NT/NV

Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, azt lemondani most nem tervező háztartások (N=1,88 millió HT, n=1001)

Hogyan helyettesítenék a kieső hívásokat?



Bázis: Háztartások, amelyek áremelkedés esetén kevesebbet használnák vagy lemondanák a helyhez kötött telefonos szolgáltatást (530 ezer HT, n=269)

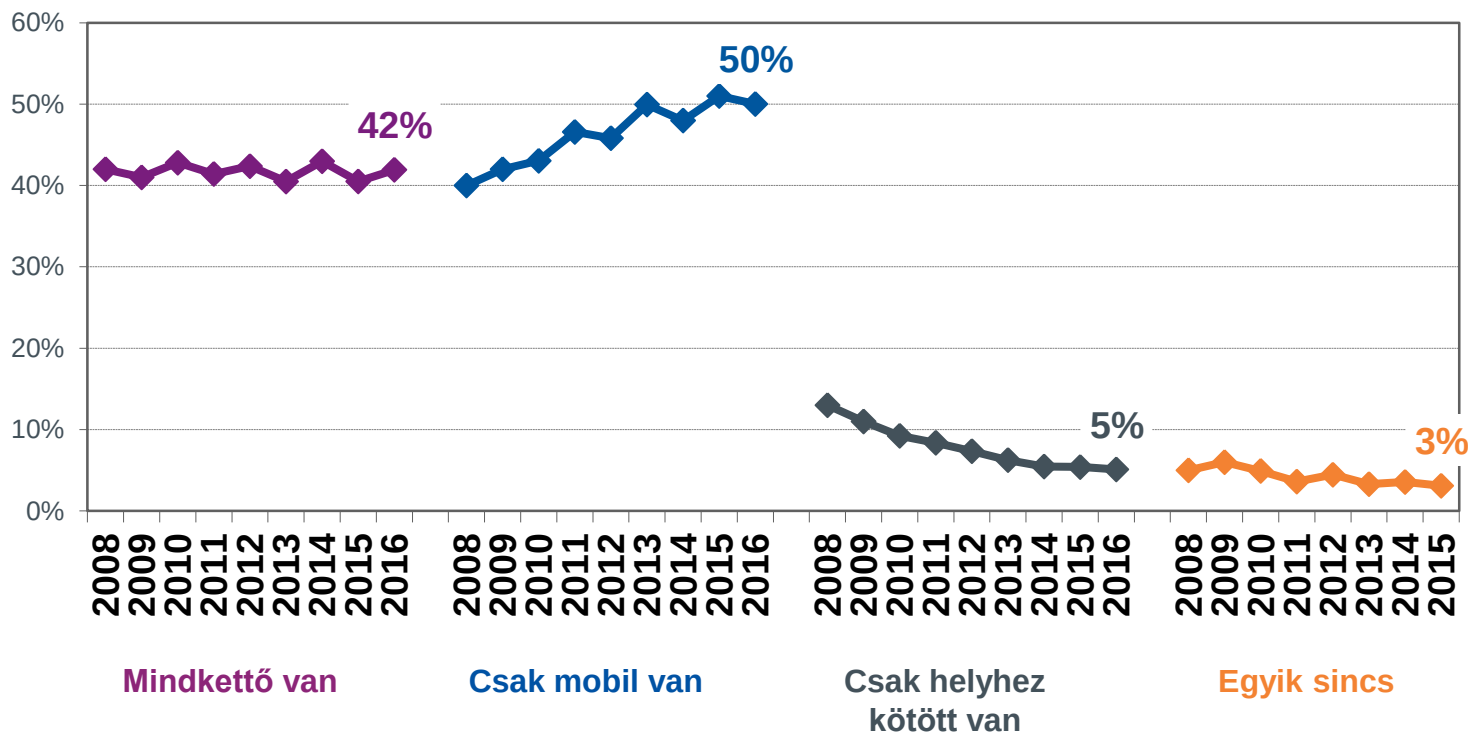






Jelenleg 50% a csak mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező háztartások aránya, ami hosszú távú növekedés eredménye. A csak helyhez kötött telefonra előfizetők arányának csökkenése az 5%-os szinten három éve megállt. A háztartások 42%-ában mindkét fajta telefon megtalálható, míg 3%-ukban egyik sincs.

Helyhez kötött és mobiltelefonnal rendelkező háztartások



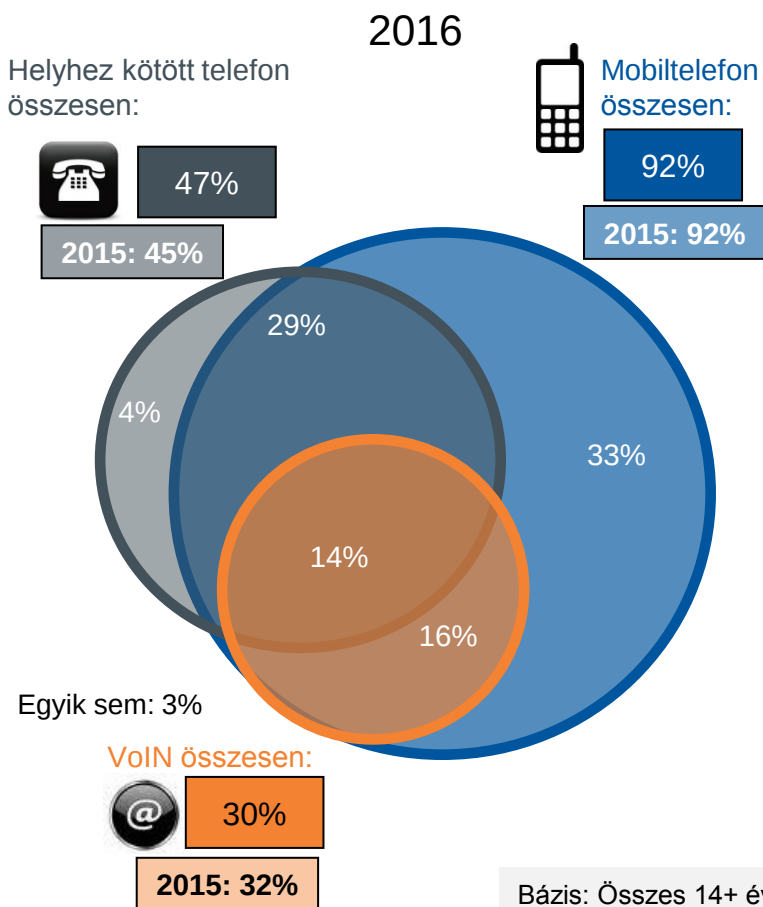
Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)



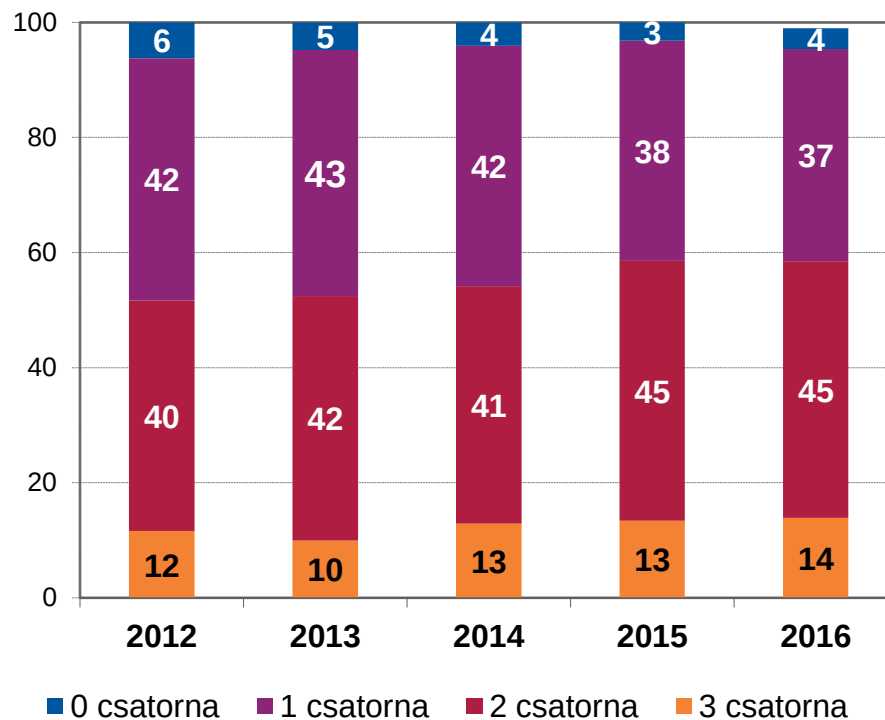
# HANGPIACI SZOLGÁLTATÁSOK KOMBINÁCIÓJA



A hangpiaci szolgáltatások kombinációja gyakorlatilag nem változott az elmúlt évben. A 13 évnél idősebb lakosság továbbra is jellemzően egy vagy két hangkommunikációs csatornát használ. Mind a három vizsgált kommunikációs csatornát a lakosságnak mindössze 14%-a használja.



Hangpiaci szolgáltatások kombinációja

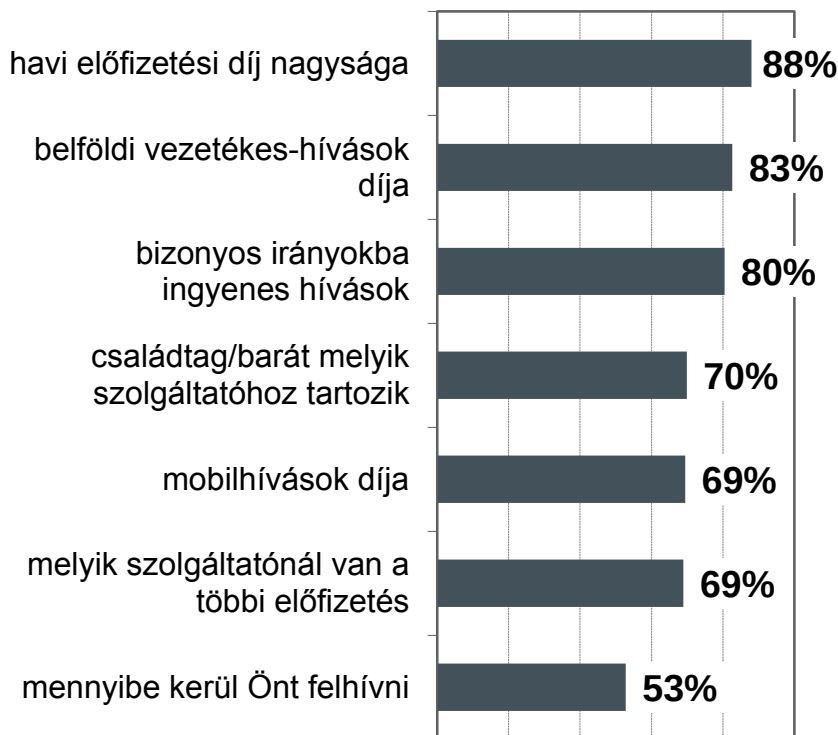


Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő, n=2020)

A vezetékestelefon-szolgáltatásnál a szolgáltató kiválasztásának legfontosabb szempontja a havi előfizetési díj, a belföldi hívások percdíja és az ingyenes hívásirányok megléte. A mobilszolgáltató kiválasztásánál a legfontosabb két szempont a hálózaton belüli, valamint hálózaton kívüli hívások díja. Fontos még az is, hogy az ismerősök, gyakran hívott személyek melyik szolgáltatóhoz tartoznak, valamint a havi előfizetési díj nagysága. A fontossági rangsorban a mobil esetében nem történt lényeges változás 2015-höz képest.



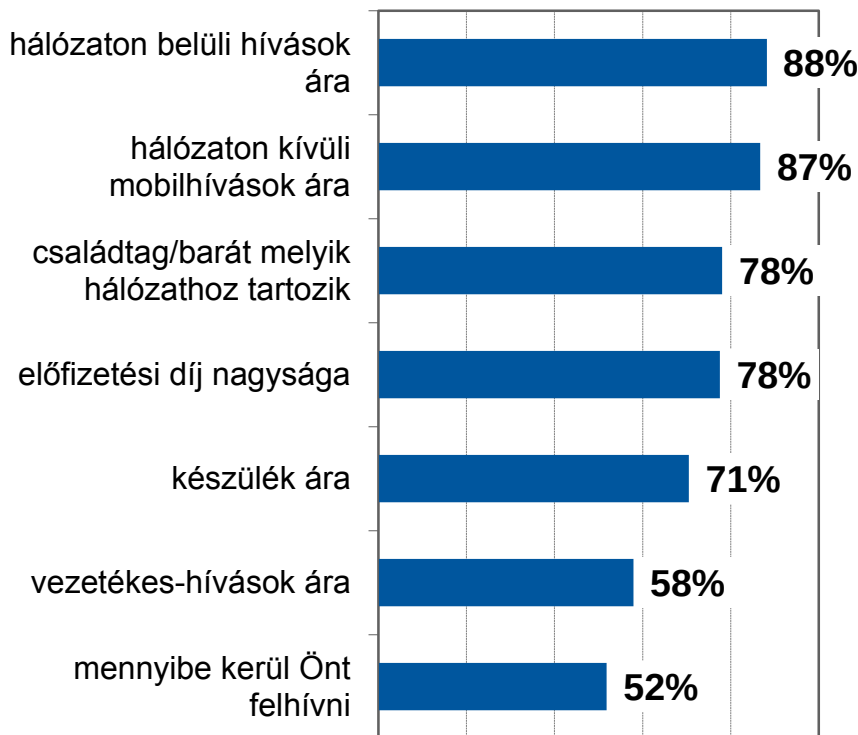
## Vezetékes-szolgáltató kiválasztásának okai (top-2-box)



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetések  
(N=1,93 millió HT, n=1024)



## Mobilszolgáltató kiválasztásának okai (top-2-box)

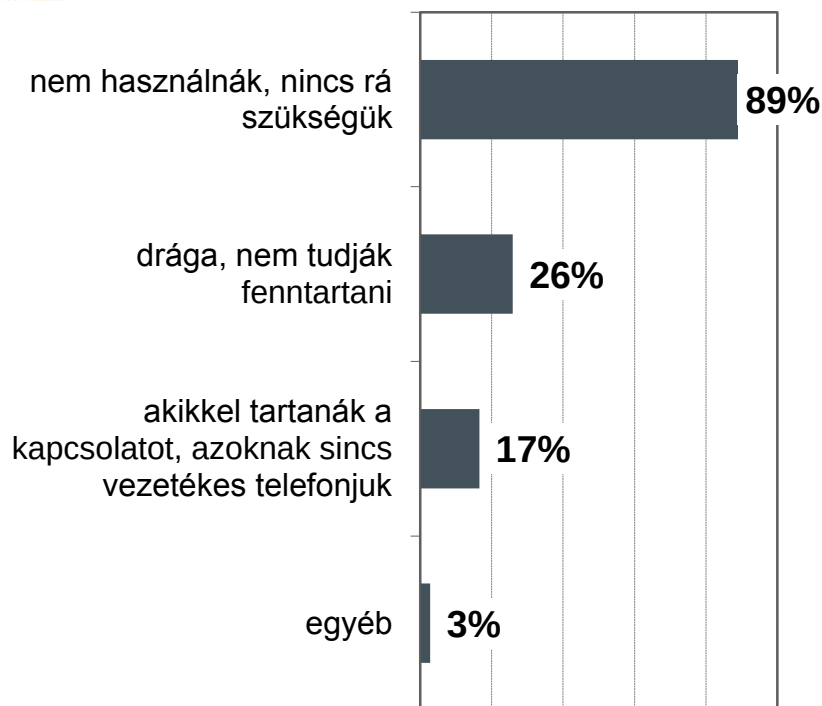


Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek  
(N=7,87 millió fő; n=1850)

A helyhez kötött telefonnal nem rendelkező háztartások 89%-ának azért nincs ilyen szolgáltatása, mert egyszerűen nincs rá szüksége. Csak a negyedük mondja azt, hogy azért nincs vezetékes telefonja, mert az drága. A „nem mobilozó” személyek 70%-ának azért nincs ilyen eszköze, mert nincs szüksége mobilra. Itt azonban kétszer akkora arányban szerepel a magas költség, mint a vezetékes telefonnál.



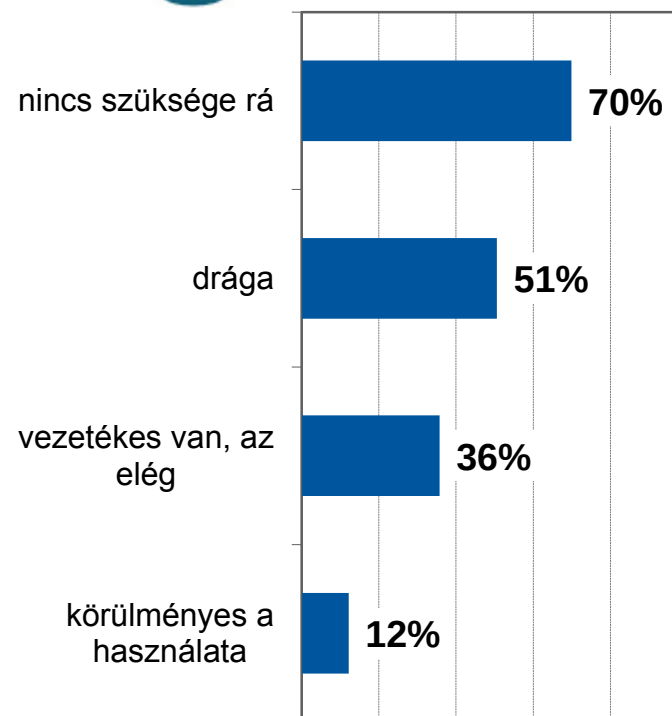
Miért nincs helyhez kötött telefonjuk?



Bázis: Ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés, és nem is tervezik (N=2,09 millió HT, n=959)



Miért nincs mobiltelefonja?



Bázis: Akiknek nincs mobiltelefon-előfizetésük (N=721 ezer fő, n=253)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# INTERNETPIAC

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

Ebben a fejezetben az internet-előfizetések és az internethasználat főbb mutatóit tárgyaljuk.

Az internetezés technológiája lehet:

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

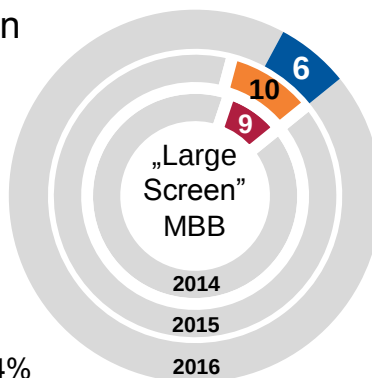
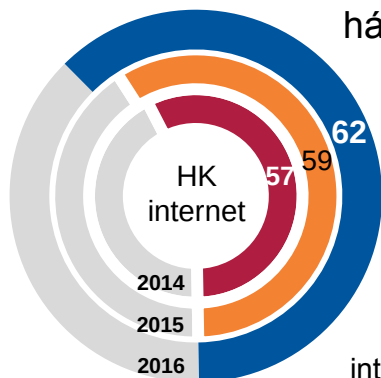
Az internetezés eszköze lehet:

„Large Screen” (desktop, laptop vagy tablet) vagy  
„Small Screen” (mobiltelefon-készülék, jellemzően okostelefon).

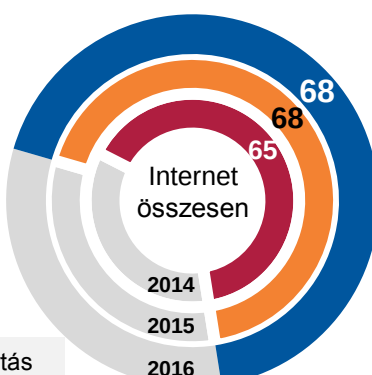
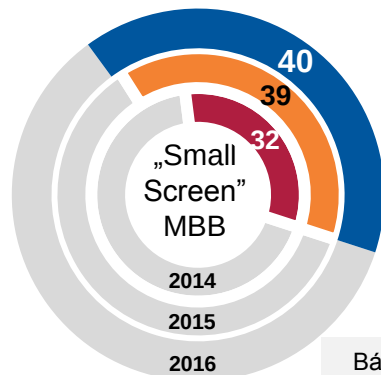
A háztartások jellemzésénél elsősorban a „Large Screen”-előfizetéseket vizsgáljuk, ezen belül a helyhezkötött- és a mobilinternet-részpiacokat is esetenként külön-külön elemezve.

A háztartások internetes ellátottságának növekedése megállt: továbbra is a háztartások 68%-ában tudnak hozzáférni valamilyen eszközön (számítógépen vagy okostelefonon) keresztül az internethez, mint 2015-ben. A helyhez kötött internet penetrációja 2015-höz képest nem változott szignifikánsan, ahogy a „Small Screen” mobilinternet sem változott, miközben a „Large Screen” MBB használata 10%-ról 6%-ra szorult vissza. Az internethasználó személyek aránya, erősen lassuló mértékben ugyan, de 10 éve növekszik. A tendencia egyre inkább a több-képernyős (pc-s és okostelefonos) internethasználat felé mutat.

Különféle internetkapcsolatok a háztartásokban

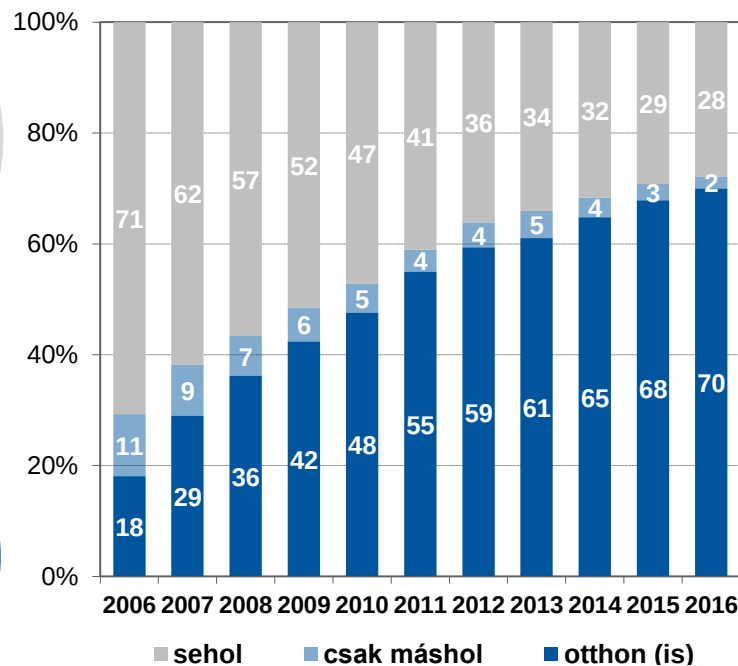


„Large Screen” internet együtt: 64%



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2020)

Az internethasználat helye („Large Screen”)



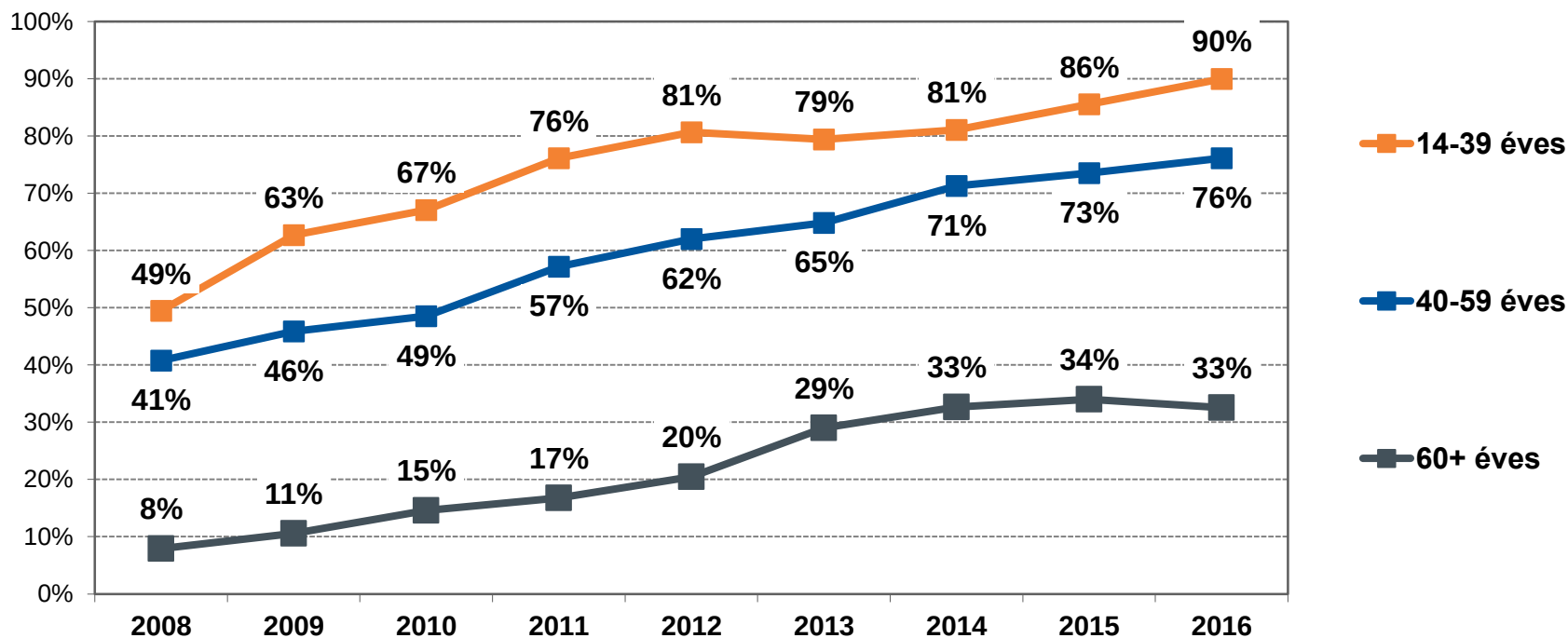
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2020)





Az internetet otthon is használók aránya a 14-39 évesek között immár 90%. Ebben a korcsoportban még további 4% internetezik, de nem otthon, hanem csak munkahelyen vagy iskolában. A 40-59 éves korosztályban lassú, fokozatos növekedés után az otthon internetezők aránya elérte a 76%-ot. A 60 év felettieknek viszont csak az egyharmada használ internetet, és ez az arány 2014 óta nem növekszik tovább.

Az internetet otthon (is) használók aránya a különböző korcsoportokban



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2020)

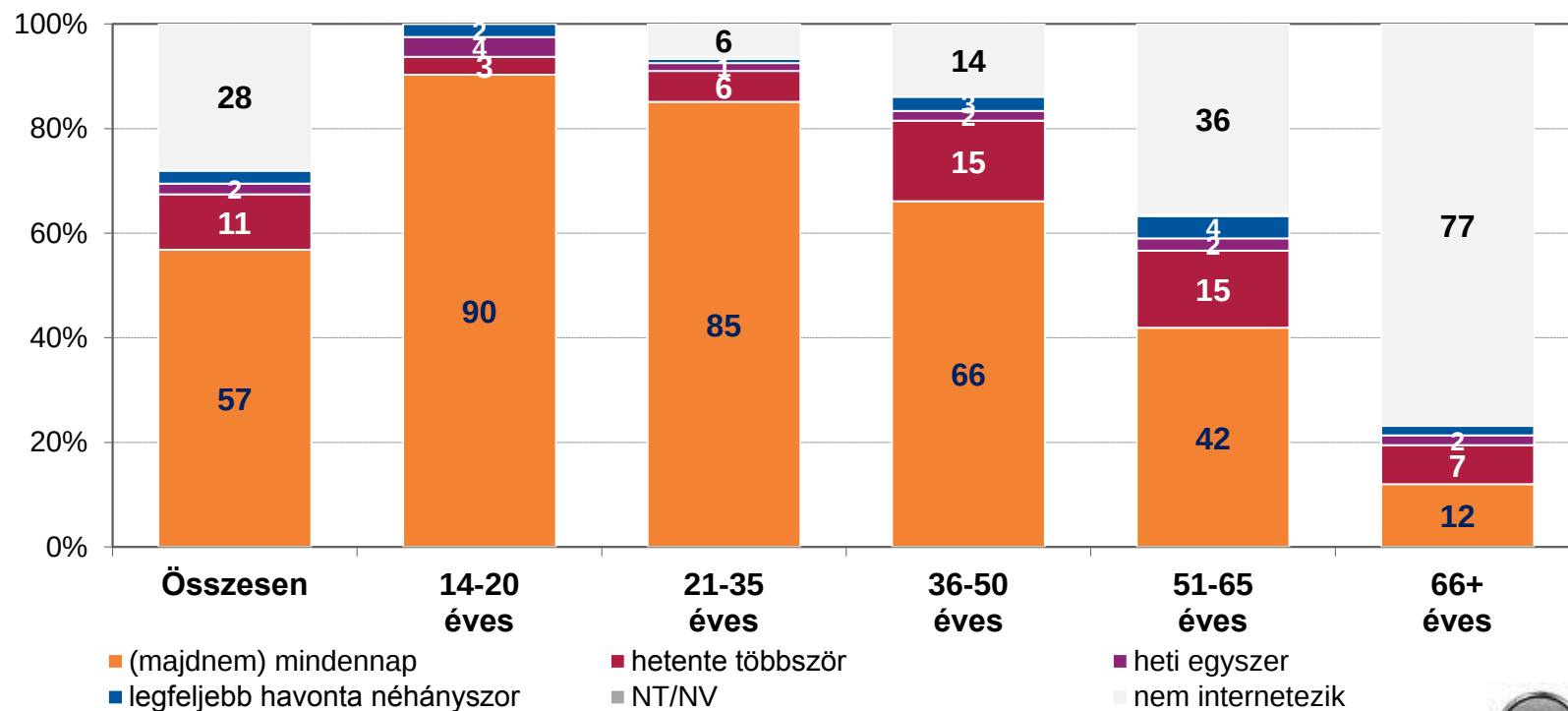






# INTERNETHASZNÁLAT GYAKORISÁGA

Tavalyhoz képest nem változott a majdnem mindennap internetezők aránya (2014: 49%, 2015: 57%, 2016: 57%). Az internetezés gyakorisága rendkívül erőteljesen függ az életkortól. A fiatalabb korosztályoktól az idősebbek felé haladva egyre csökken nemcsak az internethasználók aránya, de a használók közül a használat intenzitásának mértéke is. Azaz az idősek között nemcsak kevesebb a netező, de a netező idősek is kevesebbet neteznek, mint a fiatalabbak. A 20 év alattiak 90%-a mindennap internetezik (2015-ben csak 81% volt ez az arány). Ugyanakkor az 51-64 évesek körében csak 42%, az ennél idősebbeknél pedig már csak 12% netezik mindennap.

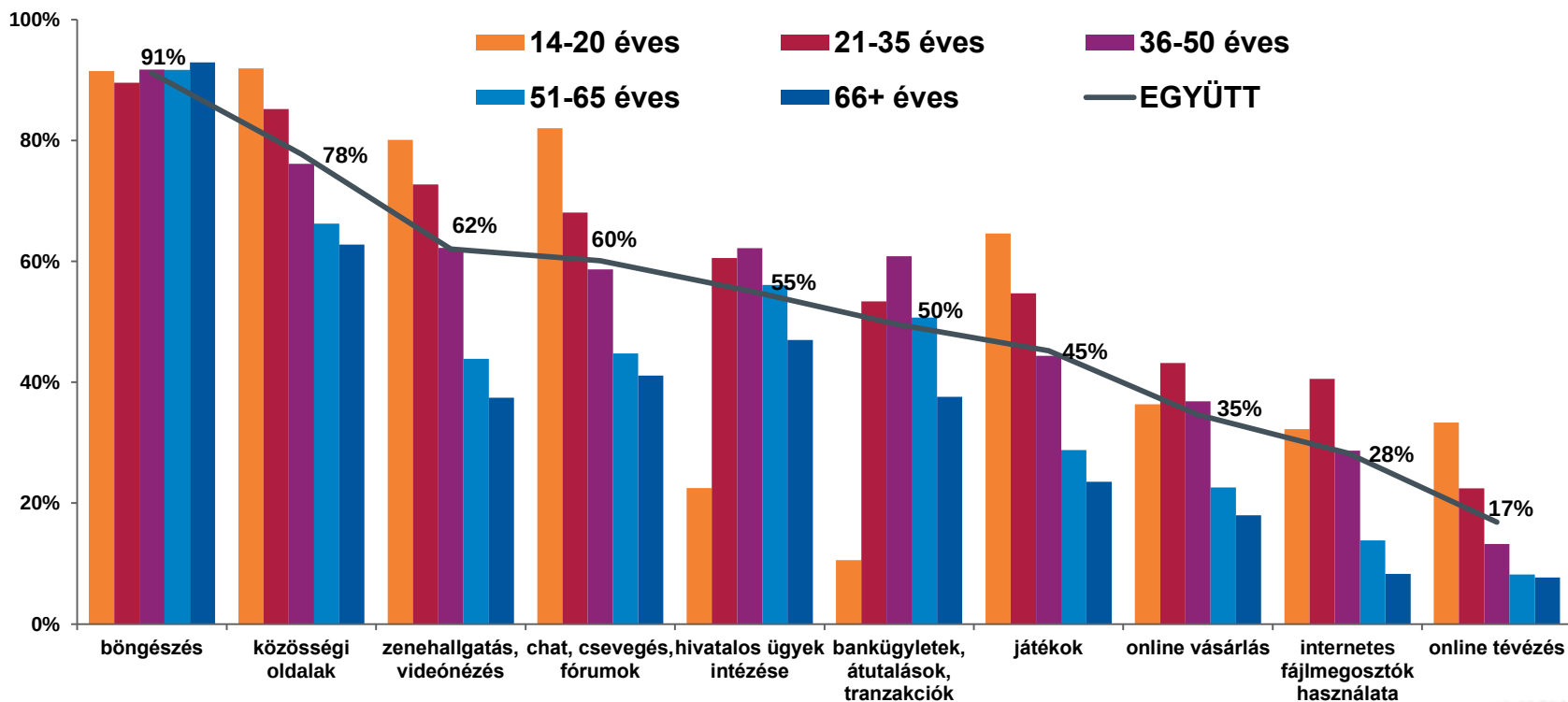


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2020)





A fiatalok és az idősebbek internethasználati szokásaiban jellemzően eltérő mintázatok vannak. A fiatalok lényegesen gyakrabban használják a közösségi oldalakat, a fájlmegosztókat, továbbá gyakrabban használják az internetet játékokra, csetelésre, zenehallgatásra, videónézésre és online tévénézésre. Ugyanakkor a böngészésben már nincs semmilyen különbség a korcsoportok között. A hivatalos ügyek online intézése és az online bankolás pedig értelemszerűen éppen a legfiatalabbakra nem jellemző.



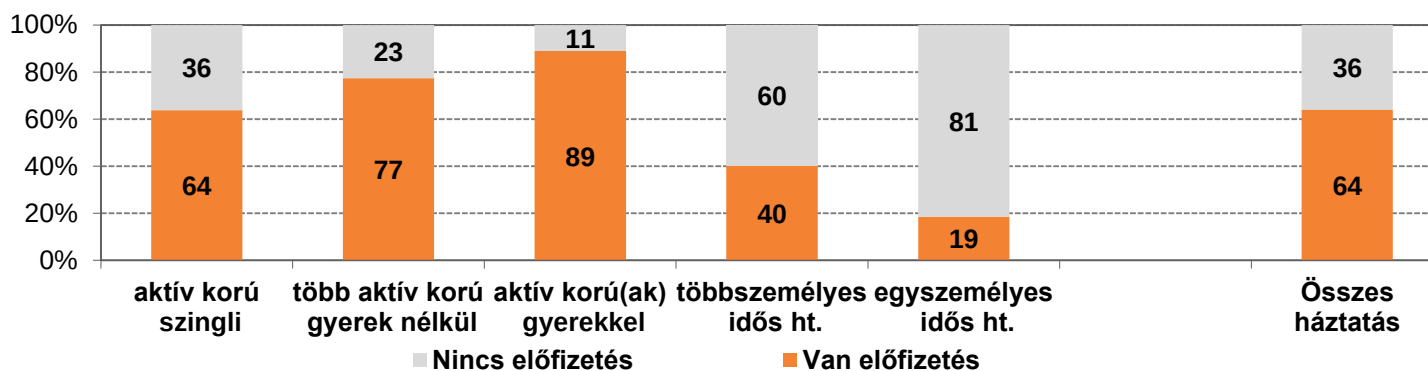
Bázis: 14+ éves, otthon internetet használó személyek (N=6,01 millió fő; n=1151)



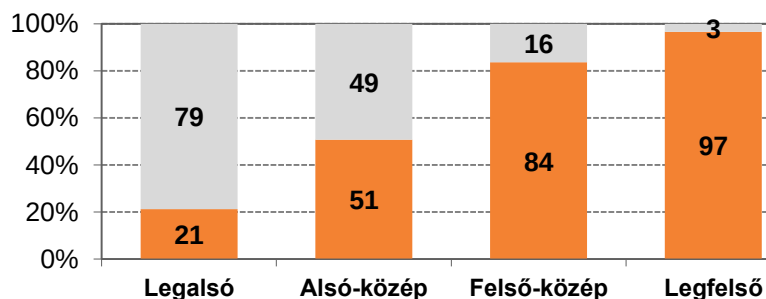


A „Large Screen” internetes kapcsolatra való előfizetés a több aktív korú magában foglaló, a gyermekes, valamint a jó anyagi helyzetben lévő háztartásokban az átlagosnál jóval nagyobb arányú. A legalsó jövedelmi kategóriában levő háztartások alig egyötödében, a legfelső jövedelmi kategóriában viszont már gyakorlatilag minden háztartásban van „Large Screen” internet.

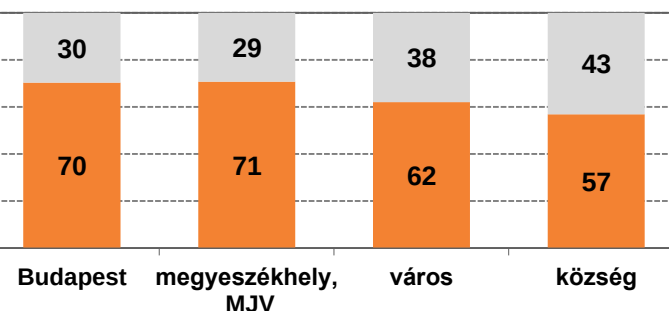
## Ellátottság a háztartások összetétele szerint



## Jövedelmi helyzet szerint

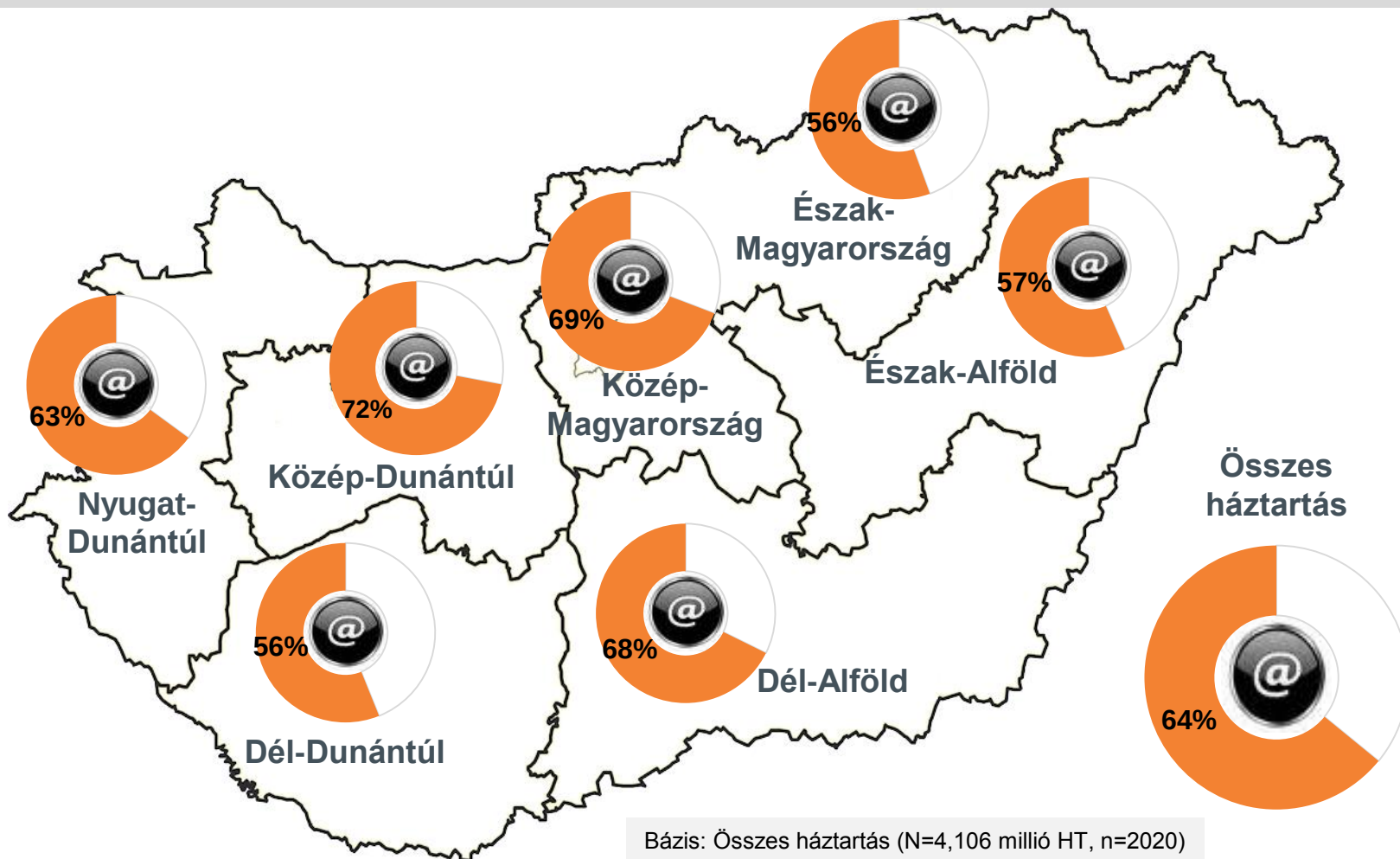


## Településtípus szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT, n=2020)

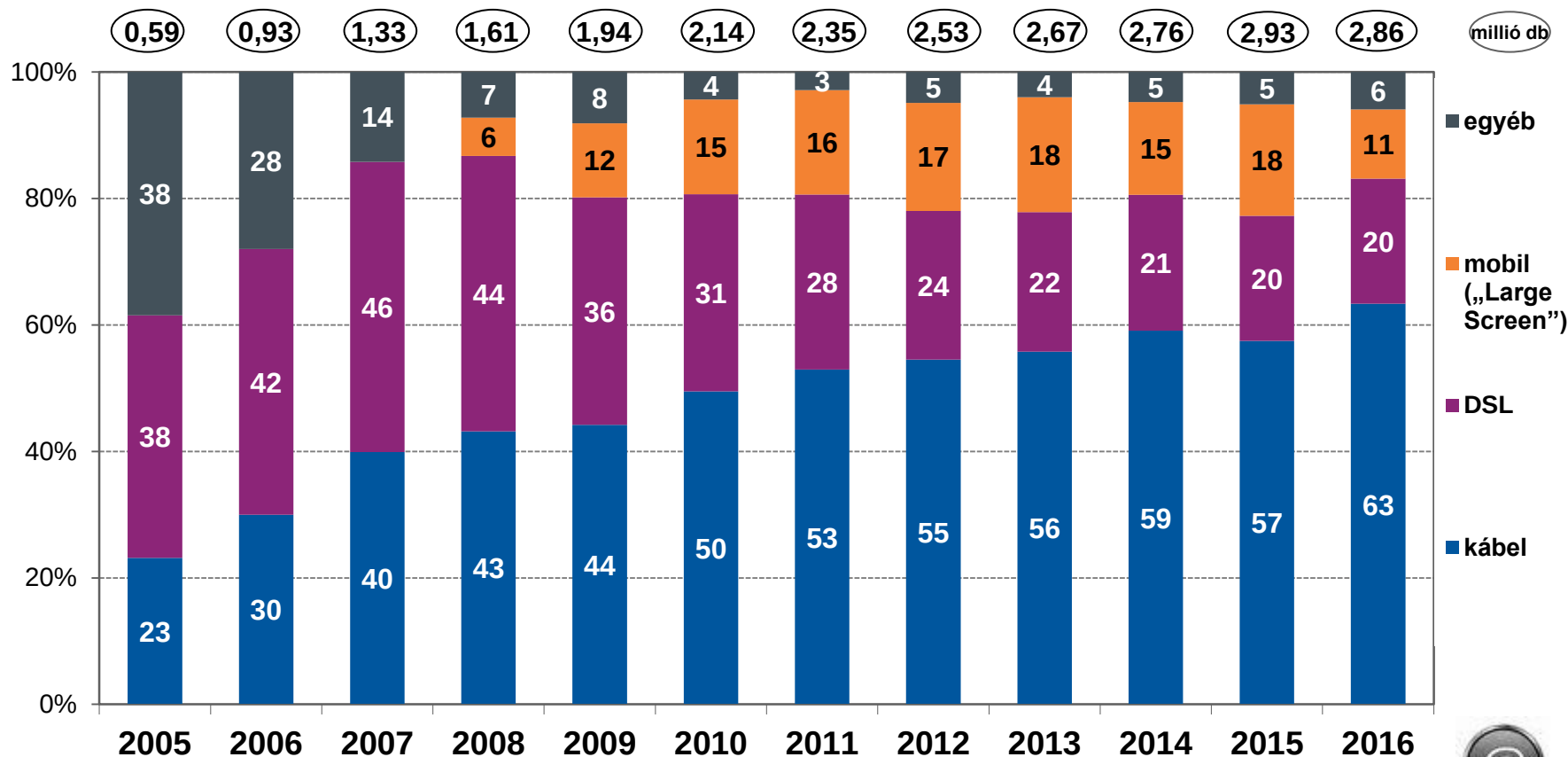
A Dunántúl északi részén, valamint az ország középső sávjában az átlagosnál magasabb a „Large Screen” internetes kapcsolat elterjedtsége. Az eltérő településszerkezet (például a kisfalvas térségek aránya) is khatással van a regionális eltérésekre, nemcsak a lakosság társadalmi és demográfiai összetétele.





A DSL korábbi jelentős csökkenése ellaposodni látszik, a kábel terjedése ugyanakkor új lendületet vett. A mobilinternet mint „Large Screen” technológia úgy tűnik, kezd veszíteni a népszerűségéből.

Internettechnológiák időszora (hozzáférések)



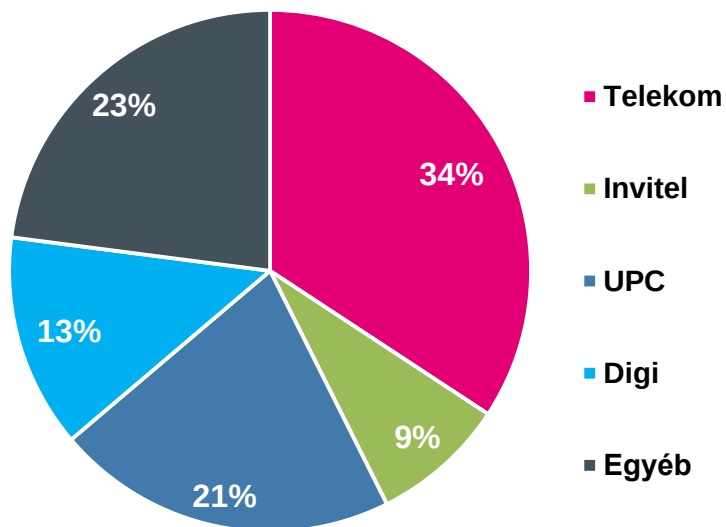
Bázis: Adott évi internet-hozzáférések (évenkénti bázis az adatsorok tetején)



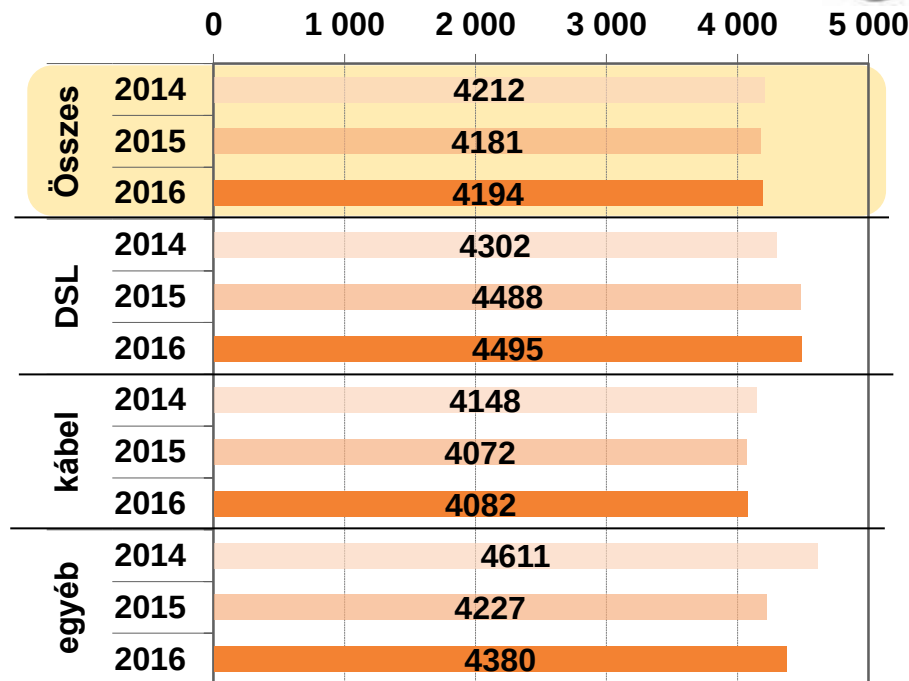


A helyhez kötött internet lakossági piaca költségben mérve 2015-ben 100 milliárd, 2016-ban 101 milliárd, míg 2014-ben csak 94 milliárd volt. Az internetre költött havi összeg érdemben nem változott az előző évhez képest. Az internetpiacon továbbra is a Telekom a piacvezető a UPC és a Digi előtt.

A helyhez kötött internetes bevételek szolgáltató szerinti megoszlása



Költség helyhez kötött technológia szerint (bruttó Ft/hó)



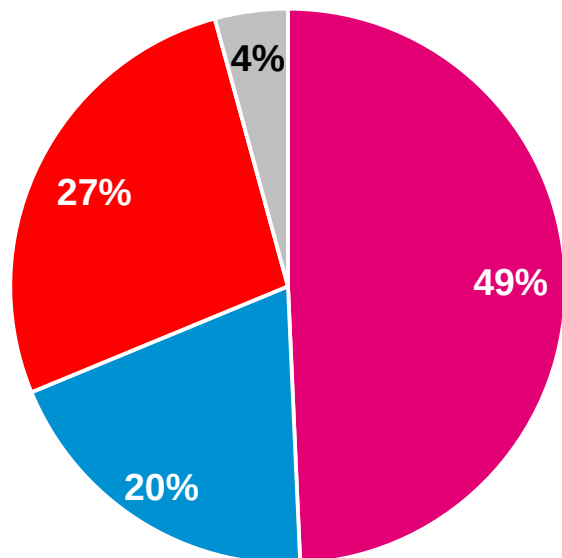
Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,55 millió HT; n=1134)

A lakossági helyhez kötött internet piacának mérete 2016-ban nettó 101 Mrd Ft. (2015: 100)



A „Large Screen” mobilinternet piaca rohamosan szűkül: 2015-ban 19,1 milliárd, 2016-ban ellenben már csak 11,3 milliárd volt a teljes piacméret. A Telekom a bevételek közel felével rendelkezik (49%). A Telenor részesedése 20%, a Vodafone részesedése 27% volt 2016-ban. A nagyképernyős MBB-t igénybe vevő háztartások átlagosan 4634 Ft-ot költenek az előfizetésre.

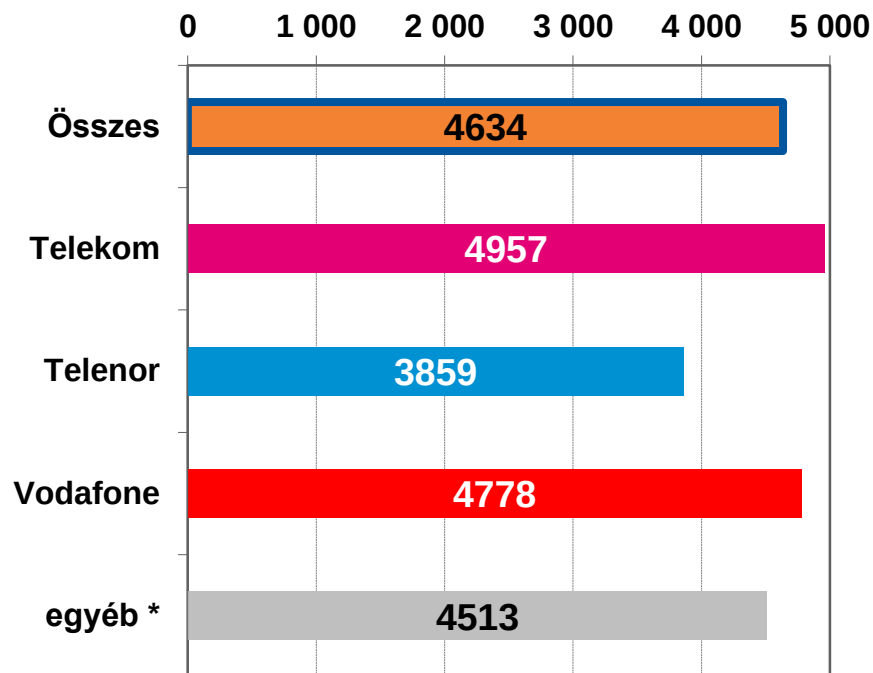
A „Large Screen” mobilinternetes árbevételek megoszlása



■ Telekom  
■ Vodafone  
■ Telenor  
■ egyéb\*\*

\*\*Invitel, Digi, UPC, egyéb

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



\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (N=259 ezer HT, n=114)

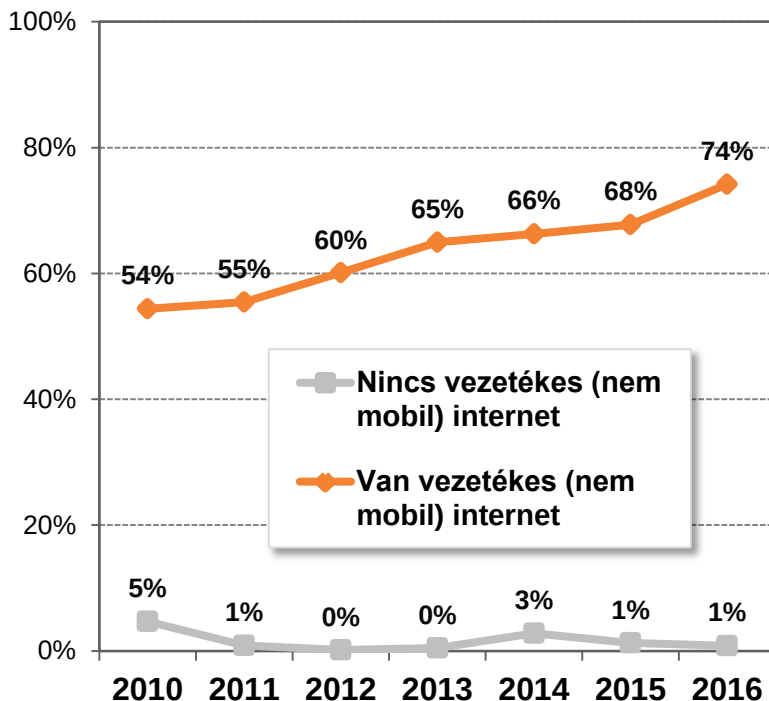
A lakossági „Large Screen” MBB piacának mérete 2016-ban nettó 11,3 Mrd Ft. (2015: 19,1)



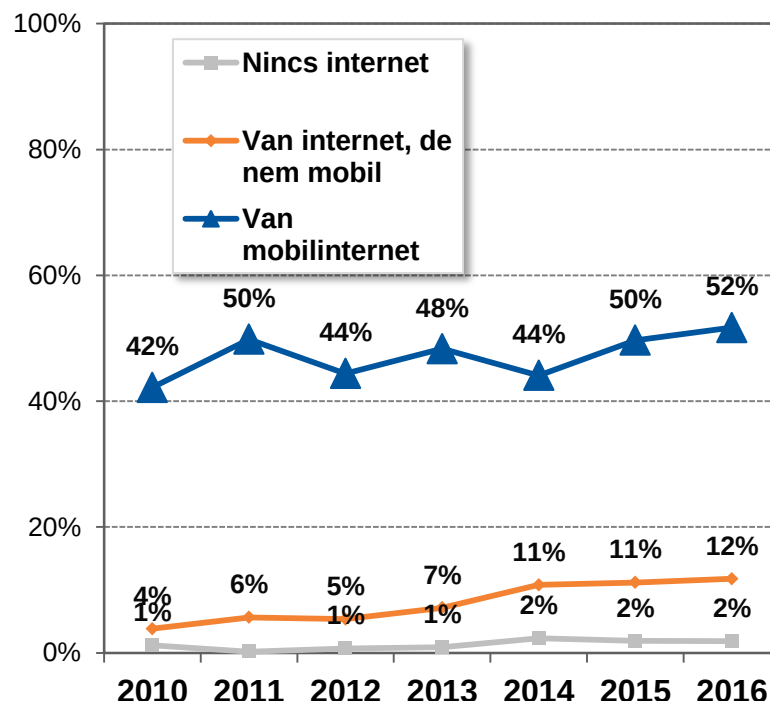


A háztartások életében egyre fontosabb a helyhez kötött internet. Ezt jelzi, hogy a szolgáltatással rendelkező háztartások 74%-a nélkülözhetetlennek tartja az internetet (2011-ben még mindössze 55%, de 2015-ben is csak 68% vélekedett így). A mobilinternettel rendelkezőknek viszont alig több mint a fele (52%) tartja nélkülözhetetlennek ezt a technológiát.

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



A számítógépen használt mobilinternetet nélkülözhetetlennek tartó háztartások aránya ellátottság szerint



Bázis: Helyhez kötött-, illetve mobilinternet-előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (a helyhez kötött esetében: az összes háztartás 62 és 38%-a, N=2,55 és 1,55 millió HT, a számítógépen használt mobilinternetnél: az összes háztartás 6 és 58, illetve 35%-a, N=259 e, 2,37, illetve 1,44 millió HT)



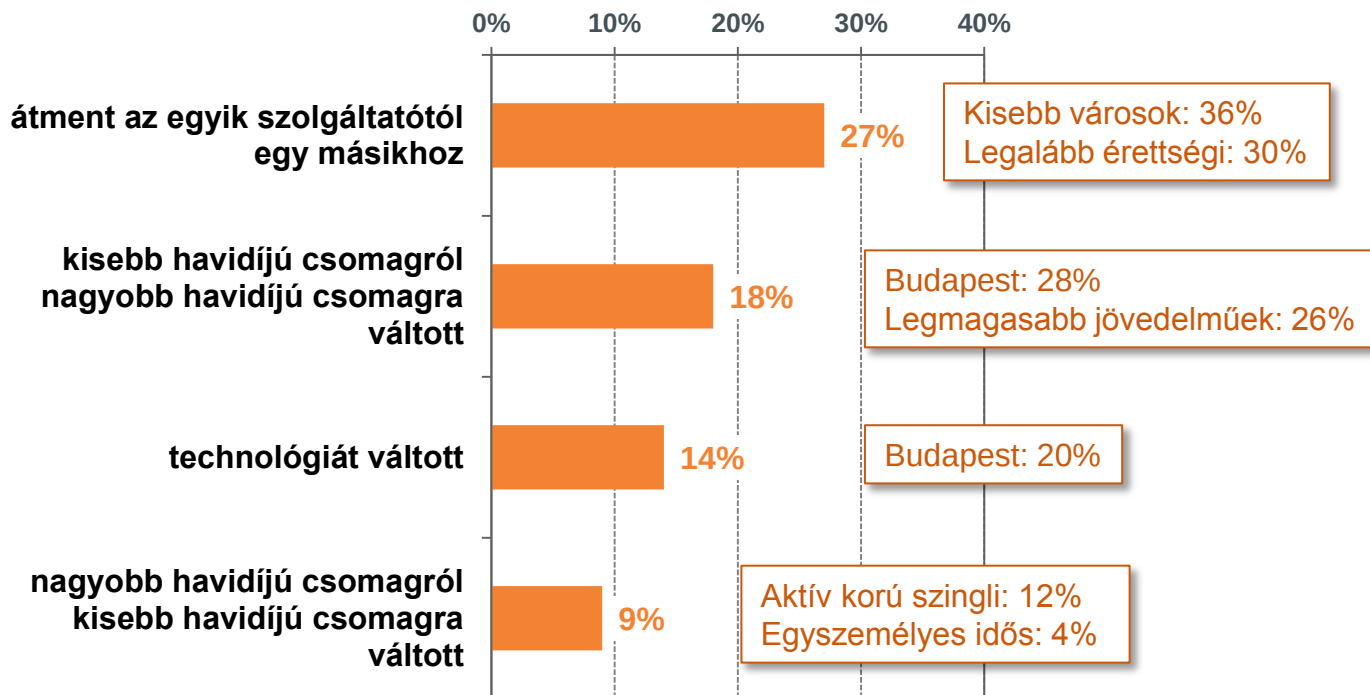


# HELYHEZ KÖTÖTT INTERNETES ÜGYFÉLMÚLT



A helyhez kötött internetes előfizetéssel rendelkező háztartások mintegy kétötöde váltott már technológiát vagy díjcsomagot, aminek többsége szolgáltatóváltással (is) járt. Az általában nagyobb kínálatot biztosító fővárosban vagy nagyobb városokban lakók, a gazdaságilag aktívak és a magasabb státusúak gyakrabban váltottak szolgáltatót, technológiát vagy csomagot, mint a kistelepülésen lakók, illetve inaktívak.

Amióta előfizetnek helyhez kötött internetre, előfordult-e Önnel/Önökkel, hogy...

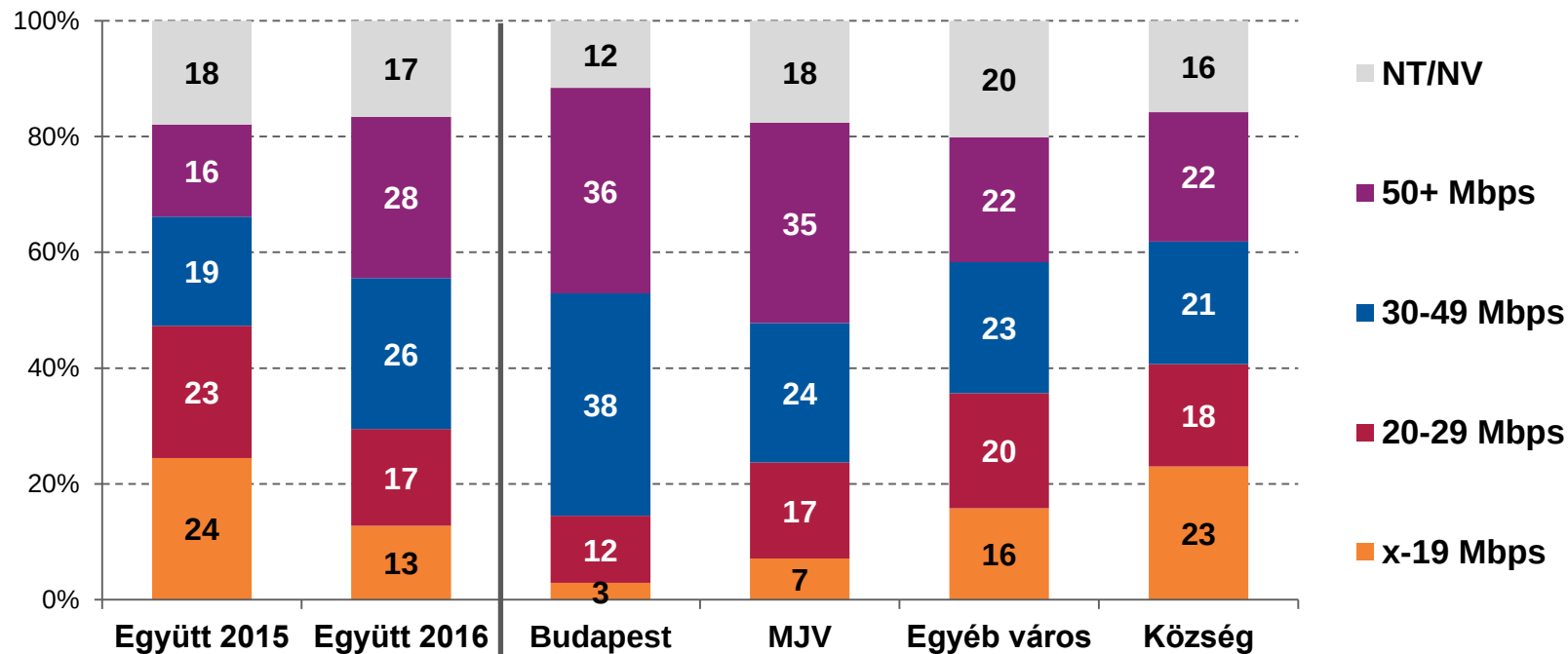


Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások  
(N=2,55 millió HT; n=1134)



Az otthoni helyhez kötött internetes csomagokban jelentősen csökkent a 30 Mbps alatti sávszélességek aránya az elmúlt évben. Az ennél nagyobb sávszélességű csomagok aránya egyetlen év alatt 35%-ról 54%-ra nőtt. 2020-ra uniós cél, hogy mindenki hozzájusson 30 Mbps-hoz, míg a magyar kormány ezt már 2018-ra el szeretné érni\*. Budapesten a 30 Mbps feletti csomagok aránya már 74%, de a legnagyobb arányú sávszélesség-bővülés a községekben történt: 21%-ról 43%-ra nőtt a 30 Mbps feletti csomagok aránya egyetlen év alatt.

## Igénybe vett csomagok lakóhely szerint



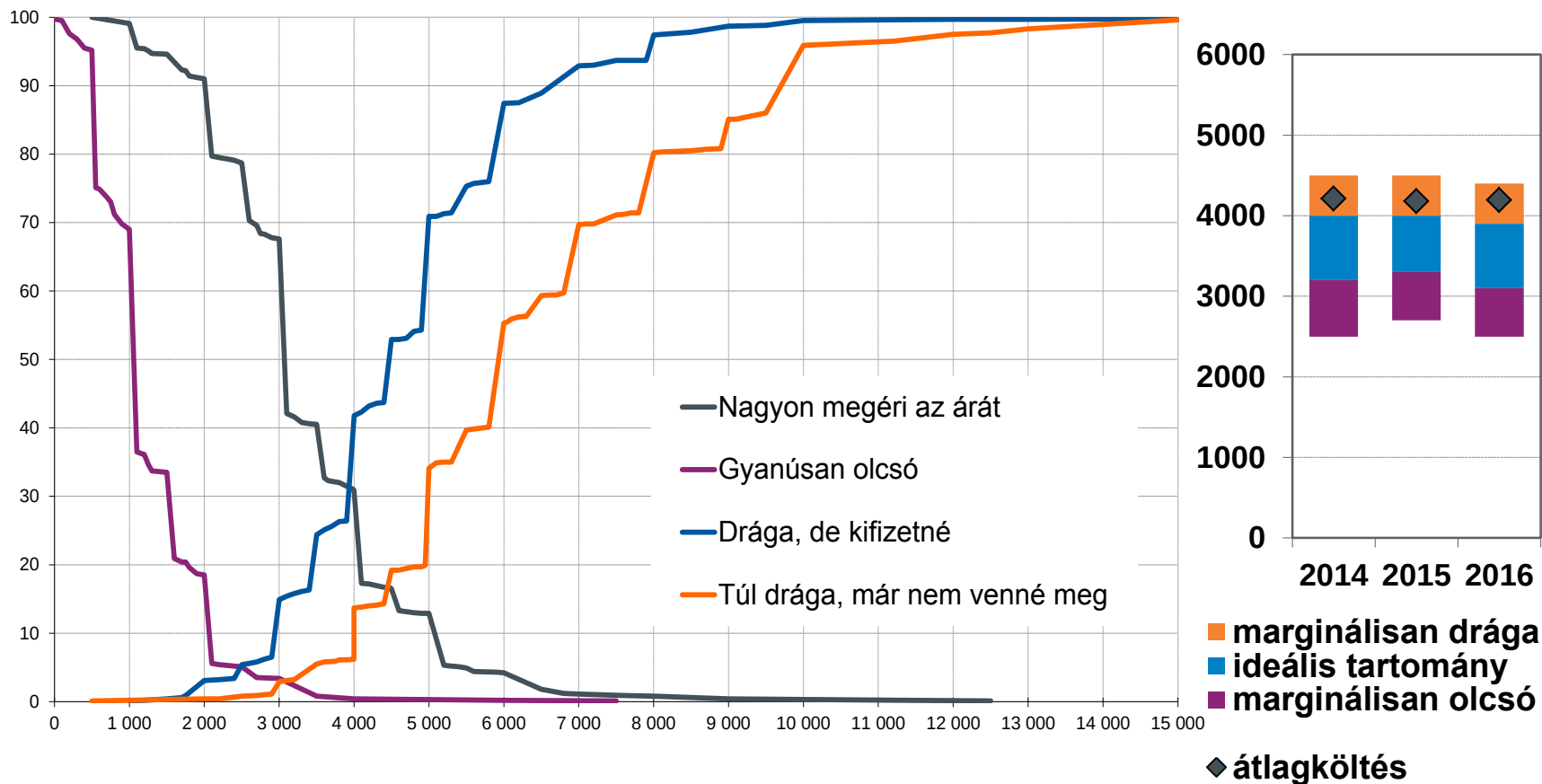
\* Adataink a már jelenleg is internetezők arányait mutatják, míg az uniós és kormányzati célok az összes háztartás körében kívánják elérni a kitűzött sávszélességeket.

Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,55 millió HT; n=1134)





Az internetszolgáltatások átlagára lényegében azonos szintű elvárások mellett alig változott az elmúlt három évben. Az átlagköltség 2016-ban 4194 Ft, amely a „marginálisan drága” tartományban van. Ahhoz, hogy az ideális tartományba kerüljön, az átlagköltségnek 3900 Ft alá kellene süllyednie.



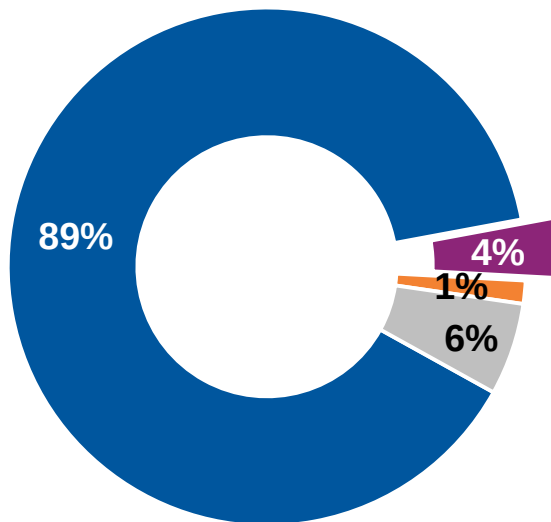
Bázis: Akinek van helyhez kötött internete vagy lenne igénye rá (N=2,72 millió HT; n=1208)





A havidíj 10%-os emelésére az előfizetők mindössze 4 százaléka mondana le végleg a helyhez kötött otthoni internetről. Az előfizetők kilencetizede azt mondta, hogy kifizetné a 10 százalékkal magasabb díjat is. Ez a tény az internetnek a mindennapi életben elfoglalt igen jelentős szerepét jelzi.

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



- a magasabb díjat is kifizetnék
- lemondanának a vezetékes internetről
- egyébként is le akarják mondani az internetet
- NT/NV

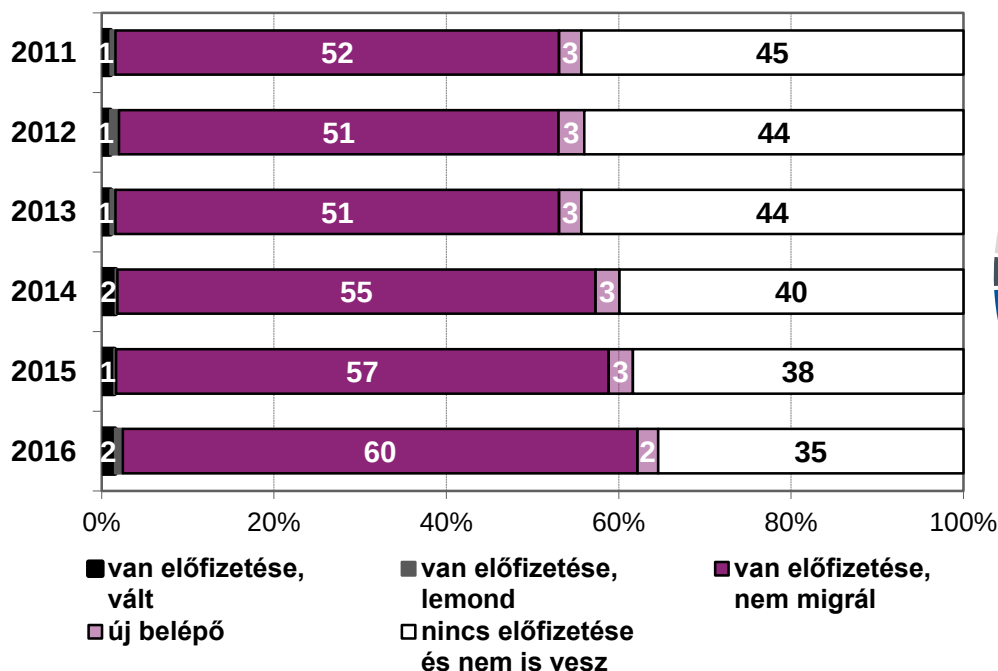
Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,55 millió HT; n=1134)





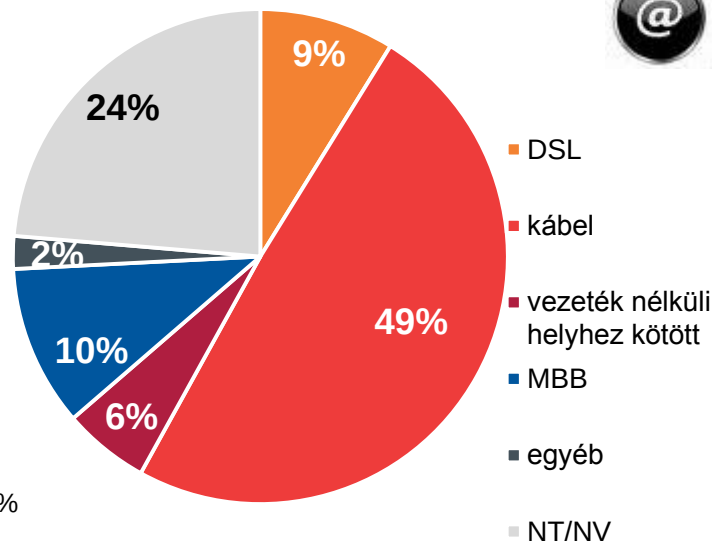
Kereken 100 ezer háztartás (2,5%) tervezi, hogy egy éven belül helyhez kötött internetre fizet elő. Ugyanakkor 36 ezer háztartás tervezi a vezetékesinternet-szolgáltatás helyettesítés nélküli lemondását. Ez azonban még mindig csak az internetező háztartások 1%-a. Otthoni internet-előfizetésnek a háztartások csaknem fele (49%) kábeles előfizetést venne, DSL-t csak 9%-uk vásárolna.

A háztartások migrációs kategóriái



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2020)

A tervezett internettechnológia\*

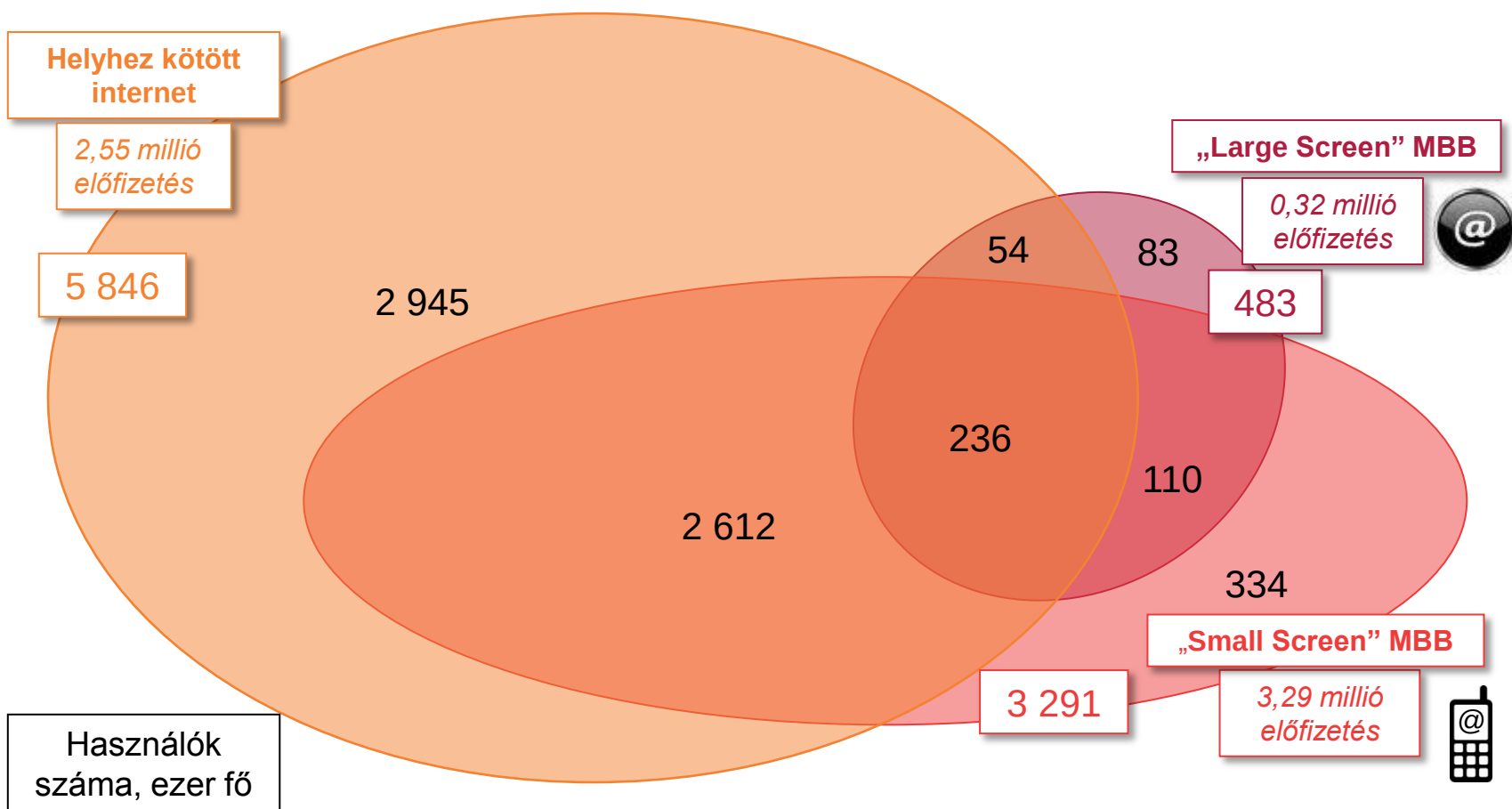


\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Akiknek még nincs internetük, de tervezik annak előfizetését (N=100 ezer HT; n=45)



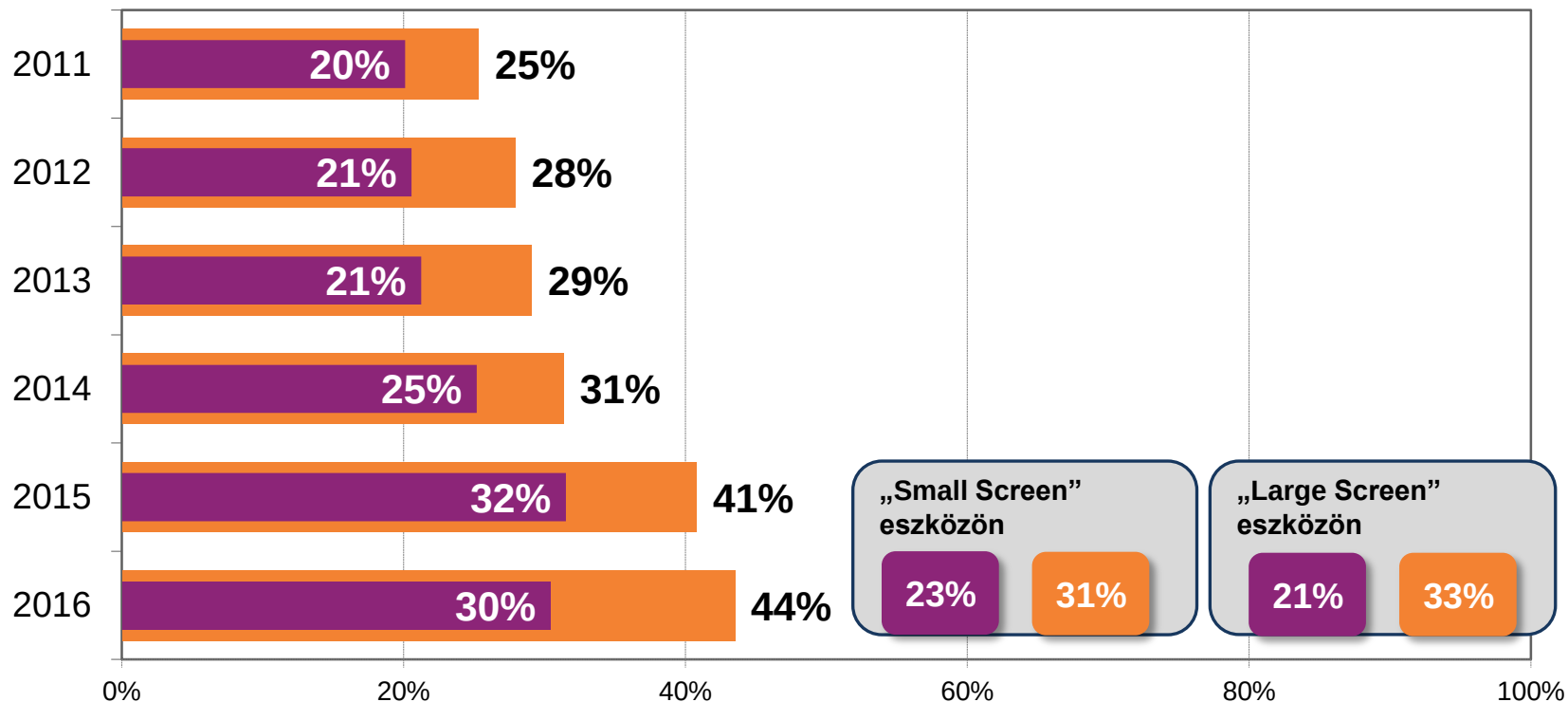
2015-höz képest 2,3 milliőról 2,9 millióra nőtt azok száma, akik a saját előfizetésű helyhez kötött internet használata mellett valamilyen (főként „Small Screen”) MBB-előfizetéssel is rendelkeznek. Amíg a „Large Screen” MBB-re szóló előfizetések száma 2015 és 2016 között 520 ezerről 320 ezerre apadt, addig a „Small Screen” MBB-s előfizetések száma 2,85 milliőról 3,3 millióra nőtt.





A 13 éven felüliek 44%-a használ valamilyen csevegőprogramot (pl. Skype, Gtalk), ami a tavalyi 10 százalékpontnyi bővüléshez képest statisztikai értelemben nem jelent eltérést. Azok aránya, akik nemcsak csetelésre, hanem telefonhívások bonyolítására is igénybe veszik ezeket a programokat, nem nőtt 2015-höz képest (30-32%).

## Internetes csevegő- és telefonprogramok használata



Bázis: Összes 14+ éves személy  
(N=8,593 millió fő; n=2020)

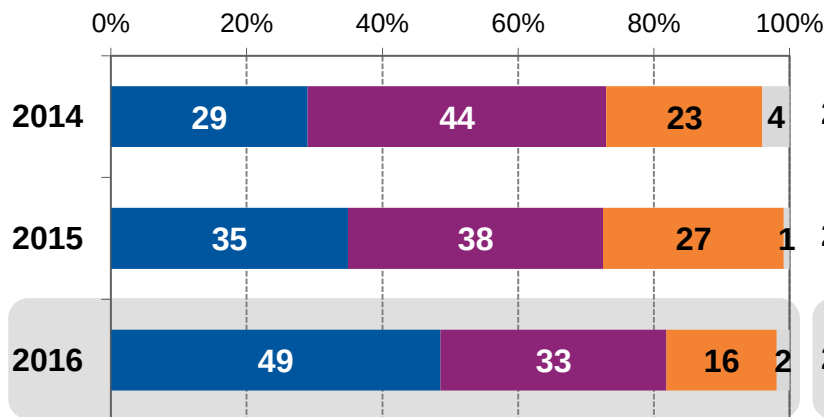
■ Cset-/telefonprogramok használata ■ VoIN





Az sms-piacot nagyobb mértékben fenyegetik az okostelefonon futó csevegőprogramok: nagyobb arányban számoltak be a kérdezettek az sms-forgalmuk csökkentéséről, mint a hangforgalom internetes helyettesítéséről (VoIN-nal, például Skype-pal). Az sms-ek kiváltása csetüzenetekkel érdemben nőtt az előző évhez képest: a csevegőprogramot használóknak már a 82%-ára jellemző, míg 2015-ben ez még csak 73% volt.

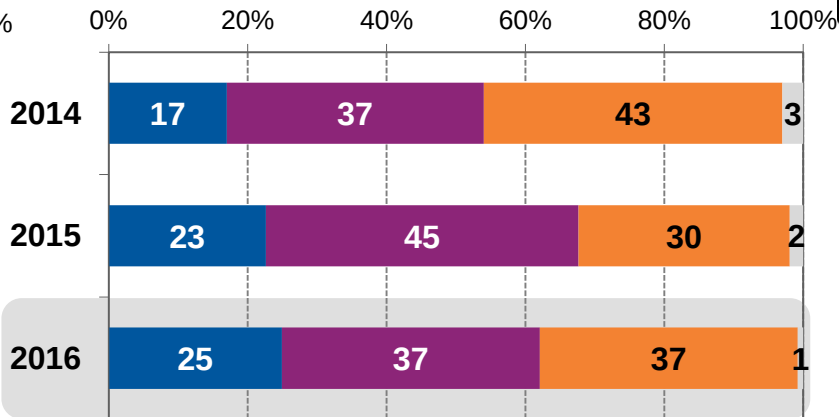
„Small Screen” cset vs. sms



- 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  
2016-ban (N=2,65 millió fő; n=426)

„Small Screen” VoIN vs. mobiltelefonálás



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

Bázis: „Small Screen” eszközön VoIN-t használó személyek  
2016-ban (N=1,97 millió fő; n=339)



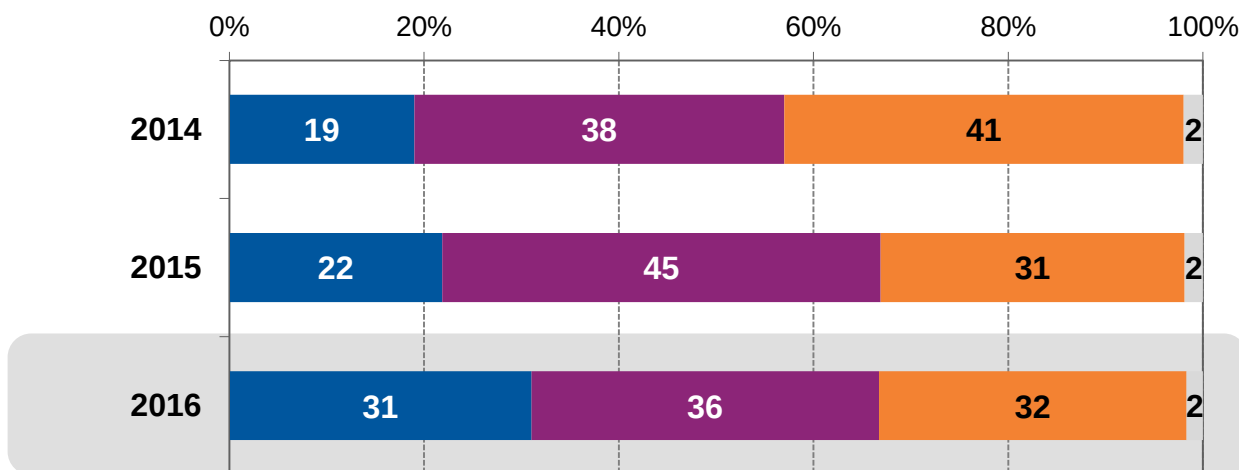


# „LARGE SCREEN” VOIN HELYETTESÍTŐ SZEREPE



A számítógépen VoIN-t (például Skype-ot) használók 67%-a helyettesíti ezzel az eszközzel a „klasszikus” csatornákat (mobilt vagy helyhez kötött telefont). Ez az arány nem változott tavaly óta.

Számítógépen használt internetes telefon vs. vezetékes vagy mobiltelefonálás



- azóta lényegesen kevesebb hívást indítok a vezetékes vagy a mobiltelefonról
- azóta valamivel kevesebb hívást indítok a vezetékes vagy a mobiltelefonról
- azóta is ugyanannyi hívást indítok a vezetékes vagy a mobiltelefonról
- NT/NV

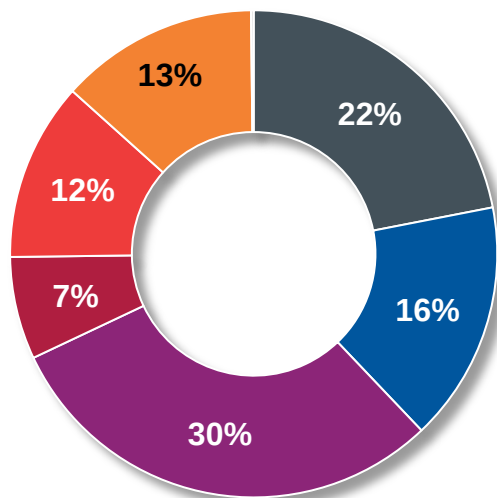
Bázis: „Large Screen” eszközön VoIN-t használó személyek  
2016-ban (N=1,8 millió fő; n=335)



Az előző évhez képest nincs jelentős változás a VoIN-használat (például Skype) intenzitásában „Small Screen” eszközön: a „Small Screen” eszközön VoIN-t használók 38%-a használja ezt az alkalmazást nagyjából mindennap (2015.: 39%). A „Small Screen” eszközön keresztüli VoIN-használat továbbra is jóval intenzívebb, mint a nagyképernyőn keresztül telefonálók esetében.

## VoIN-használat intenzitása

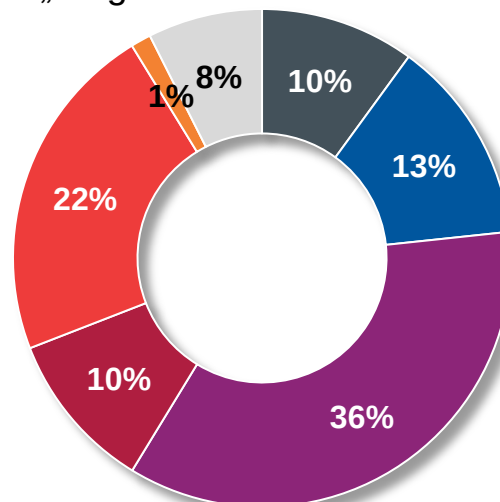
### „Small Screen” eszközön



- 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=1,968 millió fő; n=339)

### „Large Screen” eszközön



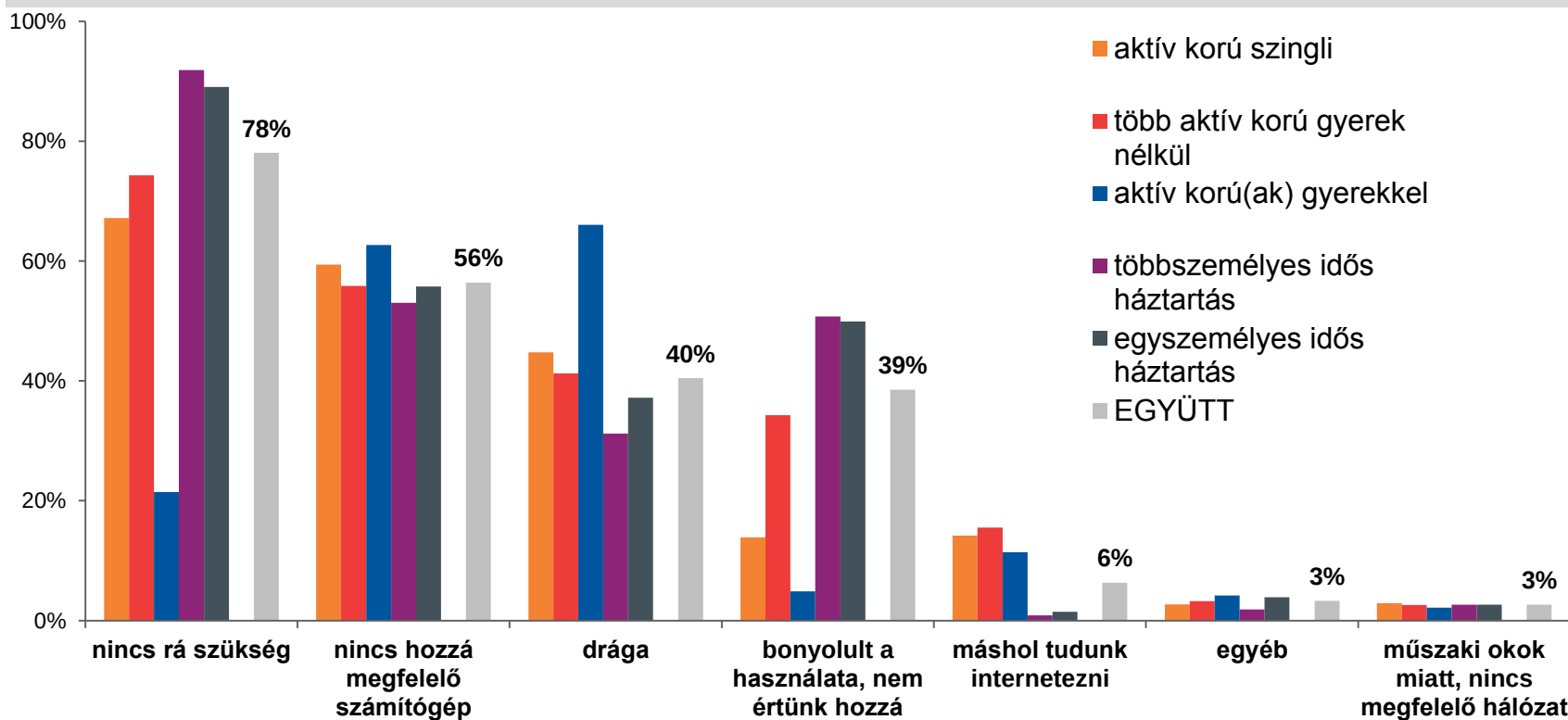
- naponta többször
- mindennap vagy majdnem mindennap
- hetente többször
- heti egyszer
- havonta többször
- havonta egyszer vagy ritkábban
- NT/NV

Bázis: „Large Screen” eszközön VoIN-t használó személyek  
(N=1,8 millió fő; n=335)





Azok körében, ahol nincs internet-előfizetés, az idősebb háztartások egyszerűen nem érzik szükségét az internet-előfizetésnek, aminek egyik fontos tényezője, hogy bonyolultnak tartják a használatát, illetve nincs is számítógép a háztartásban. Az internettel nem rendelkező, de gyermekeket nevelő aktív korúak esetében azonban a „nincs rá szükség” válasz sokkal kisebb arányban fordul elő. Az ő körükben a fő ok a szegénység: sem az előfizetési díjat, sem az eszközt nem tudják kifizetni.



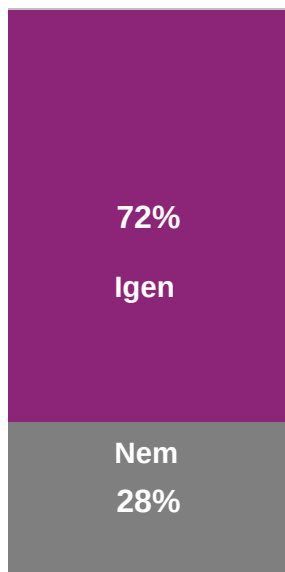
Bázis: „Large Screen”-internet-előfizetéssel nem rendelkező háztartások (N=1,463 millió fő; n=847)





A helyhez kötött internetet használók 72%-a rendelkezik valamilyen internetmegosztásra alkalmas eszközzel. A routerek valamivel több mint fele saját eszköz, 44% csupán a szolgáltató által biztosított hálózati eszköz. Ezen a válaszadók 42%-a változtatta meg az eredeti jelszót.

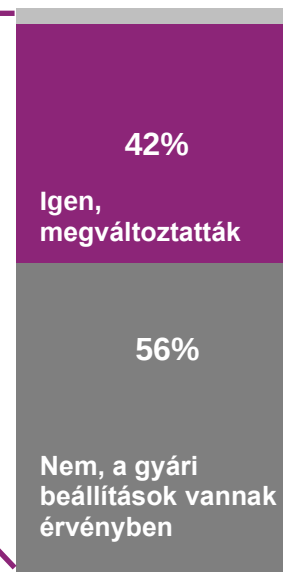
Használnak otthon valamilyen wifi-eszközt?



Milyen routert használnak?



Megváltoztatták ezen az eredeti jelszót?

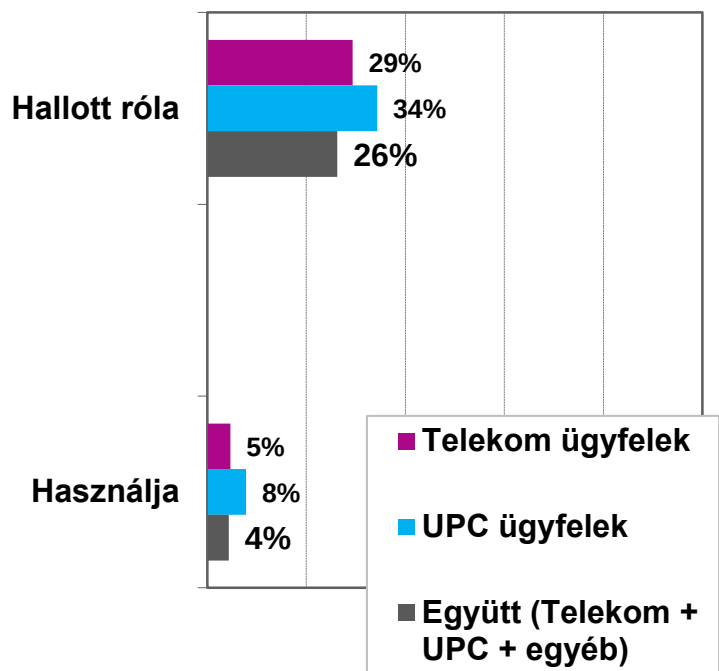


Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások  
(N=2,55 millió HT; n=1134)



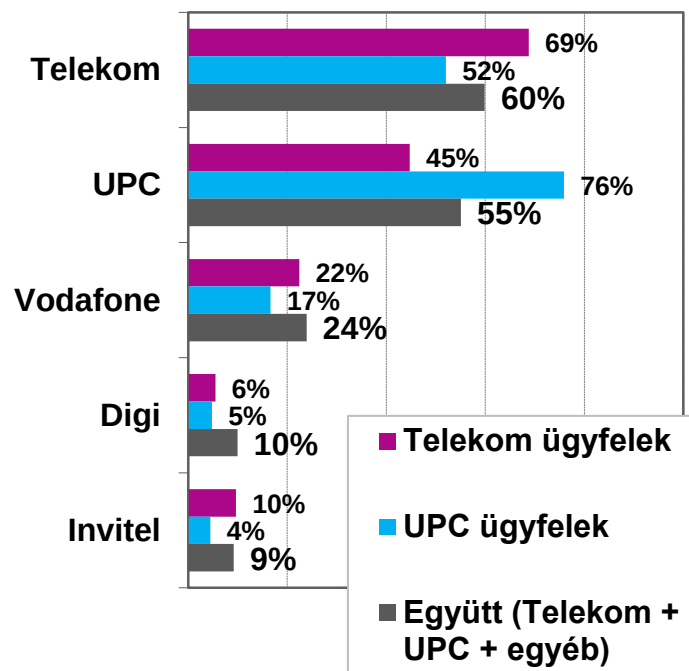
A Telekom és a UPC előfizetőinek nyújtott ingyenes wifi-szolgáltatásról az otthoni internetezők egynegyede hallott. Mindkét nagy szolgáltatóról jobban tudják a saját ügyfeleik, hogy nyújtanak ilyen szolgáltatást, mint azok, akik más szolgáltatónál vannak. A netezők 4%-a használja a szolgáltatást. A használók zöme (91%) „Small Screen” mobilinternetező.

## Ismeret és használat



Bázis: otthoni internethasználó személyek  
(N=6,01 millió fő; n=1151)

## Melyik szolgáltató nyújtja?



Bázis: aki hallott róla (N=1,695 millió fő; n=303)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

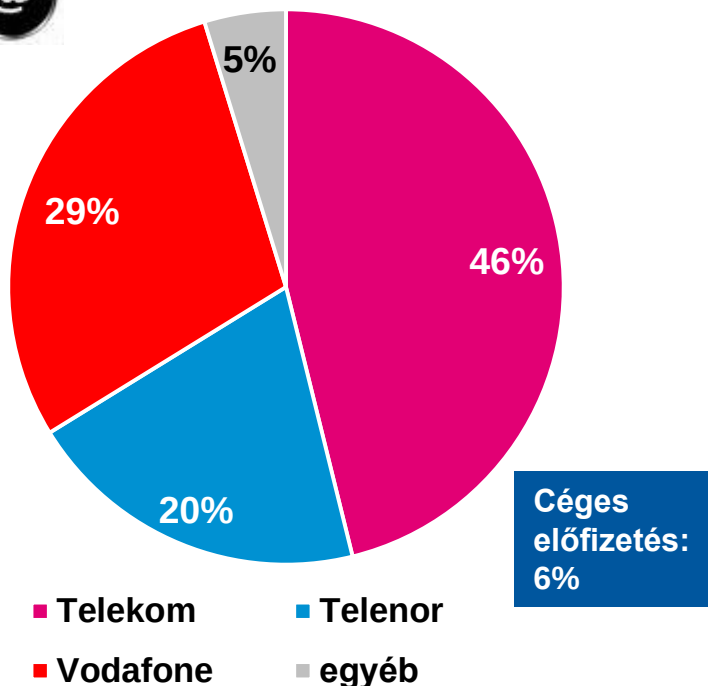
# MOBILINTERNET

(„Large Screen” és „Small Screen”  
mobilinternet, okostelefon)



A „Large Screen” mobilinternetes előfizetések közel fele a Telekomhoz tartozik, a második legnagyobb szolgáltató pedig a Vodafone. A céges előfizetések aránya mindössze 6%.  
A „Small Screen”-előfizetéseknél a nagyképernyőshöz viszonyítva valamivel kisebb a részesedése a Telekomnak és a Vodafone-nak, és némileg nagyobb a Telenornak. A kisképernyős piacon a céges előfizetések aránya 9%.

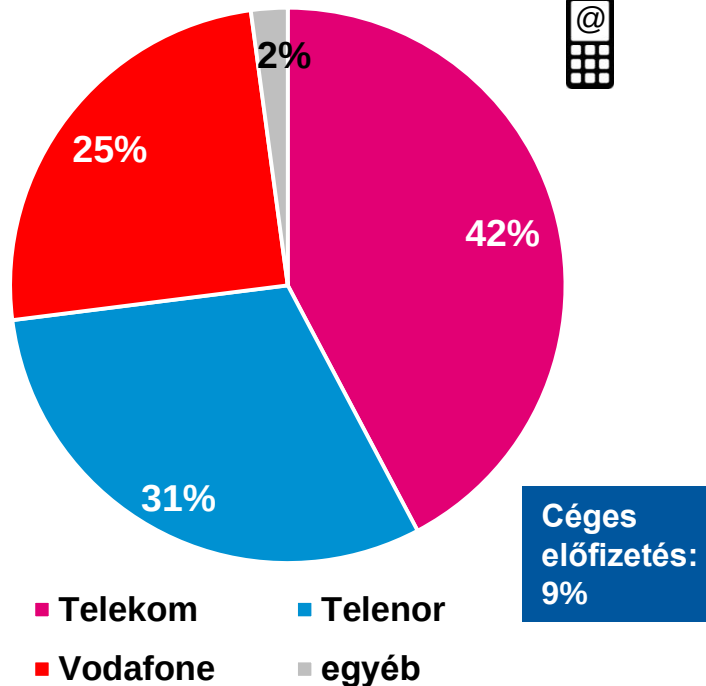
A „Large Screen”-mobilinternet-  
előfizetések megoszlása\*



\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások  
(N=259 ezer HT, n=114)

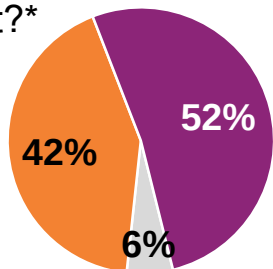
A „Small Screen”-mobilinternet-  
előfizetések megoszlása



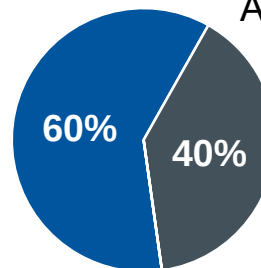
Bázis: 14+ éves, „Small Screen” mobilinternetre előfizető személyek  
(N=3,73 millió fő; n=638)

A mobilinternetet használó személyek 40%-a tudomása szerint forgalomkorlátos csomaggal netezik. A korlátosság az érintettek 61%-át nem befolyásolja a használatban (2014-ben ez 40% volt).

Van adatforgalmi korlát?\*



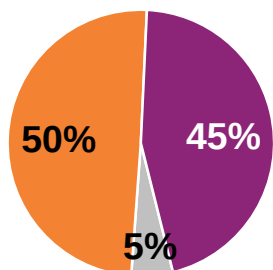
A korlátosság befolyásolja a használatot?\*



■ NT/NV

■ nincs

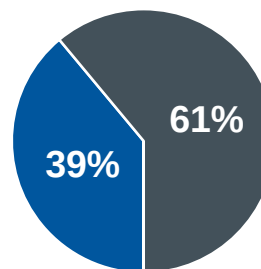
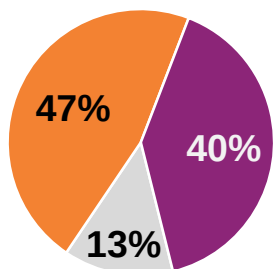
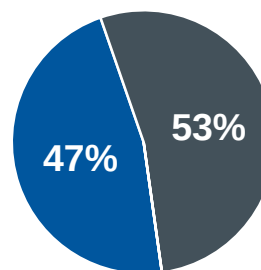
■ van



■ igen

■ nem

■ NT/NV



\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

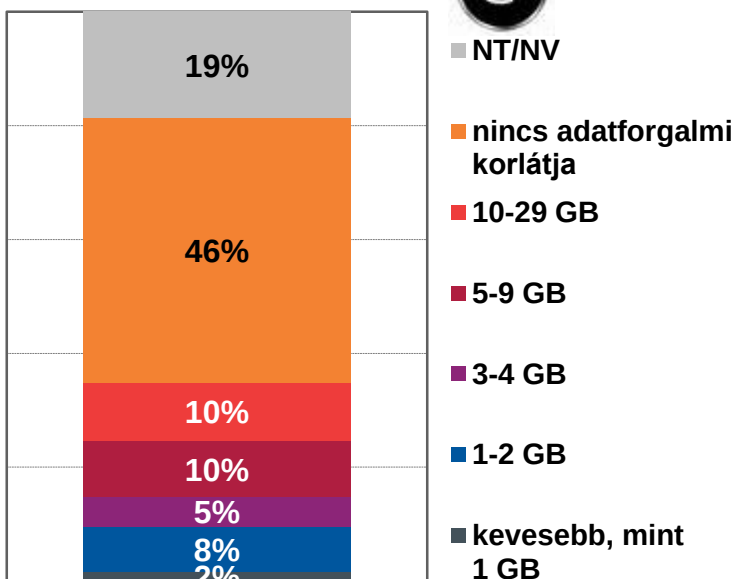


Bázis: Mobilinternettel rendelkező 14+ éves személyek (N=483 ezer fő, n=85)

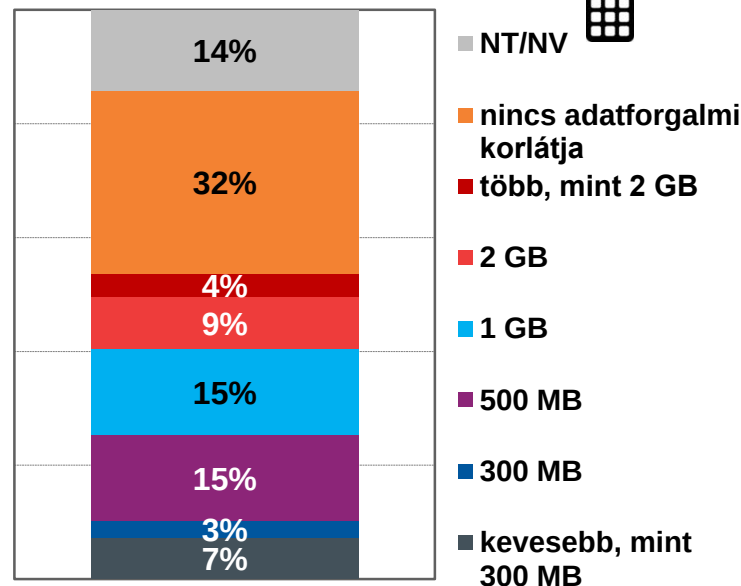


A „Large Screen” mobilinternetet használók 35%-a, a „Small Screen” MBB-sek 53%-a számolt be forgalomkorlátozott adatcsomagról. Utóbbiak közel fele 1 GB-osnál kisebb csomaggal rendelkezik. A Telenor ügyfelei körében jellemzőbbek a kisebb csomagok. A korlátlan csomagról beszámolóknak nagy aránya feltehetően a fogyasztók tájékozatlanságára utal, hiszen az ászf-ek szerint gyakorlatilag nincs jelenleg Magyarországon korlátozás nélküli adatcsomag. Ők valószínűleg azért gondolják, hogy korlátlan a csomagjuk, mert az adatkeret elérésével csak lassítja, de nem szünetelteti a szolgáltatást a szolgáltatójuk.

„Large Screen” MBB\*



„Small Screen” MBB



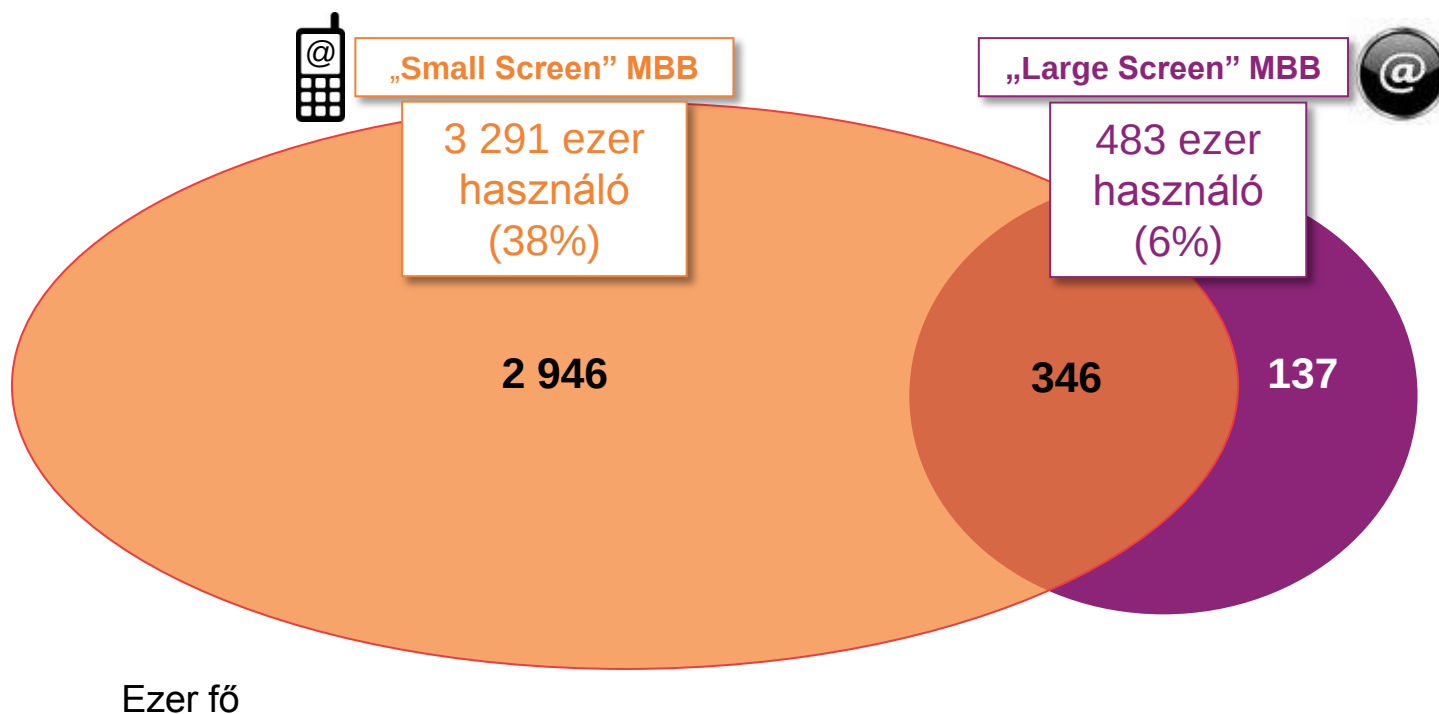
\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: „Large Screen” mobilinternetet használók  
(N=483 ezer fő, n=85)

Bázis: „Small Screen” mobilinternetet használók  
(N=3,73 millió fő, n=1382)



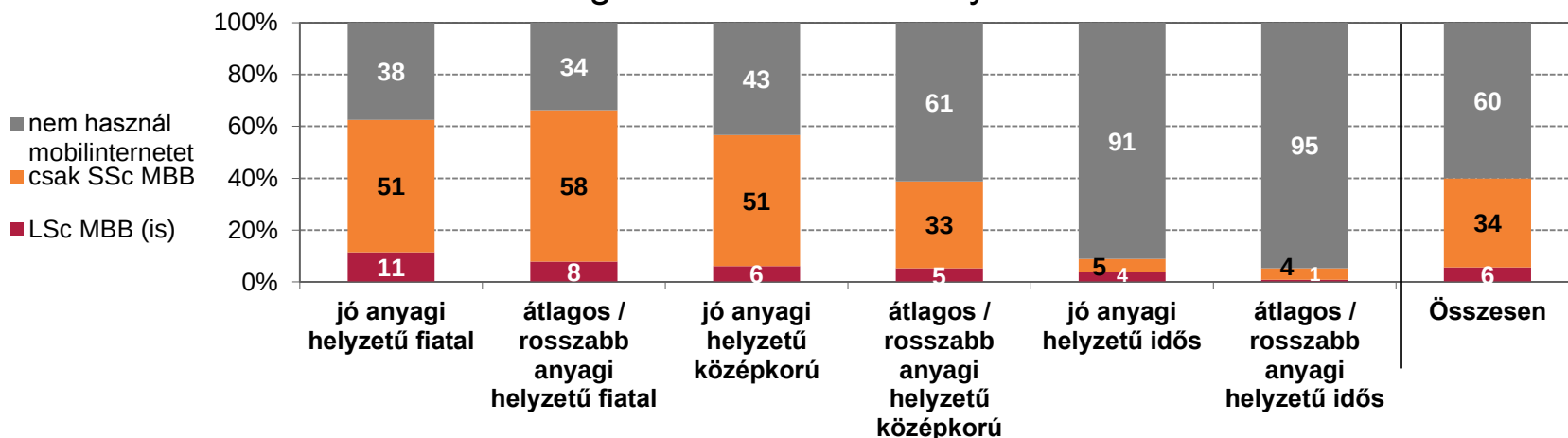
A 13 évnél idősebb személyek 40%-a használ mobilinternetet akár mobiltelefonon, akár számítógépen. A kizárólag „Small Screen” MBB használati aránya a népesség körében 34%, a csak „Large Screen” mobilinterneté viszont csak 1,6%. 4% használ mindkét fajta mobilinternetet.



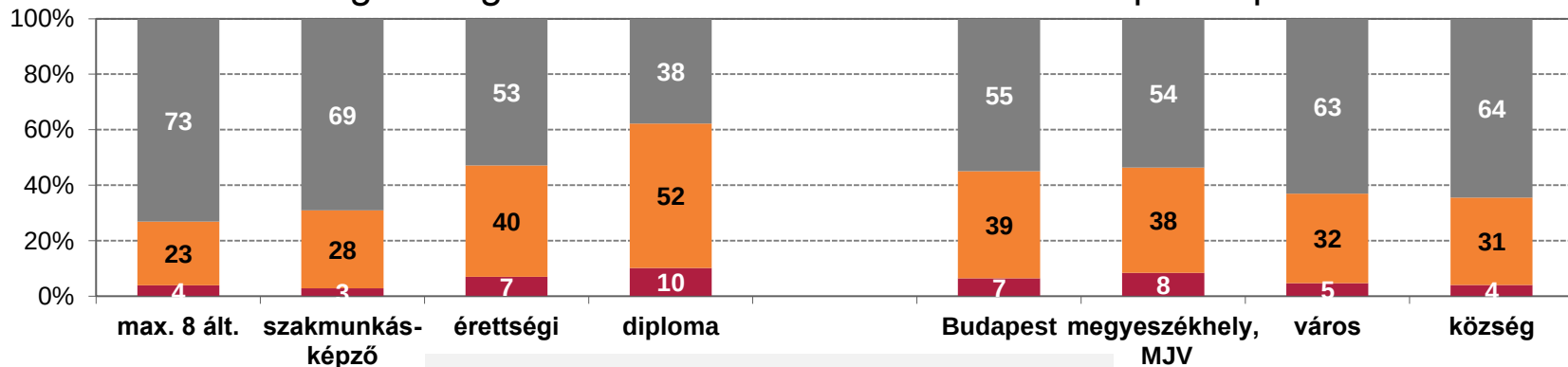


A mobilinternet-használat leginkább életkorfüggő: a 14-29 évesek 64%-a használja vagy mobiltelefonon, vagy számítógépen, míg a 60 évnél idősebbeknek csak a 7%-a. Az anyagi helyzet csak a középkorúaknál befolyásolja a használatot. Az iskolai végzettség is hatással van az MBB-használatra: minél magasabb, annál nagyobb a valószínűsége. A településtípus hatása nem annyira markáns.

## Ellátottság a válaszadó élethelyzete szerint



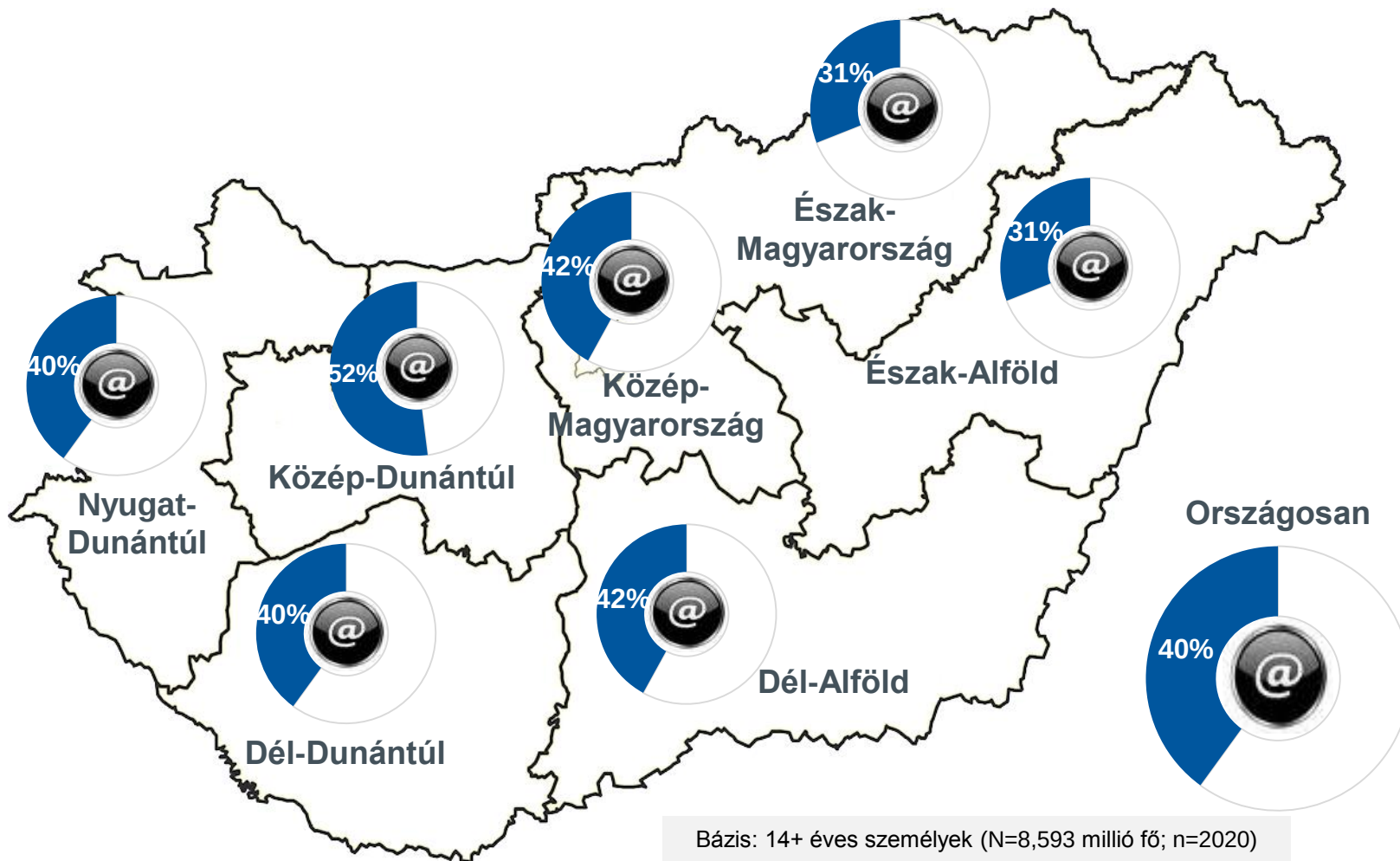
## Iskolai végzettség szerint



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2020)



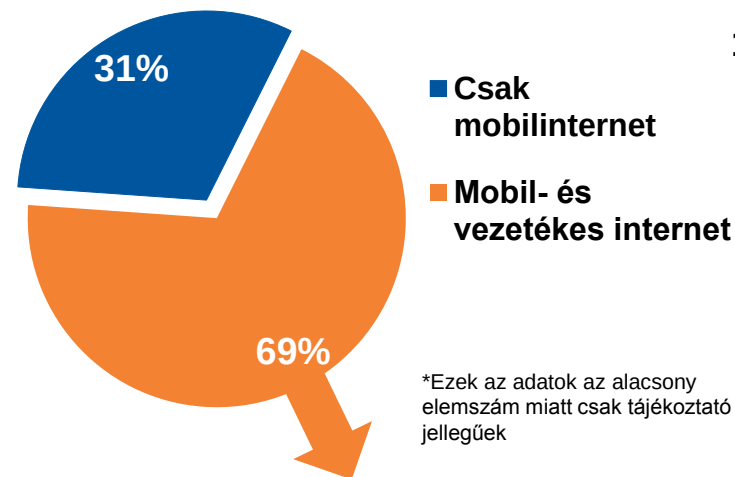
A Közép-Dunántúlon mutatkozik a legmagasabbnak a mobilinternet elterjedési aránya (52%). Közép-Magyarországon az országos átlagnál csak kismértékben magasabb ez az arány. A legalacsonyabb használati arányt az ország észak-keleti részében mértük (31%).



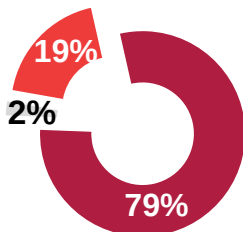


Jelenleg 259 ezer háztartásban van „Large Screen” mobilinternet. (2015-ben ez a szám még 414 ezer volt.) Ahol mindkét technológia jelen van, a többség kiegészítőként használja a mobilinternetet a vezetékes internet mellett. A „Large Screen” MBB-t jellemzően laptorról vagy tabletről használják.

Mobilinternet helyettesítő  
vs. kiegészítő használata\*

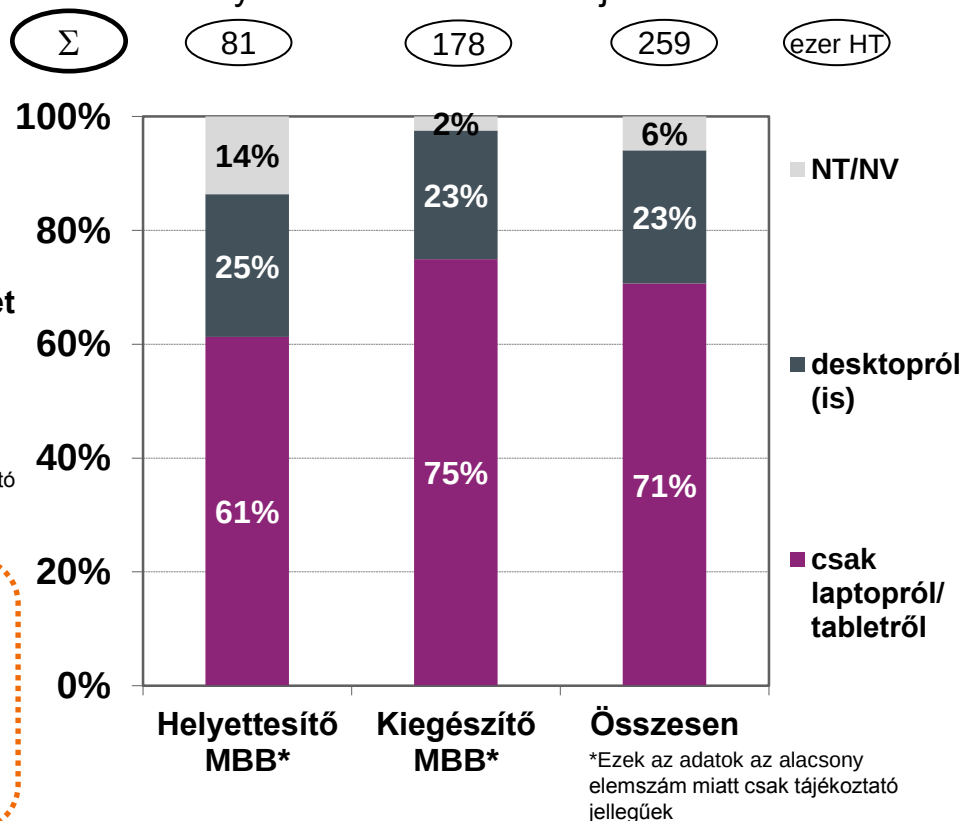


- általában az MBB-t használják
- időnként használják az MBB-t
- NT/NV



Bázis: vezetékes internetet is használó, „Large Screen” mobilinternetre előfizető háztartások (N=178 ezer HT, n=76)

Milyen eszközön használják



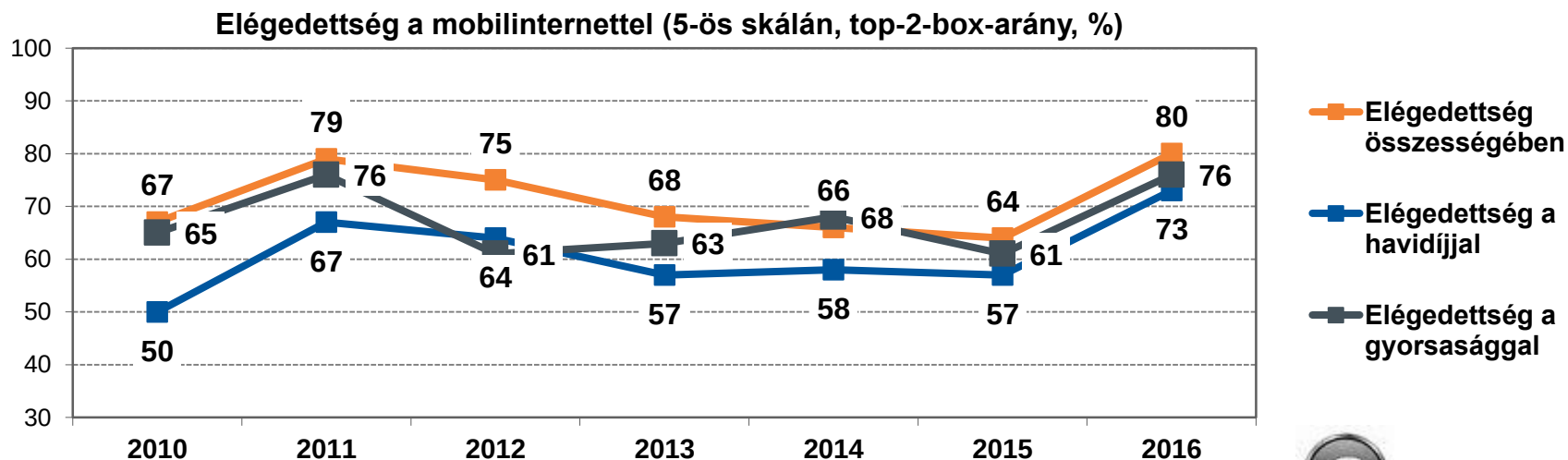
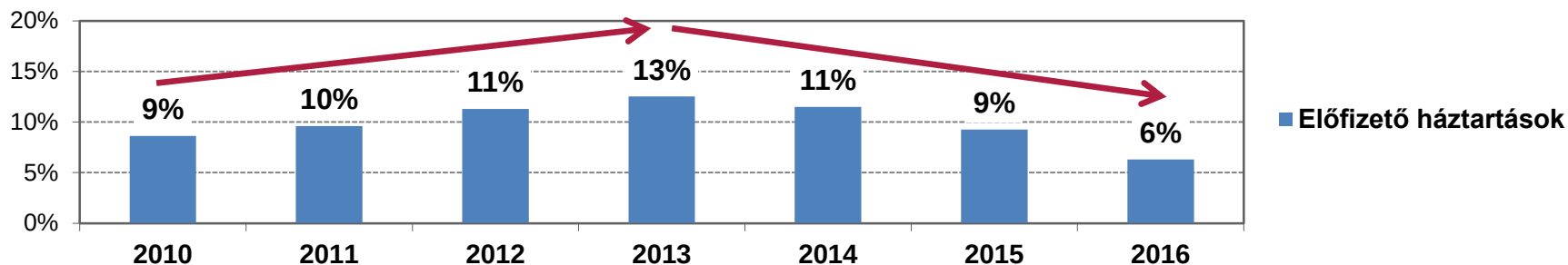
Bázis: „Large Screen” mobilinternetre előfizető háztartások (N=259 ezer HT, n=114)



# „LARGE SCREEN” MOBILINTERNET: HASZNÁLAT ÉS ELÉGEDETTSÉG



A „Large Screen” mobilinternetet használó háztartások aránya az évtized elején lassan növekvő tendenciát mutatott, azonban 2013-tól kezdve folyamatosan csökken. A szolgáltatással való elégedettség 2011 és 2015 között lassan erodálódott, 2016-ban viszont az értékek megugrottak.



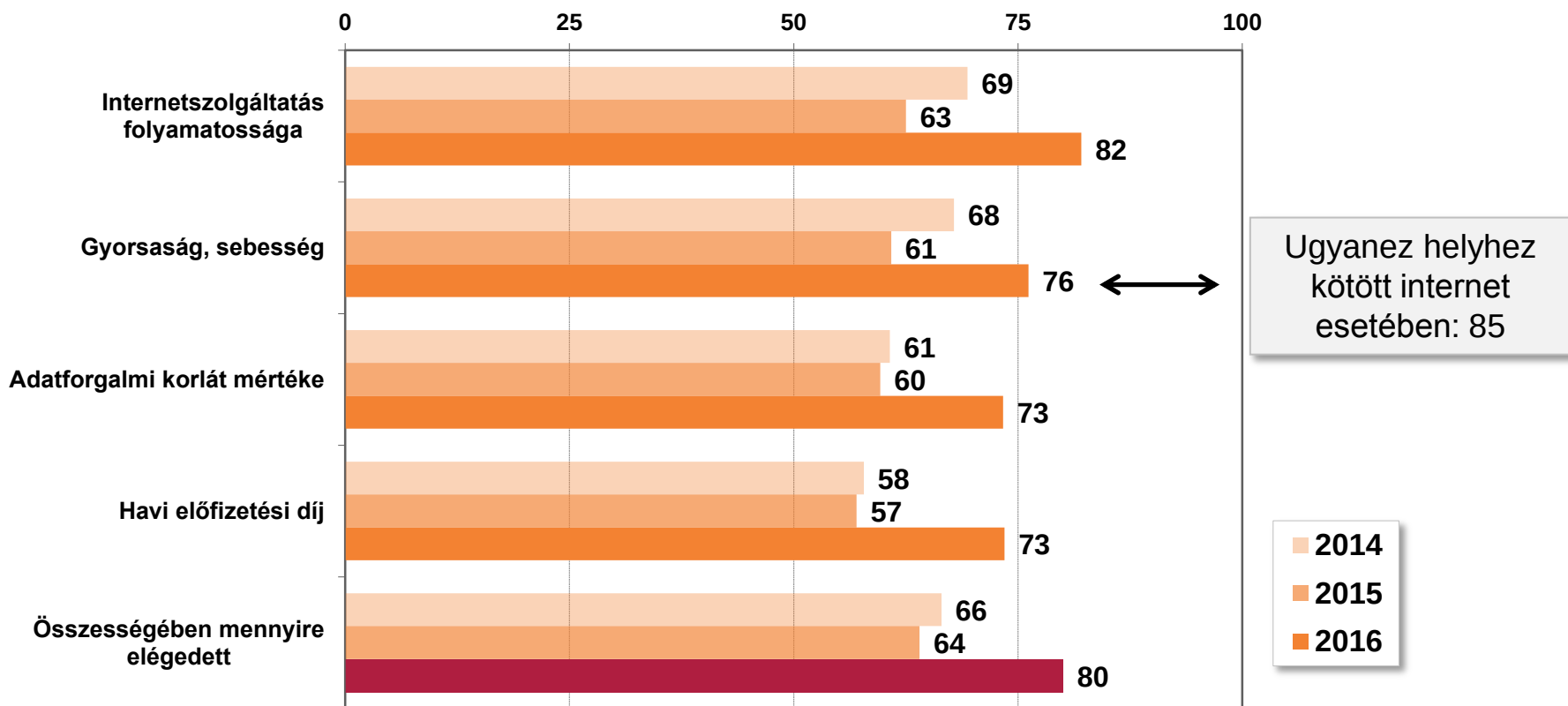
Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (2016: N=259 ezer HT, n=114)





A „Large Screen” mobilinternettel való elégedettség jelentős mértékben javult tavalyhoz képest. Ennek fő oka minden bizonnyal az, hogy az elégedetlenek hagyták el nagyobb arányban ezt a szolgáltatást az elmúlt év során.

Elégedettség a mobilinternettel (5-ös skálán, top-2-box-arány, %)



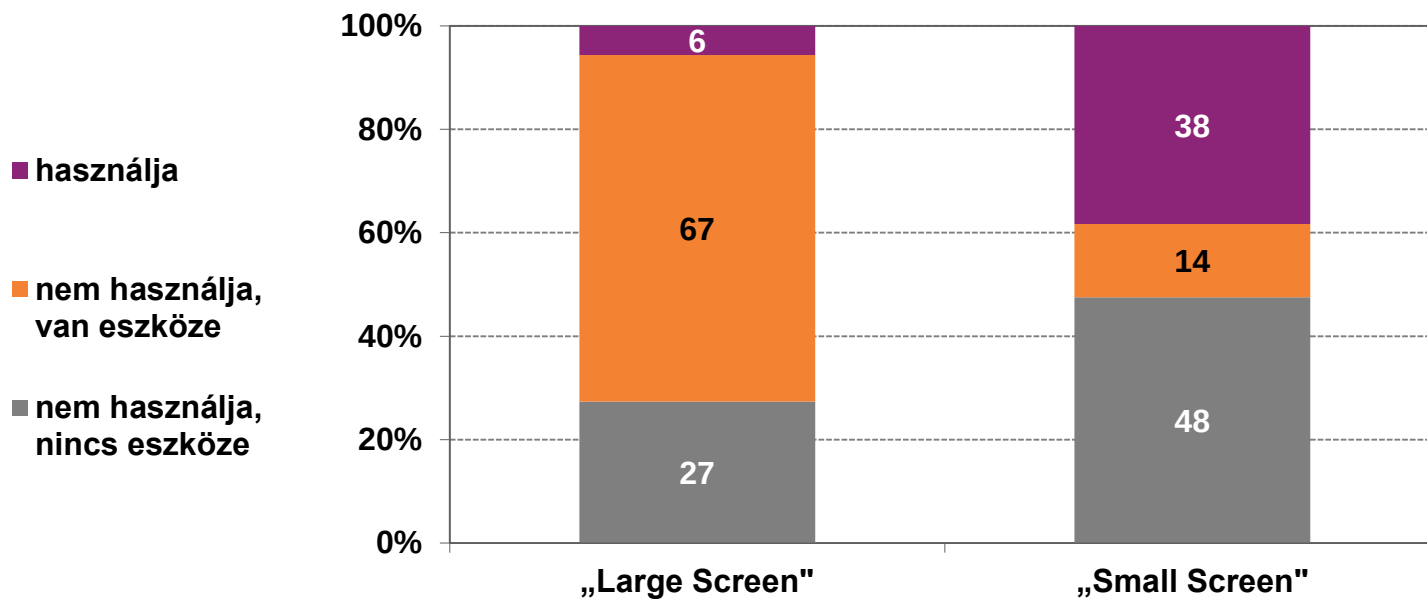
Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (N=259 ezer HT, n=114)



A kis- és nagyképernyős mobilinternet használata nagyon eltérő megoszlásokat mutat a használat és a szükséges eszközök nyújtotta lehetőségek tekintetében. Míg a „Small Screen” mobilinternetet a szükséges eszközzel (okostelefonnal) rendelkezők háromnegyede használja is, addig a „Large Screen” mobilinternetet csak a számítógéppel rendelkezők 8%-a veszi igénybe.

Összességében 1,2 millió olyan okostelefon-használó van, aki nem használ MBB-t. Ők a mobilinternetezőknél valamivel nehezebb anyagi körülmények között élnek, kevésbé iskolázottak és valamivel idősebbek.

A „Large Screen” mobilinternet potenciális használóinak száma 5,8 millió. Demográfiailag hasonlóképpen térnek el a használóktól, mint a „Small Screen” MBB esetében.

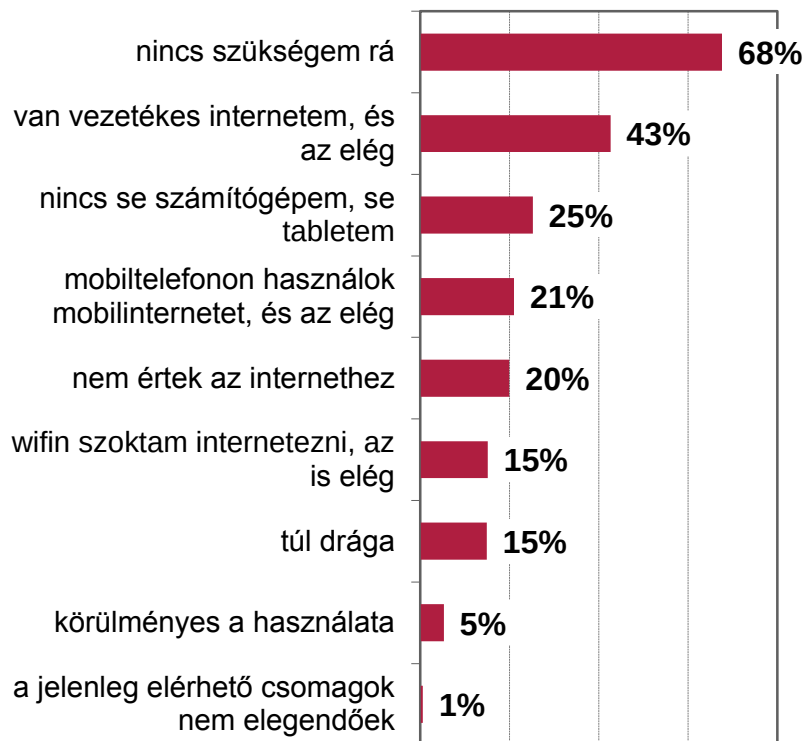


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2020)



A mobilinternet nem-használatának elsődleges okaként mind a „Large Screen”, mind a „Small Screen” mobilinternet esetén a „nincs rá szükségem” választ jelölték meg a kérdezettek. Az indokok közt magas gyakorisággal szerepelt ezen kívül, hogy elég a vezetékes internet, illetve, hogy nincs alkalmas készülék a mobilinternetezéshez. Az árra viszonylag kevesen hivatkoztak.

## Miért nem használ számítógépen mobilinternetet?



Bázis: „Large Screen” mobilinternetet nem használók  
(N=8,11 millió fő, n=1935)

## Miért nem használ mobiltelefonon mobilinternetet?

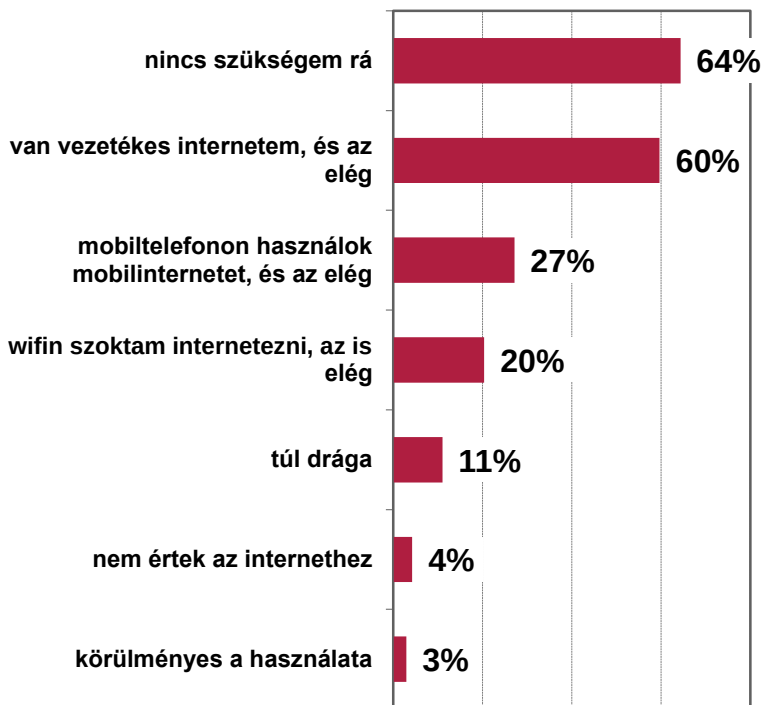


Bázis: „Small Screen” mobilinternetet nem használók  
(N=4,50 millió fő, n=1204)

# A MOBILINTERNET NEM-HASZNÁLATÁNAK OKAI – A SZÜKSÉGES ESZKÖZZEL RENDELKEZŐKNÉL

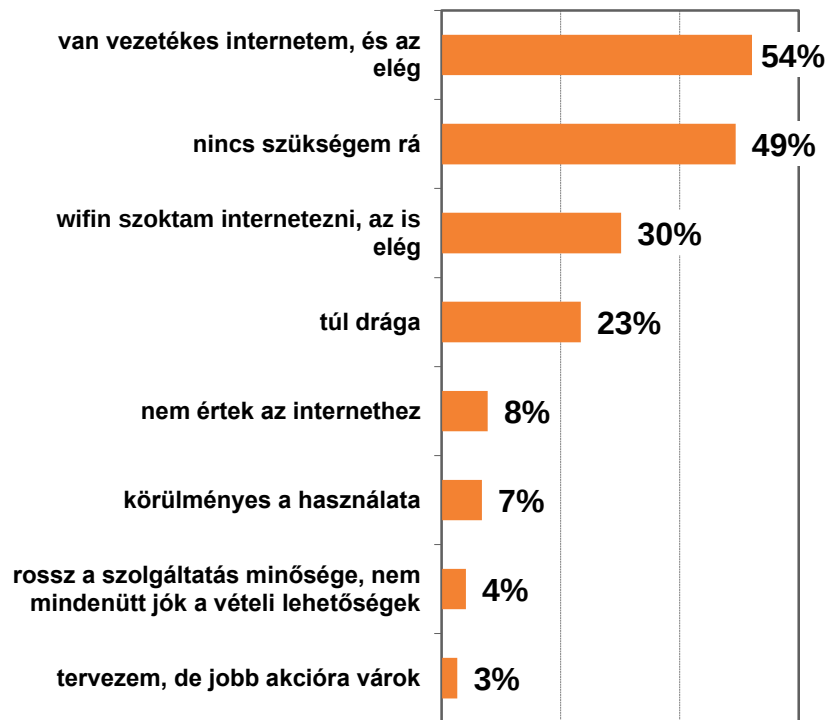
Ha csak azok indokait tekintjük, akiknek egyébként lenne a mobilinternet használathoz szükséges eszközük (pc vagy okostelefon), már kicsit más képet kapunk. A „Large Screen” MBB-t a többség itt is szükségtelennek tartja, illetve elegendő neki a fix internet. Az okostelefonnal rendelkezőknél szintén ez az első két ok az MBB nem-használatára, ám itt a magas árra már egynegyedük hivatkozik.

## Miért nem használ számítógépen mobilinternetet?



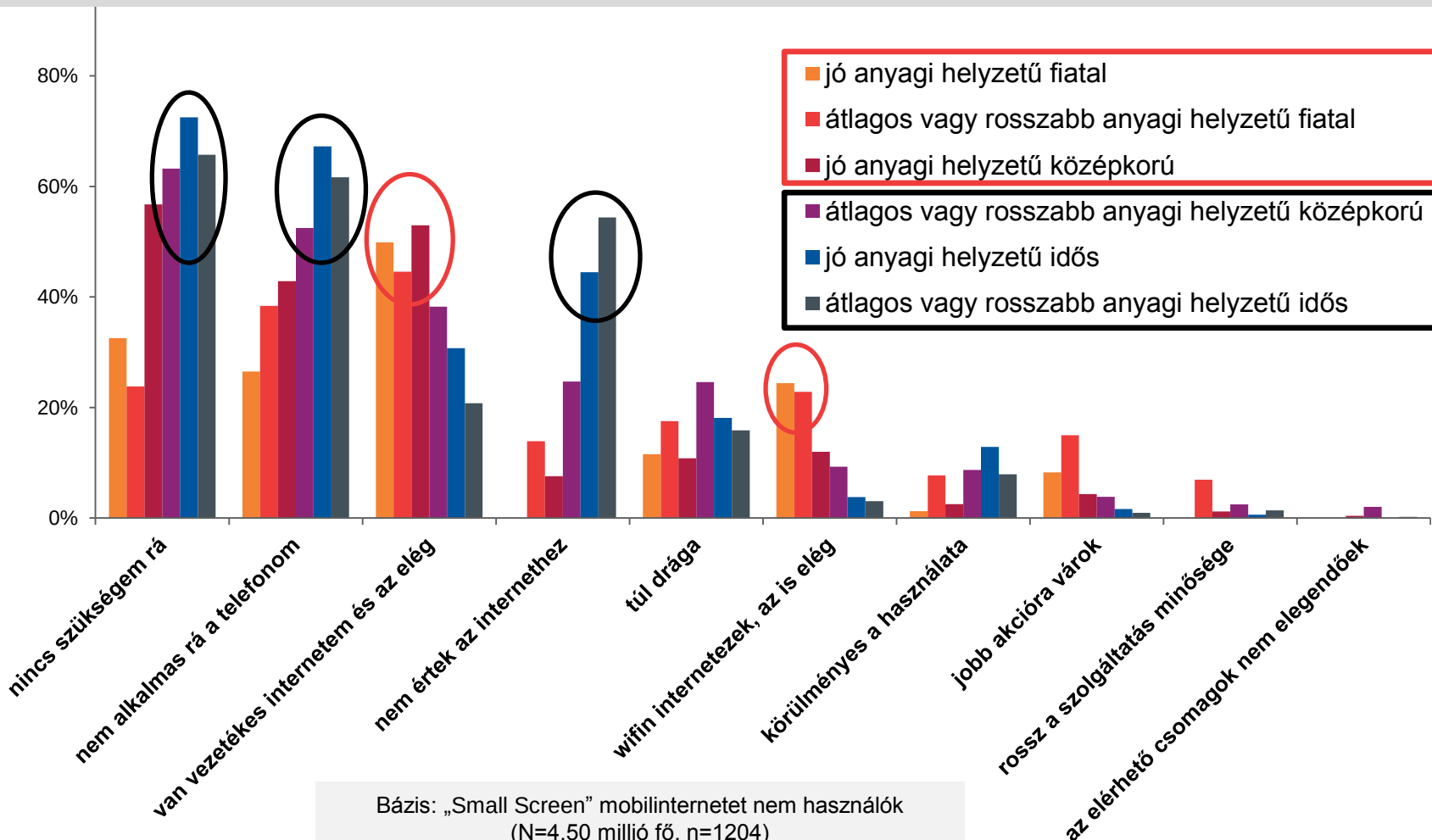
Bázis: „Large Screen” mobilinternetet nem használó számítógéppel rendelkezők (N=5,76 millió HT, n=1110)

## Miért nem használ mobiltelefonon mobilinternetet?



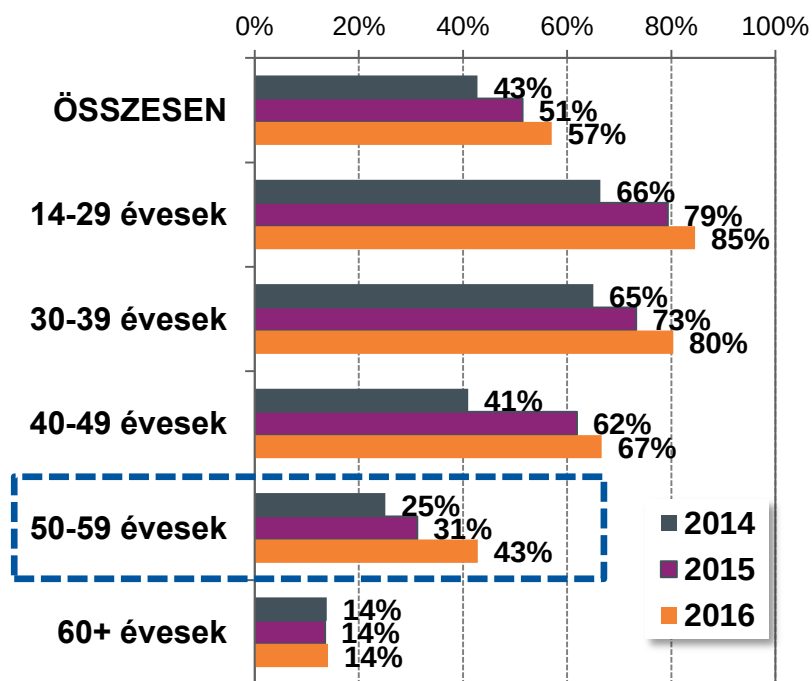
Bázis: „Small Screen” mobilinternetet nem használó okostelefonnal rendelkezők (N=1,156 millió fő, n=233)

A mobilinternetet nem használók között felülreprezentáltak az alacsony iskolai végzettségűek, a nyugdíjasok, a kisvárosban vagy faluban lakók, az alacsony jövedelműek. A nem-használat okai a jobb anyagi helyzetű, fiatalabb válaszadók esetében inkább a mással való helyettesítés, míg a rosszabb anyagi helyzetűeknél és az idősebbeknél az eszköz, a hozzáférés és a szükségesség hiánya.



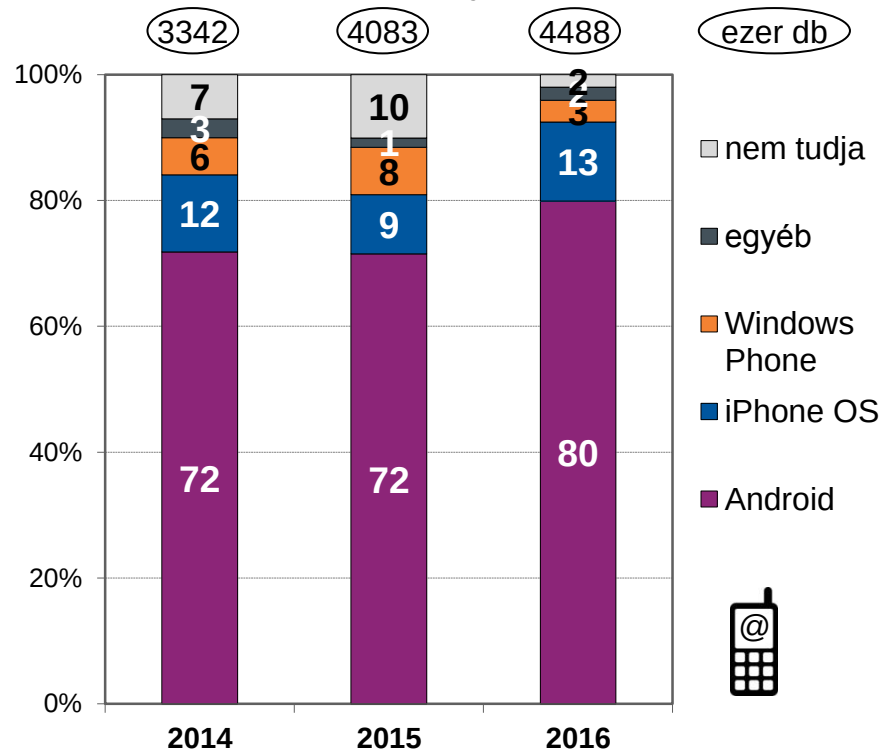
A 13 éven felüli népesség 52%-a (a mobiltelefonosok 57%-a) használ okostelefont. A használat 40 év alatt az átlagosnál jóval nagyobb. A penetráció különösen a 50-59 éves korosztályban nőtt jelentősen. Míg 2014-ben a harmincasok, 2015-ben pedig a negyvenesek körében, addig 2016-ban az ötvenesek körében történt a legnagyobb előrelépés e téren. A legelterjedtebb operációs rendszer az Android: az okostelefonosok 80%-a ezt használja. Az iPhone OS részesedése 13%, a többi operációs rendszer 2016-ra gyakorlatilag eltűnt a piacról.

Az Ön által használt mobiltelefon okostelefon?



Bázis: Mobiltelefon használó 14+ éves személyek (N=7,87 millió fő; n=1767)

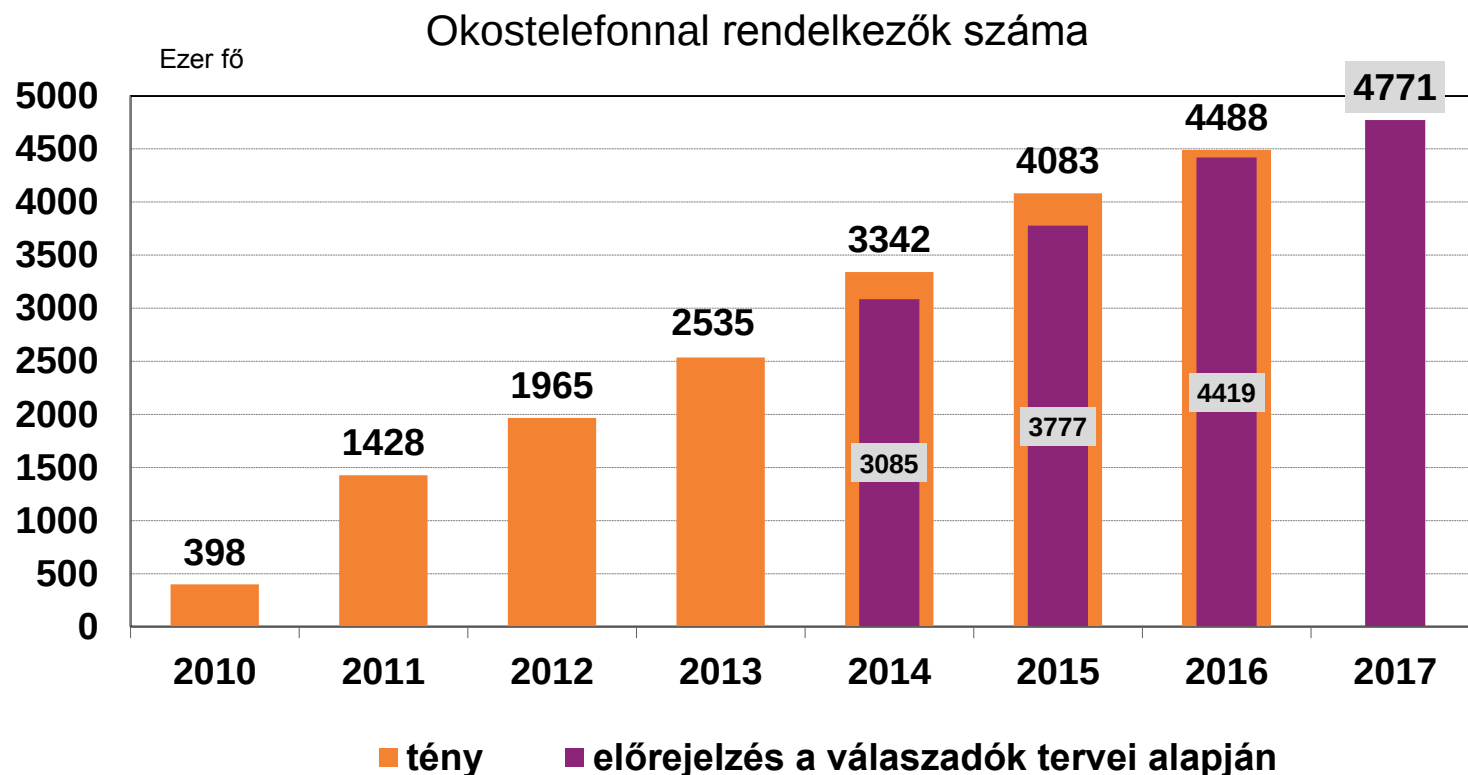
Milyen operációs rendszer fut az okostelefonján?



Bázis: Okostelefont használó személyek (N=4,49 millió fő; n=1233)



Az okostelefonok aránya továbbra is dinamikusan nő a 13 éven felüli népesség körében. 2015-höz képest 400 ezerrel több okostelefon-használó lett. A növekedés üteme azonban mérséklődött, ugyanis 2014 és 2015 között az új okostelefon-tulajdonosok száma 700 ezerrel nőtt. 2016-ban már csaknem négy és fél millió (14 éves vagy idősebb) ember használ okostelefont. A jelenleg még csak hagyományos telefonnal rendelkezők tervei alapján 2017-re további jelentős, mintegy 300 ezres növekedés várható az okostelefon-használók számában.



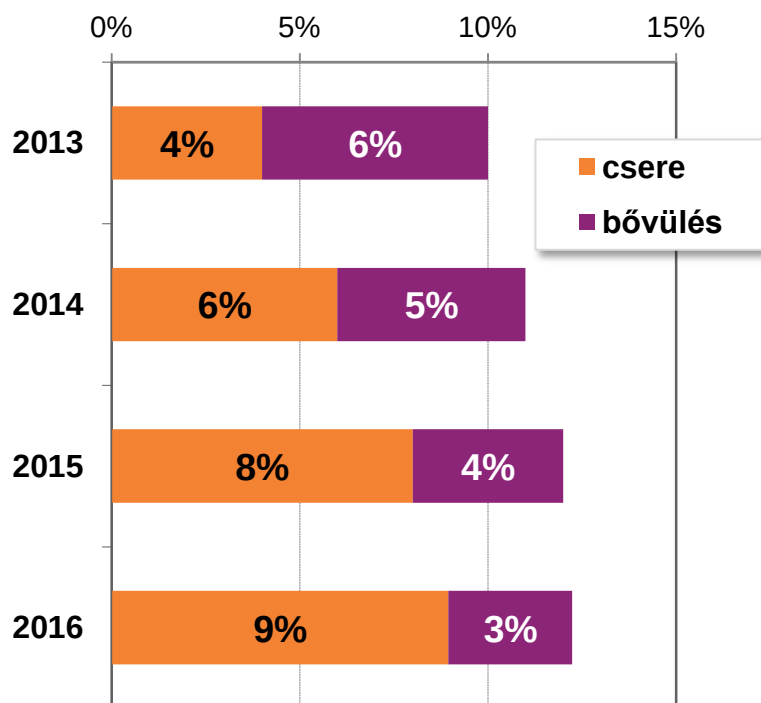
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő; n=2020)



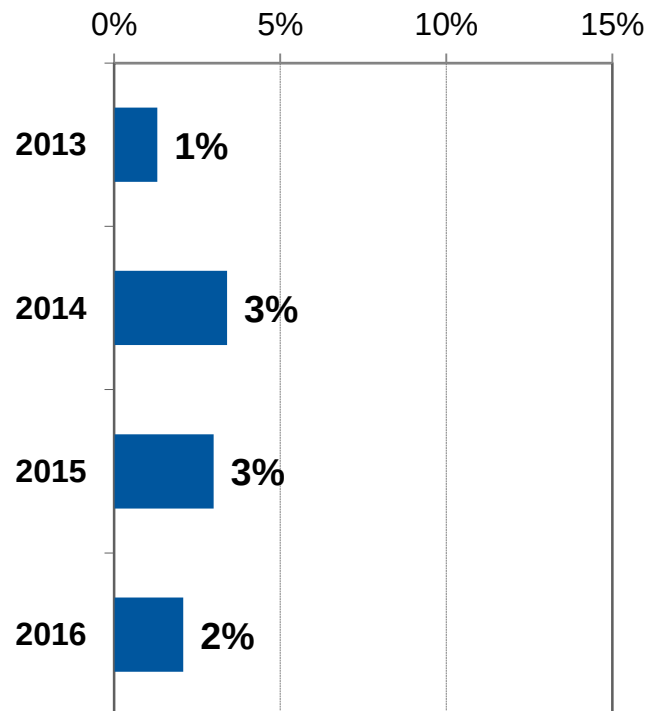


A 13 éven felüli lakosság 12%-a tervez okostelefont vásárolni a következő egy évben. Háromnegyedük a meglévő okostelefonját cserélné le, és csak egynegyedük olyan, aki az első okostelefonját venné meg. Az utóbbi 3-4 évet tekintve az okostelefonnal kapcsolatos tervekben a cserének egyre nagyobb aránya van a bővítéshez képest. „Small Screen” mobilinternetre a 14 éven felüliek 2%-a fizetne új belépőként elő. Ez az arány alig változik 2014 óta.

## Okostelefon-vásárlási tervek



## „Small Screen”-mobilinternet- előfizetési tervek (új belépők)



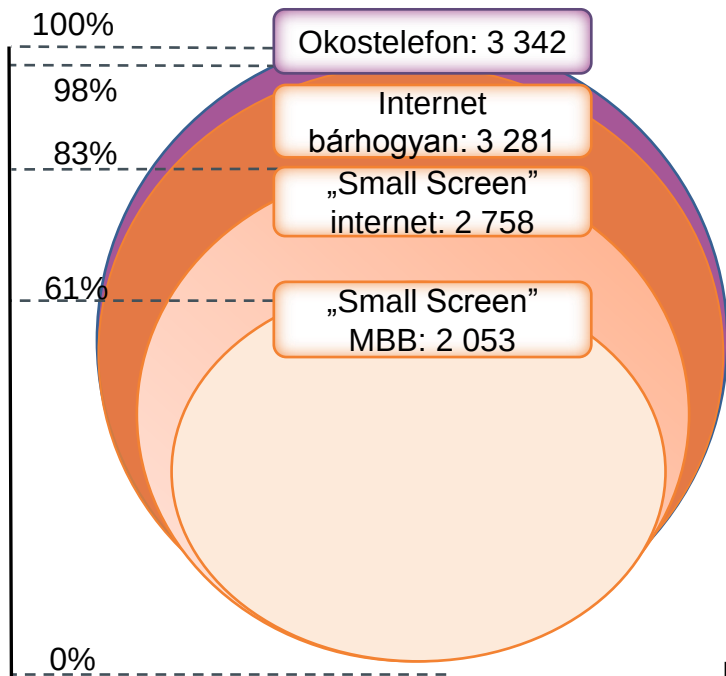
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,593 millió fő; n=2020)





Az okostelefonnal rendelkezők döntő többsége (97%) használ valamilyen módon internetet. Az okostelefon-használók 82%-a kapcsolódik az internetre a telefonon keresztül, közülük 73% alkalmazza a mobil-szélessávot (ez az arány 2014-ben 61%, de még 2015-ben is csak 63% volt).

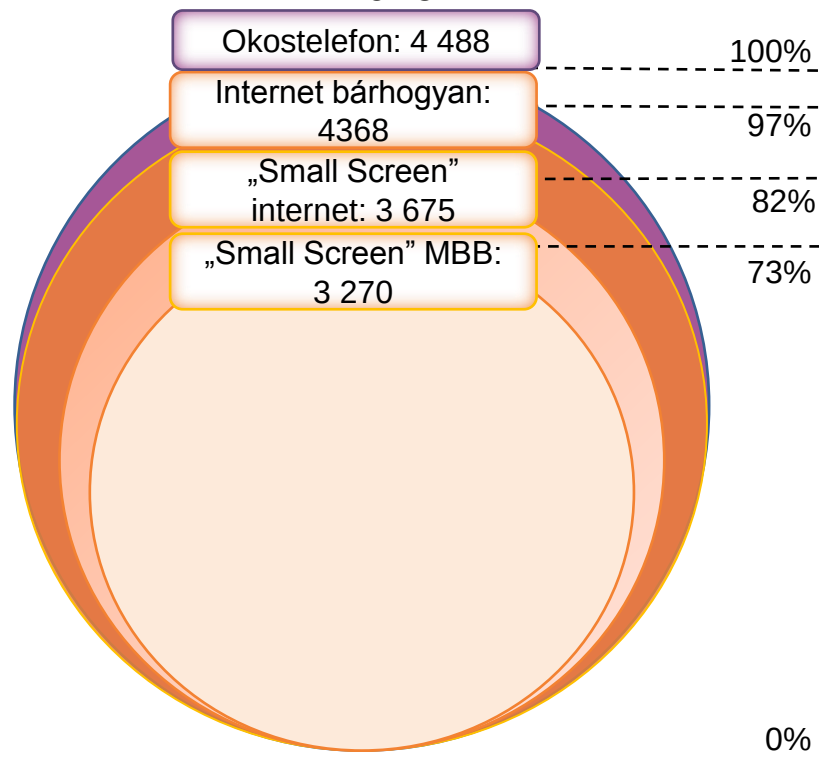
**2014**



Ezer fő

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

**2016**



Bázis: Okostelefont használó személyek  
(N=4,49 millió fő; n=787)

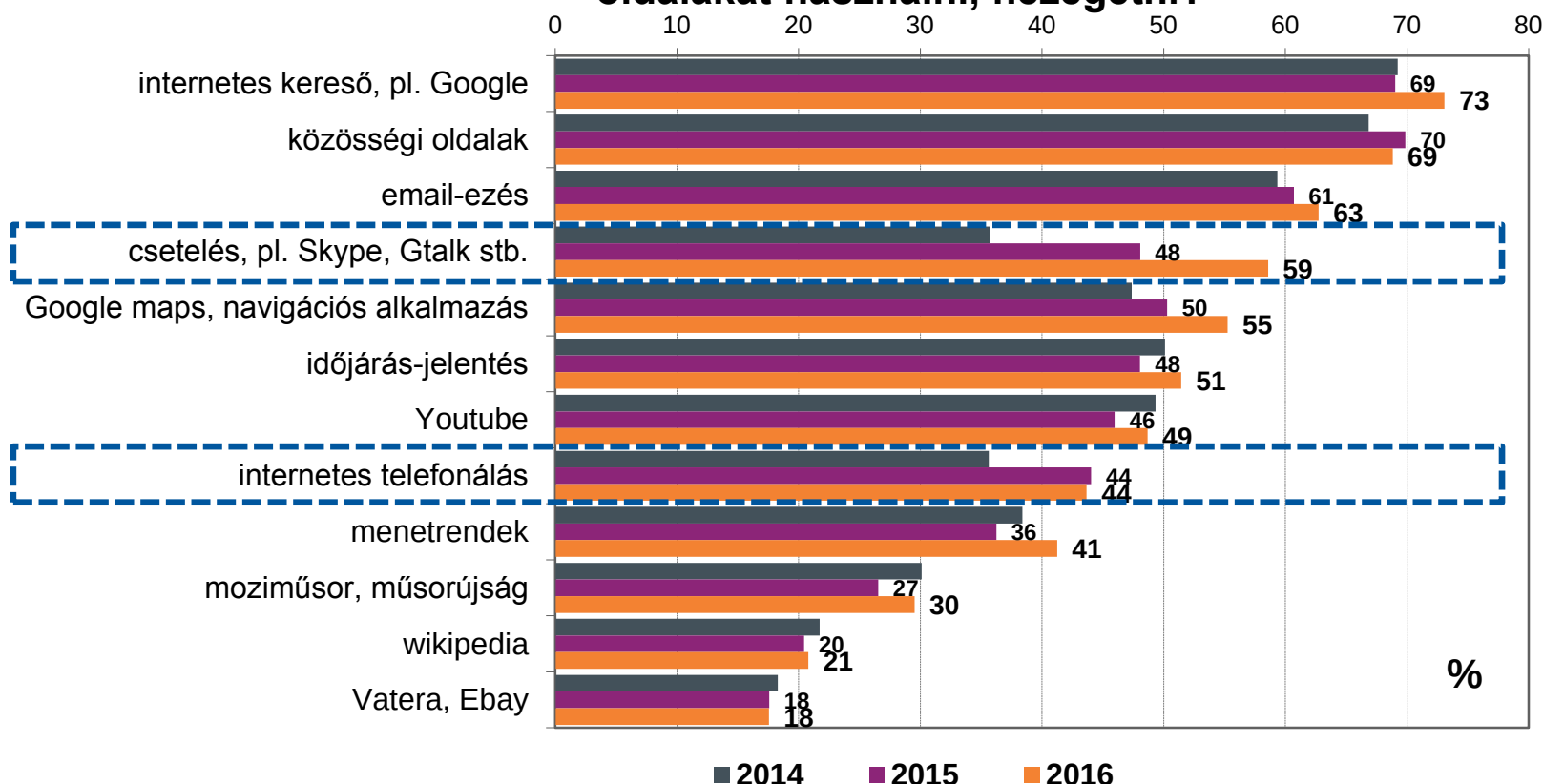


# INTERNETES AKTIVITÁS OKOSTELEFONON



Az okostelefon-funkciók egyre tudatosabb használatának jele, hogy jelentősen emelkedett az egyes alkalmazások – különösen a csetelés – használata. Az internetes telefonálást alkalmazók aránya 2014 és 2015 között jelentősen nőtt, azonban 2015 és 2016 között ez a tendencia nem folytatódott.

## Szokta Ön a mobilkészülékén az alábbi alkalmazásokat, oldalakat használni, nézegetni?



Bázis: Okostelefont használó 14+ éves személyek (N=4,49 millió fő; n=787)

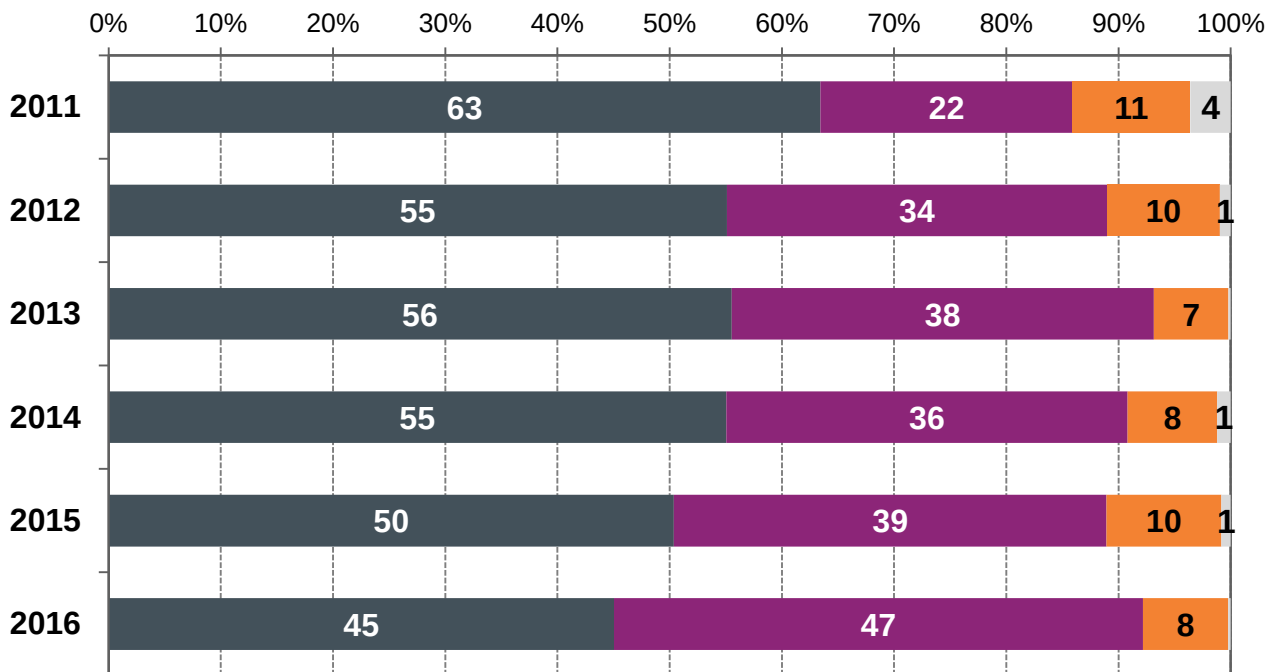






Tendenciaszerűen nő azok aránya az okostelefonnal rendelkezők körében, akik töltenek le alkalmazásokat. Továbbra is csak kevesen fizetnek a letöltött alkalmazásért: fizetős alkalmazást csak 8% töltött le, míg csak ingyenes alkalmazást már 47%.

## Telepített Ön az okostelefonjára alkalmazást, programot, játékot?



■ Nem töltött le ■ Csak ingyenes alkalmazásokat töltött le ■ Fizetős alkalmazást is letöltött ■ NT/NV

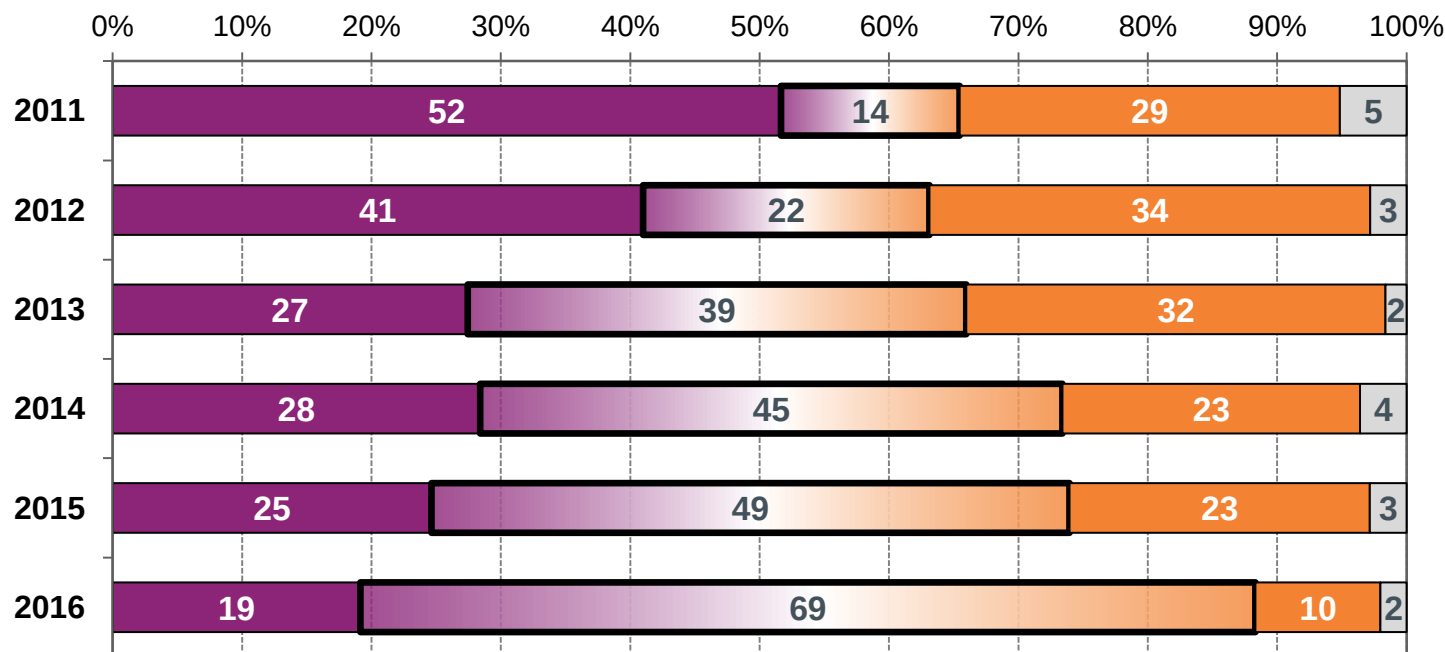
Bázis: Okostelefont használó személyek (N=4,49 millió fő; n=787)



# MBB VS. WIFI A MOBILKÉSZÜLÉKEKEN

A mobiltelefonjukon internetezők kétharmada (69%) mobilinterneten és wifin keresztül egyaránt szokott kapcsolódni az internetre. Ez az arány 2015-ben csak 49% volt. Az elmúlt fél évtizedben jelentősen csökkent a kizárólag wifin vagy kizárólag MBB-n keresztül kapcsolódók aránya, és erősödött a mindkét technológiát egyszerre használóké. Összességében jelentősen nőtt a mobiltelefonon internetezők között az MBB-t használók aránya (74-ről 88%-ra).

## Hogyan szokott Ön a mobilkészülékével az internetre kapcsolódni?



■ Csak a szolgáltatói mobilinterneten keresztül ■ Mindkettőn keresztül ■ Csak wifin keresztül □ NT/NV

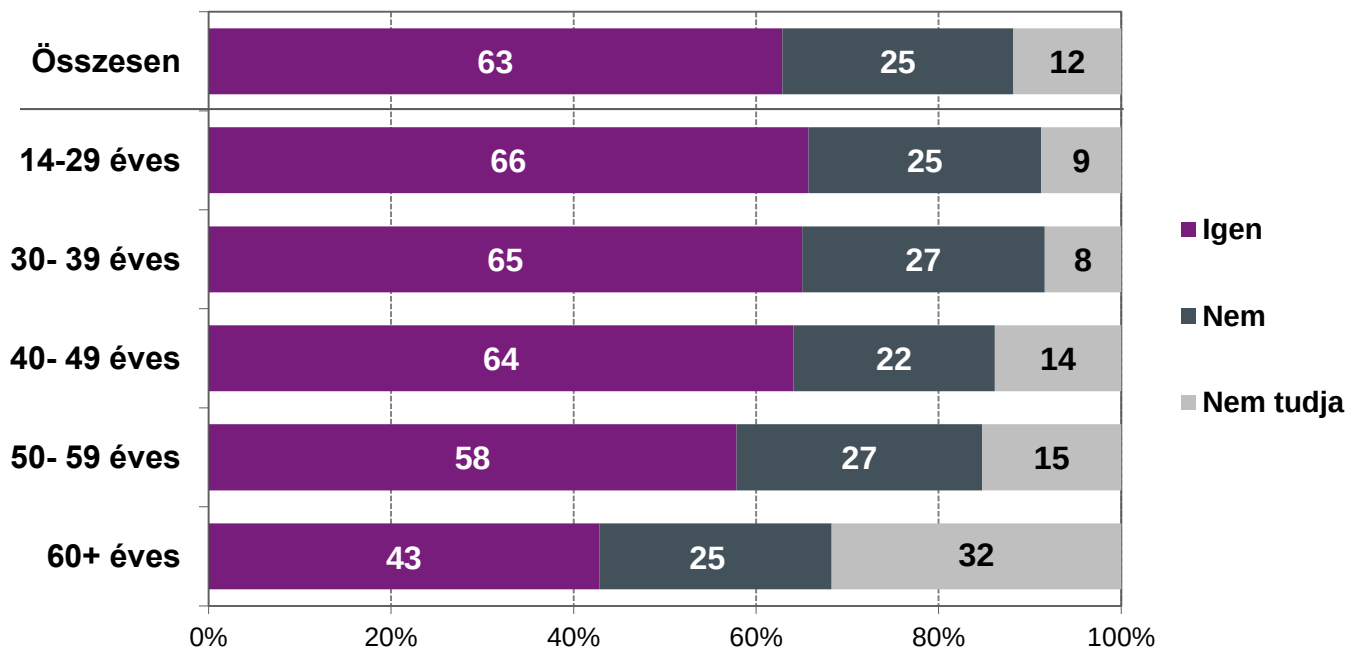
Bázis: A mobiljukon internetező 14+ éves személyek (N=3,73 millió fő; n=633)





Az okostelefont használók 63%-a tudja úgy, hogy mobiltelefonja alkalmas a 4G/LTE-s mobilinternetezésre. Az 50 év alattiak nagyobb arányban számoltak be 4G/LTE-képes okostelefonról, mint az idősebbek.

## Az okostelefonja alkalmas-e 4G/LTE-s mobilinternetezésre?



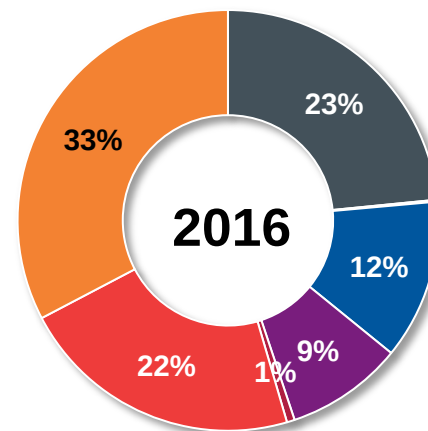
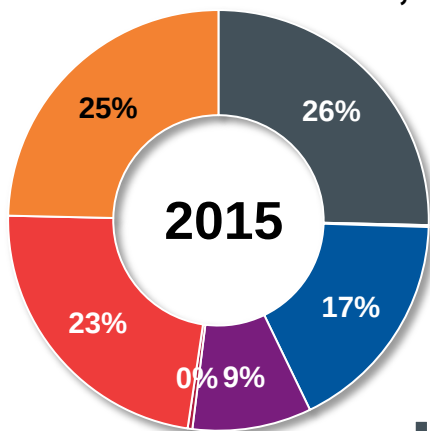
Bázis: Okostelefont használó 14+ éves személyek (N=4,49 millió fő; n=787)





Azok aránya, akik hallottak a 4G vagy LTE közül legalább az egyikről és tudják is, hogy az mi, a 2015-ös 48%-ról 2016-ra 56%-ra nőtt. A 4G jóval ismertebb kifejezés, mint az LTE. Amíg a 4G-ről csak 24% nem hallott még soha, az LTE esetében az arány 58%.

## Találkozott-e már Ön a mobilinternettel kapcsolatban a 4G, illetve LTE kifejezéssel?



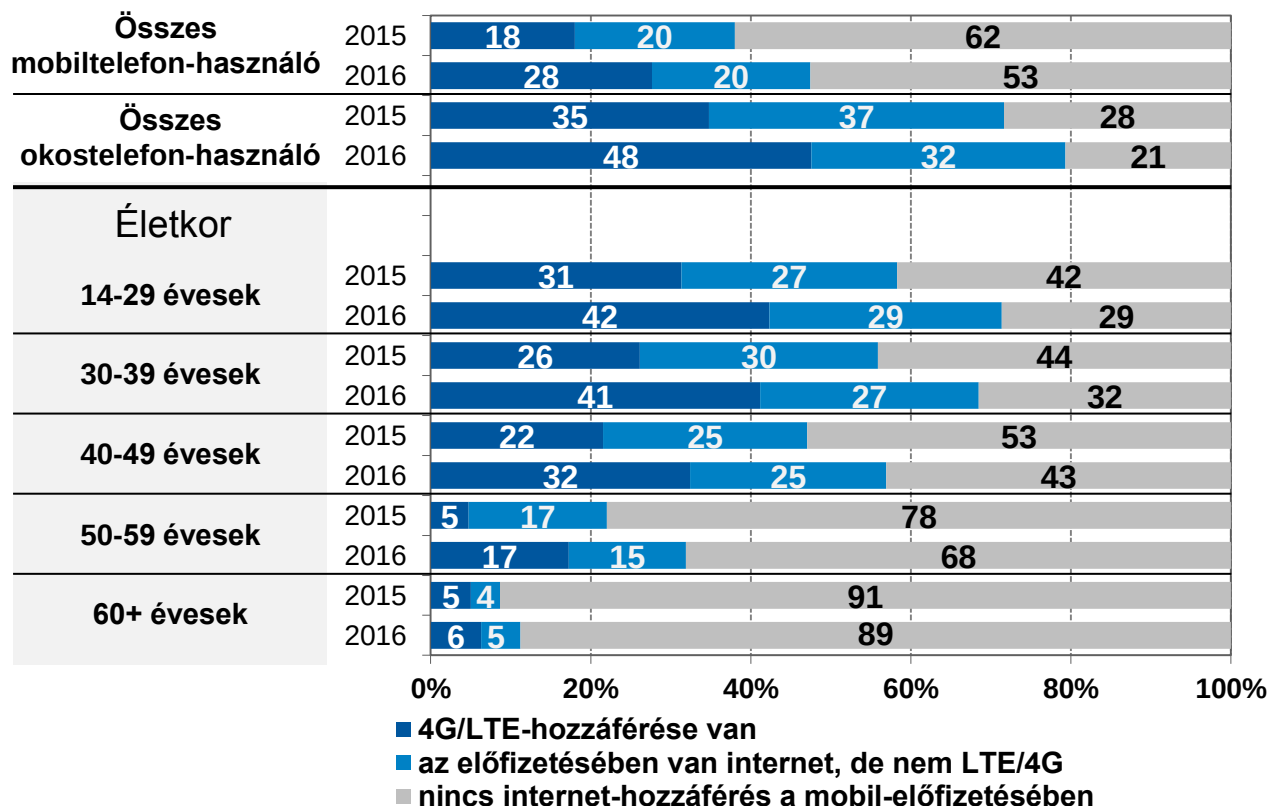
- Egyikről sem hallott
- Csak az LTE-ről hallott, de nem tudja, hogy mi
- Csak a 4G-ről hallott, de nem tudja, hogy mi
- Mindkettőről hallott, de egyikről sem tudja, mi az
- Csak az LTE-ről tudja, hogy mi
- Csak a 4G-ről tudja, hogy mi
- Mindkettőről tudja, hogy mi

Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek (2015: N=7,934 millió fő; n=1789, 2016: N=7,87 millió fő; n=1767)





2015-höz képest jelentősen nőtt a mobilinternet elterjedtsége telefonon (kisképernyős használat). Ezzel szoros összefüggésben 2015-höz képest 18%-ról 28%-ra nőtt azok aránya, akiknek volt a telefonjukon (tudomásuk szerint) 4G/LTE-hozzáférés. A negyven év alattiak körében már több mint 40%-nak van 4G/LTE-hozzáférése saját tudomása alapján. 2016-ban már az okostelefon-használók fele rendelkezik 4G/LTE-hozzáféréssel, míg 2015-ben még csak a harmaduknak volt.



Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek (2015: N=7,934 millió fő; n=1789, 2016: N=7,87 millió fő; n=1767)





NMH

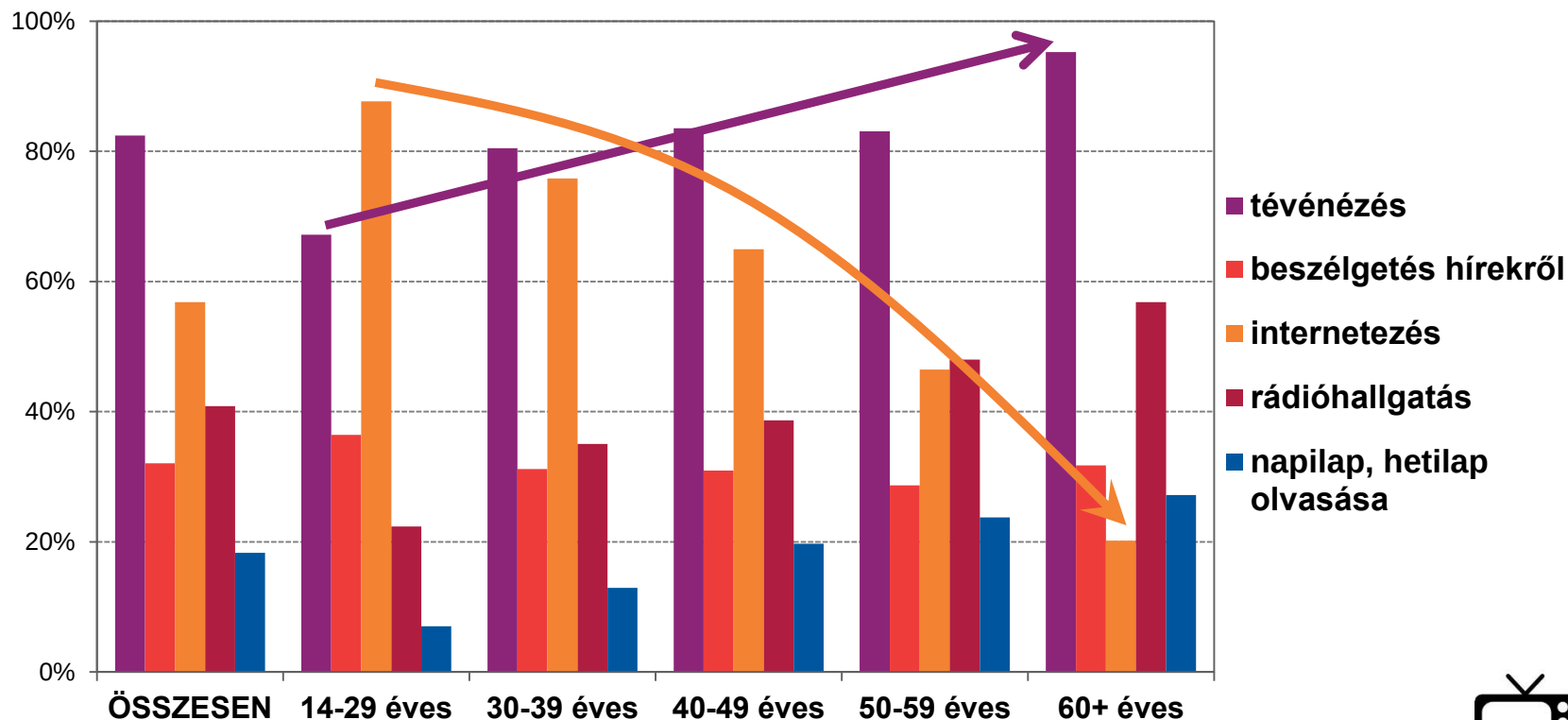
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# FIZETŐS MŰSOR- SZOLGÁLTATÁS PIACA ÉS A RÁDIÓZÁS JELLEMZŐI



A vizsgált, napi gyakorisággal végzett szabadidős tevékenységek közül a tévénézés az első majdnem minden korosztályban, kivéve a 14-29 éveseket, ahol ezt megelőzi az internet. A 13 éven felüliek 57%-a netezik naponta, ami a 40 év alattiaknál 80% körüli, az 50 felettiekénél viszont rohamosan csökken. A 60 évnél idősebbek ellenben a fiataloknál lényegesen többet olvasnak újságot és hallgatnak rádiót.

## Napi gyakorisággal végzett tevékenységek



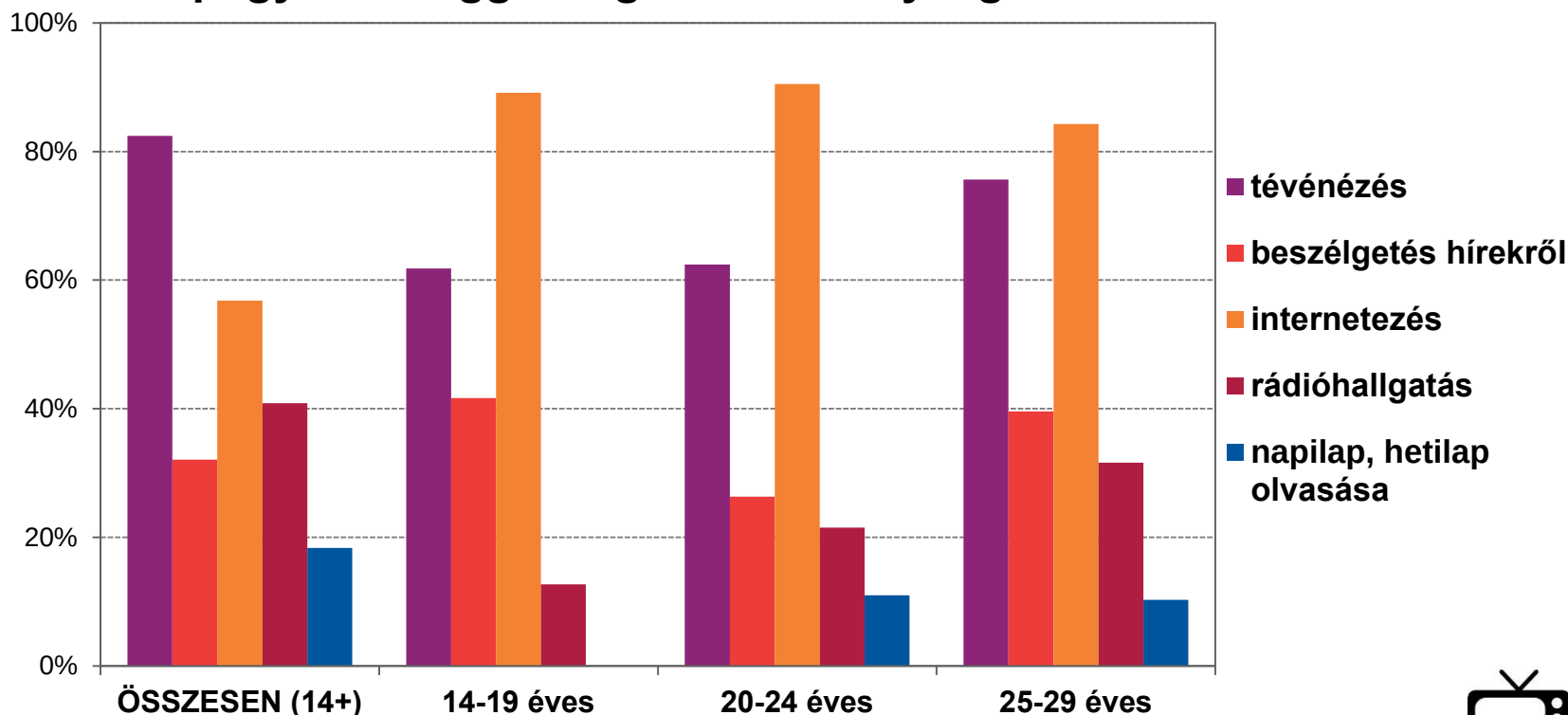
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,59 millió fő; n=2020)





A 20 év alattiak immáron egyáltalán nem olvasnak napi rendszerességgel napilapot vagy hetilapot. Rádiót is csak 13%-uk hallgat naponta. A napi gyakoriságú tévézés is kisebb szerepet játszik a 25 év alattiak életében, mint a 25-29 évesek körében. A 25-29 évesek között csaknem ugyanolyan arányban vannak azok, akik naponta néznek tévét, mint azok, akik naponta interneteznek (76% vs. 84%). A 25 év alattiaknál már észlelhetően kevesebben tévéznek mindennap, mint ahányan neteznek naponta (62% vs. 90%).

## Napi gyakorisággal végzett tevékenységek



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,59 millió fő; n=2020)

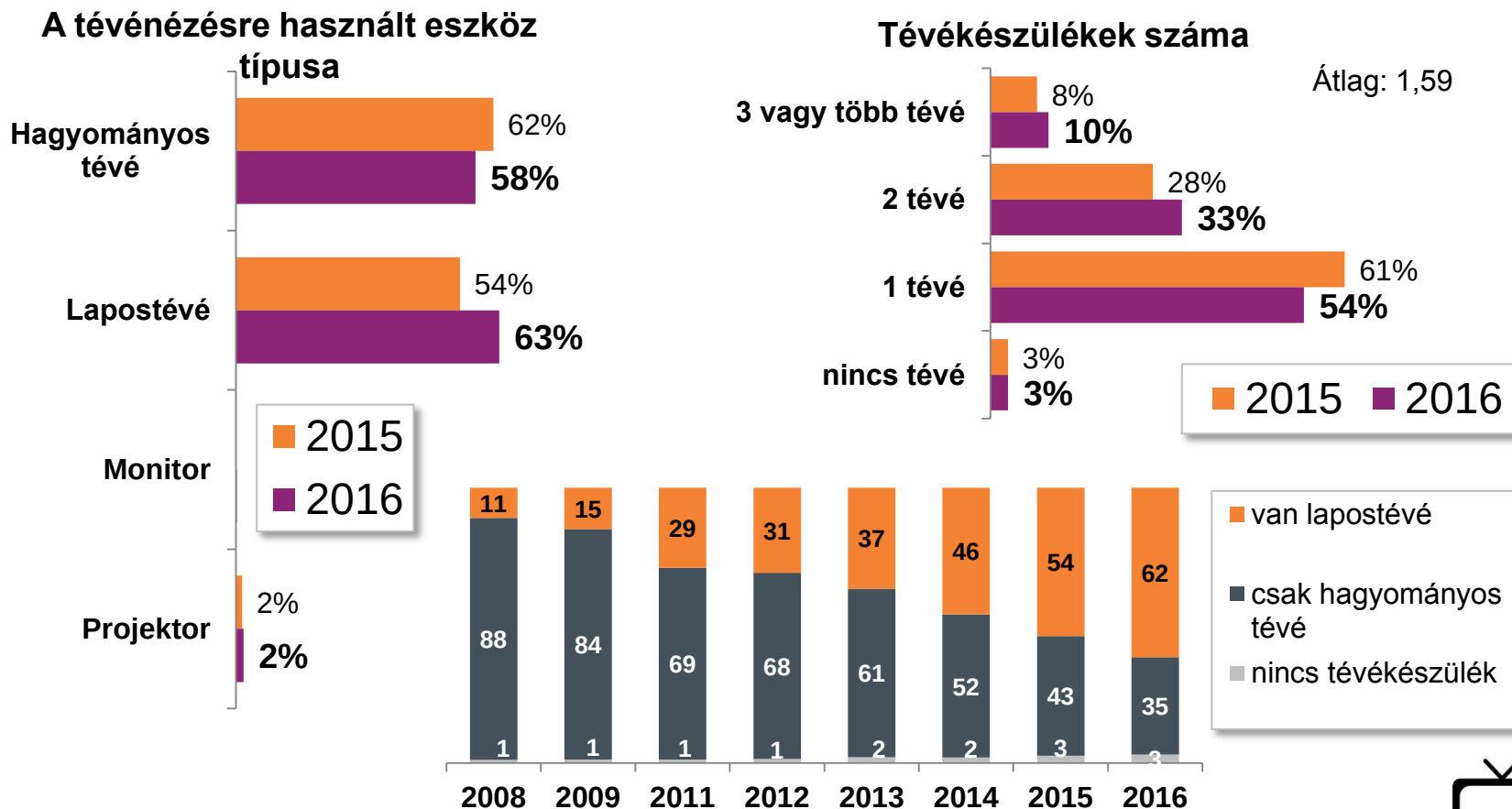




# TÉVÉKÉSZÜLÉKEK A HÁZTARTÁSBAN



Már több háztartás rendelkezik lapostévével (63%), mint hagyományos, képcsöves tévével (58%). 2015-ben az arány még fordított volt: 54% vs. 62%. A lapostévé-ellátottság az utóbbi években dinamikusán nőtt. Az egyéb eszközön (monitoron, projektoron) tévézők aránya tartósan igen alacsony (2%). A háztartások 43%-ában van egynél több tévékészülék (2015-ben ez csak 36% volt).

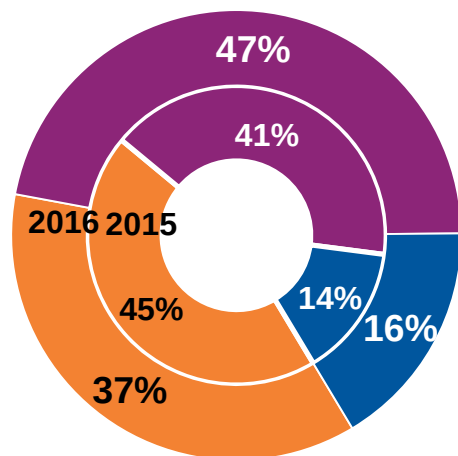


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2020)



Az okostévével rendelkező háztartások aránya érdemben nem változott, 16% rendelkezik okostévével. Jelentősen nőtt (2015-ben és 2016-ban is 6-6 százalékpontot) a nem internetképes lapostévével tévézők aránya. Immáron a háztartásoknak csak alig több mint egyharmada tévézik a hagyományos, képcsöves televízióval. Az idős háztartásokban magasabb arányban találunk még képcsöves tévét. A községekben egyetlen év alatt 16 százalékponttal csökkent a hagyományos képcsöves tévék aránya.

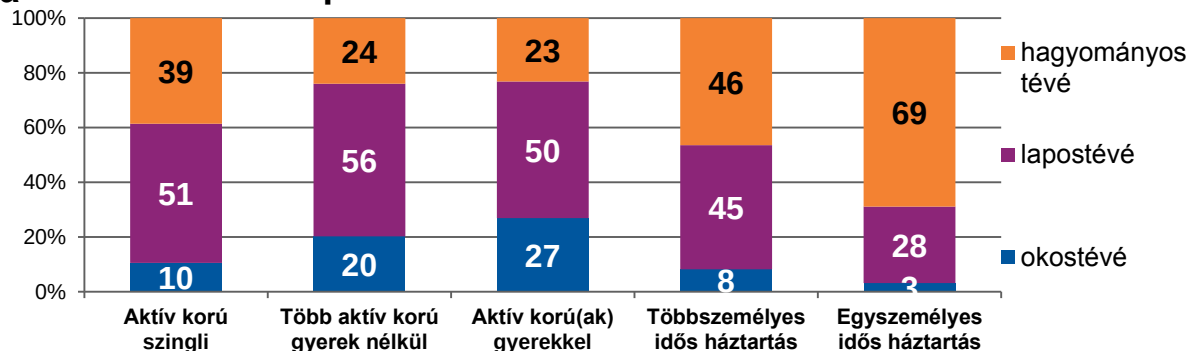
## A háztartásban lévő tévé típusa



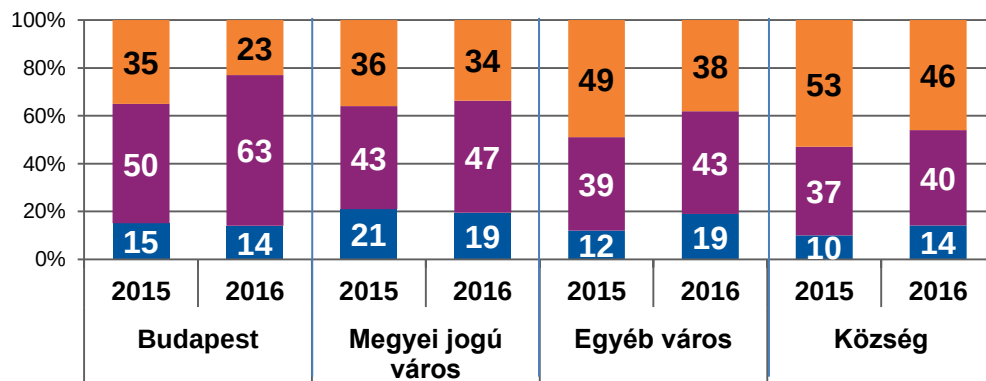
- Csak hagyományos
- Van lapostévé
- Van okostévé

\*a legfejlettebb készülék típusa alapján

## Tévé típusa a háztartások összetétele szerint



## A háztartásban lévő tévé típusa településtípus szerint



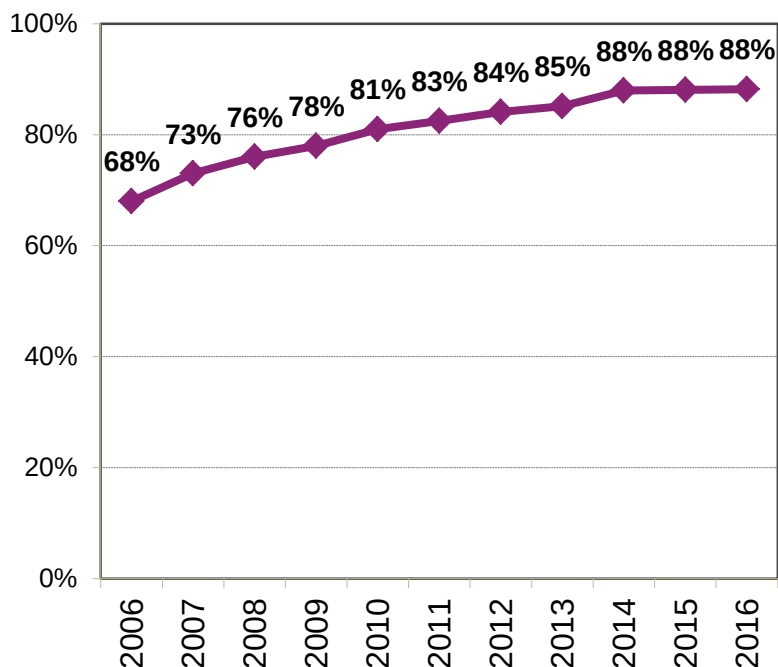
Bázis: Tévésző háztartások (N=3,98 millió HT; n=1966)





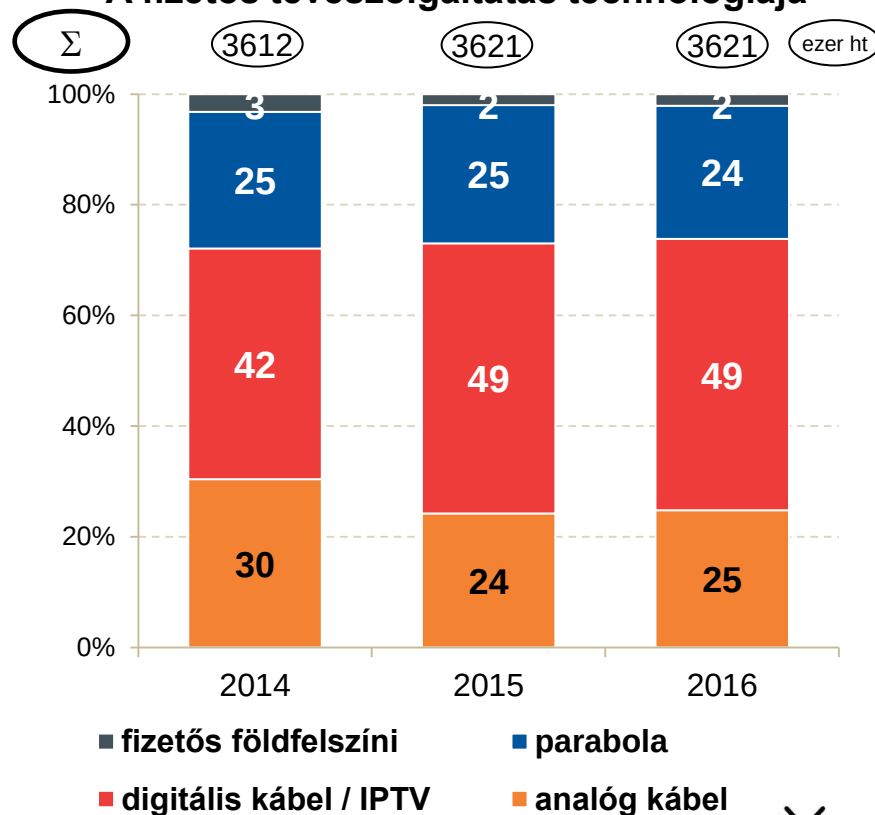
A háztartások 88%-a vesz igénybe fizetős műsorszolgáltatást, ami nem változott az utóbbi három évben. A digitális kábel/IPTV aránya viszont 2014 és 2015 között 42%-ról 49%-ra nőtt az analóg kábel kárára. 2015 és 2016 között ellenben nem változtak az arányok. Egynél több tévé-előfizetés 27 ezer háztartásban van, ami az előfizetéssel rendelkező háztartások 0,7%-a.

## A háztartások ellátottsága fizetős tévével



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2020)

## A fizetős tévészolgáltatás technológiája



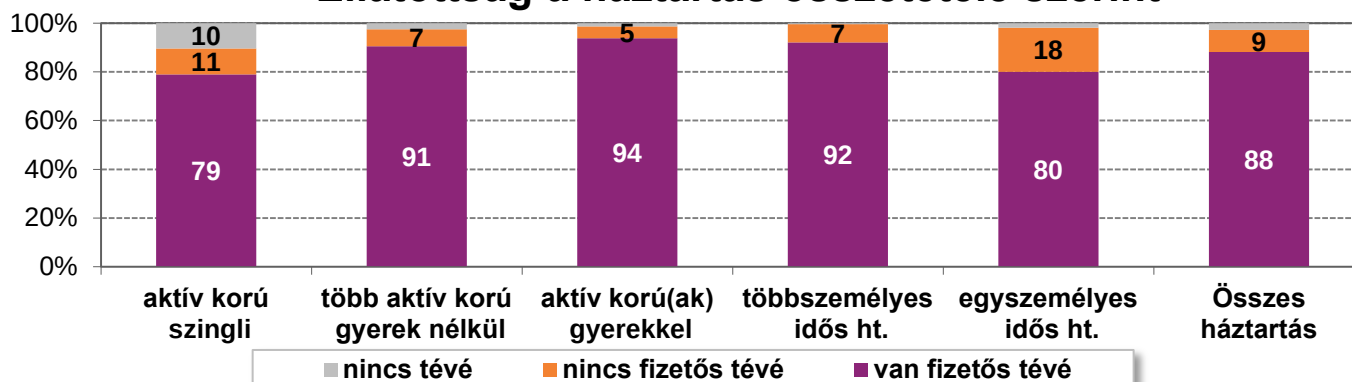
Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,621 millió HT; n=1776)



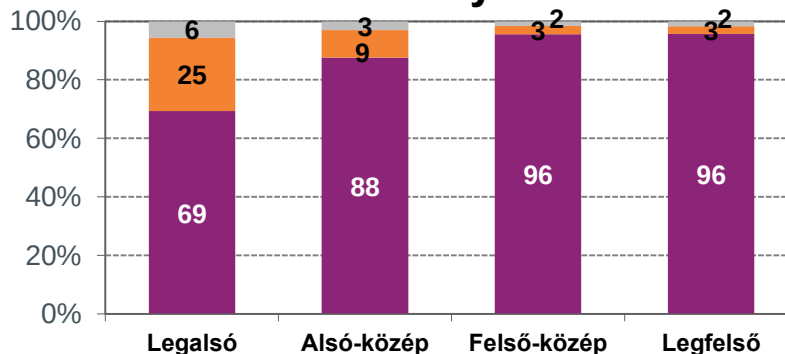


A fővárosban és a megyeszékhelyen élő háztartások nagyobb arányban rendelkeznek tévé-előfizetéssel. Az egyszemélyes háztartásokban ritkábban van fizetős tévé, mint a többfős háztartásokban, a legmagasabb arány a gyermekes családoknál van. A tévé annyira fontos a magyar háztartások életében, hogy még a legalsó jövedelmi kategóriába tartozóknak is 69%-a fizet érte.

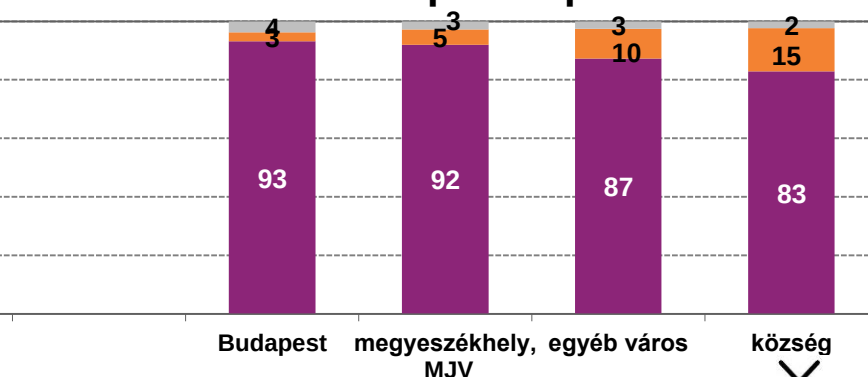
## Ellátottság a háztartás összetétele szerint



## Jövedelmi helyzet szerint



## Településtípus szerint



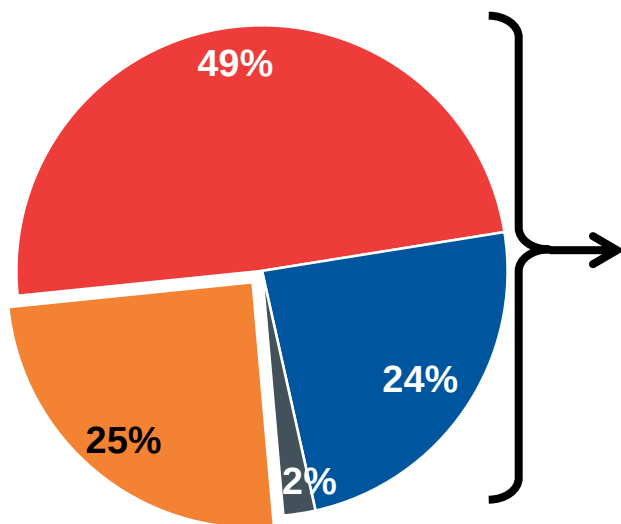
Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT; n=2020)





A digitálistévé-előfizetések kétharmada digitális kábeltévés előfizetés, és 2016-ban több mint 2,7 millió háztartásban volt set-top-box. Ez a szám nem nőtt 2015-höz képest, ugyanakkor azon háztartások aránya, ahol egynél több tévé van és ezek mindegyikéhez van set-top-box is, 18%-ról 24%-ra nőtt egy esztendő alatt.

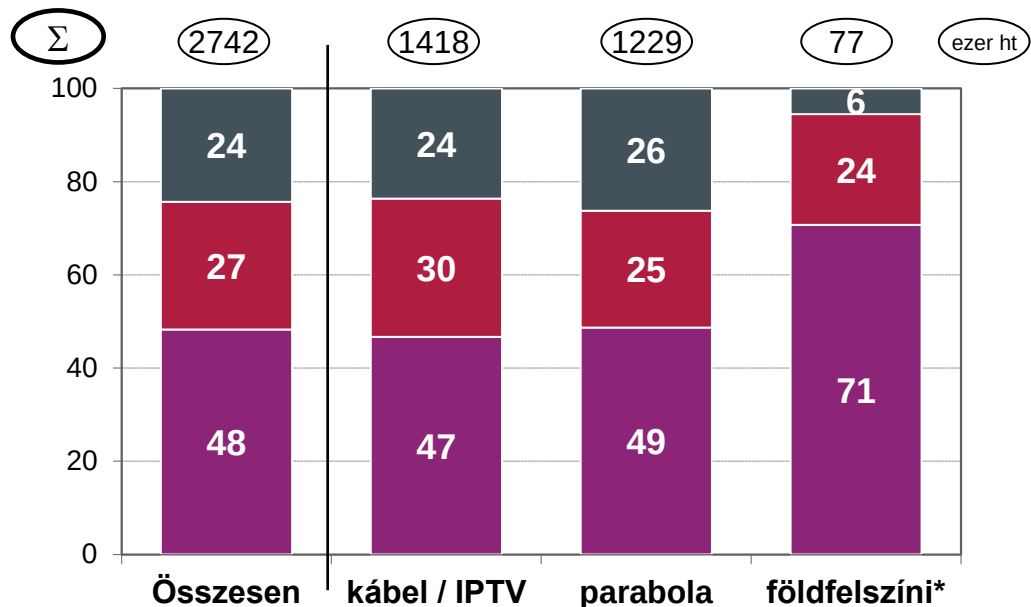
**Analóg és digitális előfizetések aránya**



- analóg kábel
- digitális kábel / IPTV
- (digitális) parabola
- (digitális) fizetős földfelszíni

Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások  
(N=3,621 millió HT; n=1776)

**A háztartásokban használt set-top-boxok**



- több tévé van, mindegyikhez van STB
- több tévé van, nem mindegyikhez van STB
- egy tévé van, van STB

\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

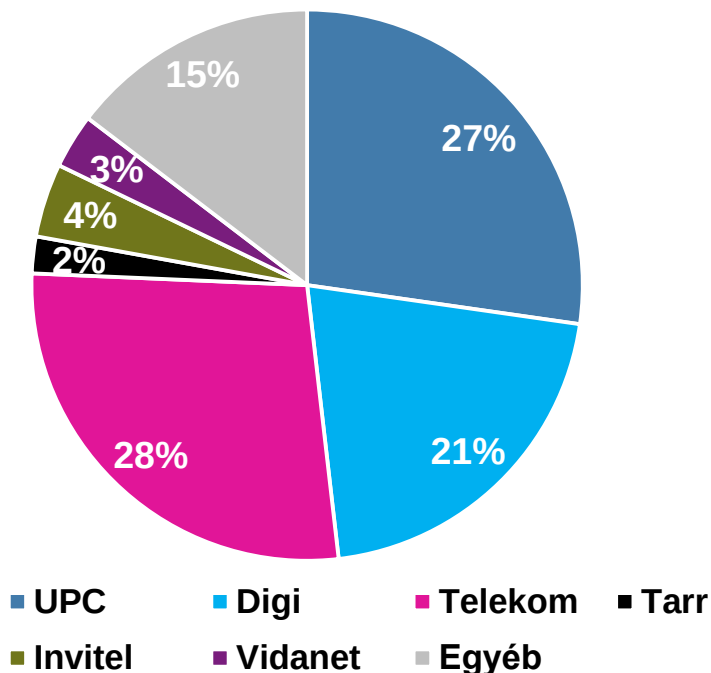
Bázis: Digitálistévé-előfizetéssel rendelkező háztartások  
(N=2,742 millió HT; n=1309)



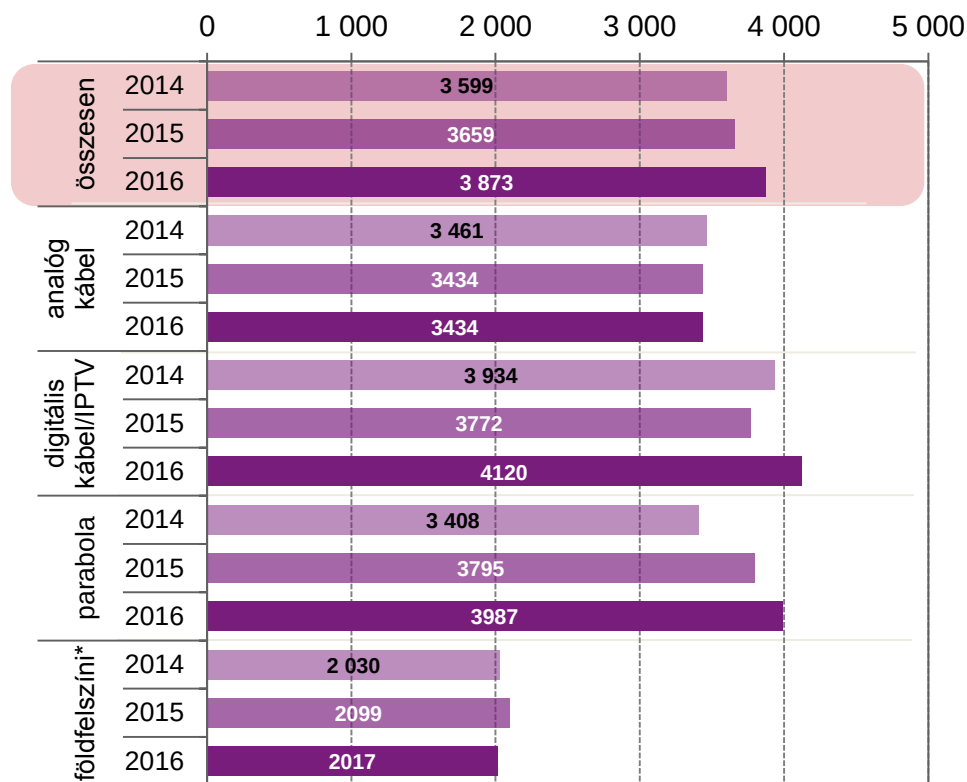


Az fizetőstévé-piac 125 milliárdról 133 milliárdra nőtt egy év alatt. Összességében egy év alatt több mint 200 Ft-tal nőtt az átlagos havi költség – elsősorban az upgrade miatt.

## A fizetőstévé-piac bevételeinek szolgáltatók szerinti megoszlása



## Költség technológia szerint (bruttó Ft/hó)



\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

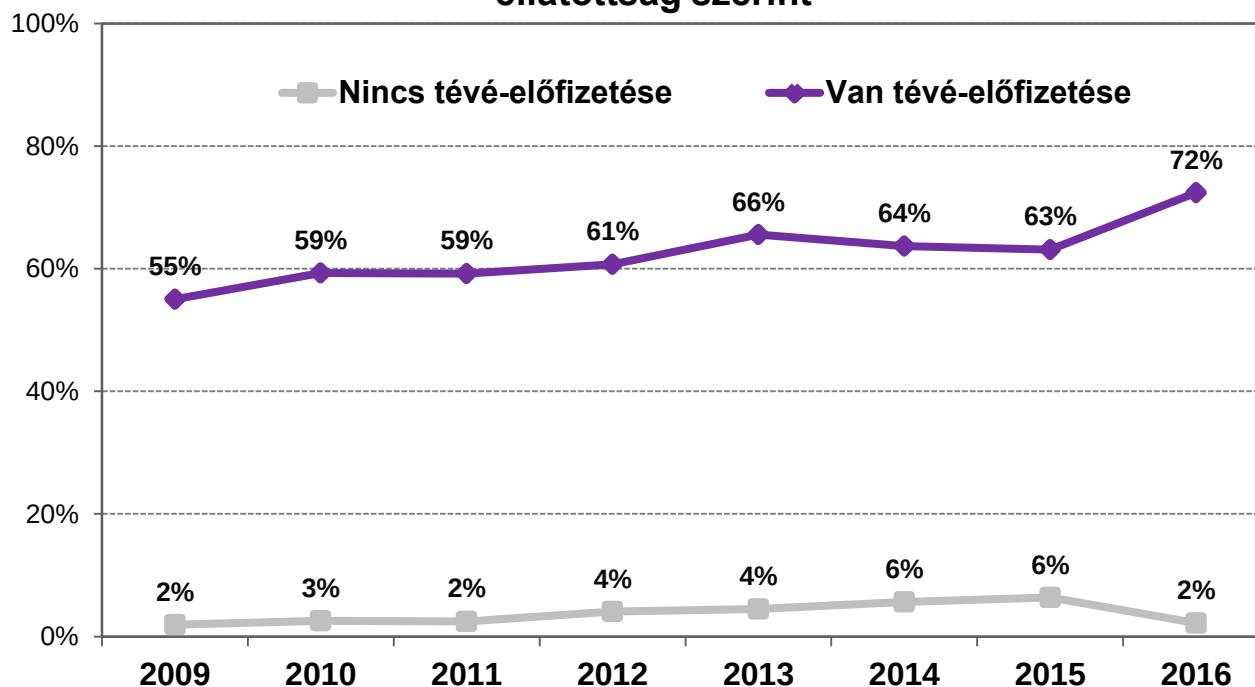
Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,621 millió HT; n=1776)

A lakossági televíziós piac mérete 2016-ban nettó 133 Mrd Ft. (2015: 125 Mrd)



Ahogy a tanulmány elején már bemutattuk: tavaly és idén is a magyar háztartások 10%-a tulajdonképpen feleslegesnek tartja a fizetős tévét. További 7% azt állítja, hogy viszonylag könnyen megtenne tévé-előfizetés nélkül (ez nem jelent a tévézésről való lemondást is egyben). Ugyanakkor a háztartások növekvő mértékben tekintik nélkülözhetetlennek a tévé-előfizetést (2015: 56%, 2016: 64%). 2016-ban a tévé-előfizetéssel rendelkező háztartásoknak már 72%-a tartja nélkülözhetetlennek a tévé-előfizetését.

**A tévé-előfizetést nélkülözhetetlennek tartók aránya  
ellátottság szerint**



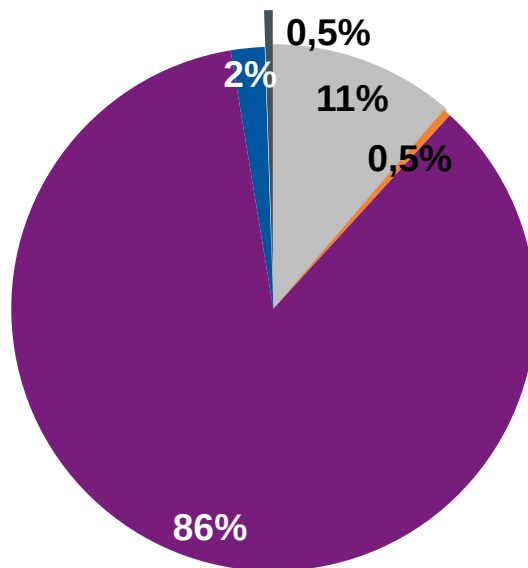
Bázis: Tévélőfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (az összes háztartás 88, illetve 12%-a, N=3,621 millió és 484 ezer HT; n=1776, illetve 244)





2016-ban 22 ezer olyan háztartás jelezte, hogy be fog lépni a fizetős tévé piacára, akiknek jelenleg még nincs ilyen szolgáltatásuk (2015: 13 ezer), és 20 ezer háztartás szüntetné meg az előfizetését (2015-ben ez a szám 5 ezer volt). A tavalyi évhez hasonlóan az előfizető háztartások 2%-a gondolkodik szolgáltatóváltáson.

## A háztartások migrációs kategóriái



- nincs és nem is vesz
- van, lemond
- van, nem migrál
- van, vált
- új belépő

Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2020)

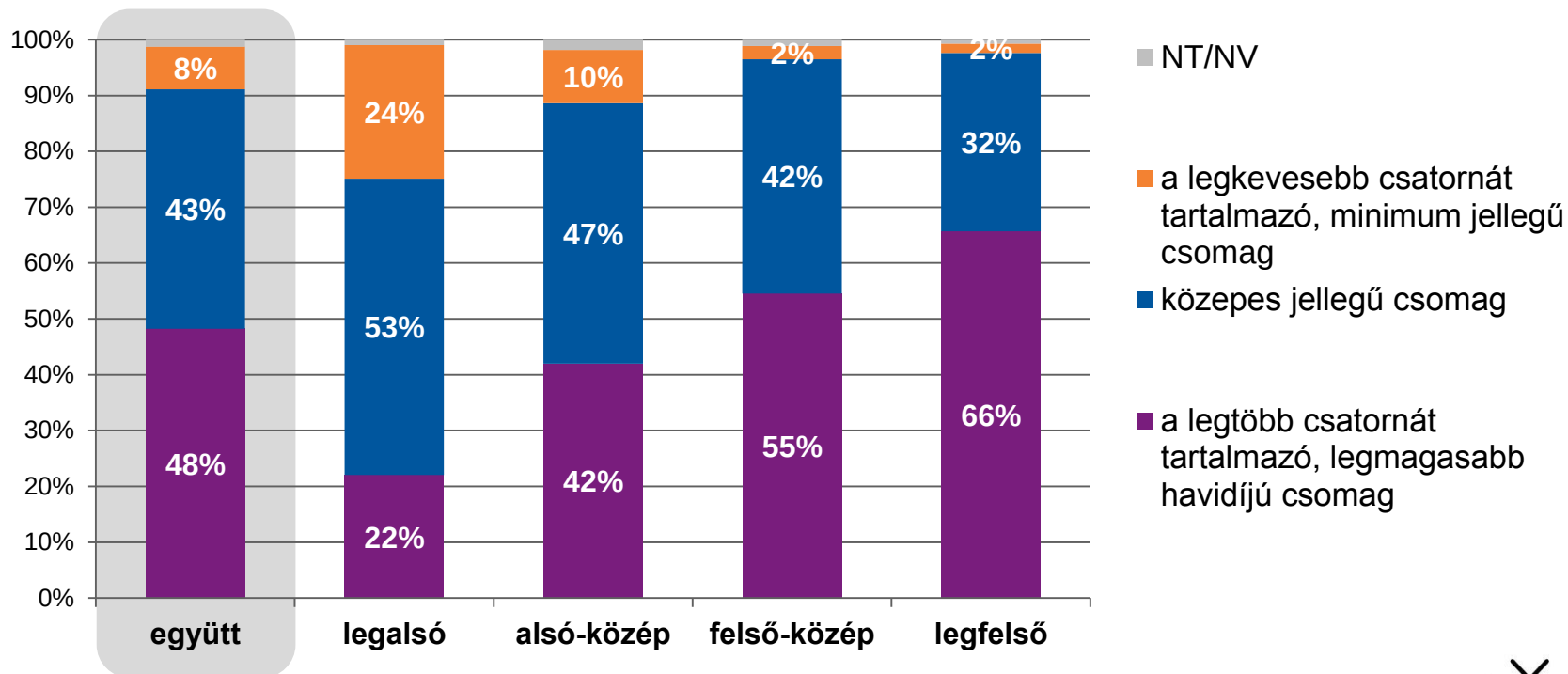






A legkevesebb csatornát tartalmazó „minimál”-csomagokat csak a tévé-előfizető háztartások 8%-a veszi igénybe (2015: 10%). Ugyanakkor 48%-uk a legtöbb csatornát tartalmazó csomagra fizet elő (2015-ben ez még csak 40% volt). A jobb jövedelmi helyzetben lévők lényegesen nagyobb arányban fizetnek elő a legnagyobb csomagokra, de még ennél is fontosabb faktor az élethelyzet: a gyermekes háztartásokra sokkal inkább jellemző, hogy a nagyobb csatornaszámú csomagokra fizetnek elő.

## Az igénybe vett tévécsomagok a háztartás jövedelmi helyzete szerint



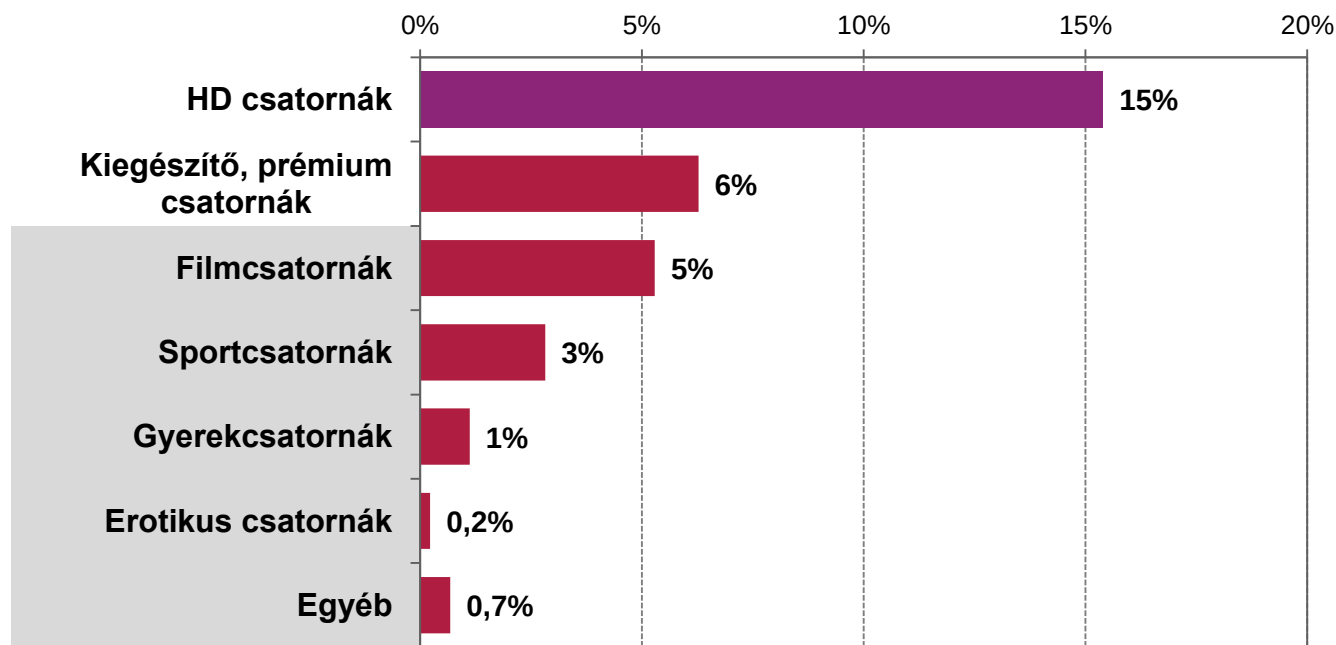
Bázis: Tévé-előfizetéssel rendelkező háztartások (N=3,621 millió HT; n=1776)





A televízió-előfizetéssel rendelkező háztartások 19%-a fizet elő valamilyen kiegészítő, külön havidíjú csomagra. Közülük legtöbben HD csatornákra fizetnek elő (15%). A kiegészítő prémium csatornák előfizetőinek aránya mindössze 6%. E csoporton belül legnépszerűbbek a filmcsatornák.

## Milyen kiegészítő, extra csomagra fizetnek elő?

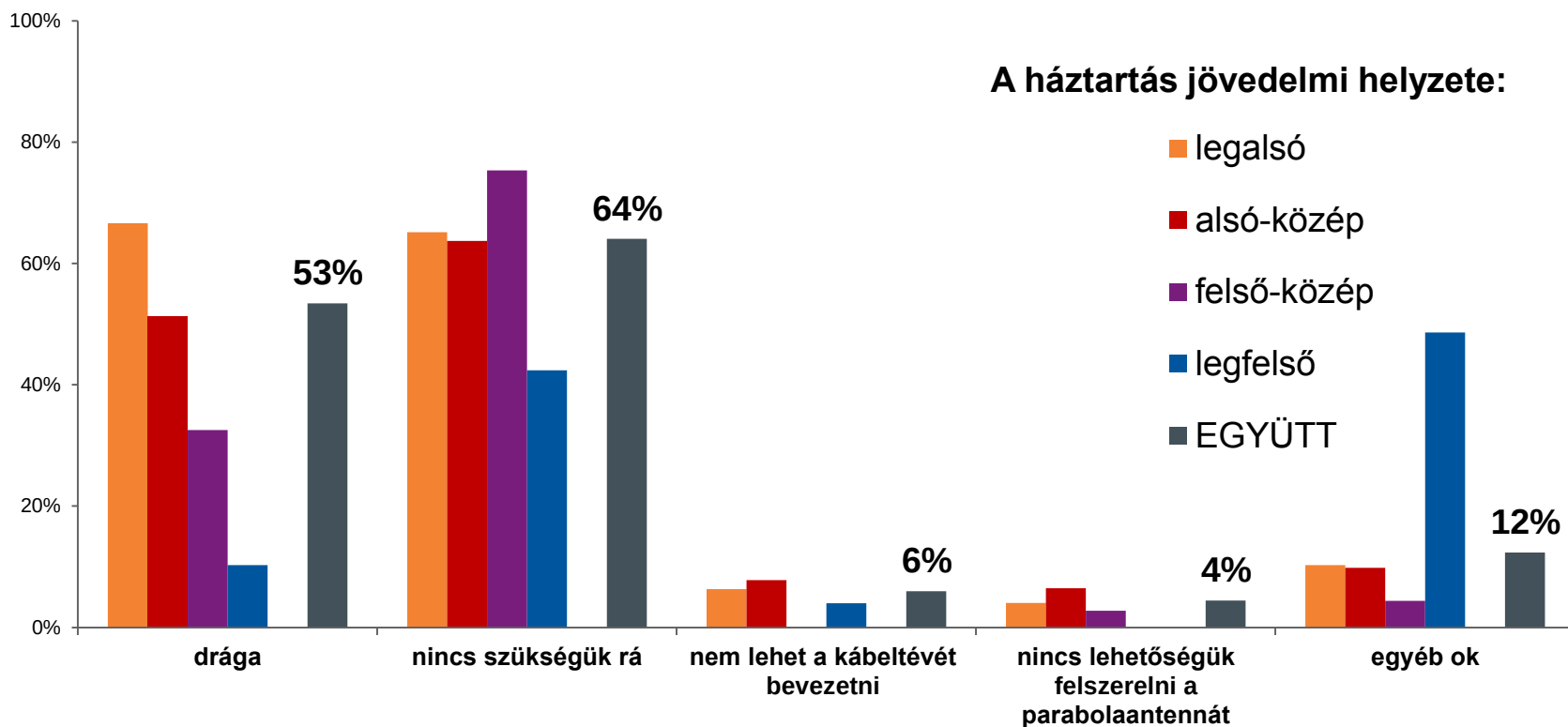


Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,621 millió HT; n=1776)





Arra a kérdésre, hogy miért nincs tévé-előfizetésük, a tévé-előfizetéssel nem rendelkező háztartások 2016-ban lényegesen többféle indokot soroltak fel, mint 2015-ben. Ugyanakkor tavaly is és idén is az volt a leggyakoribb válasz, hogy azért nincs előfizetésük, mert nincs rá szükségük (64%). Az anyagi okokat, azaz hogy az előfizetés drága a legalsó jövedelmi kategóriába tartozók említik a leggyakrabban.



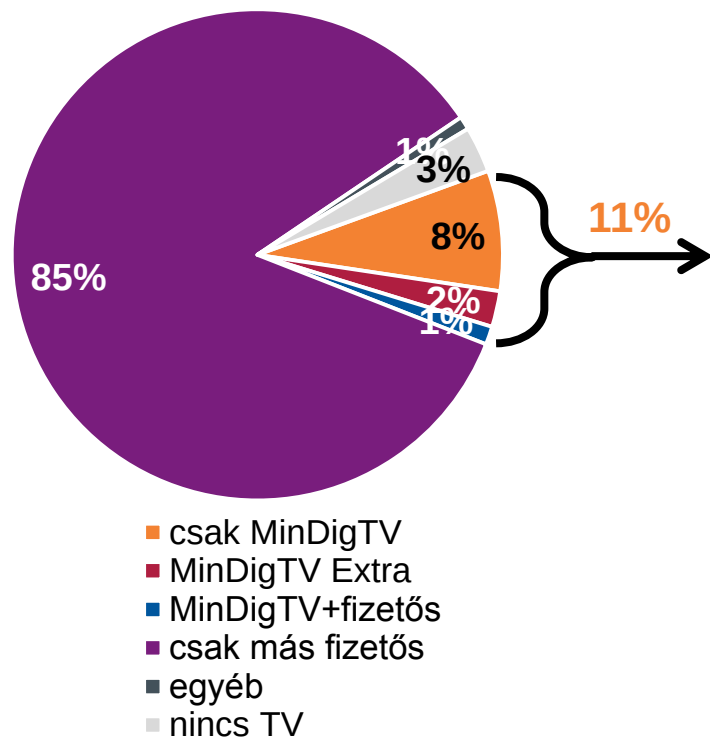
Bázis: Tévé-előfizetéssel nem rendelkező háztartások  
(N=484 ezer háztartás; n=244)





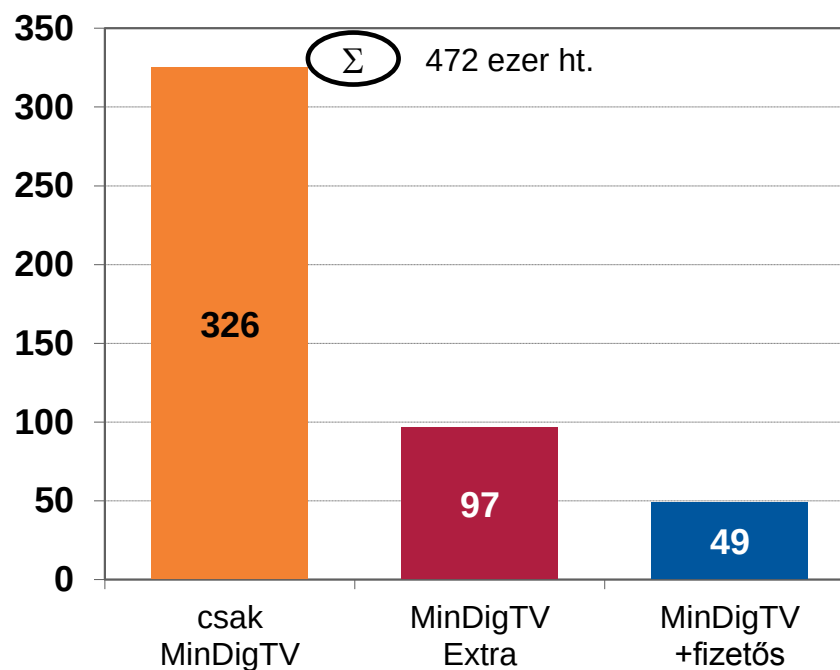
A háztartások 97%-ának van tévéje, 88%-uk fizet a televízió-előfizetésért. A MinDigTV ingyenes adásait 9% nézi (8% csak ezt, semmi mást), és további 1% tévézik más módon. A digitális földfelszíni tévézésben kb. 472 ezer háztartás érintett (ez nem különbözik számottevően a 2015-ben mért adattól).

**Ingyenes és fizetős digitális földfelszíni és egyéb tévé-előfizetések aránya (otthon)**



**A digitális földfelszíni tévézésben érintett háztartások becsült száma\***

ezer ht



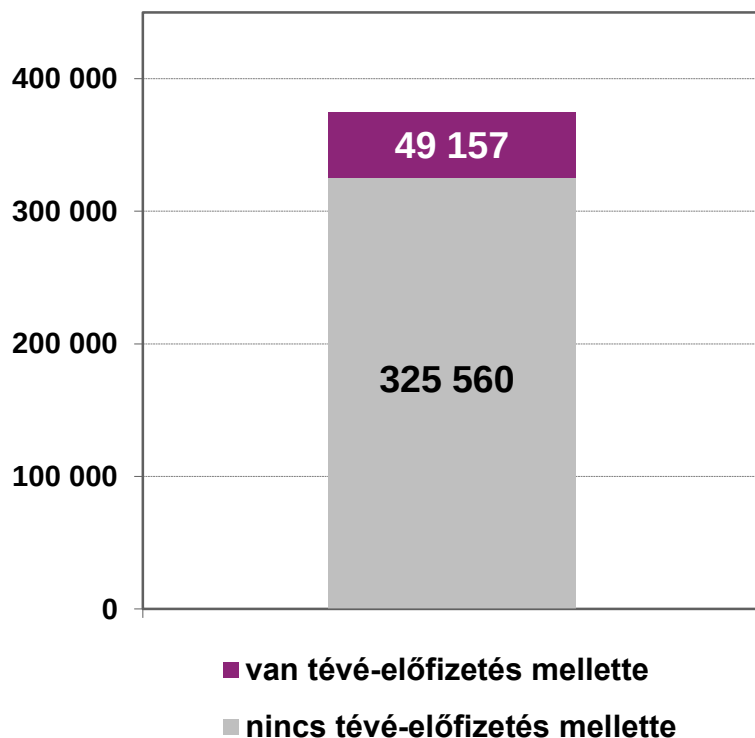
Bázis: Összes háztartás  
(N=4,106 millió HT; n=2020)

\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

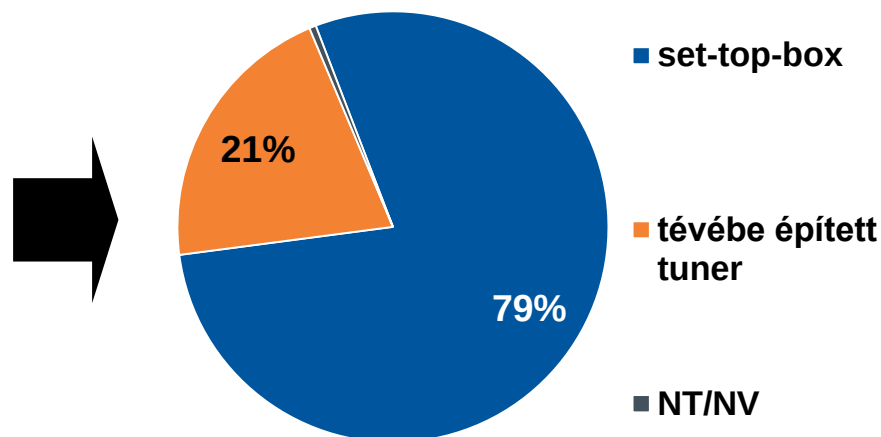


Az ingyenes digitális földfelszíni adásokat néző háztartások száma 375 ezer. Ezek közül 49 ezer valamilyen tévé-előfizetés mellett használja ezt a szolgáltatást. Négyötödük (79%) döntően set-top-box-szal éri el a DVB-T adását, tévébe épített tuner használatáról 21% számolt be.

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



**Milyen eszközzel nézik?\***



**Összes STB:**

**285 ezer** [261–309 ezer]

**Összes TV-tuner:**

**75 ezer** [47–103 ezer]

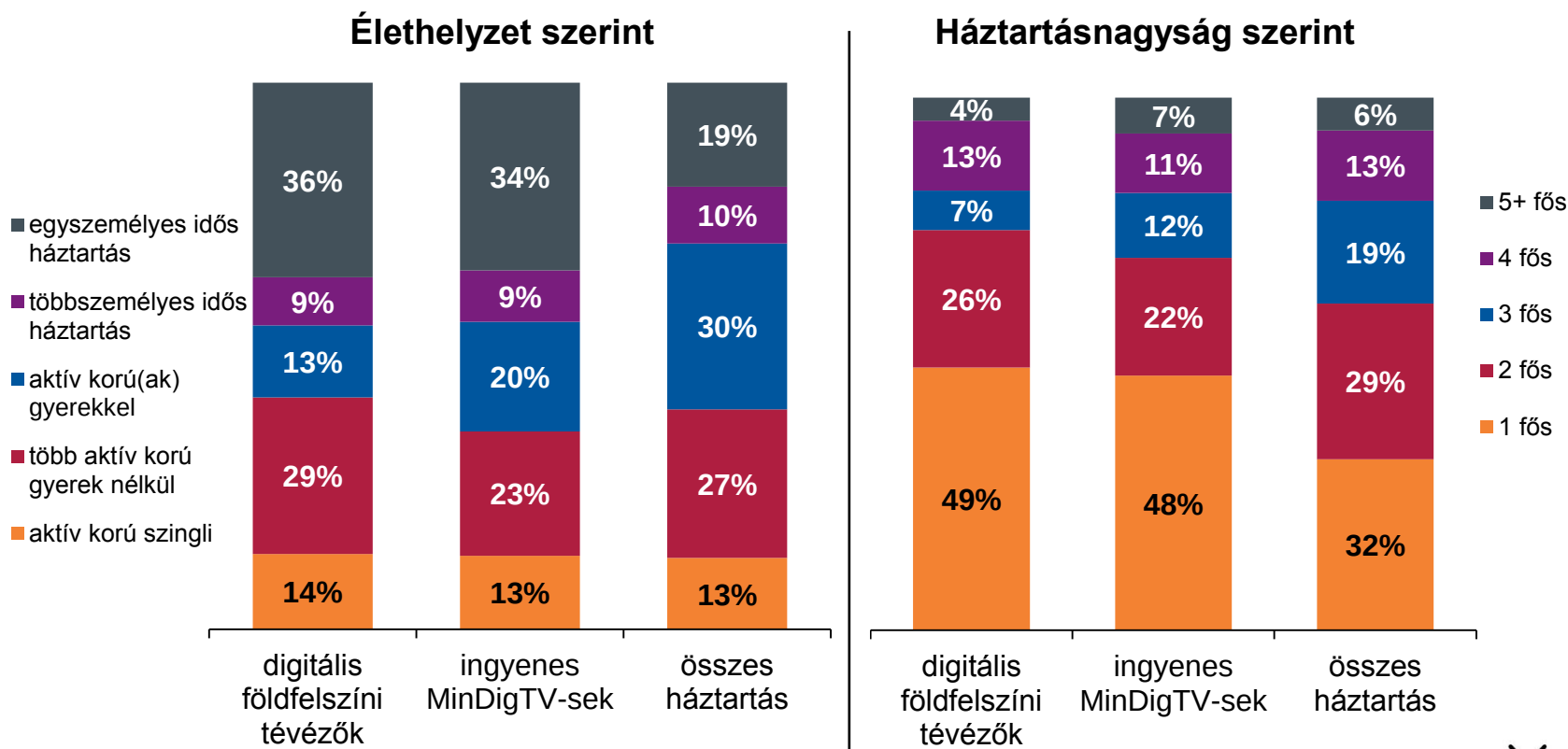
Bázis: INGYENES digitális földfelszíni adást nézők (N=375 ezer HT; n=190)

\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek





Az otthoni digitális földfelszíni tévészésben érintettek köre mintegy 472 ezer háztartás. A teljes népességhez viszonyítva felülreprezentáltak körükben az egyszemélyes háztartások: a felük (49%) egyszemélyes háztartás. Ezen belül is a kifejezetten idős egyszemélyes háztartások aránya egyharmad (36%) a digitális földfelszíni tévézők körében. Ezekben a számokban nem volt jelentős változás 2015-höz képest.

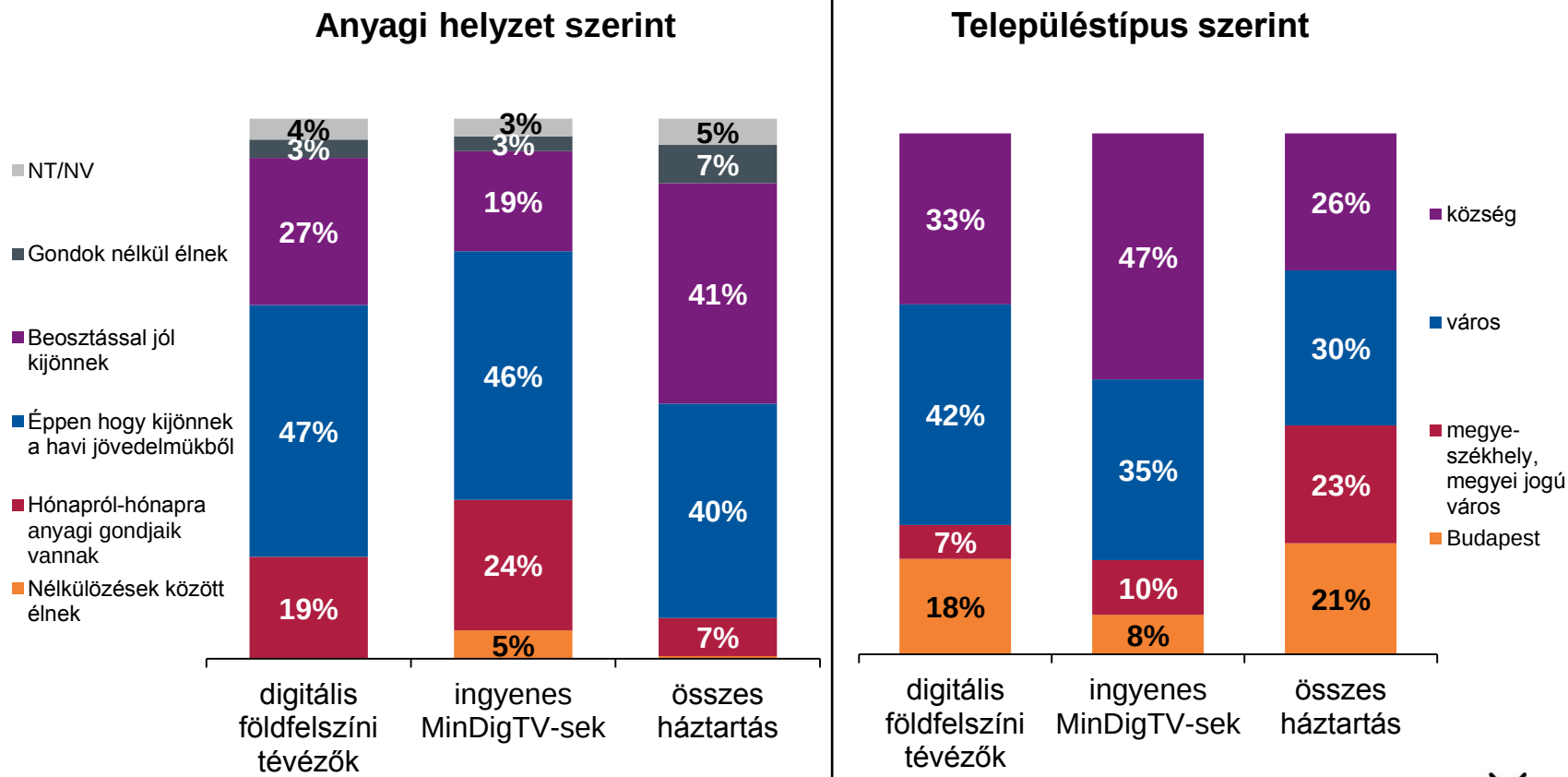


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT; n=2020)





Az otthoni digitális földfelszíni tévészésben érintettek az átlagosnál jóval kedvezőtlenebb anyagi körülmények között és legnagyobb arányban kistelepüléseken élnek.

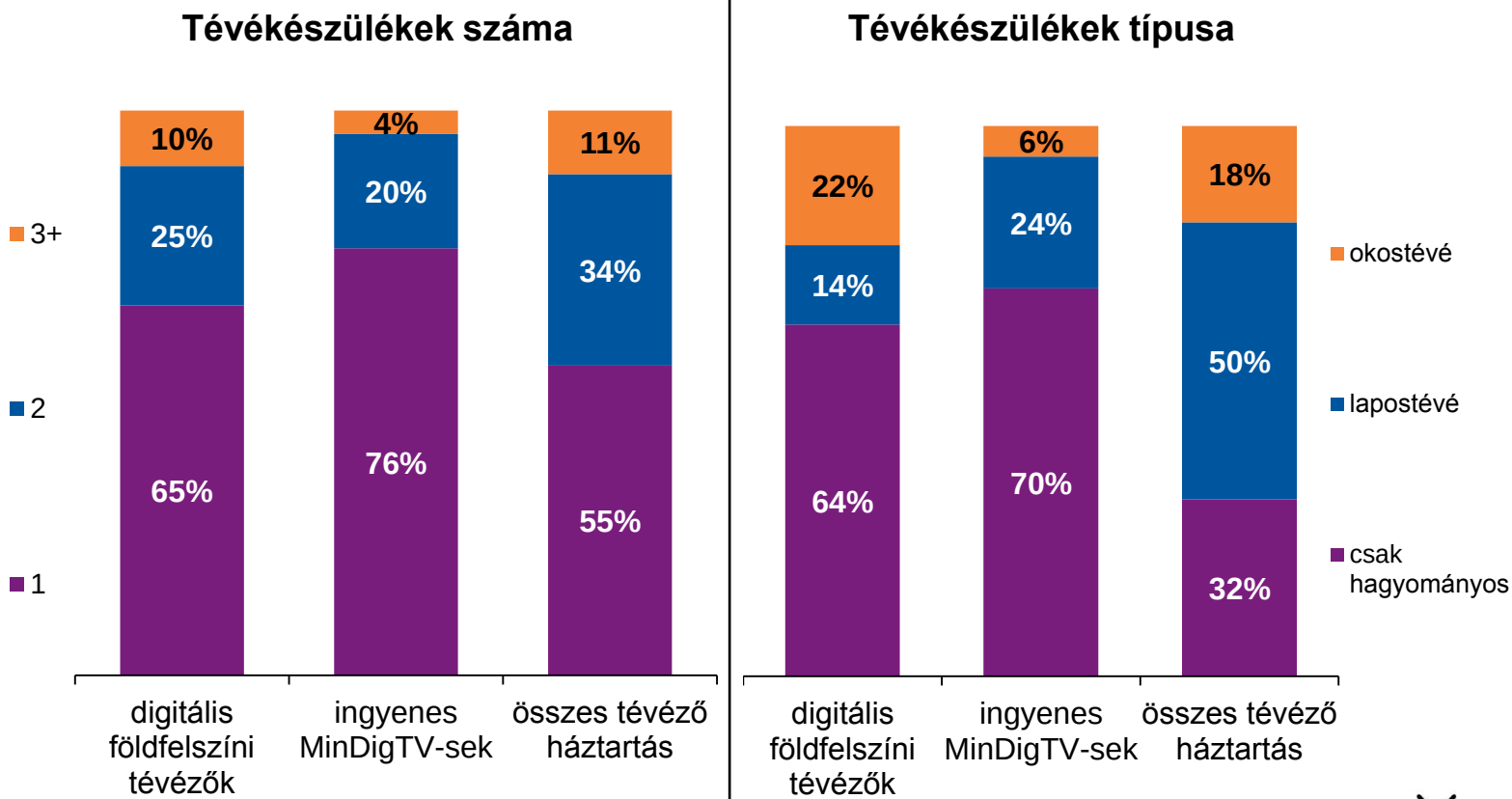


Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT; n=2020)





Az otthoni digitális földfelszíni tévészésben érintettek kétharmada csak egyetlen tévékészülékkel rendelkezik, és ez általában hagyományos, képcsöves televízió. Ugyanakkor a több tévével rendelkezők aránya 2015-höz képest ebben a körben 21%-ról 35%-ra bővült. (Az összes tévésző között 37%-ról 45%-ra nőtt a több tévével rendelkezők aránya 2015 és 2016 között.)



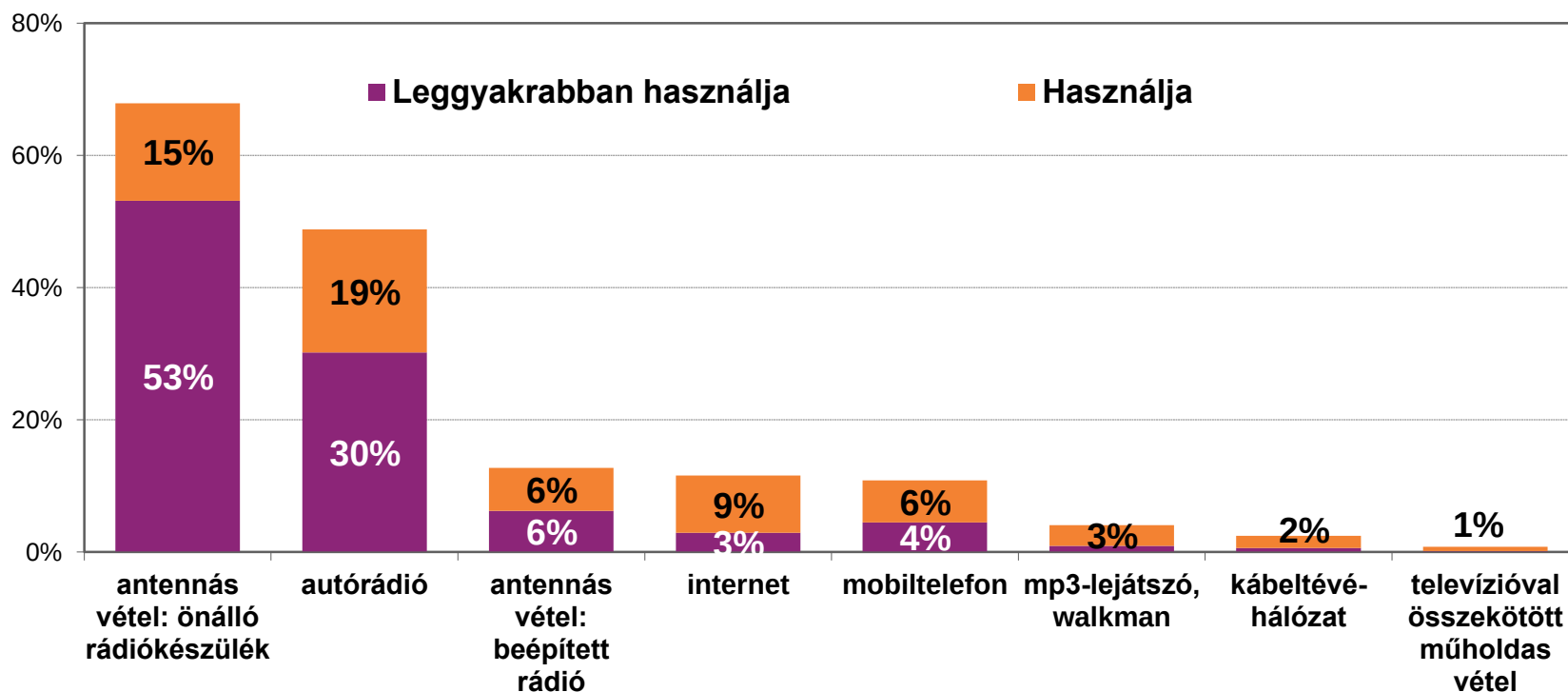
Bázis: Tévésző háztartások (N=3,98 millió HT; n=1966)







A rádióhallgatók elsődleges eszköze továbbra is az önálló rádiókészülék, a többség ezen hallgatja a műsorokat. A rádiózók közel fele (49%) autózás közben is hallgatja az adást, és 30%-uknál az autó a leggyakoribb rádiózási helyszín.



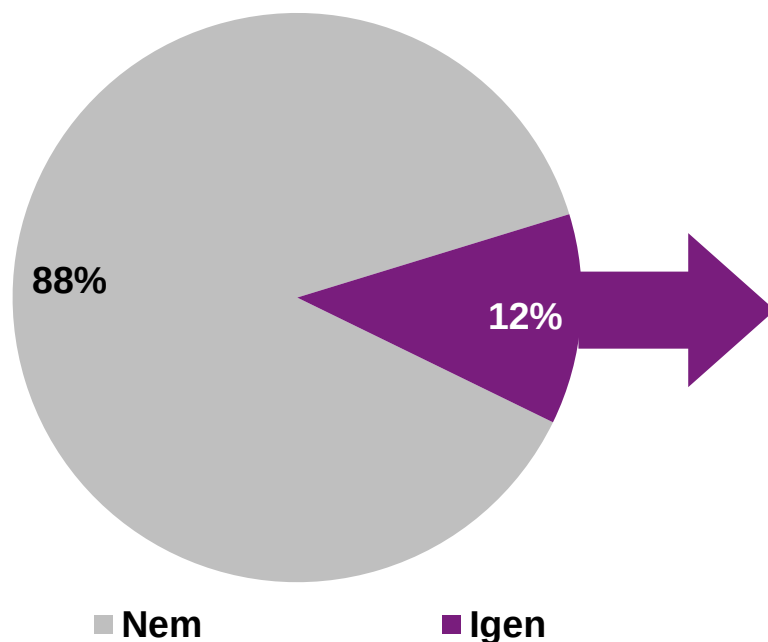
Bázis: Rádiót legalább néha hallgatók (N=5,73 millió fő; n=1392)



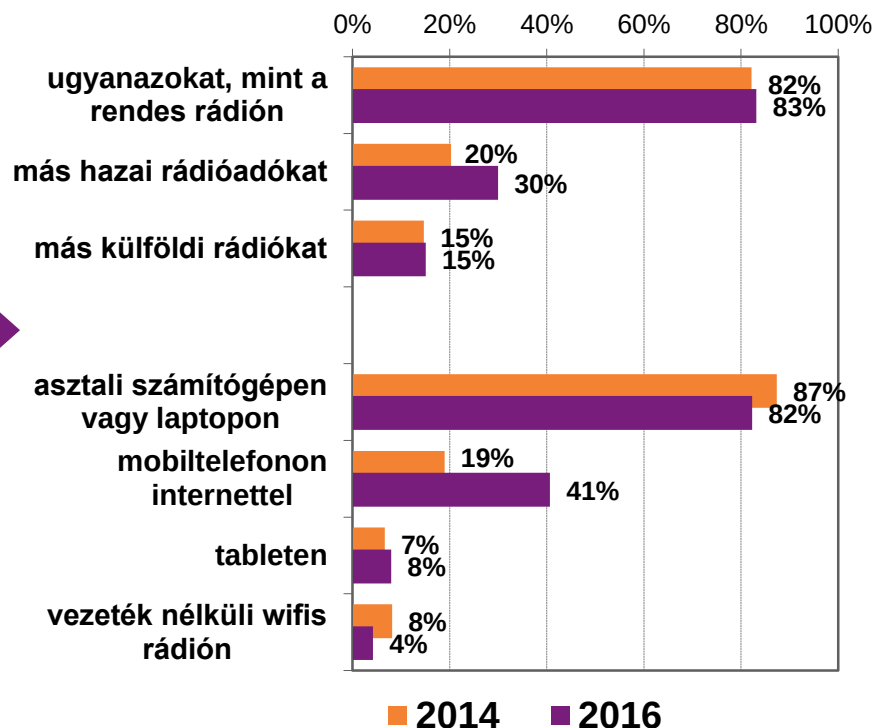


A 2014. évi adathoz hasonlóan (2015-ben ezt nem mértük) az internetezők 12%-a hallgat online rádiót, jellemzően ugyanolyan műsorokat, mint a „rendes” rádión. Viszont amíg 2014-ben az internetes rádióhallgatás szinte kizárólag pc-n történt, addig 2016-ban már 41% hallgat internetes rádiót mobiltelefonon is. Az online rádiózás továbbra is elsősorban a 30 év alatti korosztályra jellemző.

## Szokott interneten rádiót hallgatni?



## Interneten hallgatott rádióadók és az alkalmazott eszköz



Bázis: Internetet használó személyek (N=6,98 millió fő; n=1450)

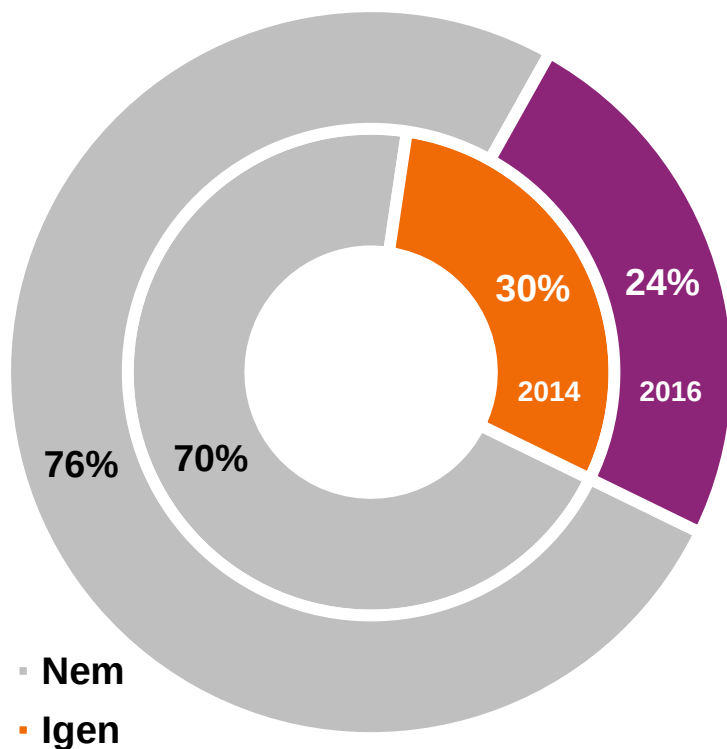
Bázis: Interneten rádiót hallgató személyek (N=835 ezer fő, n=143)



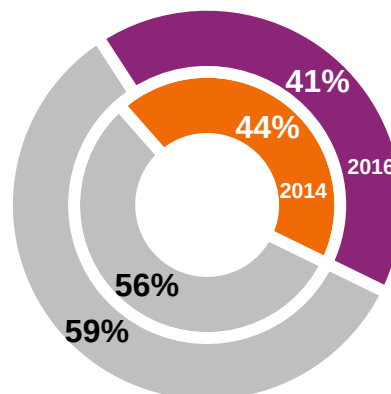


A DAB+ szolgáltatásról most még kevesebben hallottak, mint 2014-ben, amikor ez inkább számított „hot topic”-nak, mint most. A budapestiek 41%-a, a vidékieknek 20%-a hallott a DAB+ szolgáltatásról. Budapesten saját tudomásuk szerint alig 57 ezren használnak DAB+ technológiájú készüléket rádiózásra, és ehhez önbeszámolójuk alapján 75 ezer DAB+ használó adódik a vidéki városokból.

## Hallott-e a DAB+ szolgáltatásról?



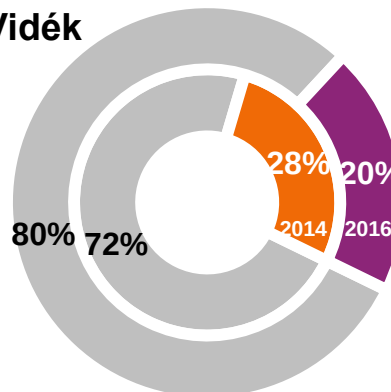
## Budapest



## DAB+ készülék használók száma

**Budapesten  
57 ezer**  
(a 14+ éves helyi  
lakosság **3,7%-a**)

## Vidék



**Vidéken  
75 ezer**  
(a 14+ éves helyi  
lakosság **1,1%-a**)

Bázis: 14+ éves személyek (N=8,59 millió fő; n=2020)



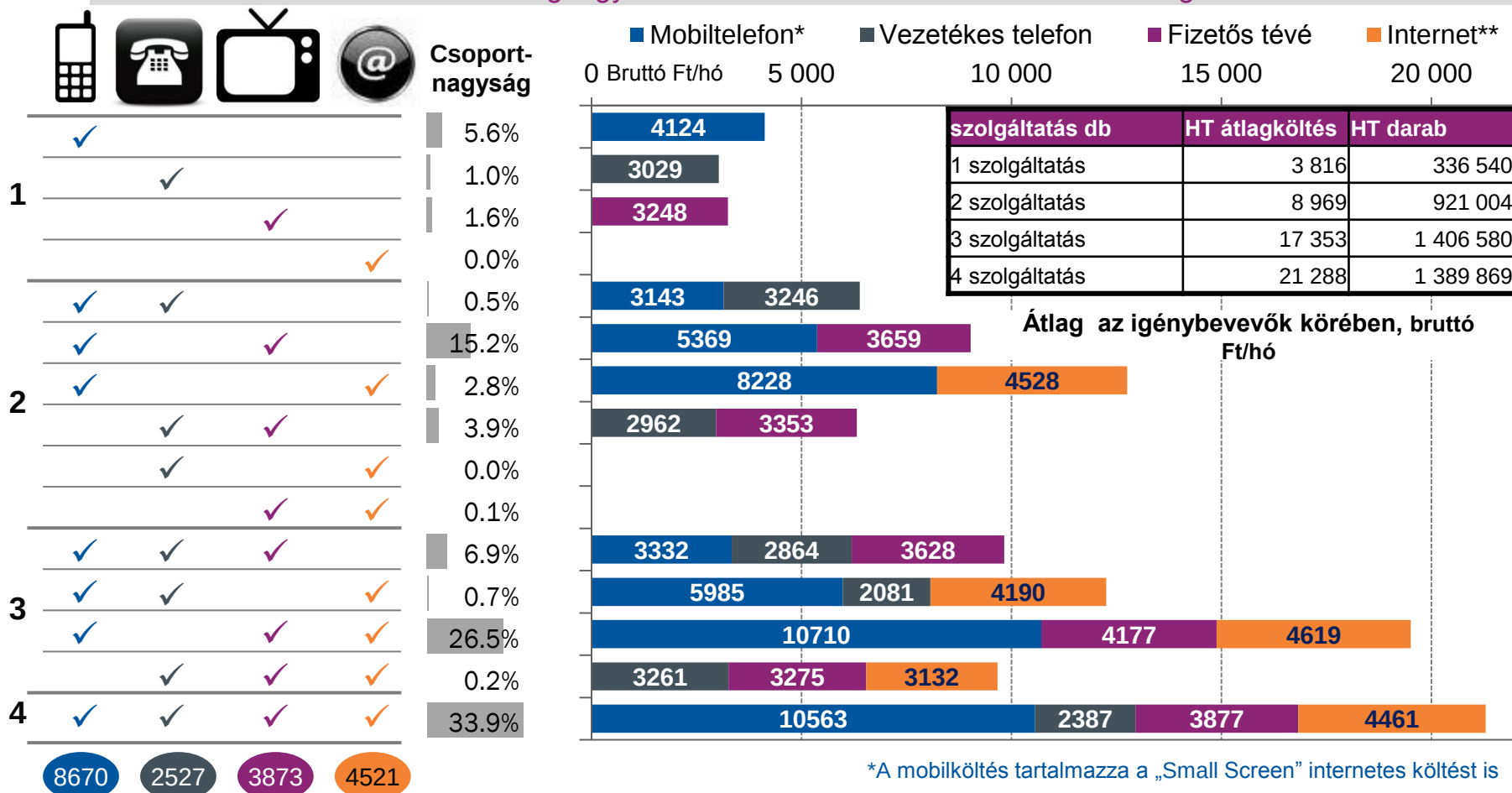
NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

BUNDLING



A háztartások 60%-a előfizet (legalább) mobiltelefonra, tévére és internetre, akár részben vagy teljesen egybecsomagolva. Mind a négy szolgáltatás már több mint egyharmaduknál megtalálható. E háztartások telekommunikációs kiadásainak legnagyobb tétele továbbra is a mobiltelefon költsége.



A háztartások 1%-ának semmilyen távközlési szolgáltatása nincs.

\*A mobilköltség tartalmazza a „Small Screen” internetes költséget is

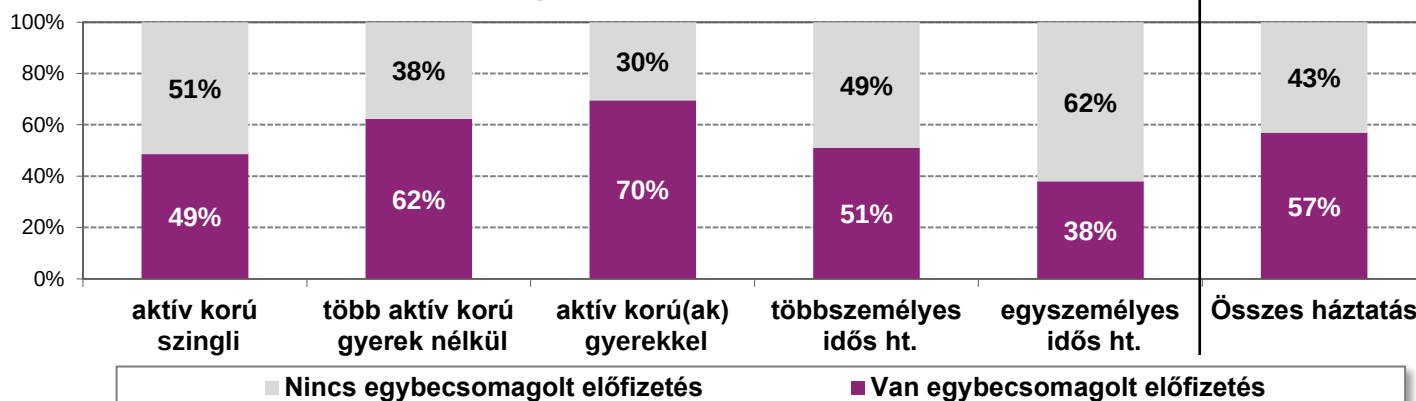
\*\*Helyhez kötött + „Large Screen” MBB

Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2020)

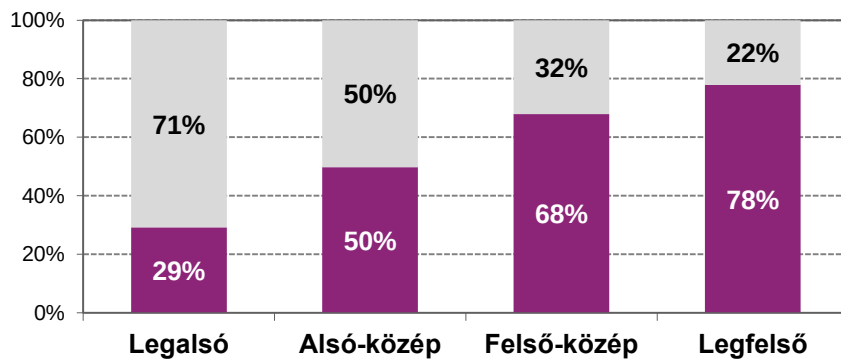


A háztartások több mint fele vesz igénybe egybecsomagolt távközlési szolgáltatásokat. Jóval gyakoribb a bundled-igénybevétel a jobb jövedelmi helyzetű családoknál, a nagyobb településeken és az aktív korúak háztartásaiban.

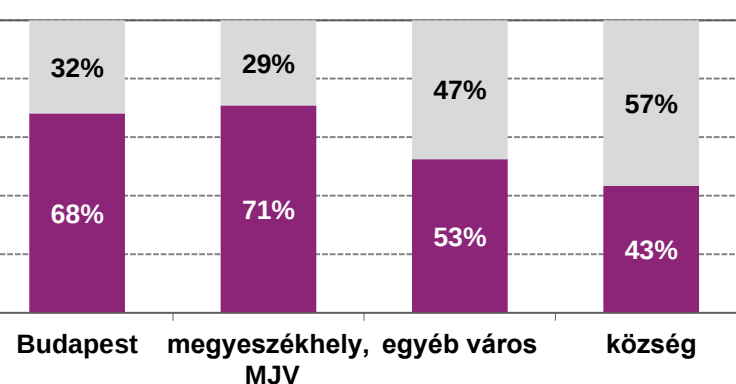
## Ellátottság a háztartások összetétele szerint



## Jövedelmi helyzet szerint



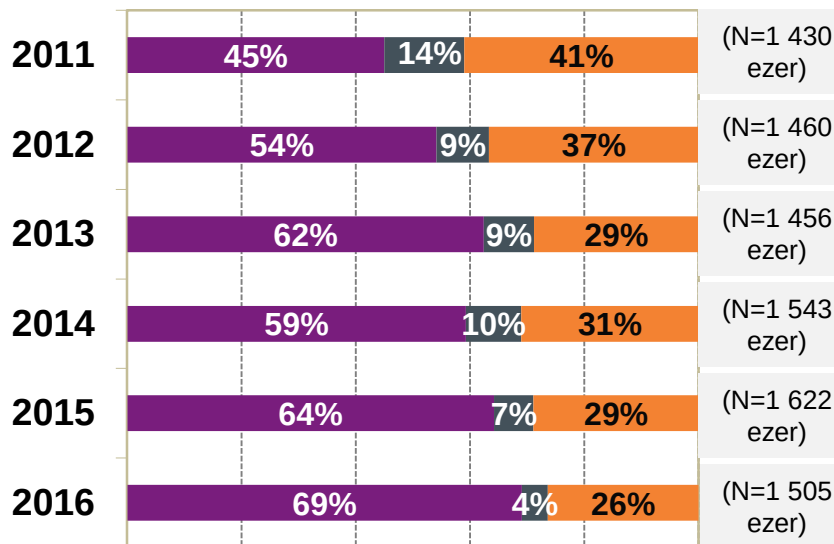
## Településtípus szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió HT; n=2020)

Mind a 2, mind a 3 vezetékes szolgáltatást igénybe vevő háztartások körében nőtt a szolgáltatásokat csomagban előfizetők aránya. A 3 szolgáltatást igénybe vevőknél ez a növekedés szignifikáns (7 százalékpont). Egyre kisebb azok aránya, akik egy szolgáltatótól vesznek igénybe több szolgáltatást, de azok nincsenek összecsomagolva.

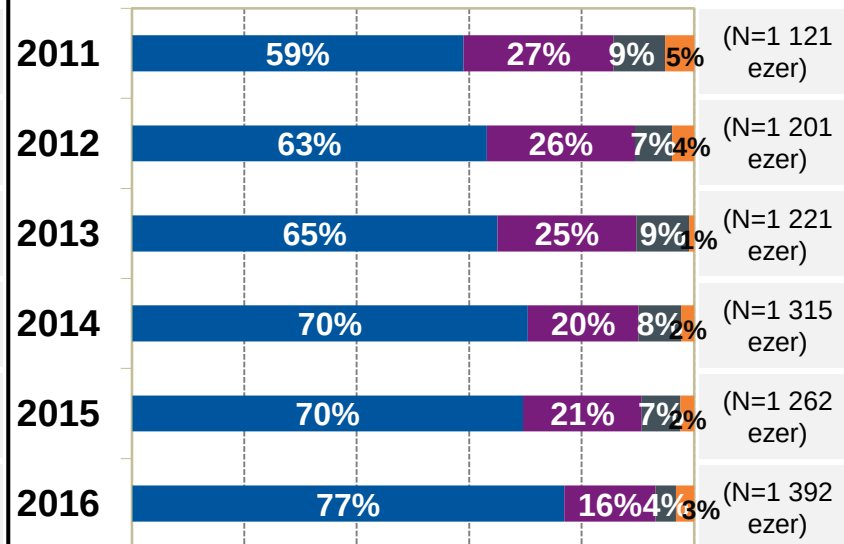
**Csomagok a 2 helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartásokban**



- 2 bundled szolgáltatás
- Van azonos szolgáltató, de nem bundled
- Nincs azonos szolgáltató

Bázis: 2 helyhez kötött szolgáltatással rendelkező háztartások

**Csomagok a 3 helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartásokban**



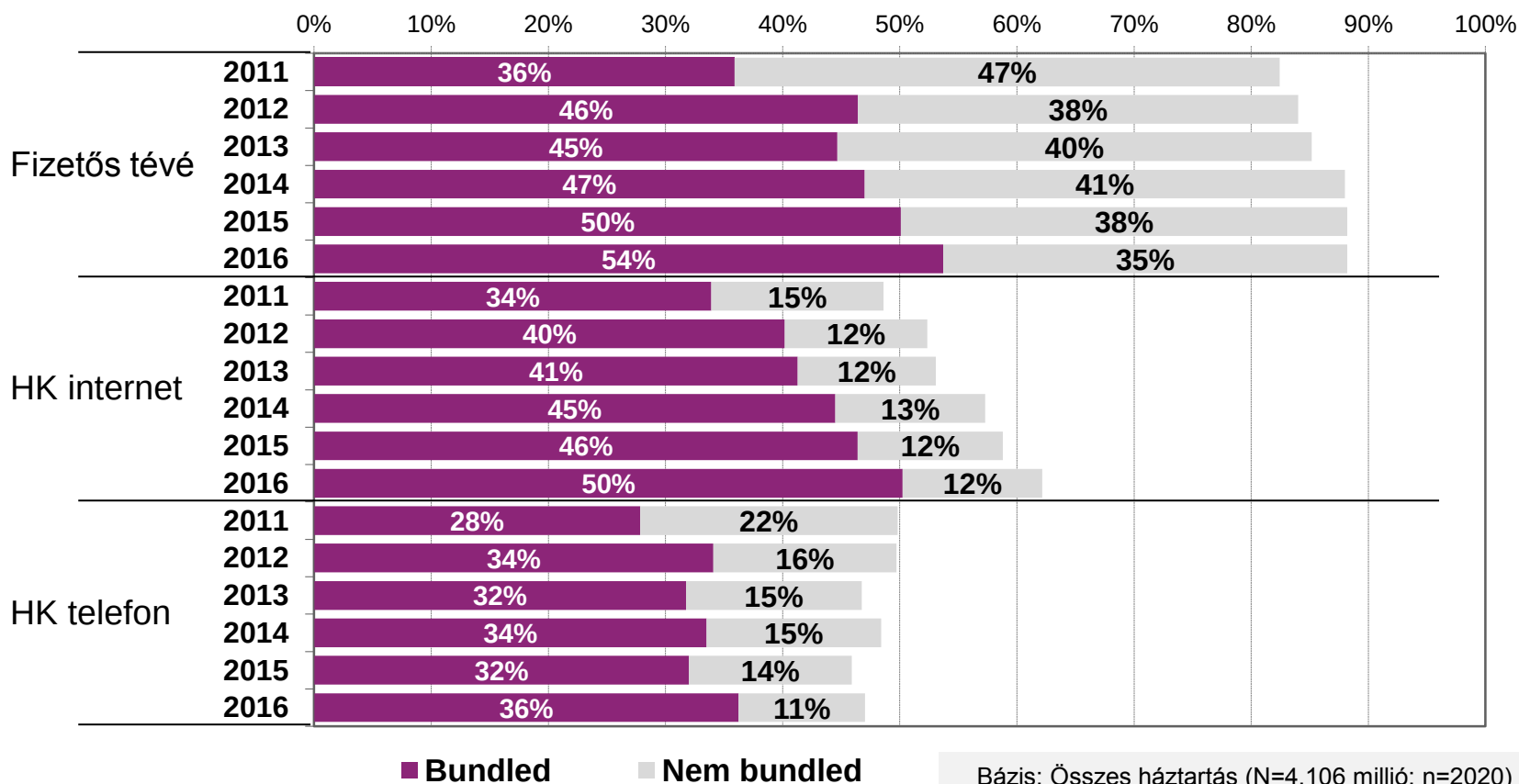
- 3 bundled szolgáltatás
- 2 bundled szolgáltatás
- Van azonos szolgáltató, de nem bundled
- Nincs azonos szolgáltató

Bázis: 3 helyhez kötött szolgáltatással rendelkező háztartások



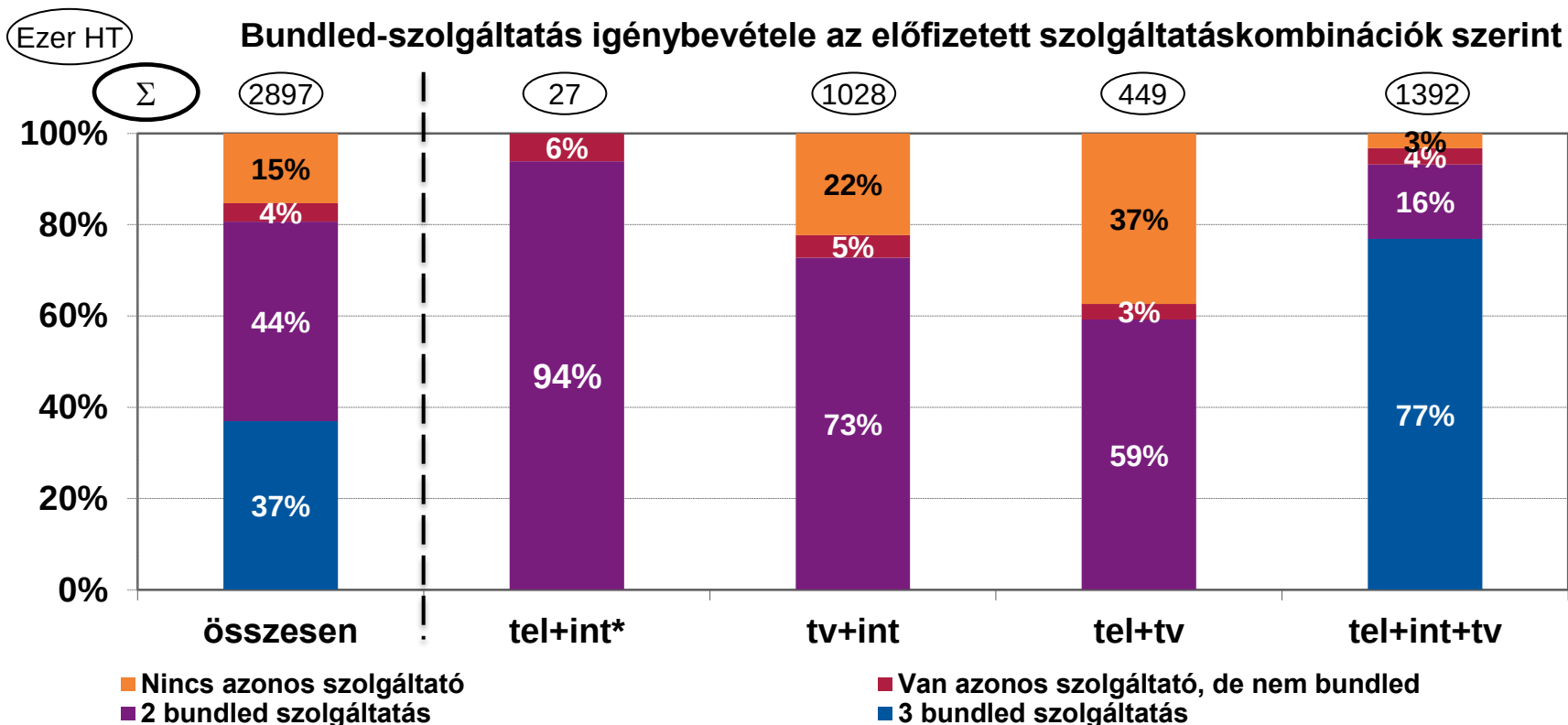
A tévé-előfizetéseknek 61%-a bundled. A helyhez kötött telefonos előfizetések több mint háromnegyede, a helyhez kötött internetes előfizetések több mint 80%-a van becsomagolva. A bundled-előfizetések aránya a tévé és az internet piacán 2013 óta évről évre csak kis lépésekben, de hosszabb távon folyamatosan növekszik.

## Bundled és nem bundled helyhez kötött szolgáltatások a háztartásokban





A többfajta helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő közel 2,9 millió háztartás 85%-a egy szolgáltatónál több szolgáltatásra is előfizet, 37%-uk pedig három szolgáltatást is azonos szolgáltatónál és csomagban vesz igénybe. A mindhárom vezetékes szolgáltatással rendelkező közel 1,4 millió háztartásnak csak 7%-ában nincs bundled-szolgáltatás, 77%-ukban viszont összecsomagolt 3-play található.



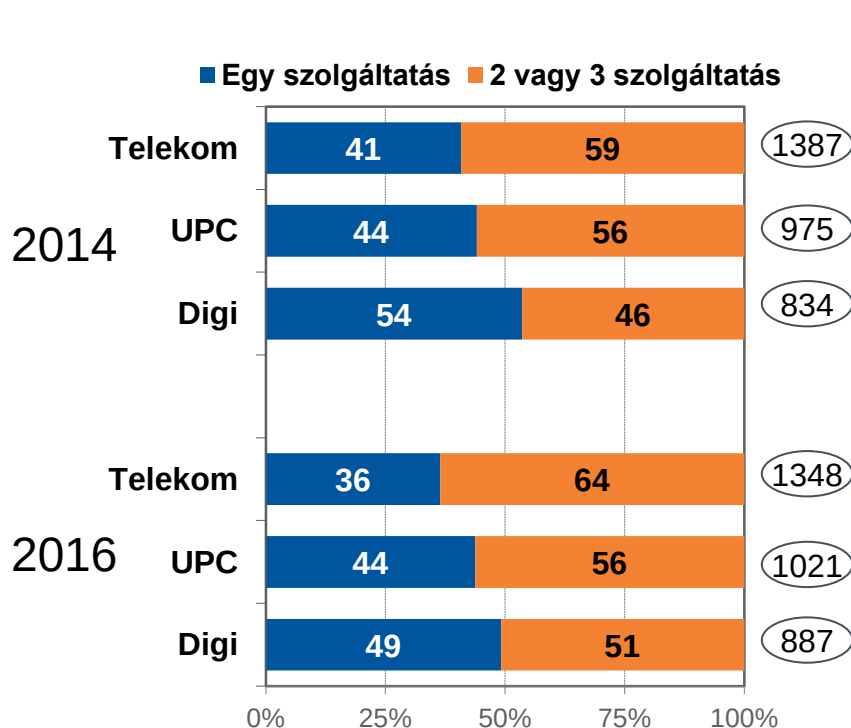
\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Több helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartások (N=2,897 millió HT; n=1399)



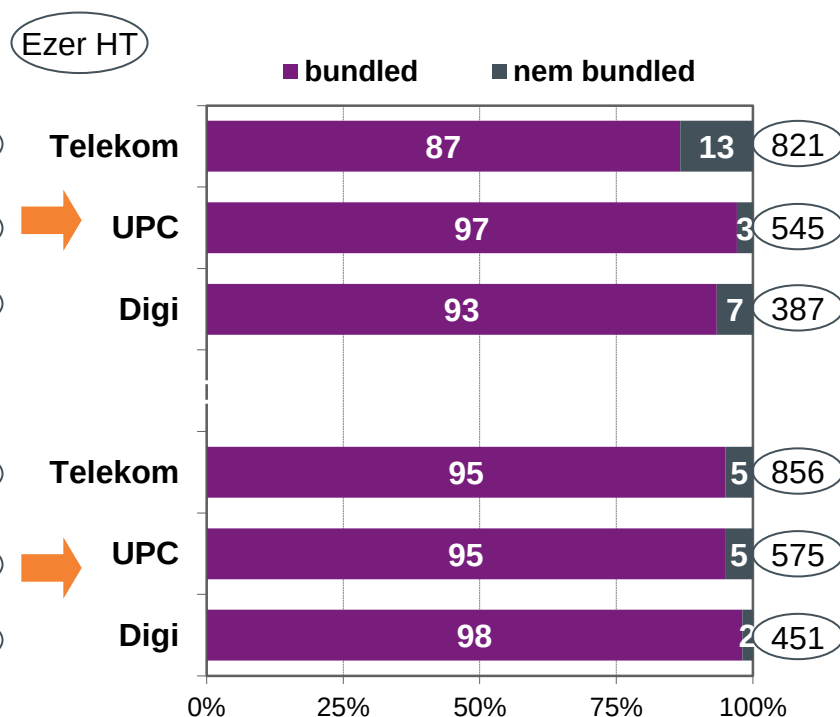
Ahol egy szolgáltató több szolgáltatással van jelen, ott jellemzően (95% vagy afeletti arányban) csomagban kínálja a szolgáltatásokat. Az egybecsomagolás aránya mindhárom nagy szolgáltatónál 2016-ban már jóval 90% feletti.

**Előfizetők aránya az igénybe vett szolgáltatások száma szerint**



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

**Bundled/nem bundled**



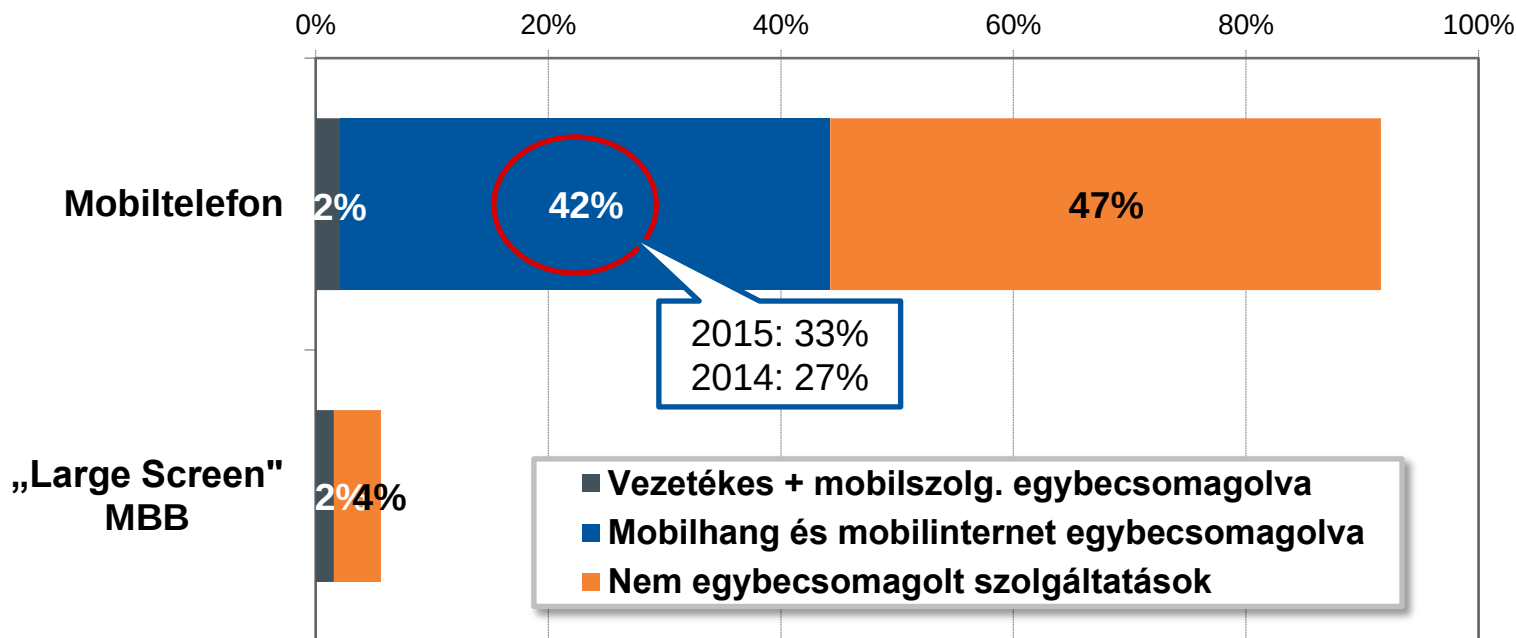
Bázis: Adott szolgáltatók ügyfelei, ahol legalább 2 helyhez kötött szolgáltatást vesznek igénybe (N: lásd az ábra jobb oldalán)



A 13 éven felüli lakosság elenyésző része (2%) fizet elő úgy a mobiltelefon-szolgáltatásra, hogy az egy vezetékes szolgáltatással vagy „Large Screen” mobilinternettel van összecsomagolva, viszont 42%-uk (a mobil-előfizetők 46%-a) olyan csomagot használ, amelyben a mobiltelefon mellett van „Small Screen” internet is. Ez az arány tavaly óta tovább nőtt.

A „Large Screen” mobilinternetet használók egyharmada „becsomagolt” MBB-előfizetést vesz igénybe (ez a lakosság 2%-a).

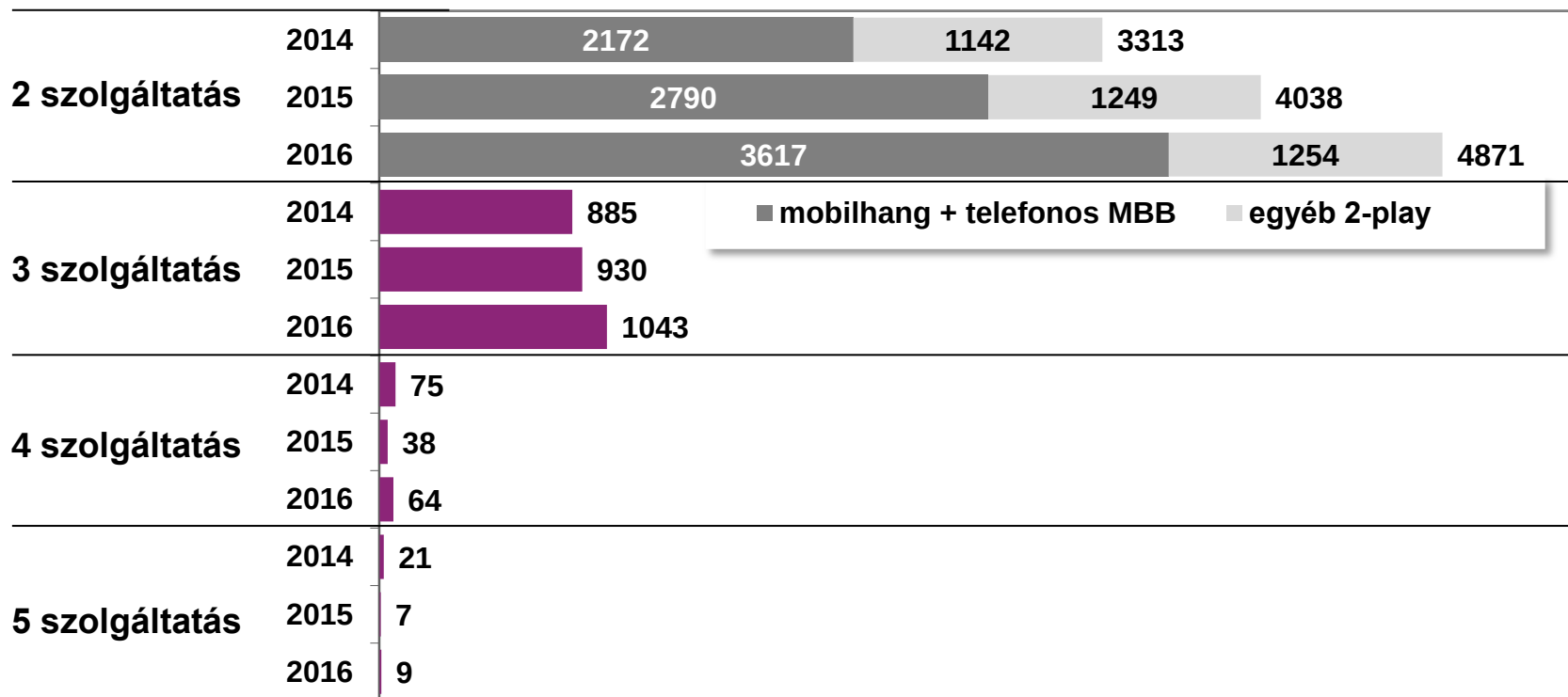
## Bundled és nem bundled mobiltelefon- és „Large Screen”-szolgáltatások



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,593 millió fő; n=2020)

2016-ban a teljes távközlési piacon 6 millió bundled-előfizetést regisztráltunk. Ennek 60%-a (3,6 millió) mobiltelefonon használt 2-play hang-mobilinternet kombinációt jelentett, amely 2014 óta 66%-kal nőtt. Ezt leszámítva is a leggyakoribb a két szolgáltatás egybecsomagolása (1,25 millió), ennél valamivel ritkább a 3 szolgáltatás, és szinte elenyésző a 4- vagy 5-play.

## Csomagolt előfizetések száma (ezer db)

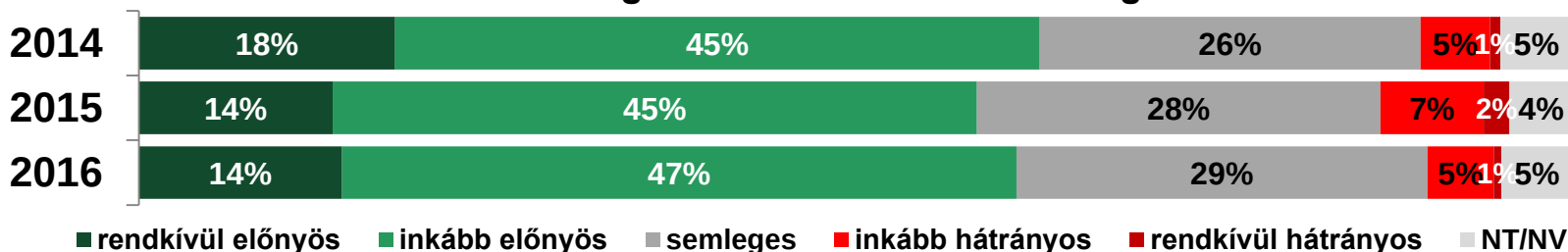


Az 5 szolgáltatás: vezetékes telefon, vezetékes internet, fizetős tévé, mobilhang, mobilinternet („Large Screen”)



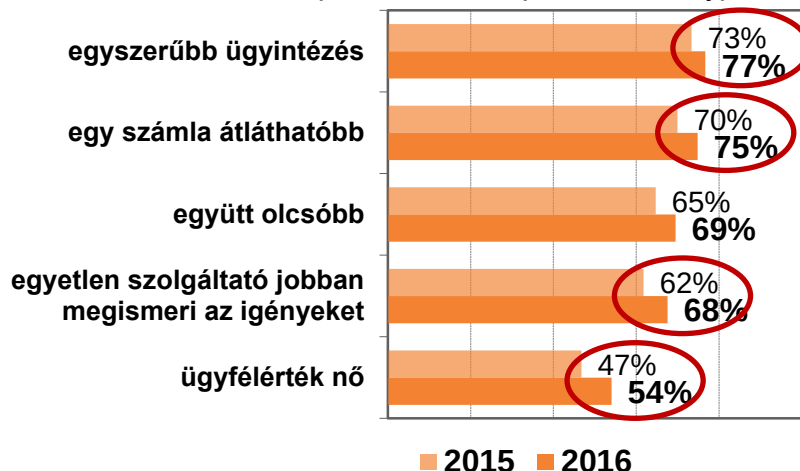
A szolgáltatások összecsomagolásában a háztartások 61%-a előnyt lát, és csak 6% tartja azt hátrányosnak. Tavalyhoz képest kedvezőbb a lakosság hozzáállása az összecsomagoláshoz. Az előnyök és a hátrányok sorrendje nem változott a tavalyi adatokhoz képest, de több területen nőtt az előnyöket érzékelők aránya.

## Bundled-szolgáltatás értékelése összességében



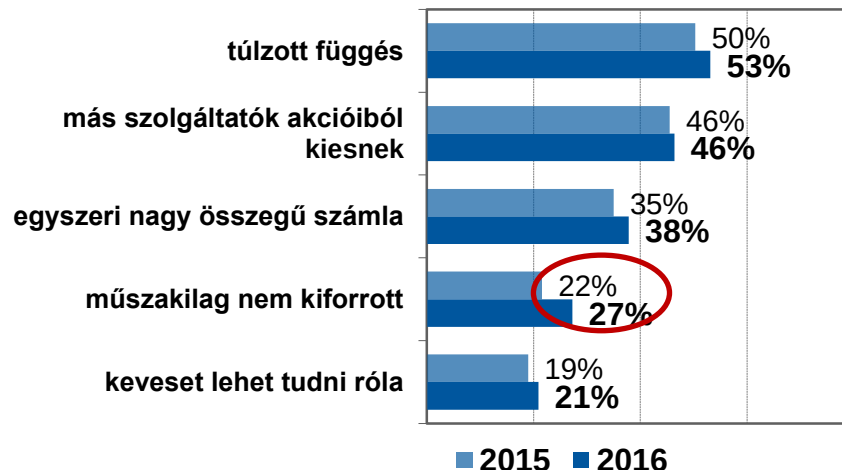
## Bundled-szolgáltatás előnyei

(5-ös skálán top-2-box-arány)



## Bundled-szolgáltatás hátrányai

(5-ös skálán top-2-box-arány)



Bázis: Összes háztartás (N=4,106 millió; n=2020)



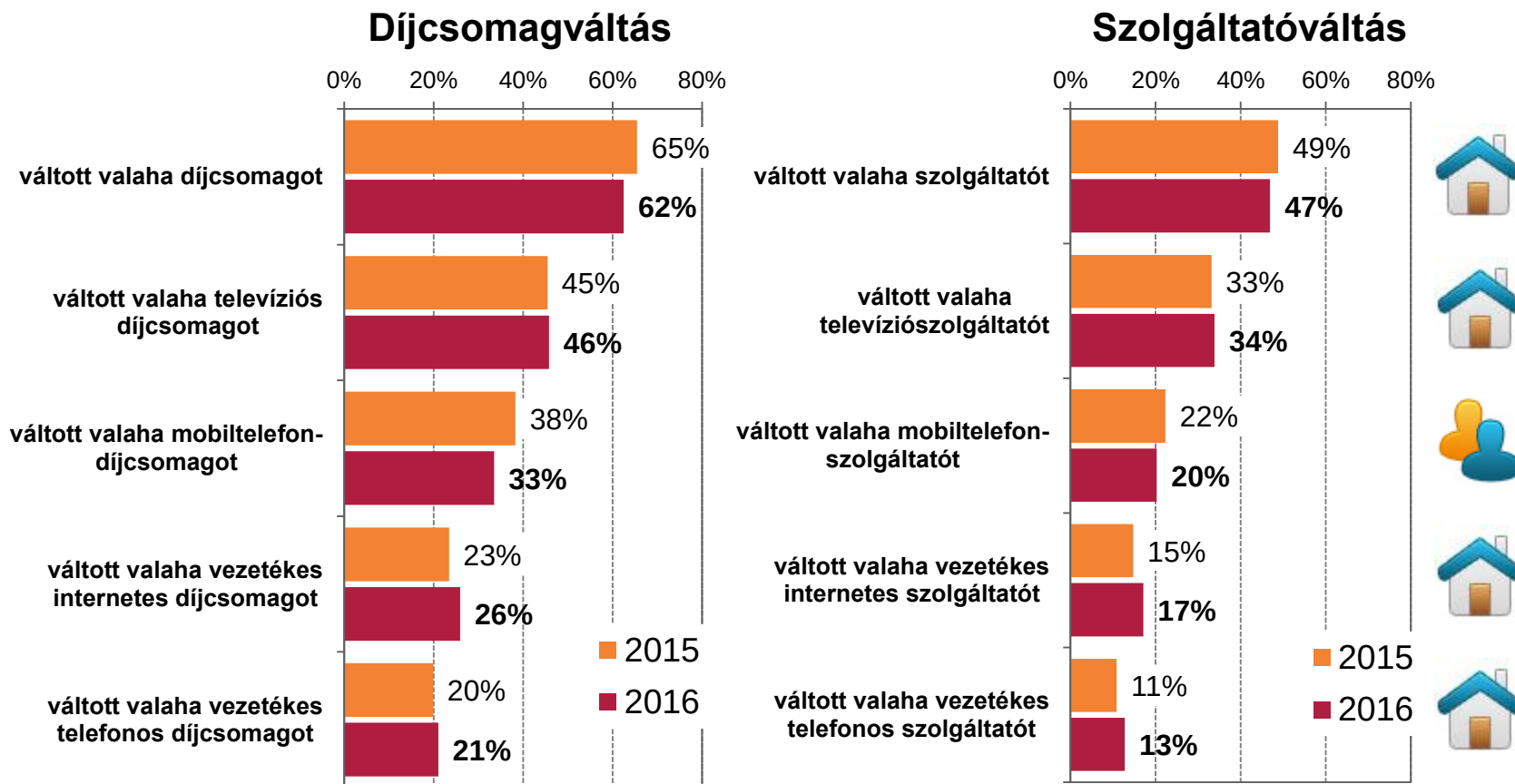
NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

# FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG, FOGYASZTÓVÉDELEM

# ÖSSZESÍTETT ÜGYFÉLMÚLT

A háztartások kétharmada váltott már valaha díjcsomagot, közel fele pedig szolgáltatót is. A váltás leginkább a tévé-előfizetéseknel fordul elő, legkisebb arányban pedig a vezetékes telefonos díjcsomagoknál.

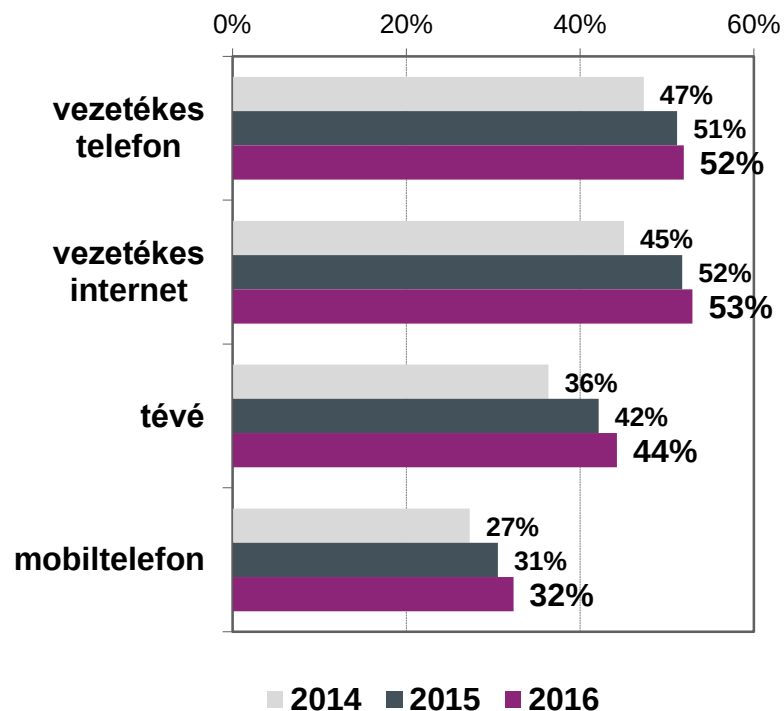


Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy  
(N=4,106 millió HT, illetve 8,59 millió fő; n=2020)

# HŰSÉGSZERZŐDÉSEK

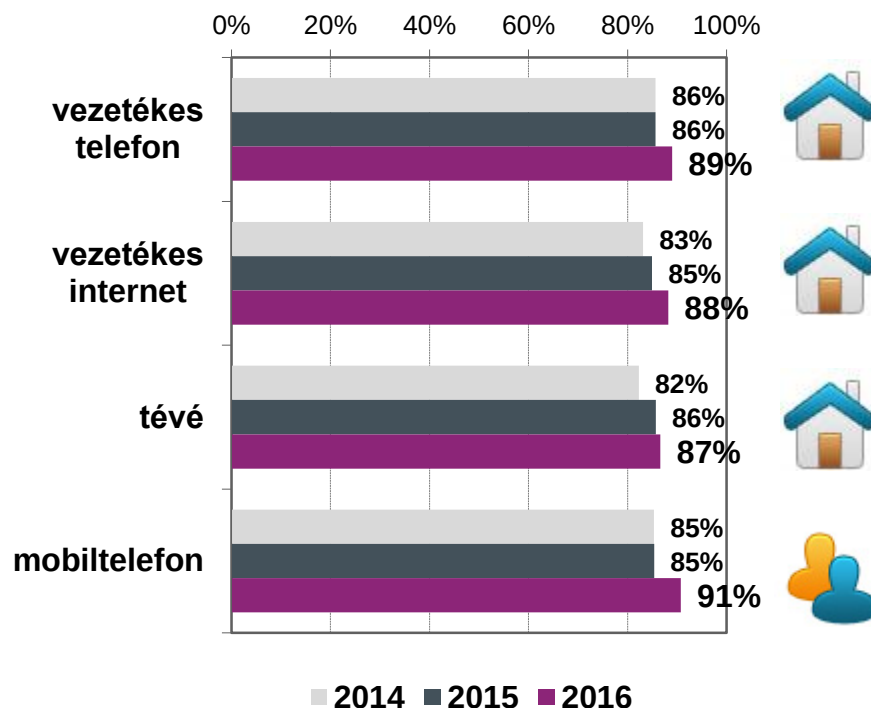
2014-hez képest a hűségrszerzödések gyakorisága évről évre kis lépésekben ugyan, de egyértelmű tendenciát mutatva növekedett. A hűségrszerzödést kötök túlnyomó többsége szerint megérte hűségrszerzödést kötni, és idén még többen gondolták ezt, mint tavaly (kivéve a vezetékes telefonnál).

**Hűségrszerzödések gyakorisága az egyes részpiacokon**



Bázis: Adott szolgáltatással rendelkező háztartások, illetve személyek

**Azok aránya, akik szerint megérte megkötni a hűségrszerzödést**



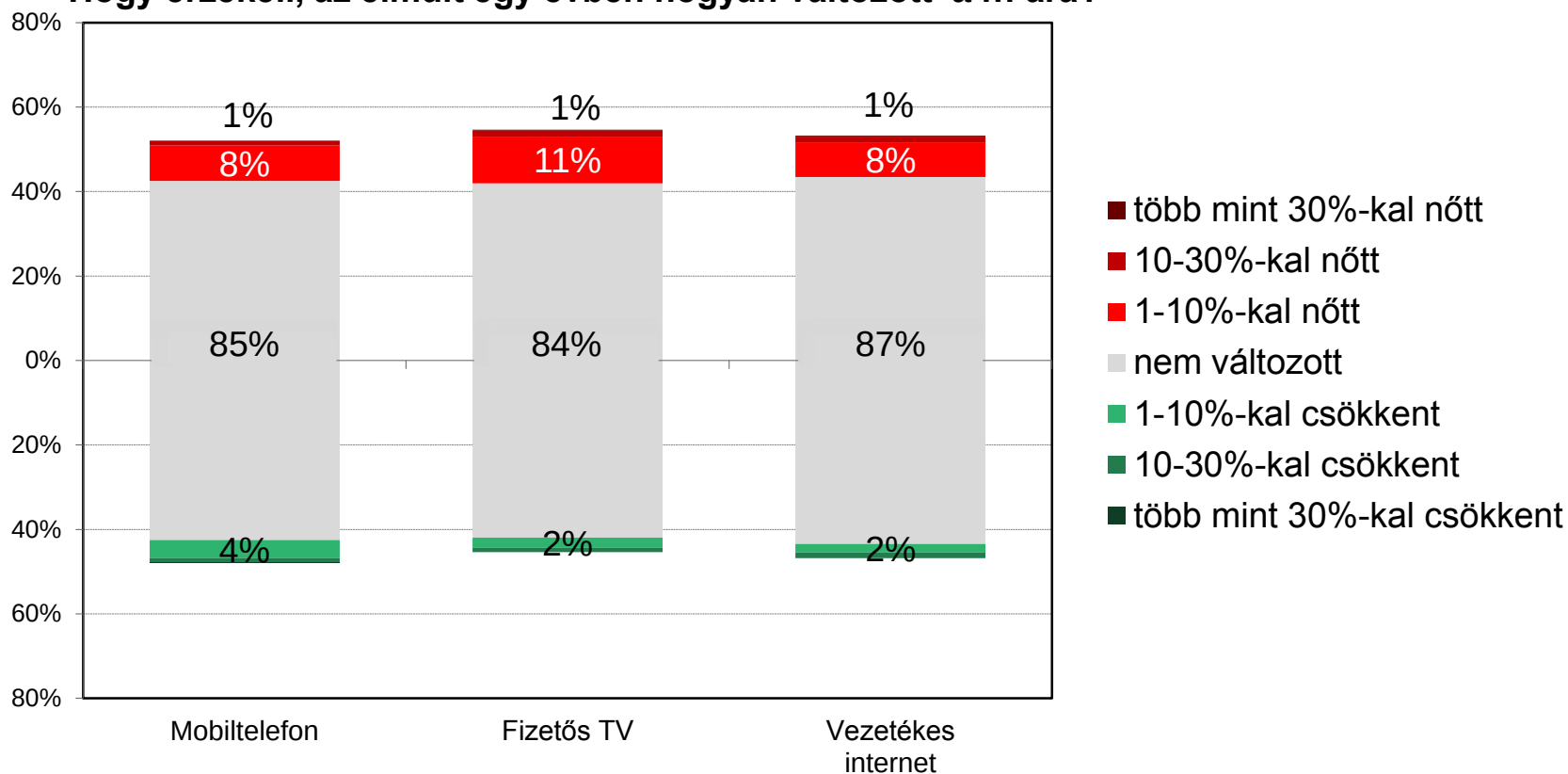
Bázis: Hűségrszerzödéssel rendelkező háztartások, illetve személyek





A fogyasztók nagy része (85-87%) a távközlési piacokon lényegében változatlanoknak érzékeli az árakat. A drágulást érzékelők aránya a tavalyi évhez képest a tévénél nőtt (7-ről 12%-ra), a mobiltelefon esetében jelentősen csökkent (19-ről 9%-ra).

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

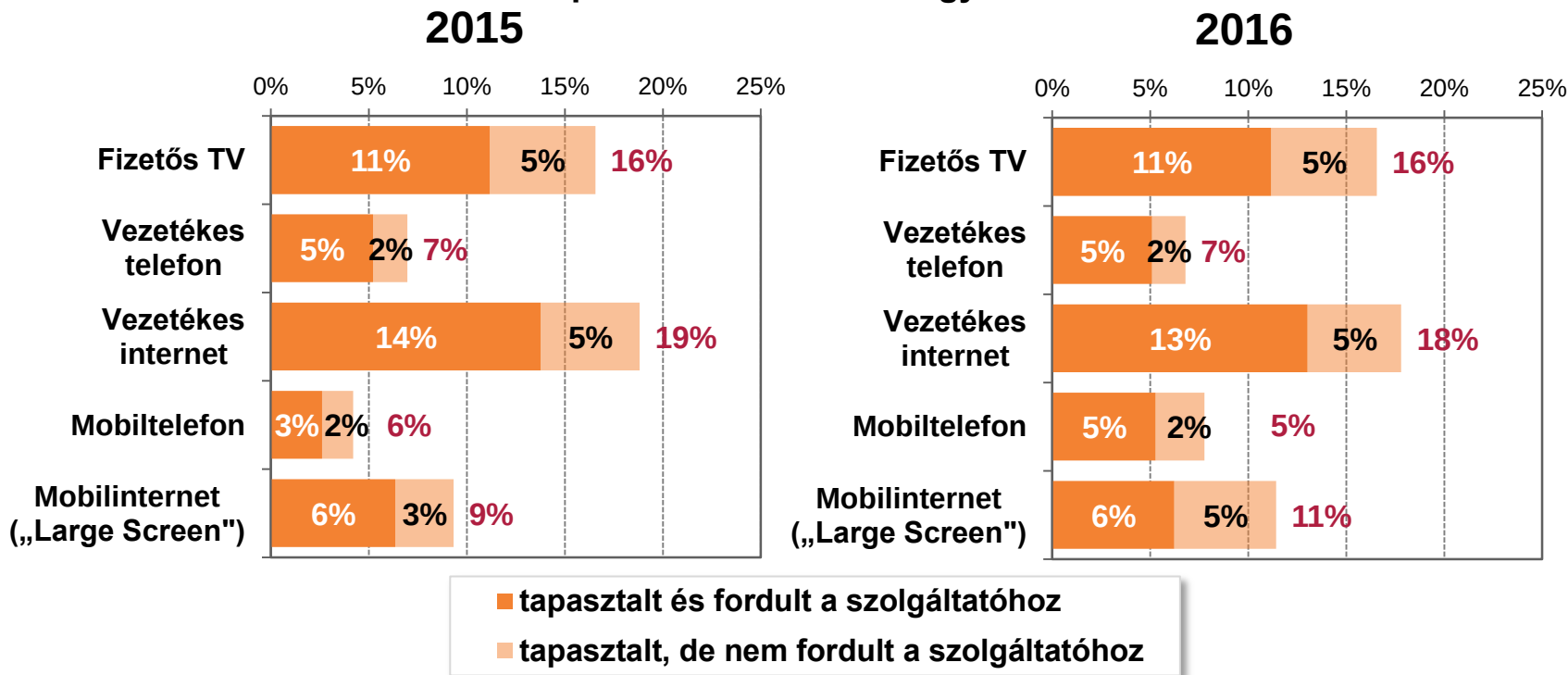


Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások



2016-ban a háztartások 19%-a találkozott távközlési vagy telekommunikációs szolgáltatással kapcsolatos problémával az elmúlt egy évben. Ez nem jelent érdemi változást 2015-höz képest. A legtöbb probléma a vezetékes-internet szolgáltatás, valamint a fizetős tévészoolgáltatás területén fordult elő. Az ügyfelek többsége a szolgáltatóhoz fordult a problémájával idén is, csakúgy, mint korábban.

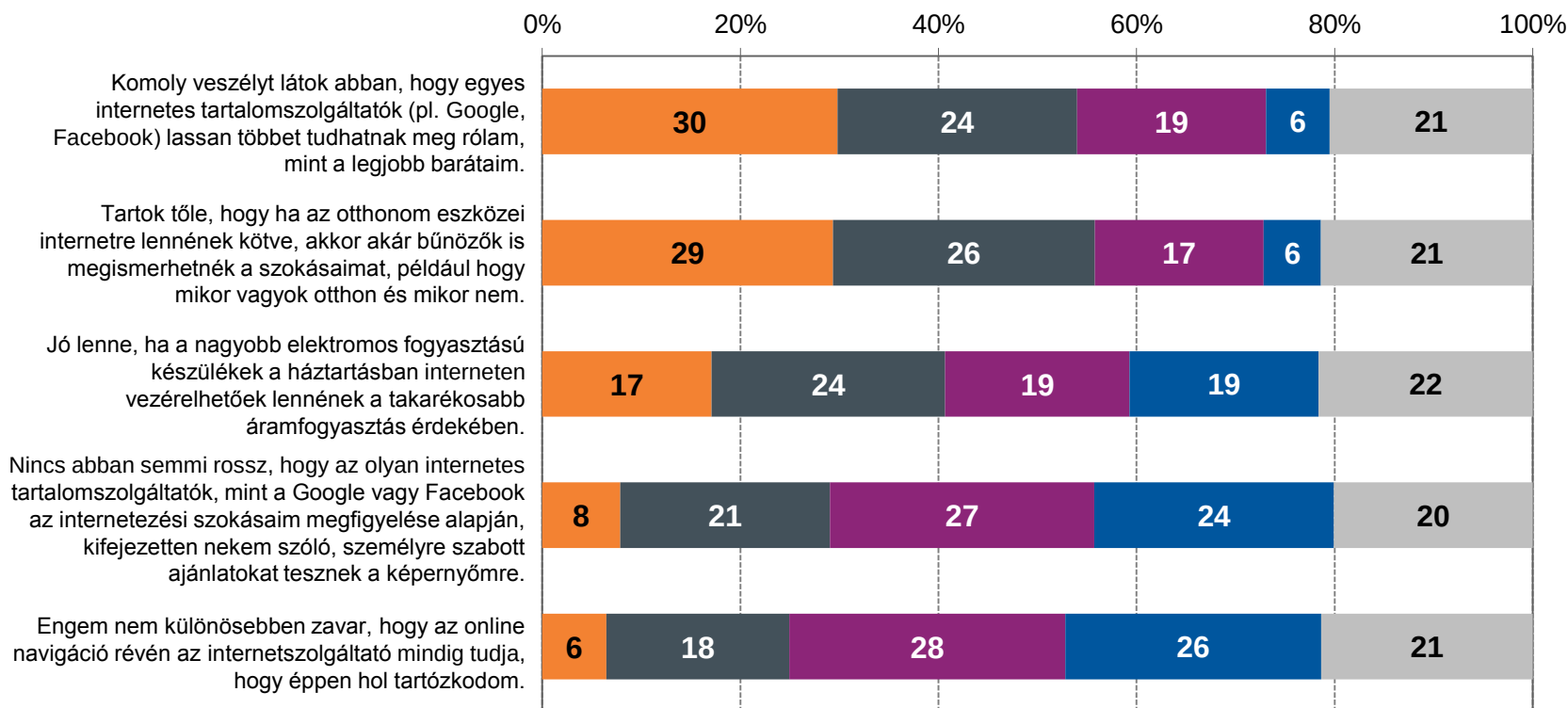
## Tapasztalt-e bármilyen problémát ezekkel a szolgáltatásokkal kapcsolatban az elmúlt egy évben?



Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások

Az internethasználók több mint fele tart attól, hogy az interneten megosztott információik, tevékenységeik, szokásaik alapján összegyűlt adataik rossz kezekbe kerülhetnek. Az átlagosnál elfogadóbbnak bizonyultak a fővárosiak, az érettségizettek, a magasabb jövedelműek, illetve az új technológiákra fogékonyabbak (VoIN, kisképernyős MBB-t használók).

## Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel?



■ Teljes mértékben egyetért 
 ■ Inkább egyetért 
 ■ Inkább nem ért egyet 
 ■ Egyáltalán nem ért egyet 
 ■ NT/NV

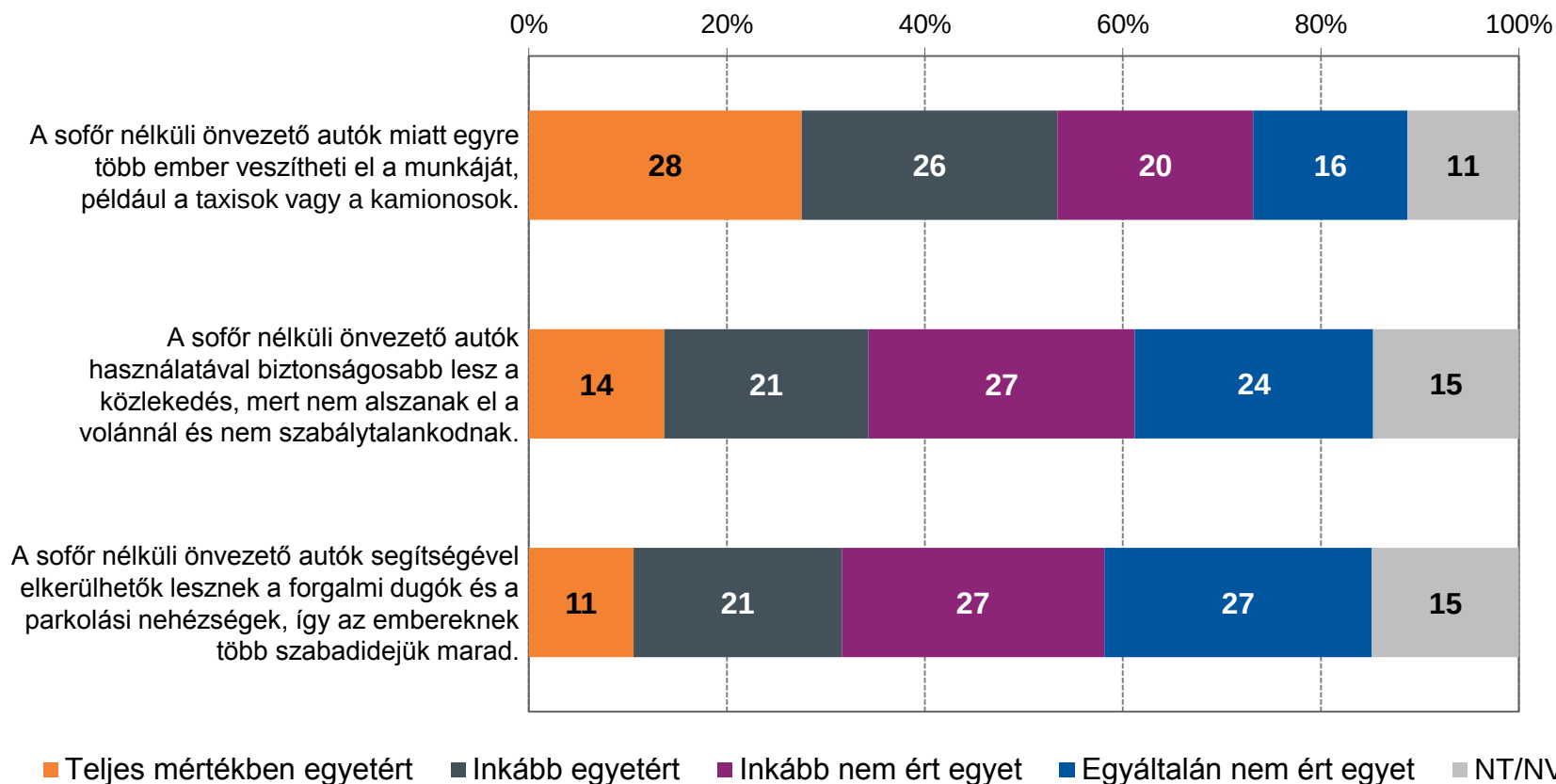
Bázis: 14+ éves internethasználó személyek (N=6,20 millió fő; n=1188)





Az okosautók bevezetésével szemben is többen éreznek aggályokat, mint amennyien bizakodva tekintenek rájuk. Az átlagosnál kedvezőbb megítélés jellemzi a fiatalokat, a budapestieket, az autósokat és a legmagasabb jövedelműeket.

## Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel?

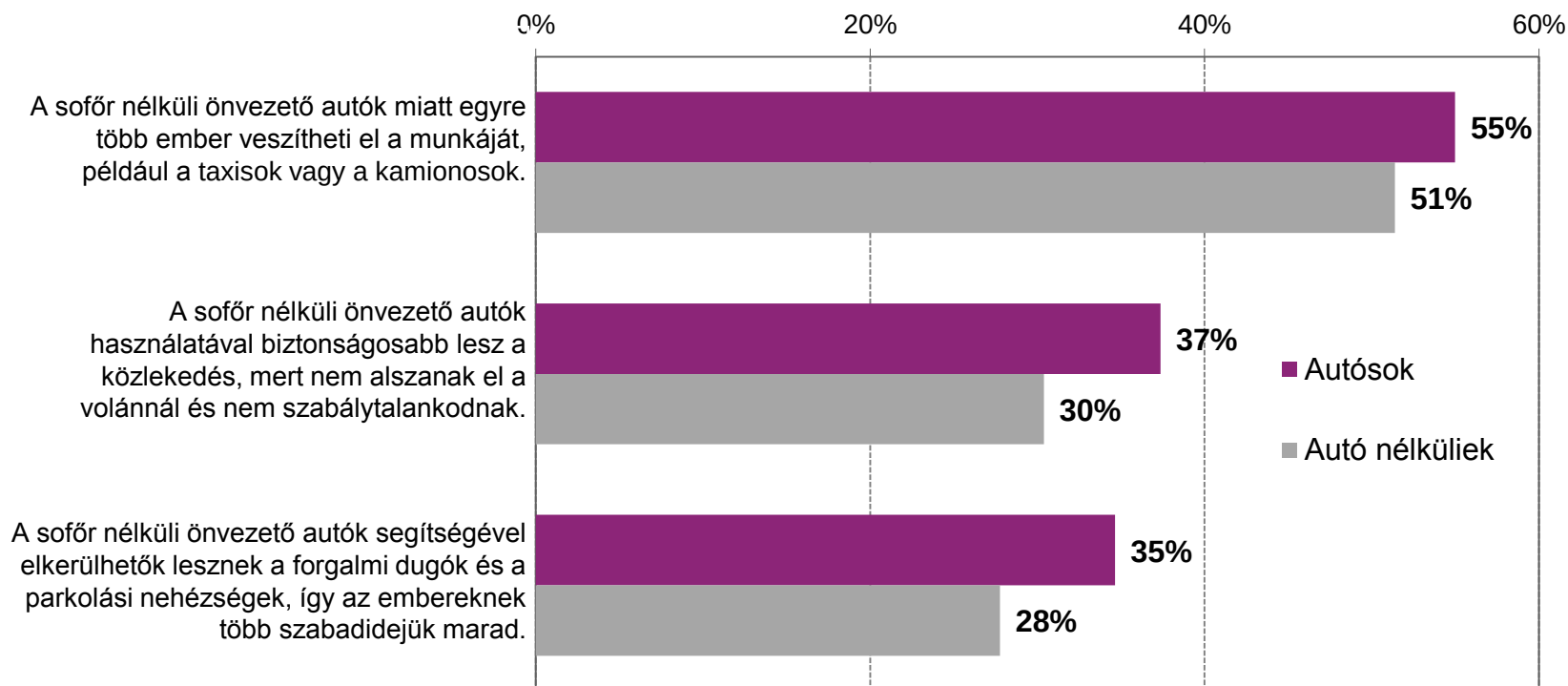


Bázis: összes 14+ éves személy (N=8,59 millió fő; n=2020)



Az autóval rendelkezők az autóval nem rendelkezőkhöz képest nagyobb arányban vélekedtek úgy, hogy az okosautók révén biztonságosabb lesz a közlekedés és kevesebb lesz a dugó. Az önvezető autóknak a munkahelyekre kifejtett negatív hatását illetően a két csoport között matematikai értelemben nem volt érdemi a különbség.

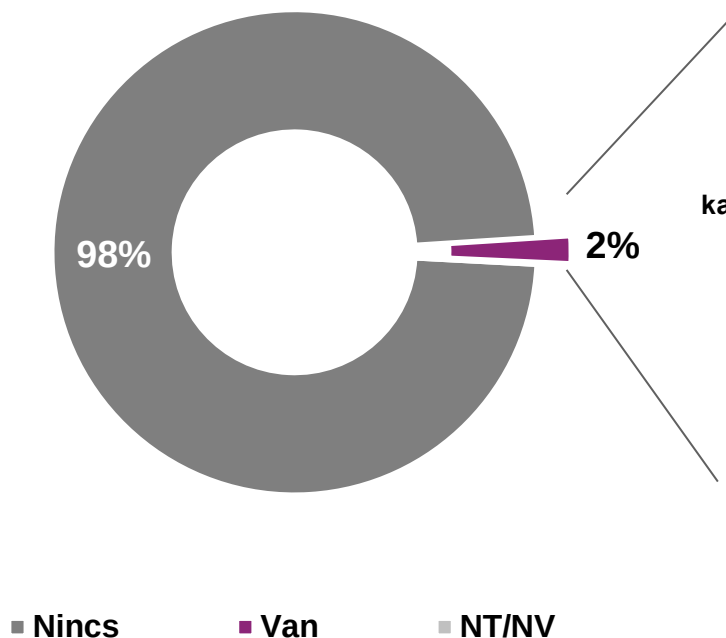
## Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel? (5-ös skálán top-2-box-arány, %)



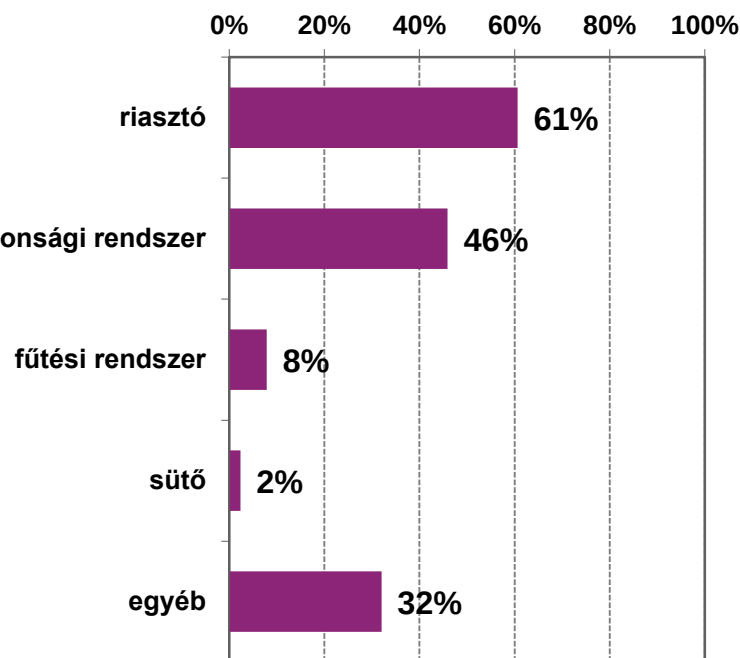
Bázis: autóval rendelkező 14+ évesek (N=4,82 millió fő; n=923); autóval nem rendelkező 14+ évesek (N=3,77 millió fő; n=1097)

Jelenleg még mindössze 70 ezer háztartás (2%) rendelkezik olyan háztartási géppel, eszközzel, amelyet távolról lehet irányítani mobiltelefonról vagy internetről. A legkedvezőbb anyagi helyzetű családokban, valamint ahol van felsőfokú végzettségű családtag, a használati arány 5%. Az „okos otthon” egyelőre túlnyomó többségében a távolról irányítható biztonsági rendszereket jelenti (riasztó, kamera).

**Van az Önök háztartásában olyan gép, eszköz, amelyet az otthonuktól távolról lehet irányítani vagy bekapcsolni, például mobiltelefonról vagy internetről?**



**Milyen távolról irányítható gépek, eszközök van?\***



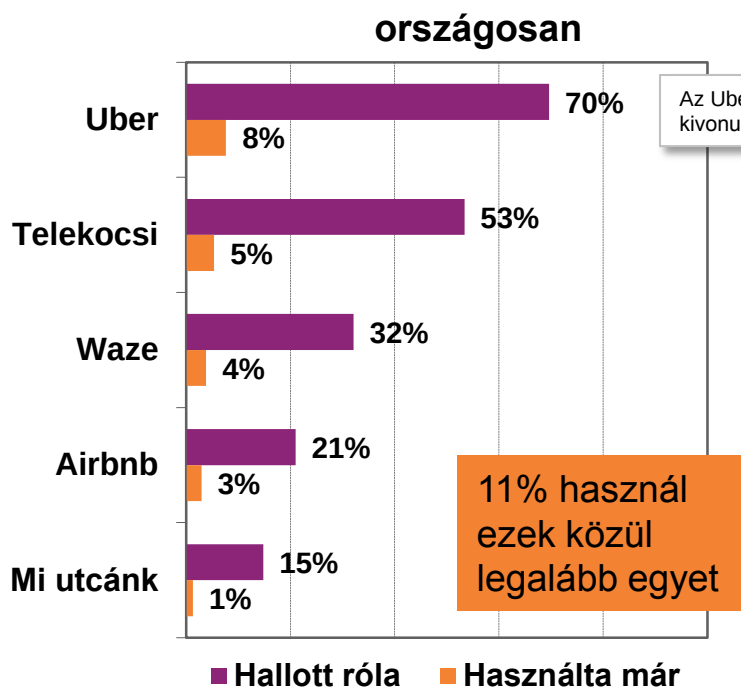
Bázis: összes háztartás (N=4,106 millió HT; n=2020)

Bázis: távolról irányítható eszközzel rendelkezők (N=71 ezer HT; n=33)

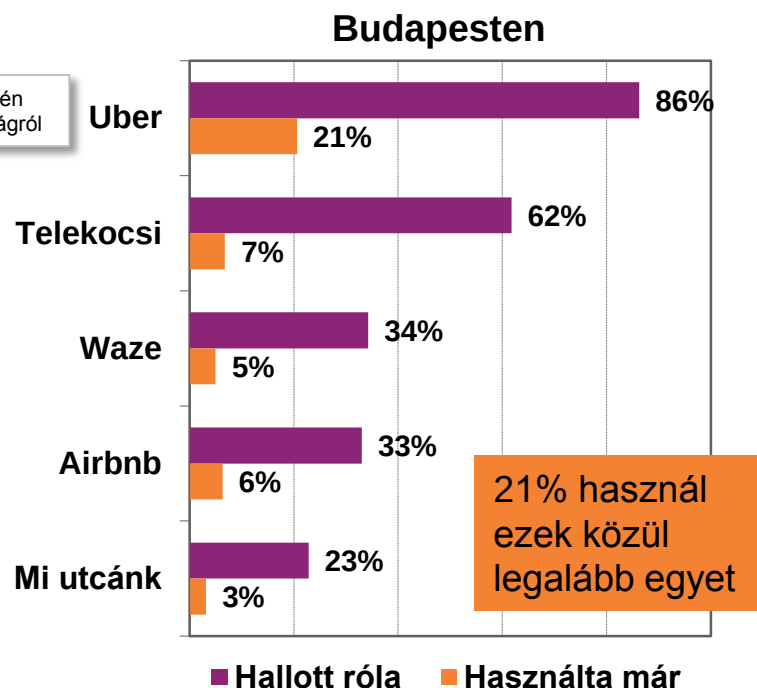
\*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek



Az olyan internetes közösségi szolgáltatások, amelyek valamilyen szolgáltatást közvetítenek a tagjaiknak, egyelőre alacsony használati aránnyal bírnak. Még a legnagyobb (70%-os) ismertségű, közösségi taxiszo­l­gá­l­ta­ta­st nyújtó Ubert is csak a net­hasz­ná­lók 8%-a vette igénybe. A hasonló profilú Telekocsi is tízszer annyian ismerik (53%), mint használják (5%). Az autónavigációs programot, a Wazét is csak a kér­de­zet­tek alig egyharmada ismeri, és mindössze 4% használja (a „Small Screen”-nel mobilinternetező­k 6%-a). Ennél is alacsonyabb az ismertsége és a használata az Airbnb-nek és a Mi utcánk­nak. A budapestiek az átlagosnál tájékozottabbnak mutatkoztak ezen a területen.



Bázis: otthon internetet használó 14+ éves személyek  
(N=6,01 millió fő; n=1151)



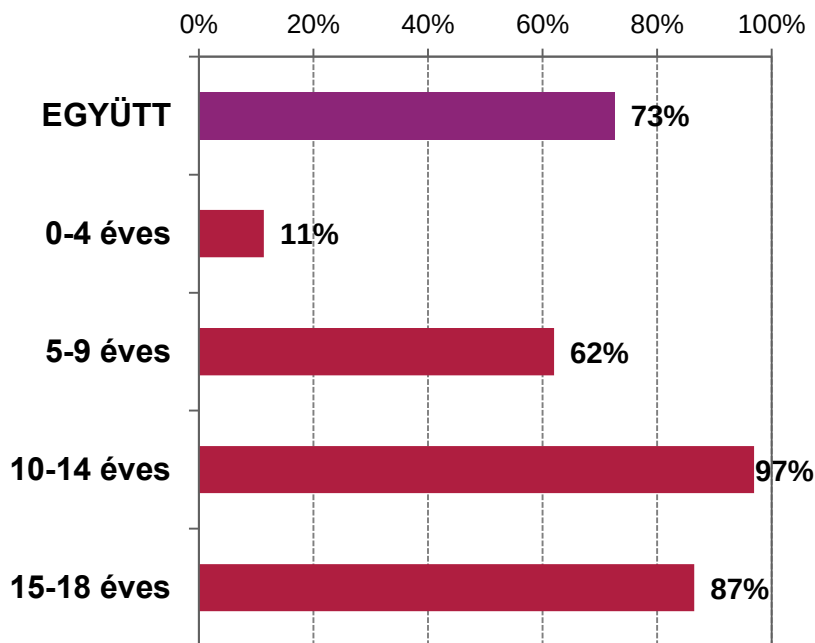
Bázis: otthon internetet használó 14+ éves budapestiek  
(N=1,14 millió fő; n=274)



# SZÜLŐI FELÜGYELET A SZÁMÍTÓGÉPEN

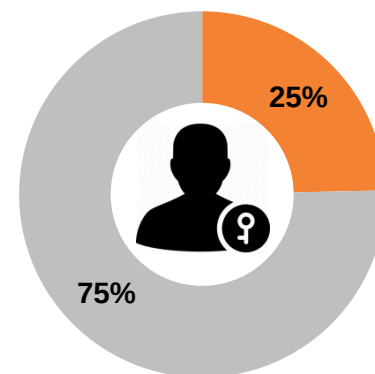
Azokban a háztartásokban, ahol van gyerek, nagyon nagy arányban (90%) van számítógép is. E számítógépes háztartások háromnegyedében valamelyik gyerek is használja a gépet, ha a (legidősebb) gyerek elmúlt 10 éves, akkor szinte biztosan, de ha csak 5-9 éves, akkor is közel kétharmados arányban. Közel 730 ezer netes háztartásban van kiskorú gyermek. Összességében a gyerekek számítógép-használatát a szülők egynegyede szabályozza jelszóval védett fiók segítségével, a szülők egyhatoda pedig internetes szűrőprogrammal.

## Használ-e valamelyik gyerek otthon számítógépet – a legidősebb gyerek kora szerint

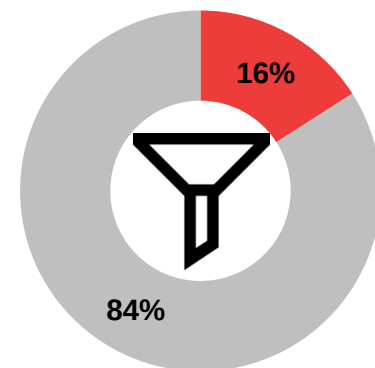


Bázis: Azok a számítógépes háztartások, ahol van gyerek (N=974 ezer HT; n=341)

## Jelszóval védett fiók, amelyhez a gyerek nem fér hozzá



## Internetes szűrőprogram a gyerek által használt gépen



Bázis: Azon háztartások, ahol valamelyik gyerek használ számítógépet (N=707 ezer HT; n=246)

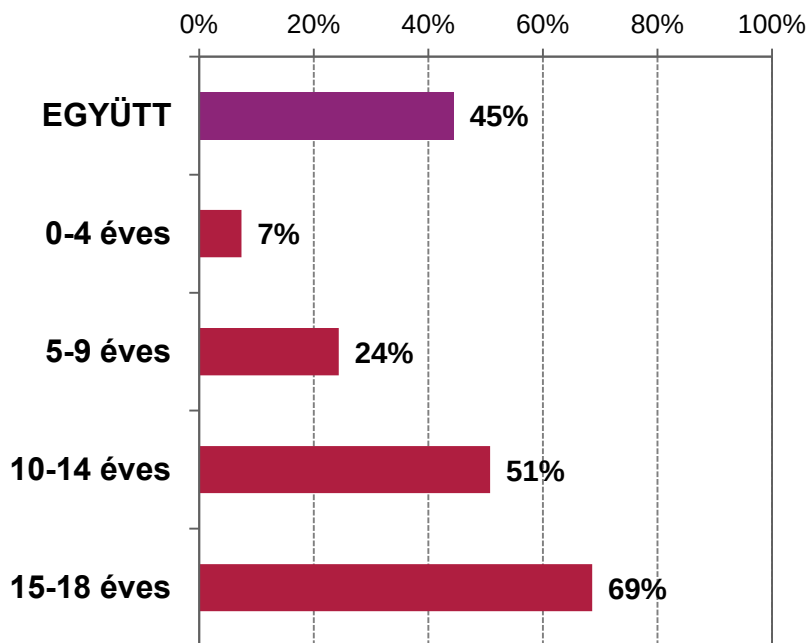




Ahol van gyerek, 45%-ban használ valamelyik gyerek a mobilján internetet. Már 5 éves kor alatt is megjelenik valamiféle mobilos internethasználat (nem feltétlenül MBB), és ahogy egyre idősebb gyerekek vannak a háztartásban, úgy nő 70% körülire a kisképernyős netezés.

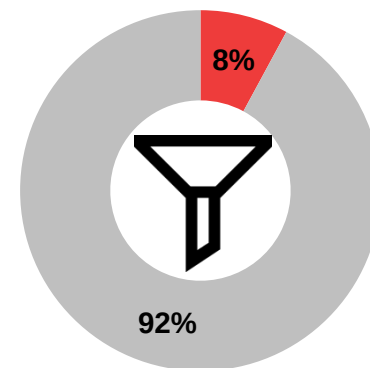
A szülőknek csak a 8%-a alkalmaz szűrőszoftvert a gyerek mobilján, hogy megvédje a gyereket a káros internetes tartalmaktól.

## Használ-e valamelyik gyerek mobiltelefonon internetet – a legidősebb gyerek kora szerint



Bázis: Azok a mobilos háztartások, ahol van gyerek  
(N=1,065 millió HT; n=374)

## Internetes szűrőprogram a gyerek által használt mobilon



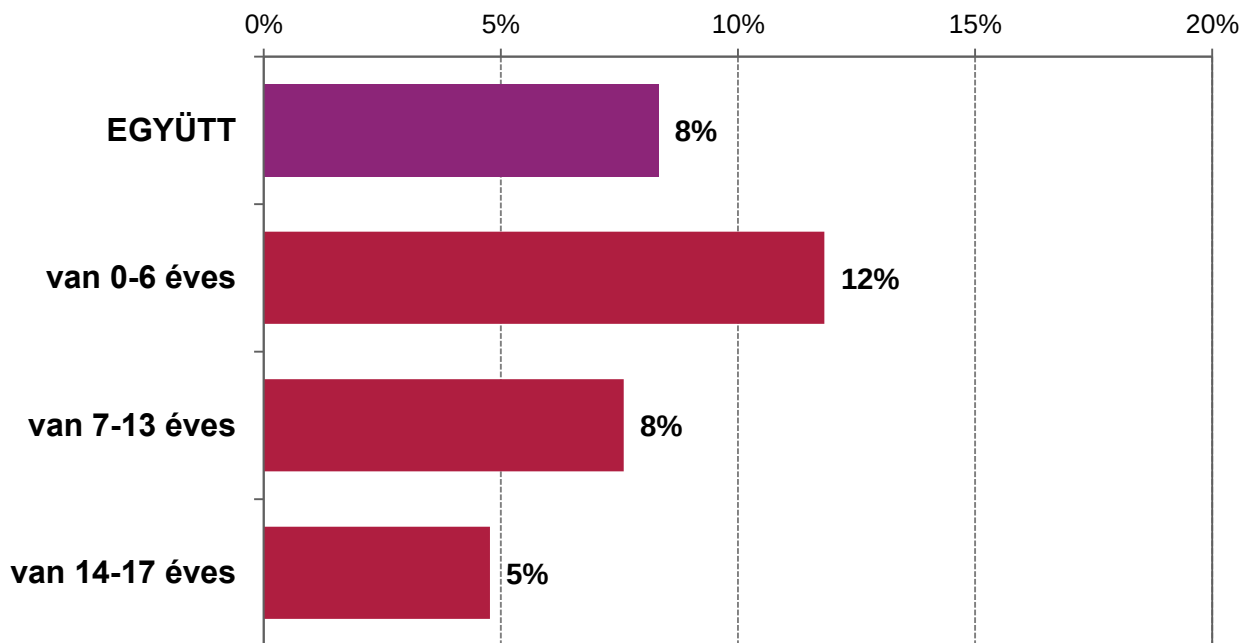
Bázis: Azon háztartások, ahol valamelyik gyerek használ mobilon internetet (N=457 ezer HT; n=160)





A televízió-előfizetéssel rendelkező háztartások 22%-ában él 14 éven aluli, 28%-ában 18 éven aluli gyerek (780 ezer, illetve 1 millió háztartás). Összességében a tévé-előfizetéssel rendelkező gyerekes háztartásoknak 8%-ában használnak gyerekzár funkciót a tévékészüléken vagy a set-top-boxon. Minél kisebb gyerek van a családban, annál jellemzőbb a szülői felügyelet ilyenfajta alkalmazása. Mindössze 0,2% az olyan gyerekes háztartások aránya, ahol erotikus csatornára is előfizetnek.

## Használják-e a tévékészüléken vagy a set-top-boxon a gyerekzár funkciót? (ahol van adott korú gyerek)



Bázis: Azok a tévé-előfizető háztartások, ahol van 18 éven aluli gyerek (N=1,01 millió HT; n=355)

