



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

LAKOSSÁGI INTERNETHASZNÁLAT ONLINE PIACKUTATÁS 2016

Kutatási jelentés az NMHH részére
Ariosz Kft.
NRC Kft.

TARTALOM

Bevezetés

Az internetezés eszközei

Internethasználat

Internetes tartalmak fogyasztása

Internethasználat hatása az életmódra

Tudatosság, óvatosság

Internet-előfizetés





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

BEVEZETÉS



Megrendelő	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
Kutatóhely	NRC Piackutató Kft. Ariosz Szolgáltató, Informatikai és Tanácsadó Kft.
Adatfelvétel ideje	2016.11.16 – 2016.12.16.
Adatfelvétel módszere	online megkérdezés standard kérdőívvel (CAWI)
Alapsokaság	16+ éves, Magyarországon élő, legalább hetente egyszer internetezők
Mintanagyság	3105 személy
Súlyozás	nem, korcsoport, iskolai végzettség, lakóhely ismérvek alapján többszempon্তু faktorsúlyozás
Mintavétel statisztikai hibája	a teljes mintára vonatkozóan: az idei és a tavalyi adatok összehasonlításakor legfeljebb $\pm 2,5\%$, azonos adatfelvételen belül legfeljebb $\pm 2\%$

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

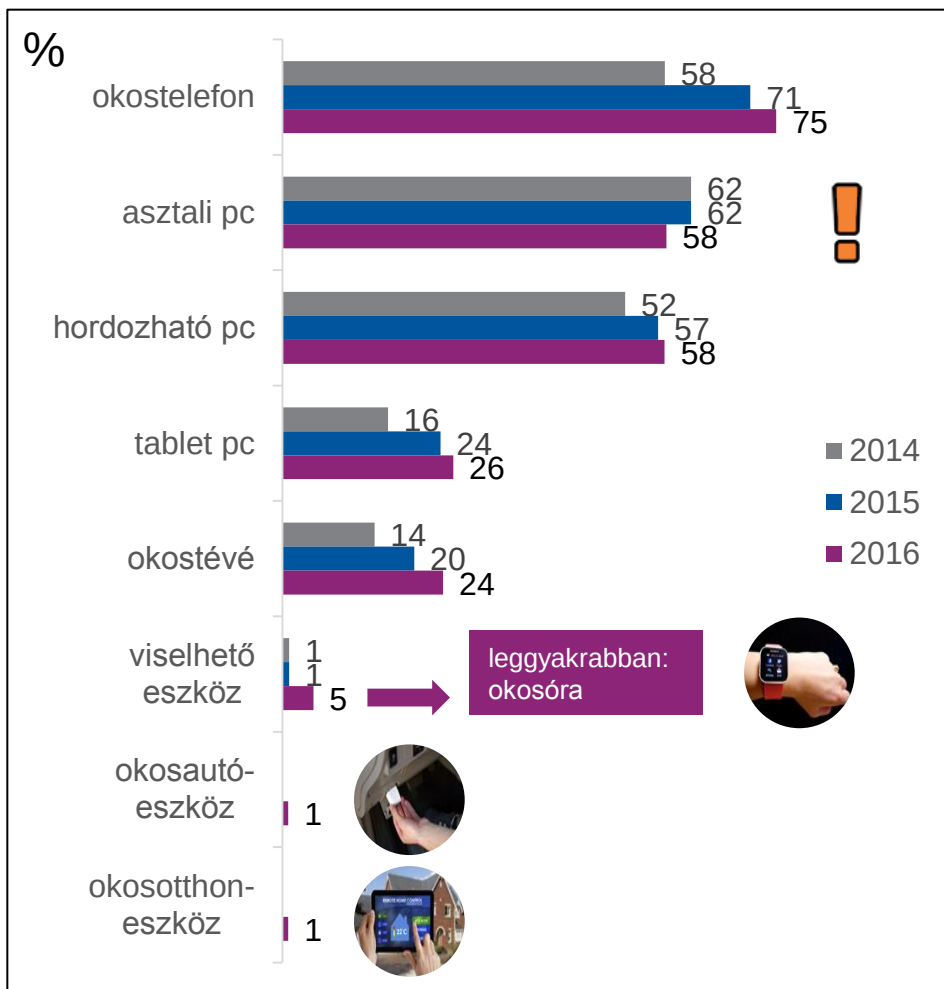


NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

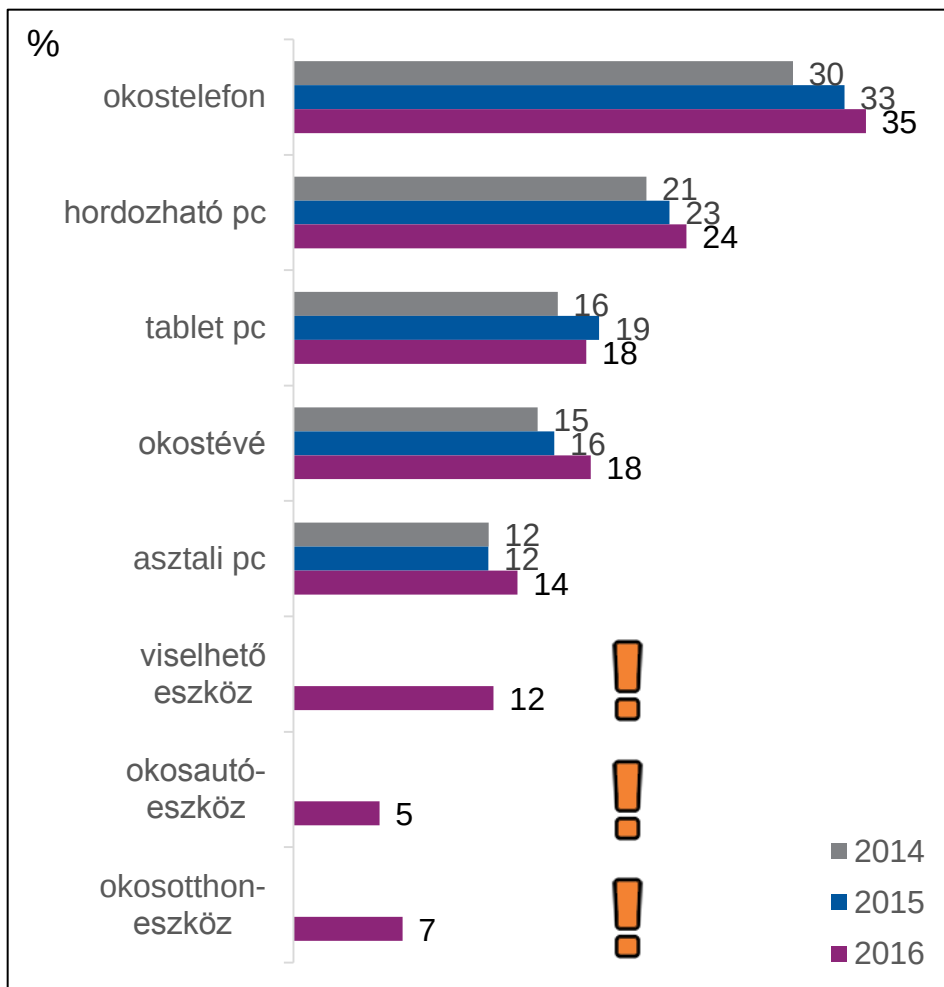
INTERNETEZÉS ESZKÖZEI





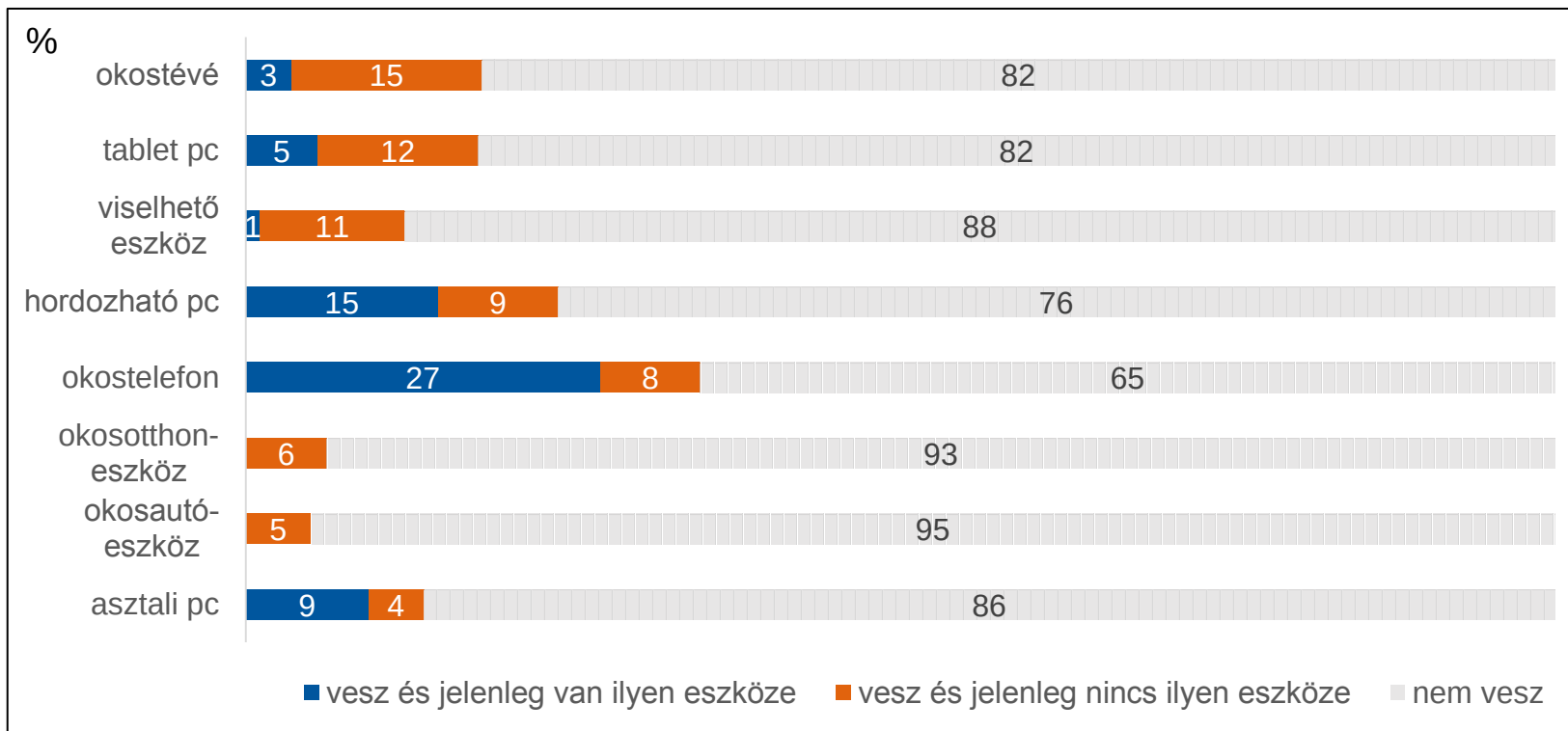
- 2016-ban nyolcfajta internetképes eszköz birtoklását vizsgáltuk. Birtoklásnak azt tekintjük, ha az eszköz a válaszadó saját vagy vele egy lakásban élő hozzátartozójával közös tulajdona, és a válaszadó maga (is) használja azt.
- 2015-höz képest lelassulva folytatódott az eszközváltás tendenciája. A tablet pc, az okostelefon és az okostévé elterjedtsége nőtt. Magyarországon is megkezdődött az asztali pc visszaszorulása. A hordozható pc esetében egyelőre csak megtorpanást és nem visszaesést tapasztalunk.
- A testen hordható eszközökön kívül szórványosan megjelentek a hazai internetezők birtokában különféle egyéb okoseszközök is, a leggyakrabban az okosautó- és az okosotthon-eszközök. Ezekhez kapcsolódó szolgáltatásokat már több hazai szolgáltató kínált 2016-ban.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



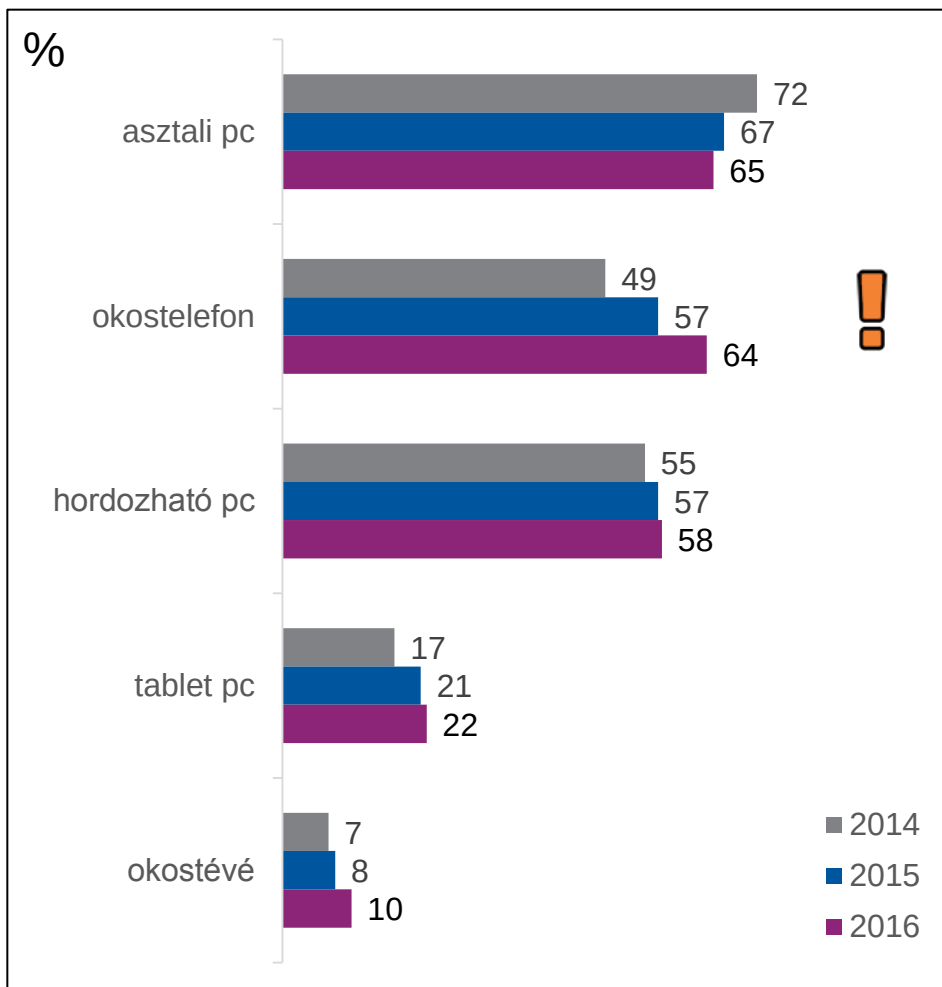
- A 2016. év végi szándékok lényegében stagnálást jósolnak a széles körben birtokolt internetképes eszközökre vonatkozóan.
- A vásárlási szándékok vizsgálata alapján a jelenleg még nagyon alacsony elterjedtségű eszközök iránti kereslet megélénkülésére lehet számítani.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



- Az okostelefon, az asztali és a hordozható pc esetében a vásárlást tervezők többsége meglévő eszközét kívánja újra cserélni, illetve a meglévő eszköz mellé egy másikat venni.
- A közeljövőt illető vásárlási elképzelések alapján jelentősebb penetrációbővülésre az okostévé, a tablet pc és a testen viselhető eszközök esetében számíthatunk.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

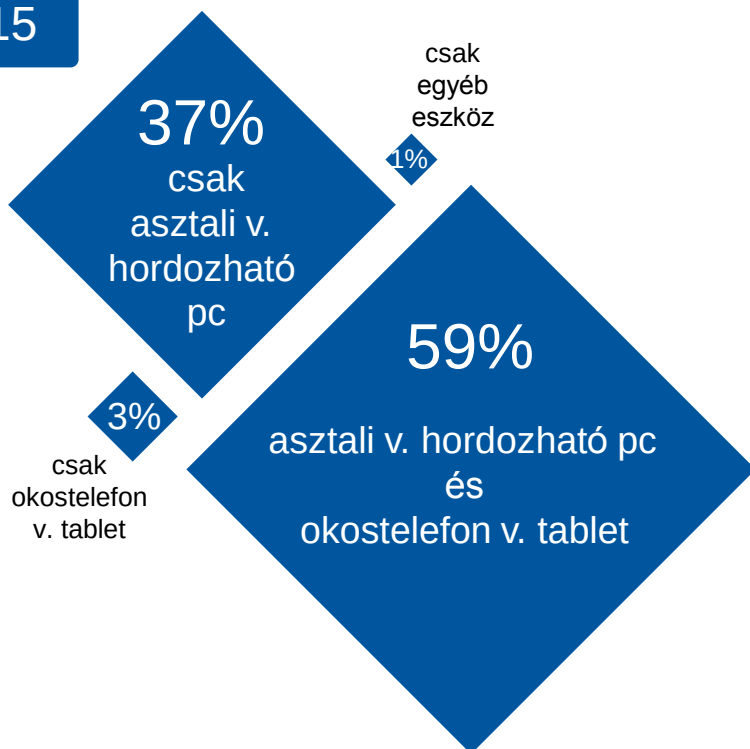


- 2016-ban az okostelefonon internetezők aránya utolérte az asztali számítógépen internetezők arányát.
- A valóságban az okostelefonon internetezők aránya valamivel magasabb lehet az ábrán jelzettnél. Ennek oka, hogy adataink tanúsága szerint az okostelefonozók táborához újabban csatlakozók számára kevésbé egyértelmű, hogy a készülék bizonyos alkalmazásait használva kilépnek-e az internetre vagy sem.
- Azok, akik az utóbbi 3 évben váltak okostelefon-használóvá, átlagosan 5 évvel idősebbek és kevésbé járatosak az internetezésben, mint a régebb óta okostelefonozók. Ez is okozza, hogy az új használóknak nehezebb megkülönböztetni az okostelefon online és offline használatának eseteit.

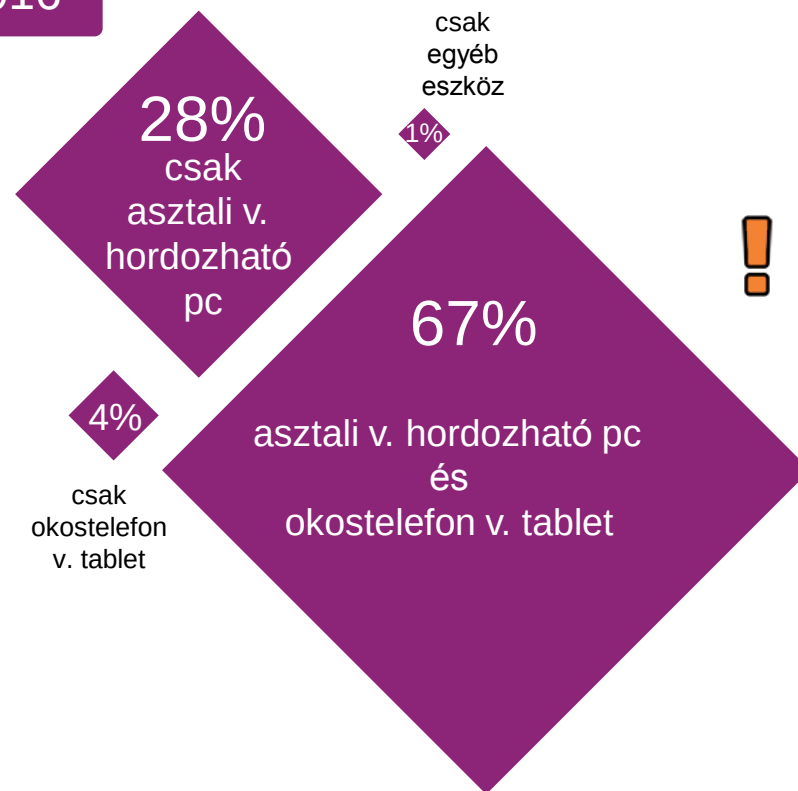
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

Tavaly óta jelentősen nőtt azok aránya, akik asztali vagy hordozható pc mellett kézi eszközön is interneteznek, a csak kézi eszközön internetezők gyakorisága viszont továbbra is jelentéktelen.

2015

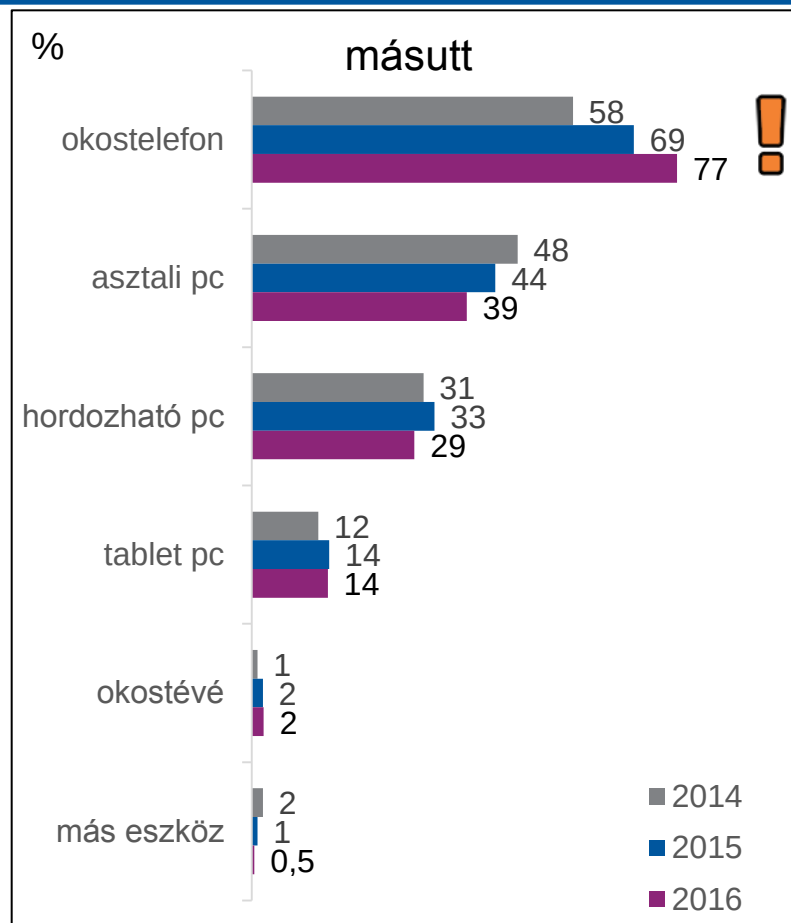
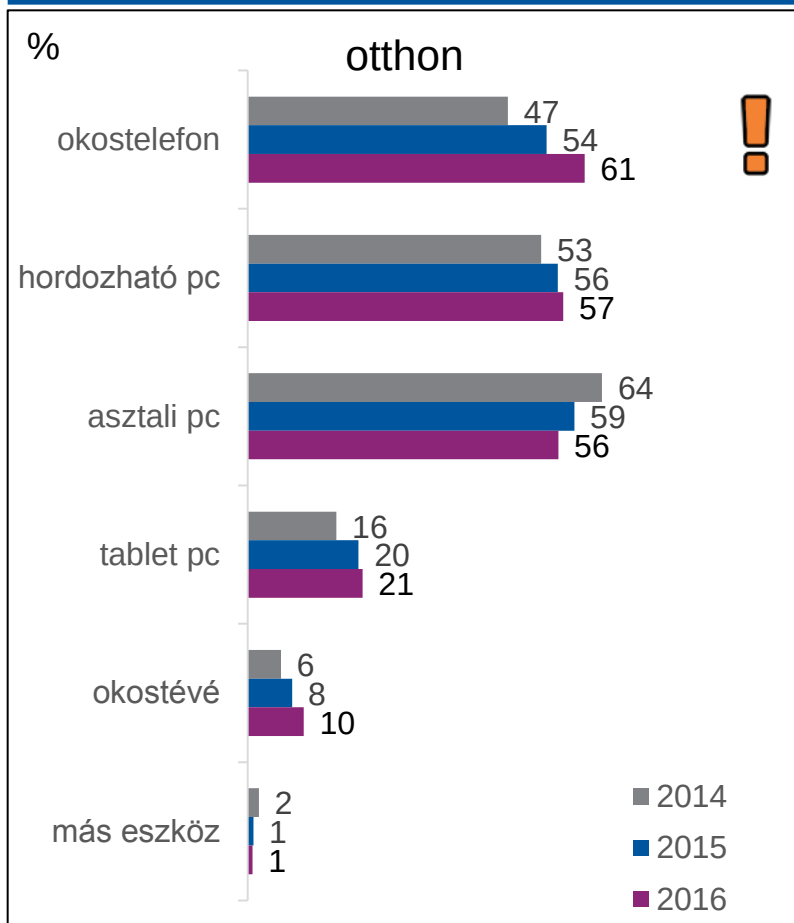


2016

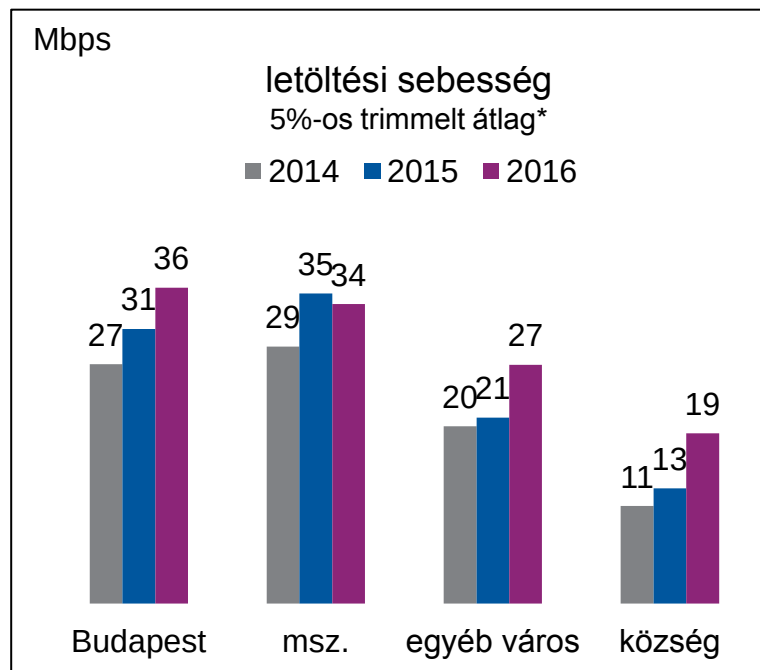
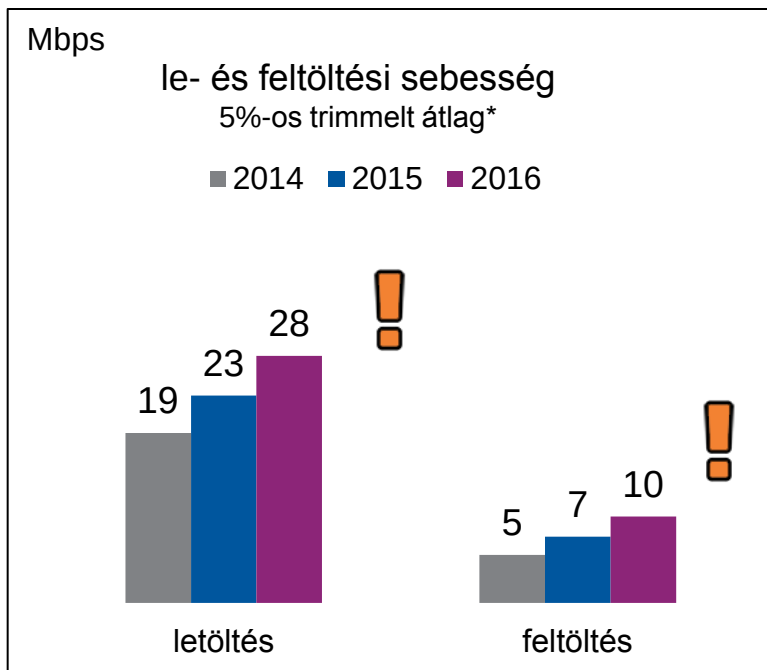


Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

2016 az első év, amikor az okostelefon az otthoni használatban is megelőzi az asztali pc-t.
(Korábban csak az otthonon kívüli használatban előzte meg.)



Bázis: otthon internetezők, n=3010, N=5,6 m; másutt internetezők, n=2050, N=3,8 m

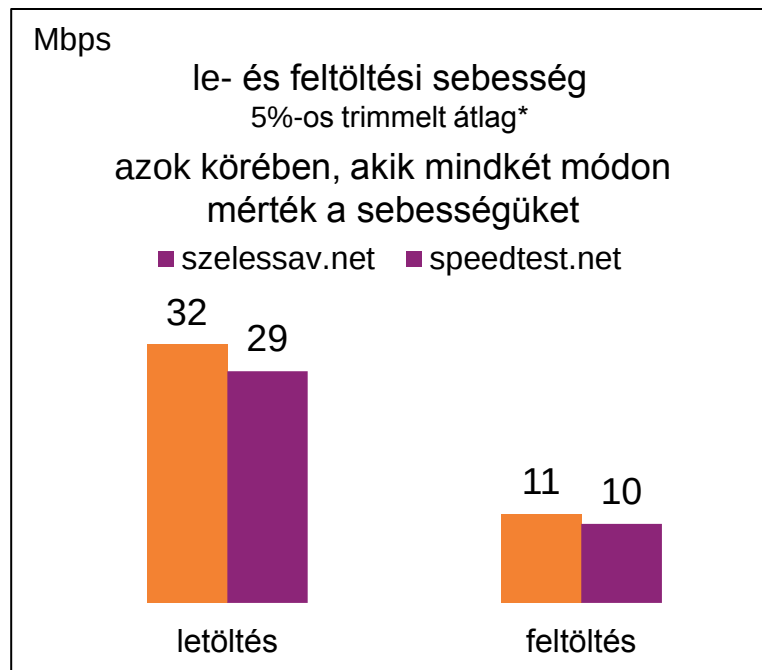
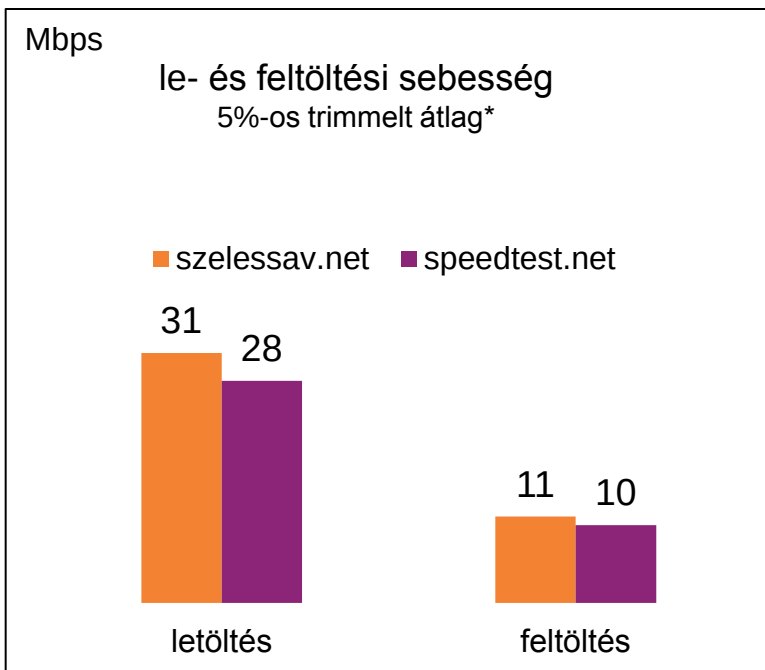


- 2016-ban tovább nőtt az internetkapcsolatok szoftverrel** mért letöltési és feltöltési sebessége kutatásunk azon résztvevőinél, akik kérdőívünket a saját internetezési eszközükkel töltötték ki.
- Fennmaradt, de csökkent az egyenlőtlenség a nagyvárosi és a kis településeken élő internetezők átlagsebessége között.

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

**Az Ookla alkalmazása. www.speedtest.net

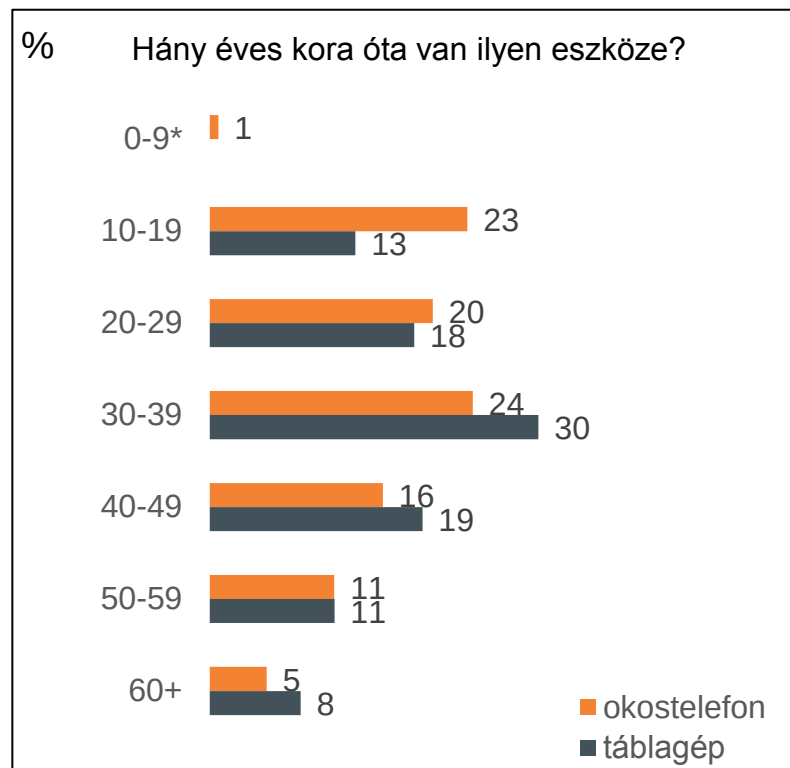
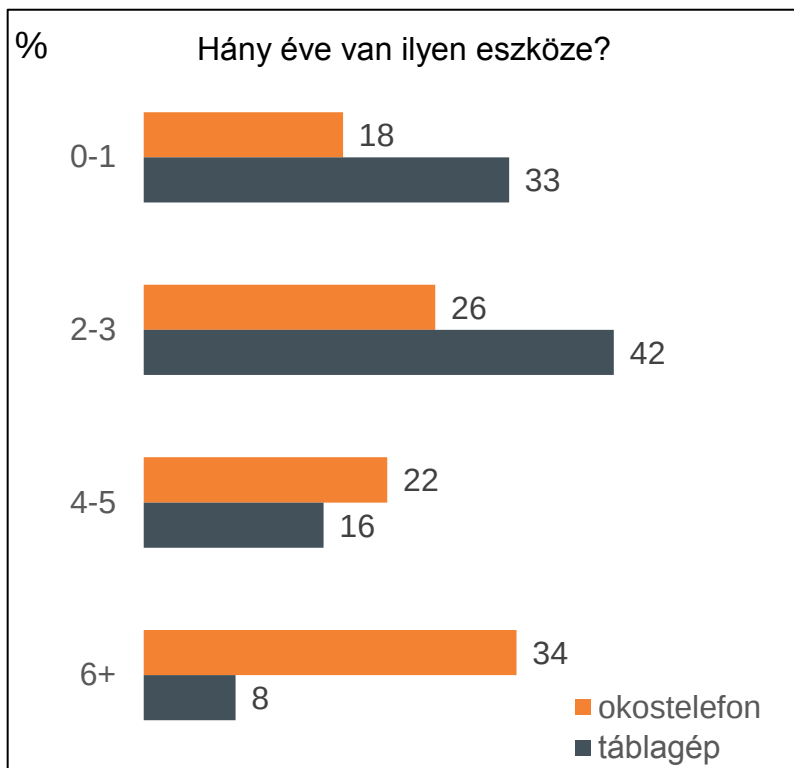
Bázis: szoftveres sebességmérés résztvevői közül azok, akik saját eszközükkel töltötték ki a kérdőívet,
n=1820, N=3,4 m



2016-ban kétféle lebonyolítási módú sebességmérésre kértük válaszadóinkat: egyrészt az NMHH szelessavnet.hu oldalára kilépve, az ott található sebességmérő alkalmazással, másrészt a korábbi években is alkalmazott, a kérdőívbe beágyazott speedtest sebességmérő alkalmazással. Az előbbi módon a sebességmérésre felkérték 75%-a, az utóbbi módon a 48%-a mérte meg az internetkapcsolata sebességét. A két kör nemcsak létszámában, hanem összetételében is eltér, és részben ez okozza az átlagértékek eltérését.

*A sorba rendezett gyakorisági sor alsó és felső 5%-ának elhagyása után számított átlag
Bázis: szoftveres sebességmérés résztvevői közül azok, akik saját eszközükkel töltötték ki a kérdőívet, n=1820, N=3,4 m, illetve azok, akik mindkét módon mérték a sebességüket, n=1139, N=2,1 m

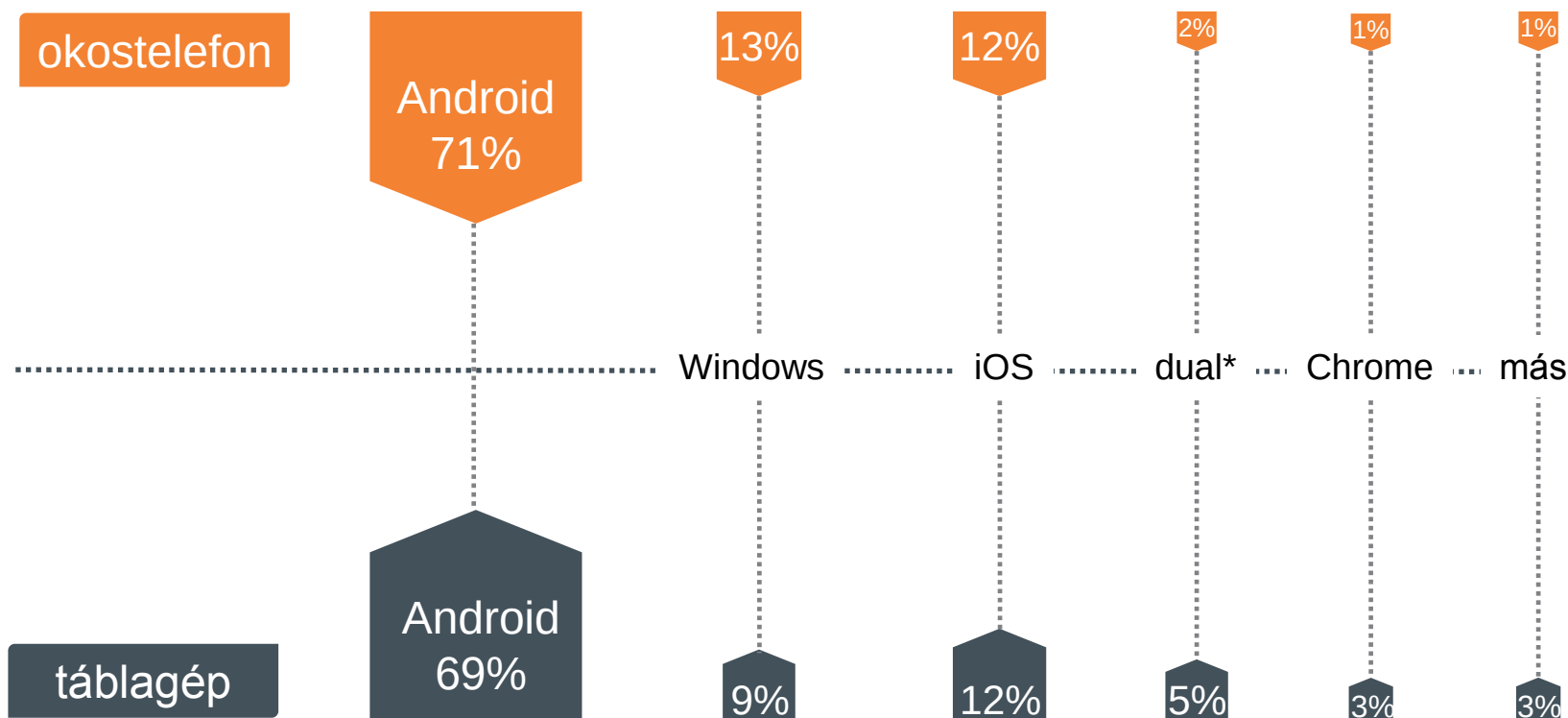
Az okostelefon-birtokosok 2 évvel régebben birtokolják az eszközüket (átlagosan 4,4 éve) és 4 évvel fiatalabb korukban jutottak hozzá (átlagosan 33 évesen), mint a tablet pc-k birtokosai.



Bázis: okostelefon-birtokosok, n=2327, N=4,3 m; táblagép-birtokosok, n=805, N=1,5 m

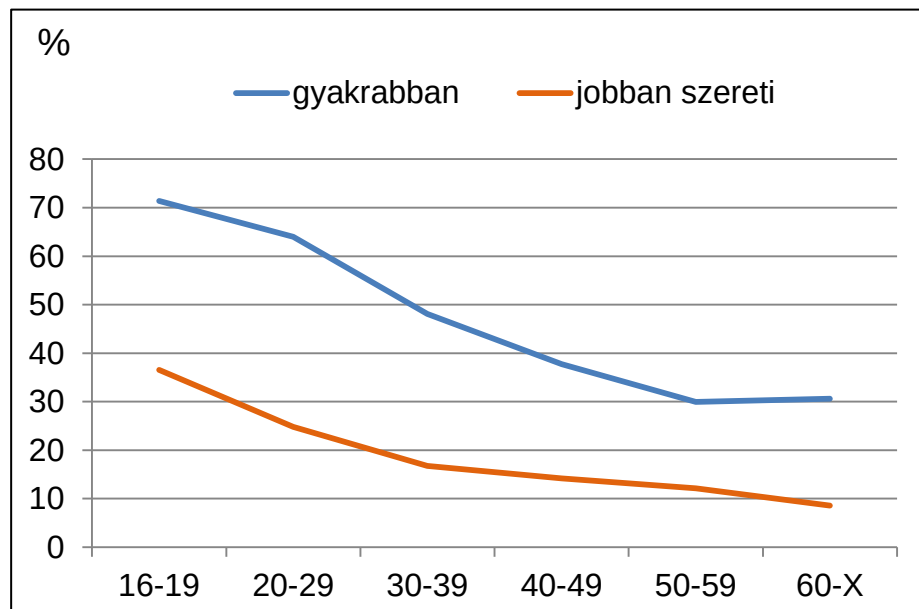
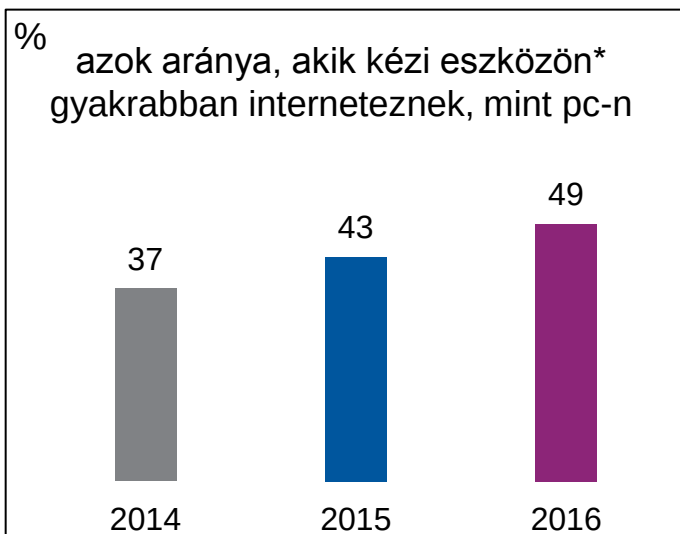
*Mintánk alsó korhatára 16 év, és táblagép 2010 óta van kereskedelmi forgalomban. Emiatt 2016. évi kutatásunkban még nincs olyan személy, akinek tíz éves kora előtt kerülhetett volna birtokába táblagép.

- A magyarországi internetezők továbbra is túlnyomórészt androidos kézi eszközt használnak. Ennek magyarázata az árviszonyokban és a Google kiugróan széles ingyenes applikációkínálatában rejlik.
- Az iPhone, iPad használói fiatalabbak, jobb módúak, járatosabbak az internetezés terén és régebben használják a kézi eszközt, mint az átlagos okostelefon-, illetve táblagép-birtokos.



Bázis: okostelefon-birtokosok, n=2327, N=4,3 m; táblagép-birtokosok, n=805, N=1,5 m

*Windows és Android



- Tovább emelkedett azok aránya, akik kézi eszközön interneteznek gyakrabban. A tizen- és huszonévesek többségére már a kézi eszköz használata a jellemzőbb.
- A kézi eszközön való internetezés kedveltsége elmarad a tényleges használattól. Az internetezők többsége hagyományos pc-n szeret jobban internetezni, és a kézi eszközön az internetes tevékenységeknek csak bizonyos fajtáit végzi.

Bázis: akik interneteznek okostelefon/táblagépen is és otthon asztali vagy hordozható pc-n is, n=2095, N=3,9 m

*2014-ben és 2015-ben okostelefonon, 2016-ban okostelefon vagy táblagépen

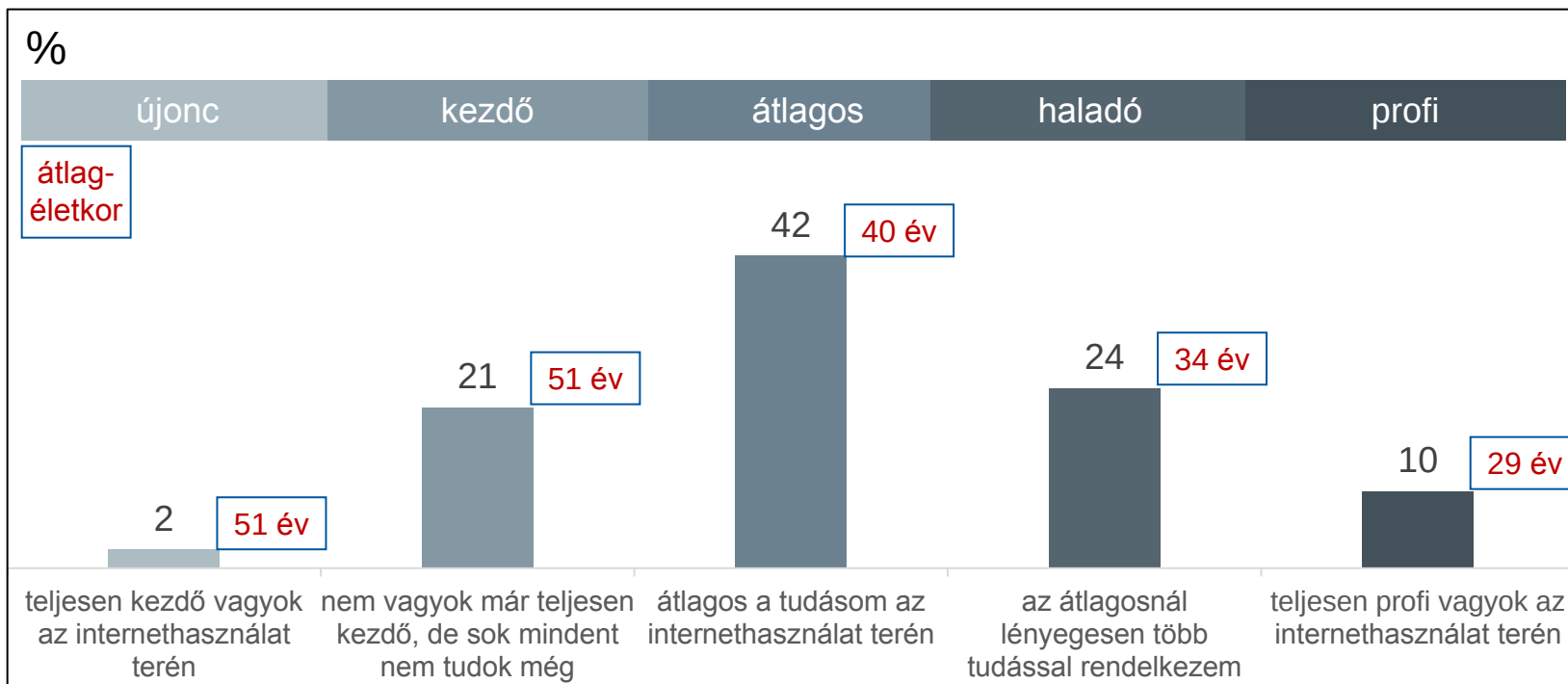


NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

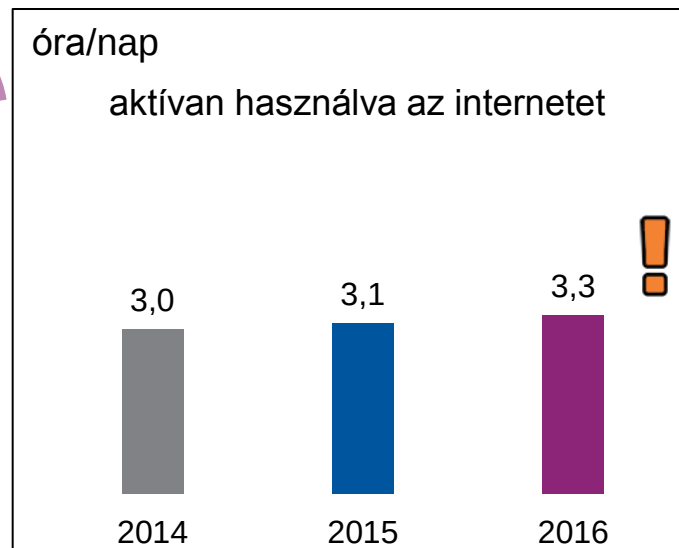
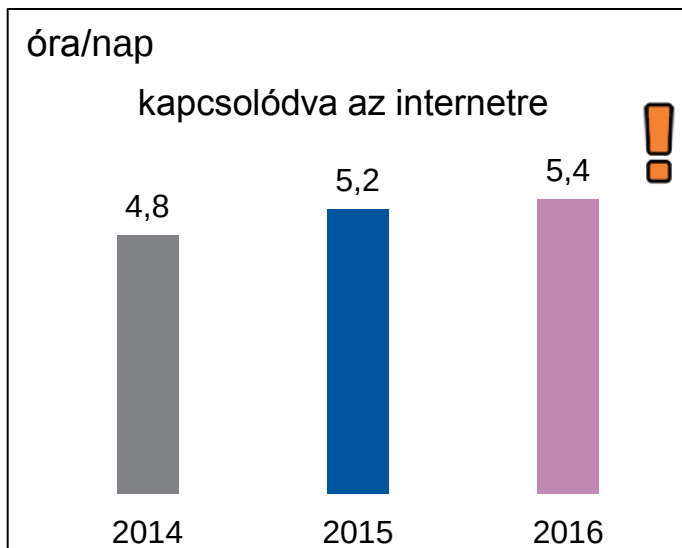
INTERNET- HASZNÁLAT





- Az internetezési jártasság az internethasználattal kapcsolatos valamennyi jelenségre kihat. Fontos mutató azért is, mert előrejelzi a várható változásokat: ami a járatos internetezőkre ma jellemző, többnyire az lesz jellemző holnap az átlagos tudásúakra.
- A későbbi ábrákon, melyeken ugyanez a mutató más kérdéssel összefüggésben szerepel, helykímélés céljából az adatpontok felett látható rövid címkéket használjuk.

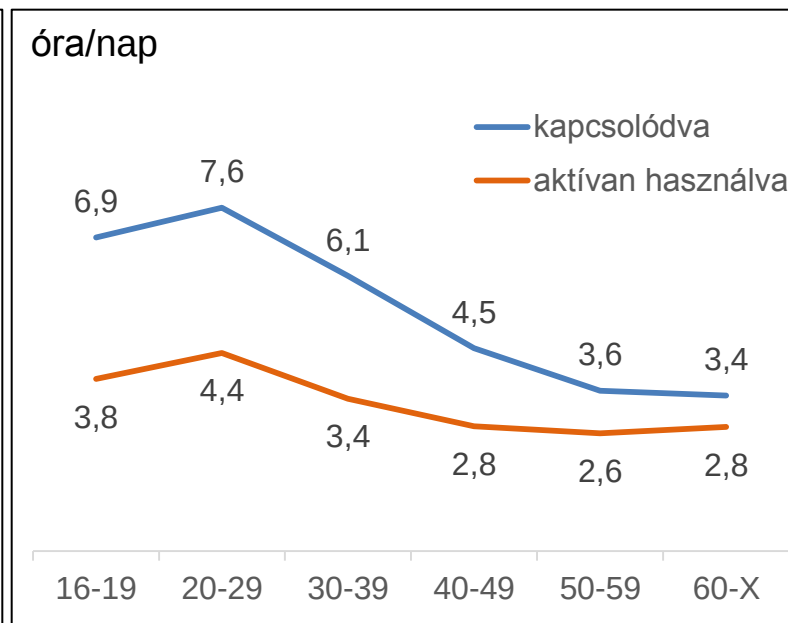
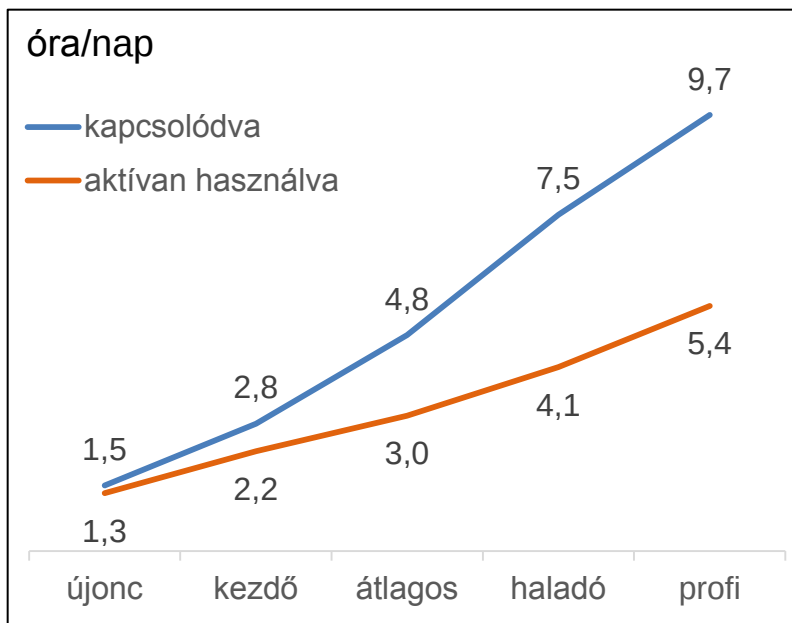
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



- Tovább nőtt az internetre kapcsolódva töltött napi átlagidő és ezen belül az aktív internetes tevékenységgel töltött időtartam is.
- Akik csak kézi eszközön vagy csak hagyományos pc-n interneteznek, azok jóval kevesebb időt fordítanak erre, mint akik mindkét eszköztípuson interneteznek. Azt mondhatjuk tehát, hogy a jelenleg forgalomban lévő kézi eszközök nem váltják ki a hagyományos internetezési eszközöket, hanem egy plusz dimenziót visznek az internetezés gyakorlatába.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

NAPI INTERNETEZÉSI IDŐ: internethasználati jártasság és korcsoport szerint



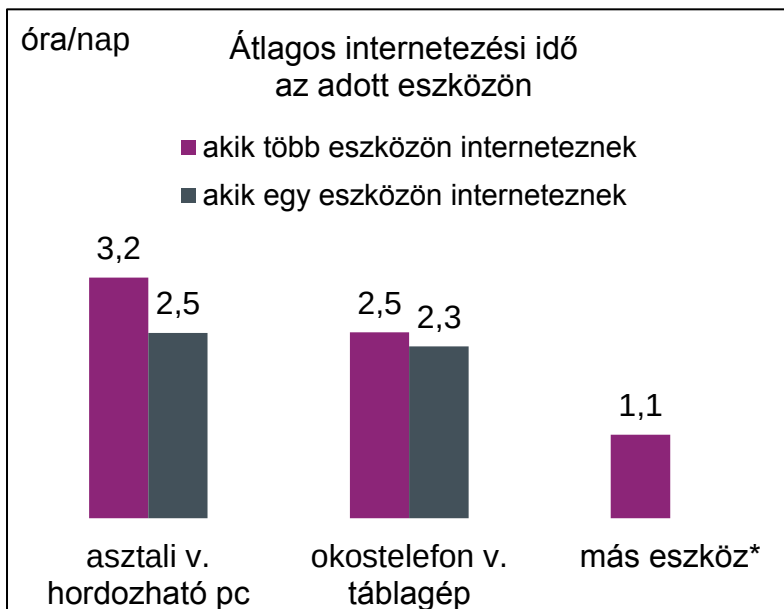
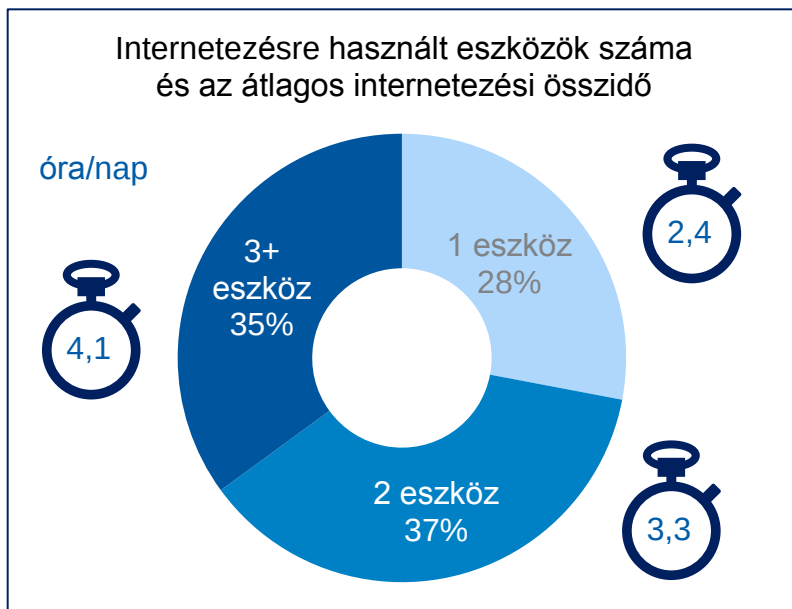
Huszonéves korban a legnagyobb a szabadságfok annak megválasztásában, hogy éppen mit csinálunk. Részint ezt a szabadságfokot látjuk visszatükröződni az internethasználati idő életkor szerinti megoszlásában, részint pedig az internetezés képességének, kedvelésének korosztályi egyenlőtlenségeit.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



- A weben olvasni, keresgélni szinte minden internetező szokott és a legtöbbjük emilezik is. A többi ábrázolt tevékenységet azonban az internetezők kisebb-nagyobb csoportja végzi, így a rájuk fordított napi átlagidő jelentősen eltér az összes internetező és az adott tevékenységet végzők körében.
- Az ábrázolt átlagidők nem összeadhatók, mivel e tevékenységek közül némelyeket párhuzamosan is szokás végezni (pl. játék és csetelés, zenehallgatás és böngészés).
- Az előző évhez képest csökkent az emilezésre, böngészésre fordított idő, és nőtt a cseteléssel töltött idő.

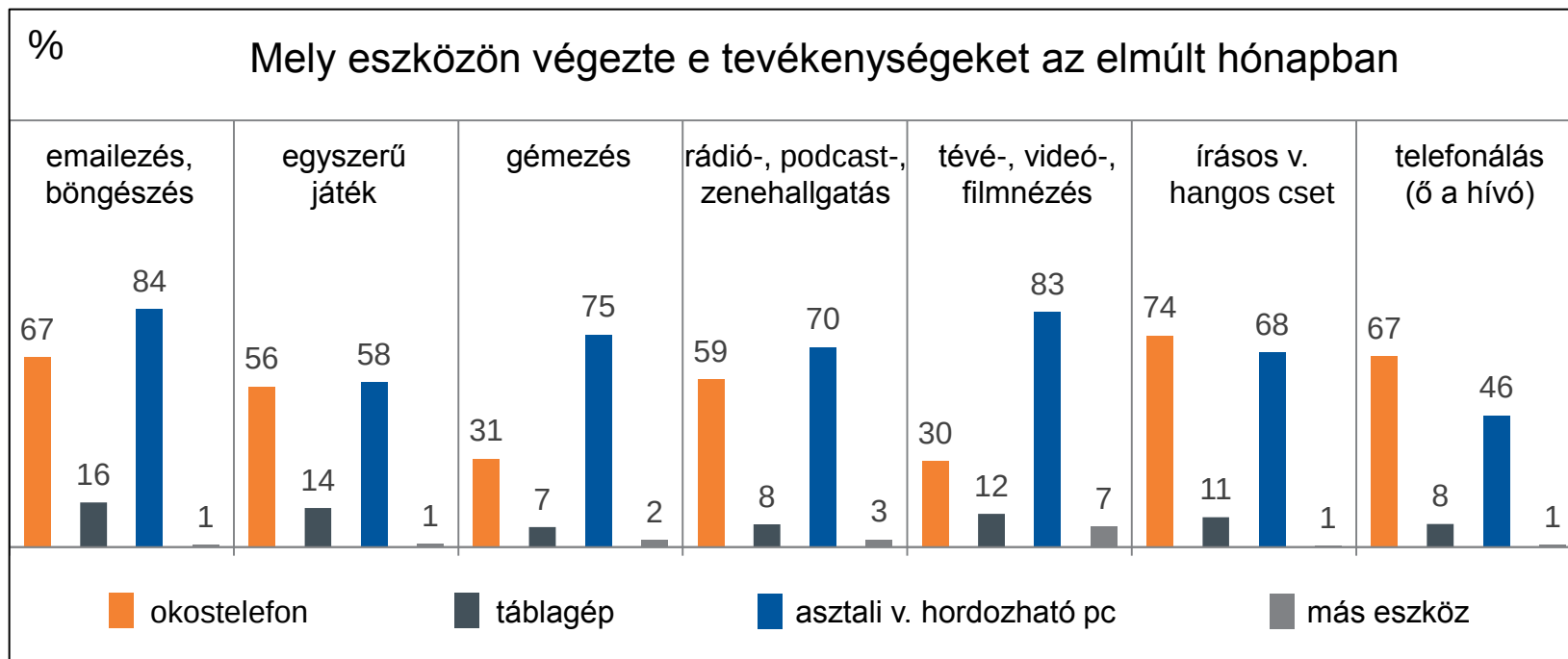
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m;
akik szokták végezni az egyes tevékenységeket, n=917-3030, N=1,7-5,6 m



Az átlagos magyar internetező 2016-ban 2,2 eszközön internetezett. Minél több eszközön internetezik valaki, annál több időt tölt internetezéssel. Ez nem pusztán abból fakad, hogy több eszközt használ. Ugyanazon eszközön is több időt fordítanak internetezésre a több eszközön internetezők, mint az egy eszközön internetezők. Ennek az az oka, hogy a többes eszközhasználat együtt jár az internet többféle funkcióban, sokrétűbb szerepkörben való használatával.

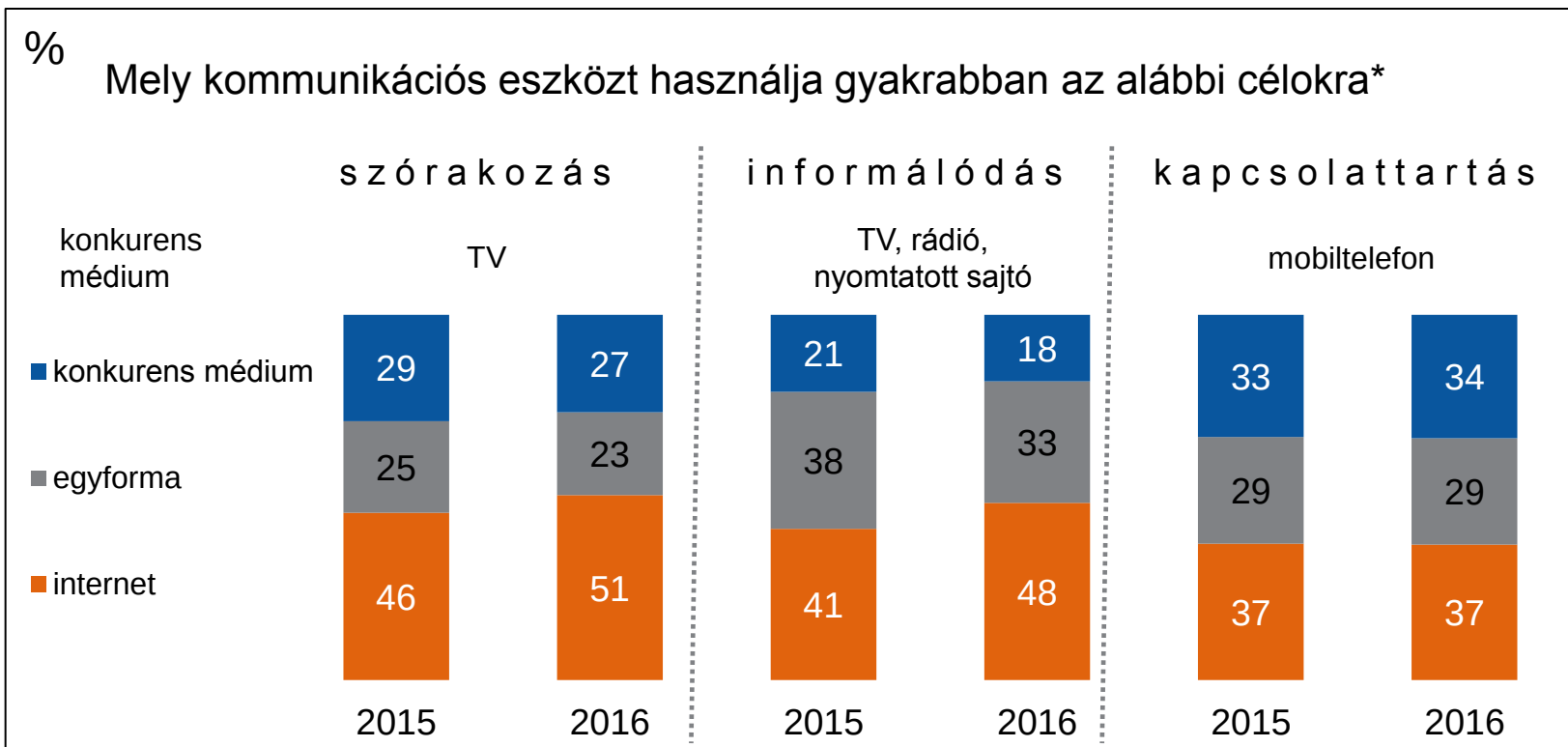
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

*Pl. okostévé, videójáték-konzol, médialejátszó, testen hordozható eszköz, e-könyv-olvasó. A kizárólag ilyen eszközön internetezők adatát elenyésző mintabeli létszámuk miatt mellőzzük.



- Az okostelefon a személyközi internetes kommunikáció (írásv. vagy hangos cset) elsődleges eszköze a többféle eszközön internetezők számára.
- Mozgóképes tartalom nézésére és gémezésre az asztali vagy hordozható pc-t sokkal többen tartják alkalmasnak, mint a többi eszközt.
- Az emailezés, böngészés, a hangtartalom „fogyasztása” és az egyszerű játékok terén az okostelefon használata közelíti elterjedtségében az asztali vagy hordozható pc használatának elterjedtségét.

Bázis: akik többféle eszközt használnak az egyes tevékenységekre, n=720-2187, N=1,3-4,1 m

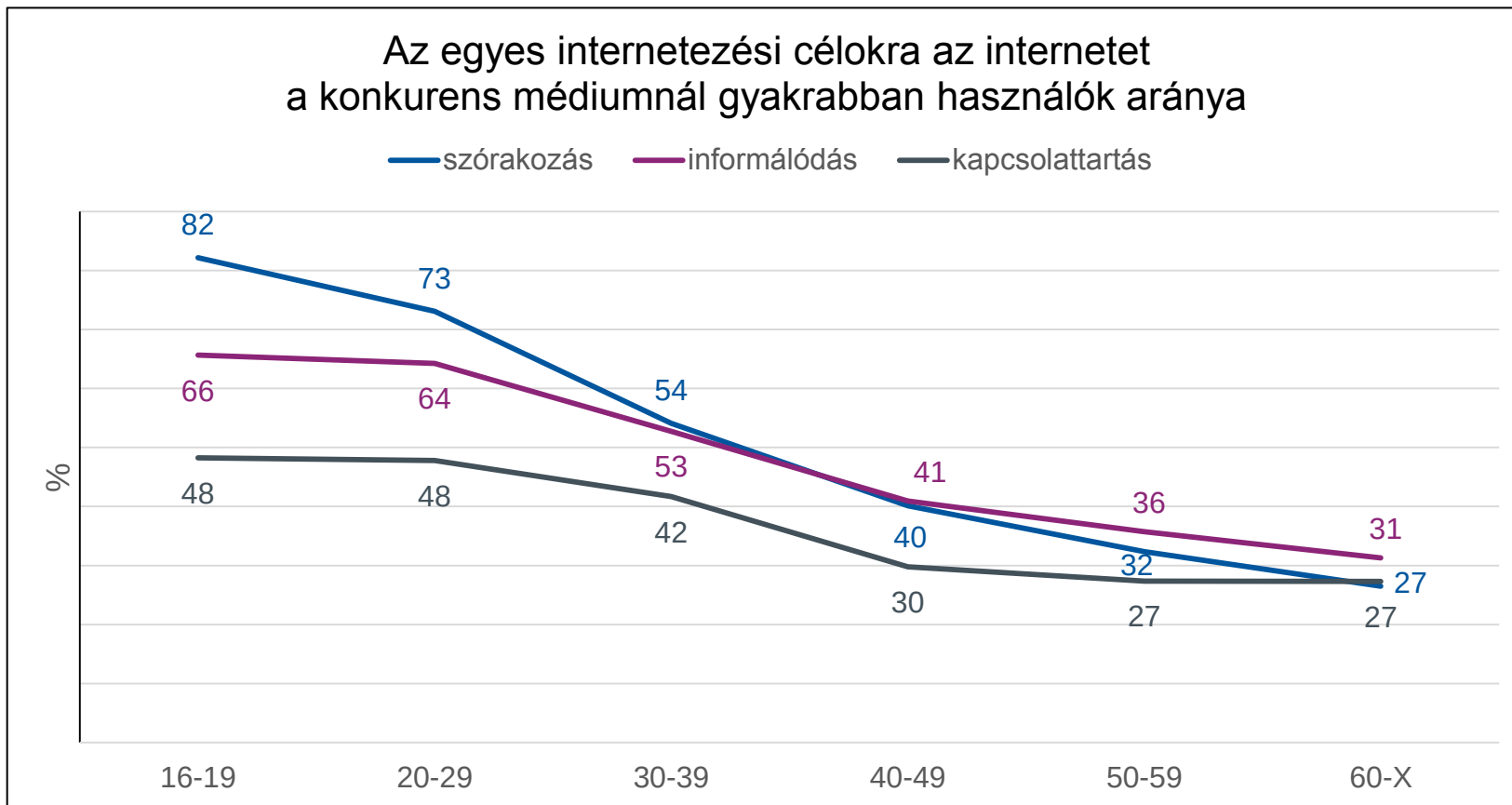


- Az internetezők az internetet részesítik előnyben szórakozási, tájékoztató, kapcsolattartási funkcióban a konkurens kommunikációs eszközökkel szemben.
- Akár az egyes célokra vonatkozó adatokat vetjük össze, akár időbeli összehasonlítást végzünk, azt állapíthatjuk meg, hogy a mobiltelefon mint a kapcsolattartás eszköze képes a leginkább helytállni a versenyben az internettel szemben.

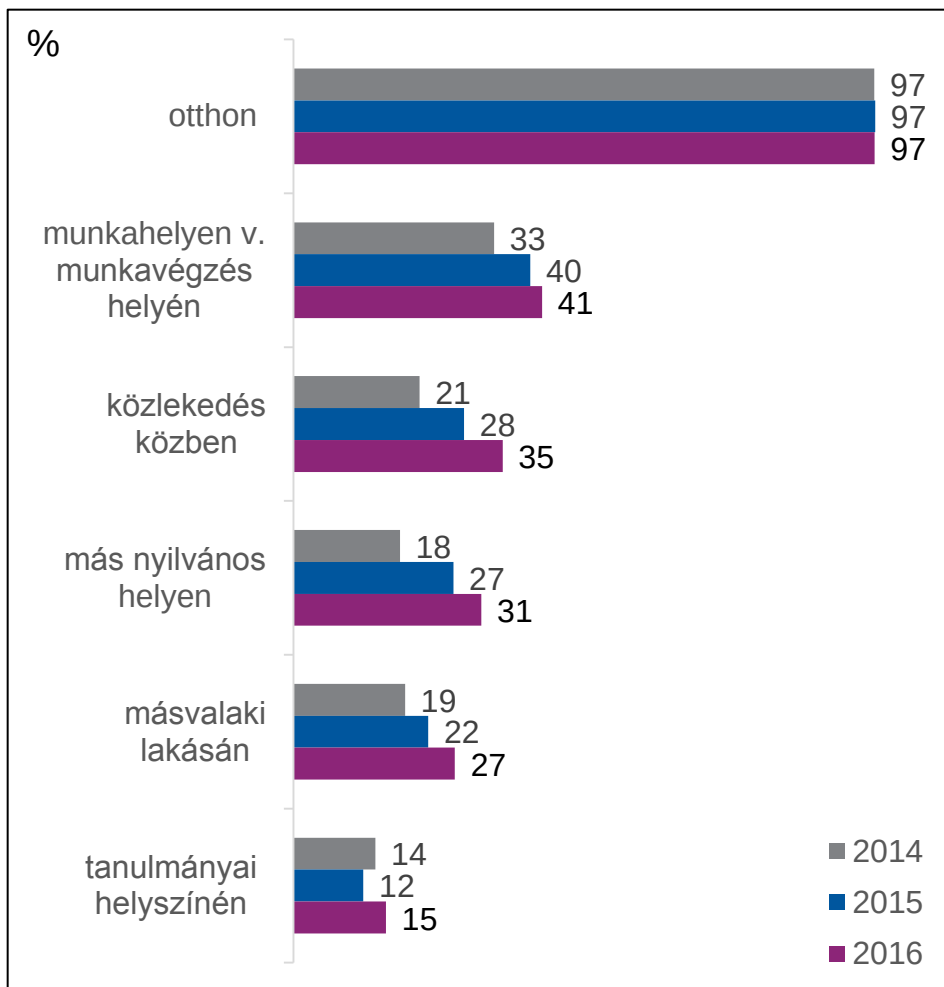
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

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

Az egyre fiatalabbak médiapalettáján egyre dominánsabb az internet.



Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

- 2015-ben 38%, 2016-ban 34% volt azon 16+ éves internetezők aránya, akik csakis az otthonukban használták az internetet.
- A megelőző évhez képest növekedett a közlekedés, utazás közben, a más nyilvános helyen és a másvalaki lakásán internetezők aránya, újabb jeleként az állandó konnektivitás igényének.
- Az aktív keresők 62%-a használ internetet a munkahelyén vagy olyan helyen, ahova munkavégzés miatt megy.
- A középiskolai tanulók, illetve főiskolai, egyetemi hallgatók 81%-a használja az internetet a tanintézményben.



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

INTERNETHASZNÁLAT KÉZI ESZKÖZÖN

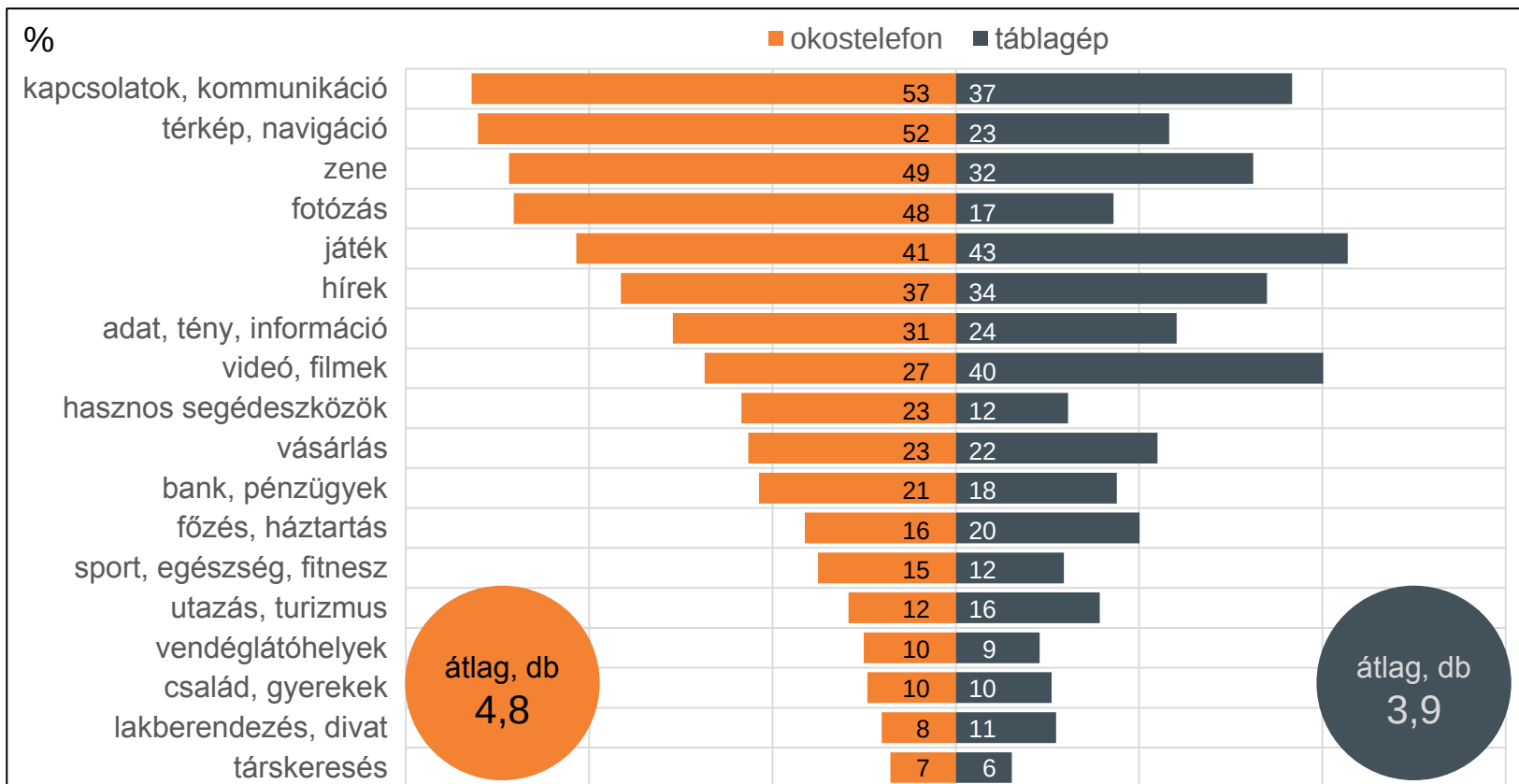


- Mind személyes, mind internethasználati jellemzőiket tekintve jelentősen eltér a kézi eszközön (is) internetezők profilja azokétól, akik csakis hagyományos pc-n interneteznek.
- Az okostelefonon és/vagy tableten internetezők átlagosan sokkal fiatalabbak, és ami még lényegesebb az internethasználat szempontjából: jóval fiatalabb korukban kezdtek internetezni. Ezzel is összefüggésben megszokottabb számukra az internet: több időt töltenek vele, és többféle célra/funkcióban használják.
- A kézi eszközön nem internetezők körében nemcsak az 50+ évesek, hanem a kisebb települések lakói, a nem érettségizettek és a közepesnél rosszabb anyagi helyzetűek is felülreprezentáltak.

	kézi eszközön (is) internetezik	csak asztali v. hordozható pc-n internetezik
átlagok	72%	28%
kor, év	37	48
hány éves korában kezdett internetezni, év	24	37
internethasználati jártasság ötfokú skálán	3,4	2,7
kapcsolódva az internetre, óra/nap	6,3	3,1
aktív internetezési idő, óra/nap	3,7	2,4
múlt hónapban hányféle tevékenységet végzett az interneten, db	24	9

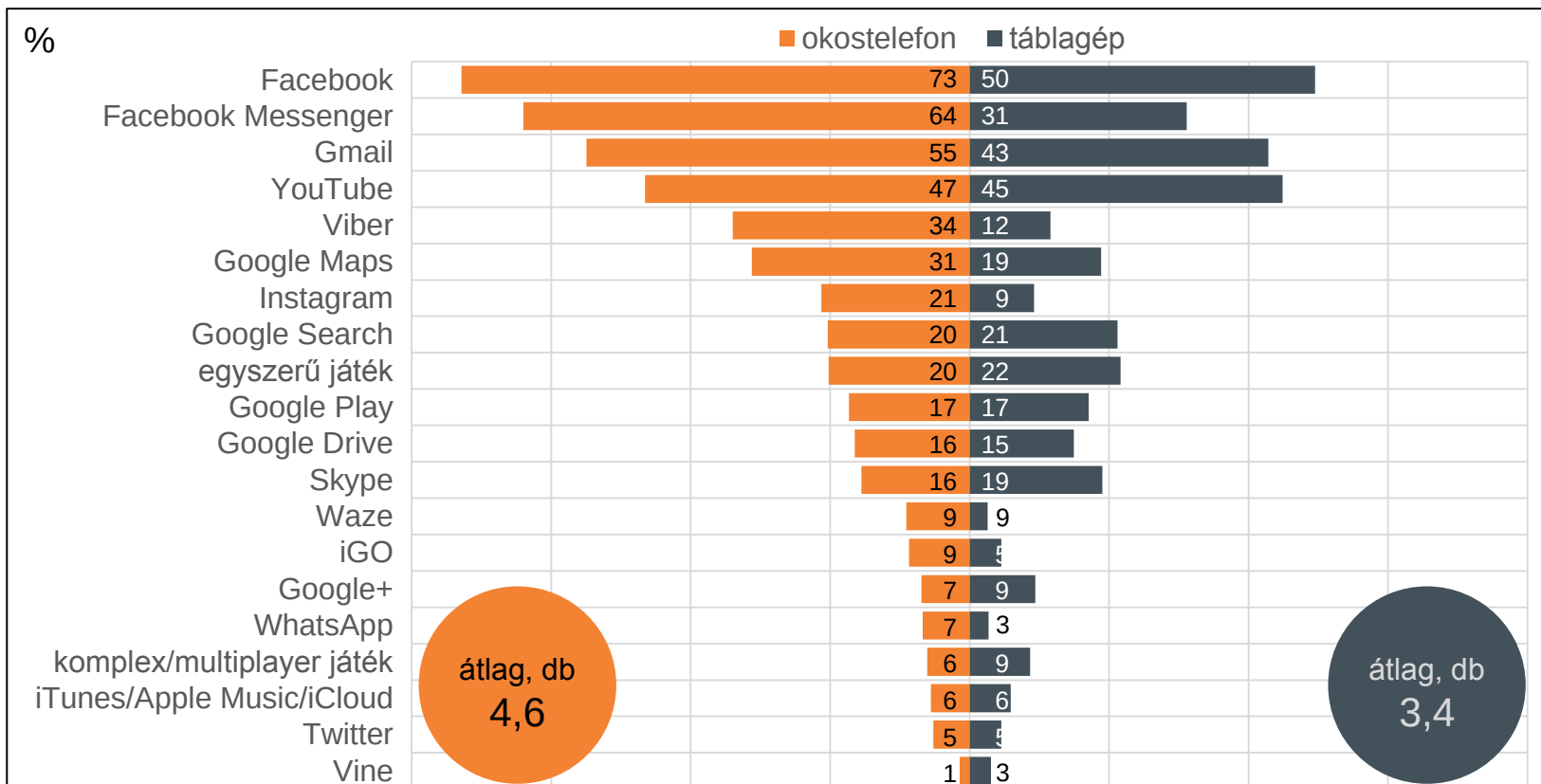
Bázis: kézi eszközön (is) internetezők, n=2213, N=4,1 m;
csak asztali v. hordozható pc-n internetezők, n=877, N=1,6 m

Mivel az okostelefon zsebben hordható és egy kézzel is irányítható, a gyaloglás, utazás közben szükséges alkalmazások domborodnak ki a használatában. A táblagép nagyobb méretének előnye a mozgóképes tartalom nézésére szolgáló applikációk magasabb használati gyakoriságában mutatkozik meg.



Bázis: okostelefon-használók, n=2327, N=4,3 m; táblagép-használók, n=805, N=1,5 m

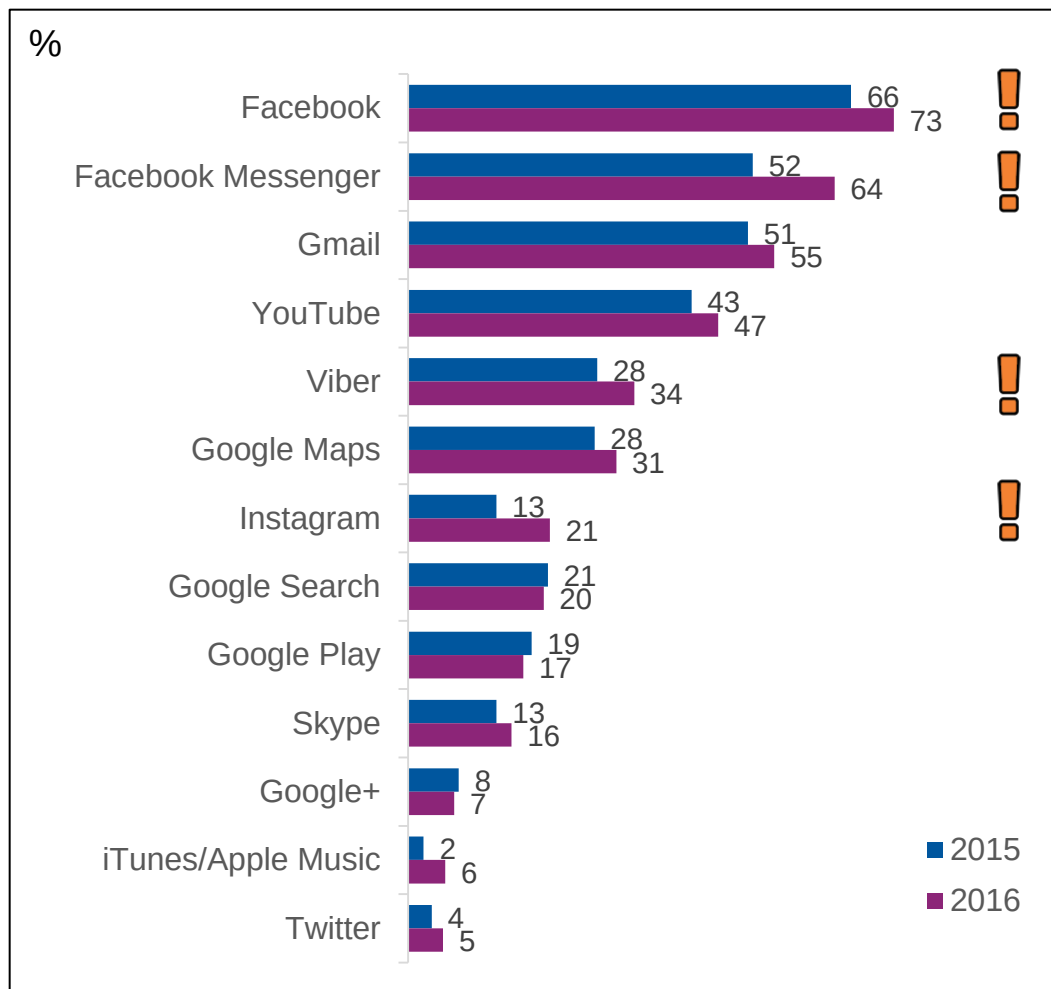
A sokmillió letölthető alkalmazás* közül a legnépszerűbbeket vizsgálva szintén az a tanulság adódik, hogy az okostelefon kézreesebb eszköz az internetezők számára, mint a táblagép: bárhol, bármely helyzetben elővehető, akár néhány perces használatra is.



Bázis: okostelefon-használók, n=2327, N=4,3 m; táblagép-használók, n=805, N=1,5 m

*A 2016. júniusi állapot szerint Android: 2,2 m, Apple: 2 m, Windows: 0,7 m.

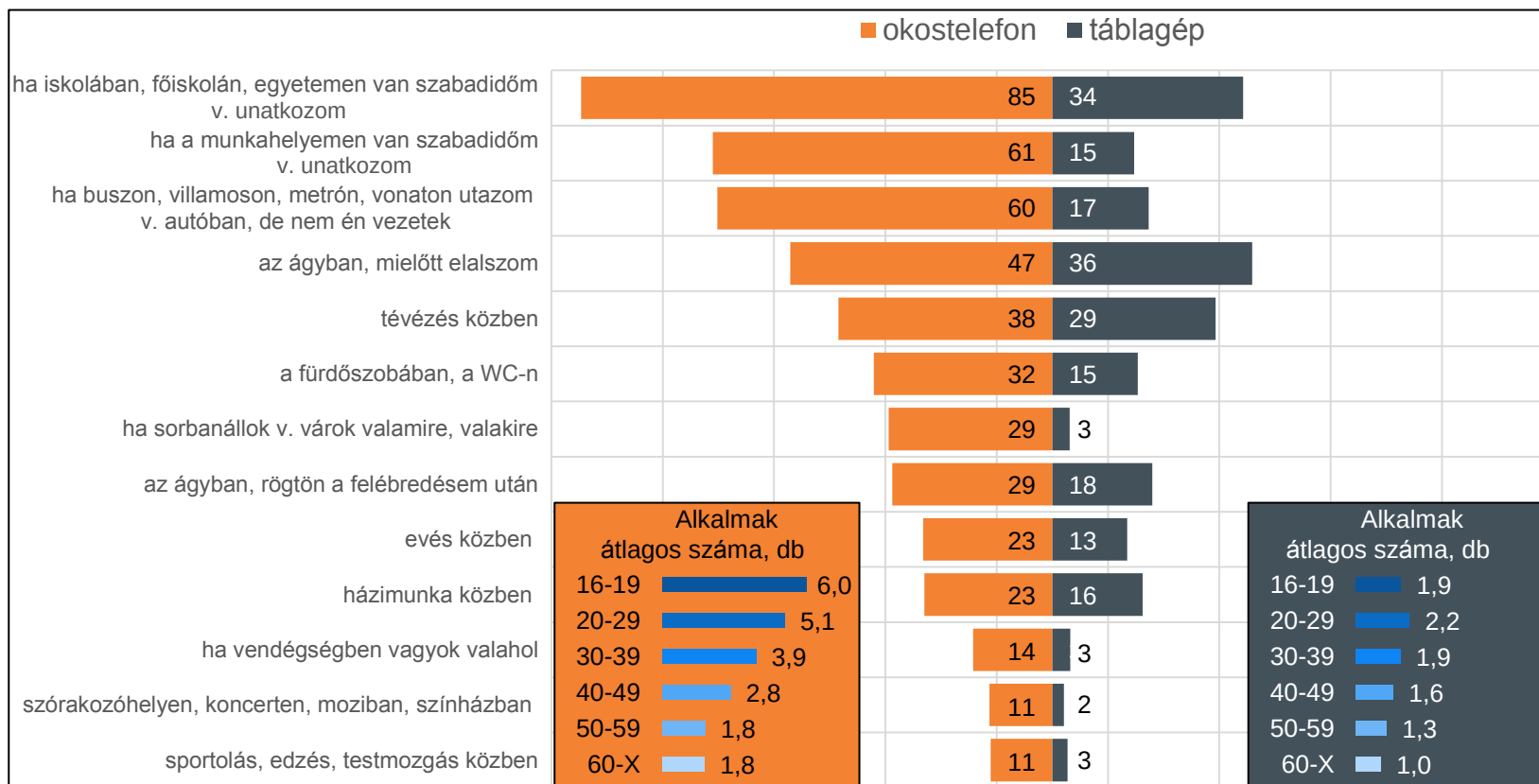
<https://www.statista.com/statistics/276623/number-of-apps-available-in-leading-app-stores/>



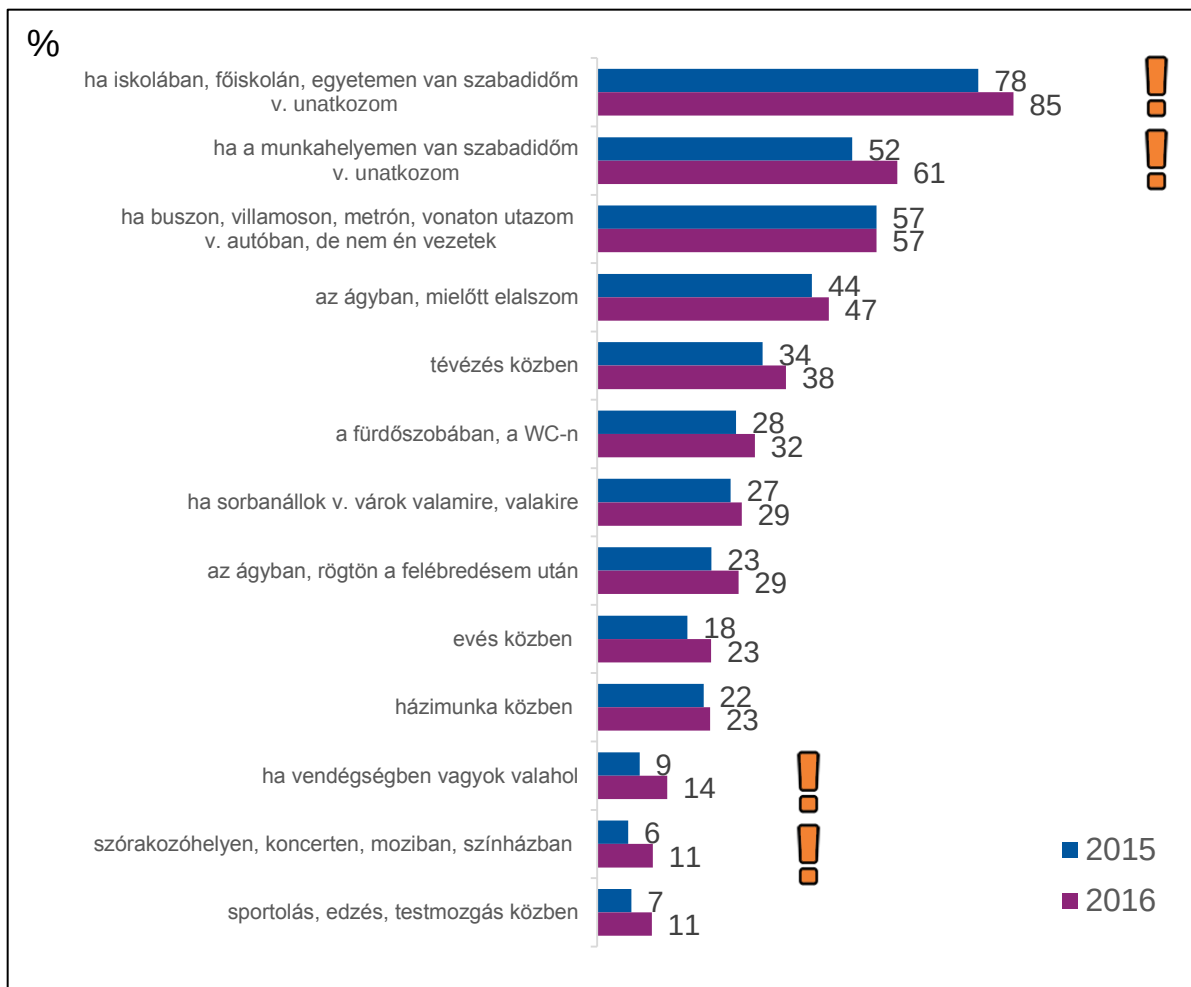
- Magyarországon 2016-ban csak a Facebook és Messengere, az Instagram (szintén a FB terméke) és a Viber könyvelhet el komoly növekedést az appok piacán.
- A Twitter ez évben sem ért el áttörést. Ebben az is szerepet játszhat, hogy a hazai politikusok, celebek nem használják olyan intenzíven a Twitter-t, mint sok külföldi társuk.

Bázis: okostelefon-használók, n=2327, N=4,3 m

A mérete miatt az okostelefont a birtokosaik – kiváltképpen a tizen- és huszonévesek – jóval több helyzetben használják, mint a táblagépet.



Bázis: okostelefon-használók, n=2327, N=4,3 m; táblagép-használók, n=805, N=1,5 m
Munkahelyre/iskolára vonatkozó válaszopció: fenti bázison belül aktív keresők/tanulók

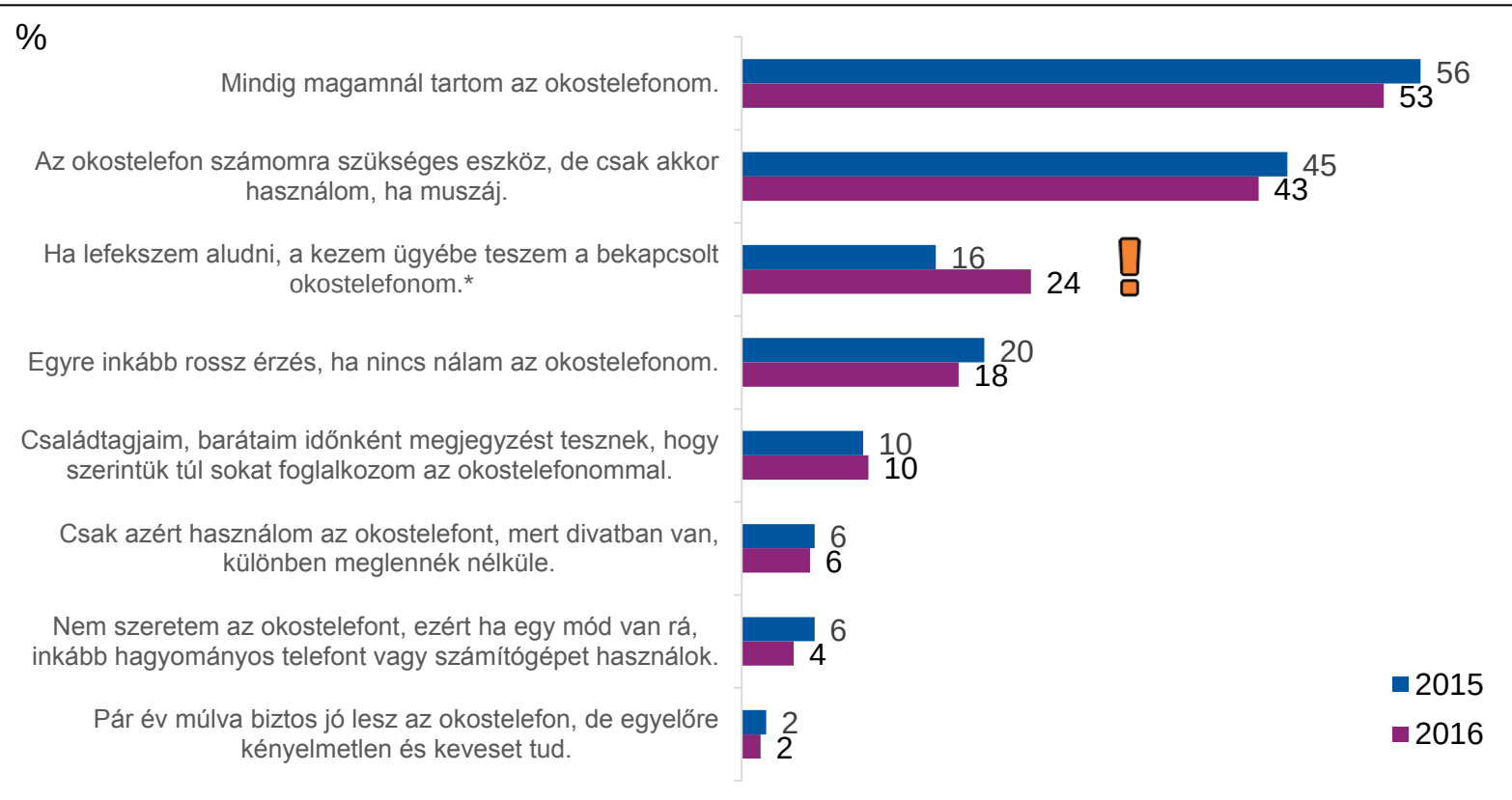


- 2015-höz képest számottevően nőtt az okostelefon használata iskolai, munkahelyi környezetben.
- Terjedt a használata olyan szituációkban is, amelyekben korábban illetlenségnek, másokat zavarónak számított a használata, ami jelzi az eszköz társadalmi megszokottságának növekedését.

Bázis: okostelefon-használók, n=2327, N=4,3 m

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

Többen észlelik magukon az okostelefonhoz való hozzászokás egy vagy több jelét (65%), mint amennyien az eszköztől való idegenkedés valamely jelét említik (50%). Minél régebben használ valaki okostelefont, annál inkább dominál a megszokottság.



Bázis: okostelefon-használók, n=2327, N=4,3 m

*A kérdőívben a következő magyarázattal folytatódott a kérdés:

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



- A kézi eszközt használók 9%-a nem végez az okostelefonján vagy táblagépén olyan tevékenységet, amely nagy internetes adatforgalmat generál, holott asztali vagy hordozható pc-n valamennyien többféle ilyen tevékenységet végeznek. A kézi eszközön kirívóan rövid a napi internetezési átlagidejük, és a többségük nem tartja állandóan magánál az okostelefonját.
- Ezt az önkorlátozást jóval gyakrabban indokolják az eszközhöz, mint a mobilinternethez köthető okokkal.

Bázis: olyan okostelefon-/táblagép-használók, akik nem végeznek nagy adatforgalommal járó tevékenységet a kézi eszközön, n=217, N=0,4 m

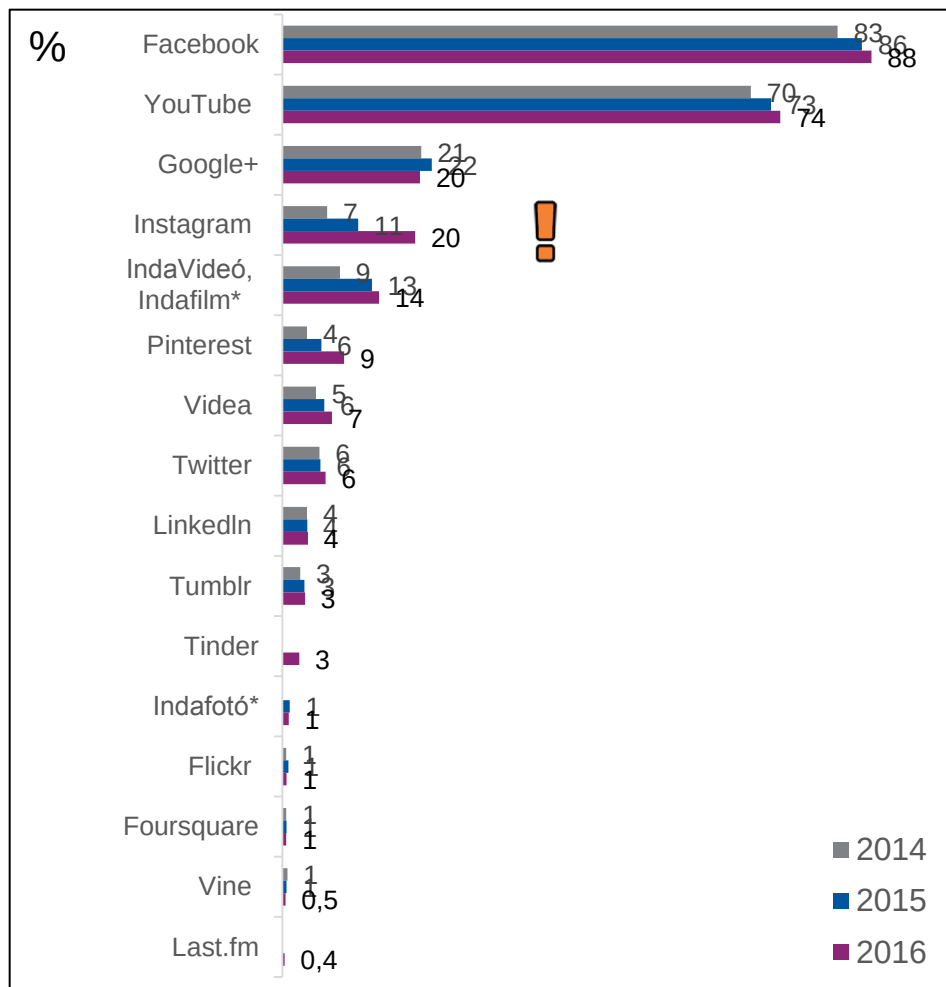


INTERNETES TARTALMAK HASZNÁLATA



Mint ahogy azt korábbi diákon láttuk, az internetezők, különösen a fiatalok, előnyben részesítik az internetet a hagyományos médiával szemben. Az online közösségi média 15 éves fejlődéstörténete során jutott el a mai állapotáig, amikor is az ismeretségi hálózati szerepen túllépve információk, eszmék, alkotások forgalmazója lett, azaz magába olvasztotta a klasszikus média funkcióit. Köszönhetően annak, hogy a közösségi média interaktív és a tartalmát a használói hozzák létre/emelik ki az információk átláthatatlan tömkelegéből, a használók számára demokratikusabb kommunikációs módozatnak tűnik, amely az egyént, a csoport-hovatartozást és a nézetek végtelen tarkaságát egyaránt hangsúlyozza. E fő előnyei mellett a gyorsasága az, ami miatt jobban összetalálkozik a mai kor emberének igényeivel, mint a klasszikus média.





- 2016-ban (akárcsak 2015-ben) 95% volt azok aránya (a legalább hetente internetező 16+ évesek körében, akiket mintánk reprezentál), akik a kutatást megelőző fél év során legalább heti gyakorisággal látogattak közösségi/megosztó weboldalt.
- A két piacvezető óriás, a Facebook, valamint a Google tulajdonában lévő YouTube mellett a közösségi média más szereplőinek népszerűsége eltörpül Magyarországon: heti rendszerességgel a FB-ot 5,1 millióan, a YT-ot 4,3 millióan, az ábrán szereplő többi oldalt együttesen 2,9 millióan használták.
- Komoly növekedést egyedül a Facebook tulajdonát képező Instagram ért el 2016-ban a magyar internetezők körében.
- Vélhetően megkezdte a kései felzárkózást a Pinterest.
- A Twitternek (melynek világviszonylatban ötödannyi aktív felhasználója van, mint a Facebooknak**) Magyarországon ez évben sem sikerült a kritikus tömeget elérnie, mely szükséges lenne a növekedési pályára lépéshez.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

*2014-ben az Indafotó látogatási gyakoriságát az Indavideóval, Indafilmmel összevontan mértük.

**<http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research>

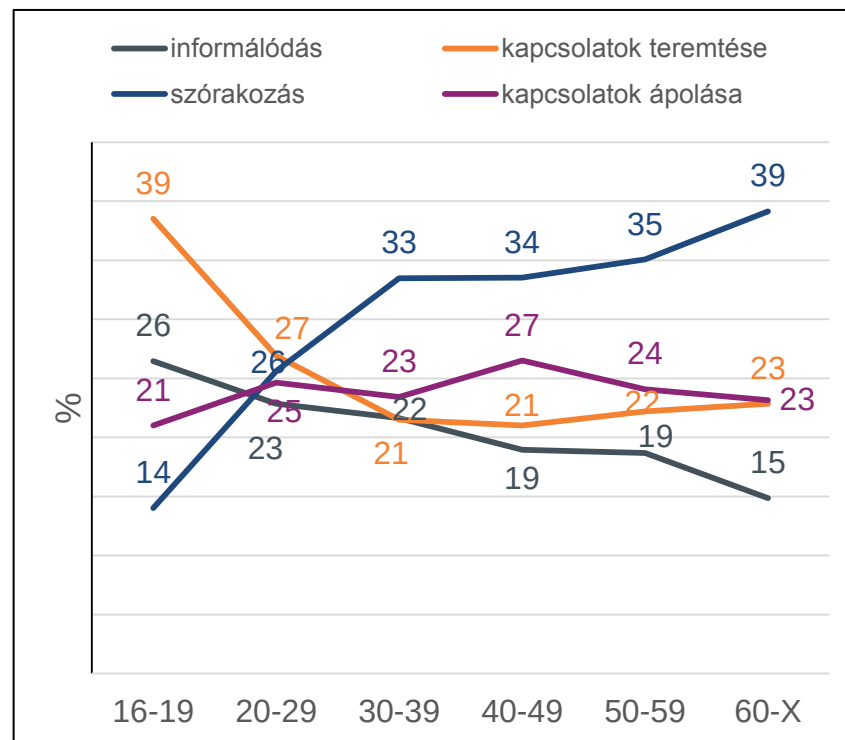
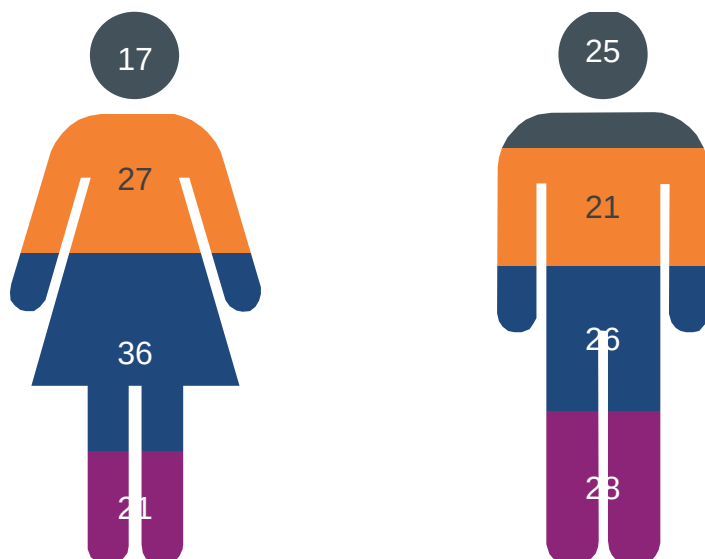


- ← A közösségi média legtöbb használója a személyes kapcsolatok ápolását emeli ki az effajta médiahasználat céljaként.
- ← Mintegy fele részük számol be arról a közbeszédben egyre gyakrabban taglalt jelenségről, hogy a közösségi média kezdi átvenni a hírügynökségek szerepét.
- ← Egynegyedük számol be olyasfajta célról, amely arra utal, hogy a közösségi média kiválthatja adott típusú információra szakosodott webhelyek használatát.
- ← Az online és az offline médiában sokszor felbukkan az a feltételezés, hogy a közösségi médiában túltengenek a nárcisztikus, önmutogató emberek. A használók önreflexióin alapuló adataink nem támasztják alá e feltételezést.

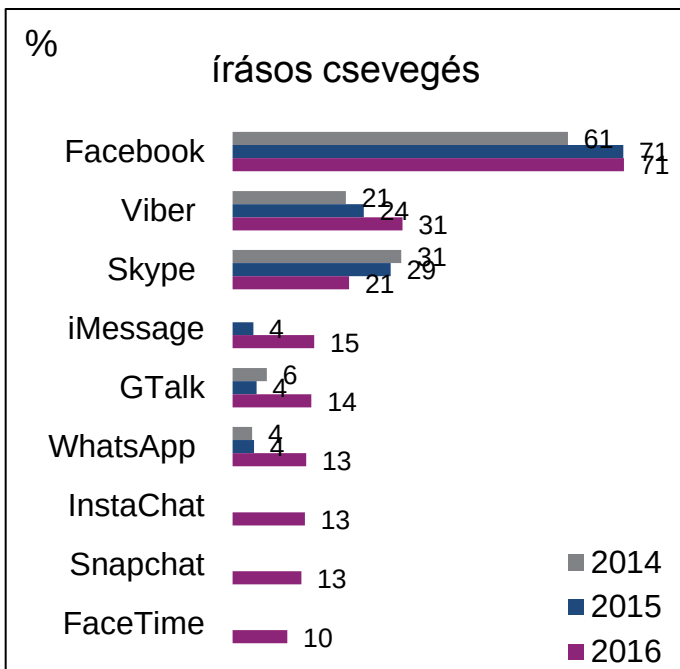
Bázis: közösségi/megosztóoldalt használók, n=2956, N=5,5 m

- A nők közösségimédia-használatában a szórakozási és a kapcsolatteremtési cél, a férfiakéban az informálódási és a kapcsolatápolási cél gyakoribb, mint a másik nem célrendszerében.
- Informálódni elsősorban a tizenévesek szoktak a közösségi médiából, s az új kapcsolatok létesítésére, önmaguk megmutatására irányuló szándék is náluk a legelterjedtebb. A meglévő személyes kapcsolatok tartása a közösségi médián majdhogynem egyenletes a korcsoportokban. A közösségi média szórakoztató funkciója idősebb korban a többi cél fölé emelkedik.

%



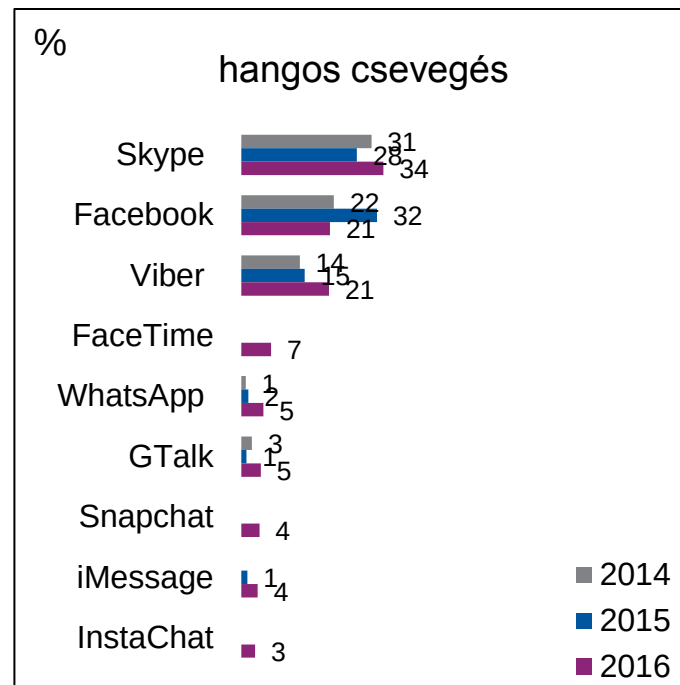
Bázis: közösségi/megosztóoldalt használók, n=2956, N=5,5 m



írott
cset
77%

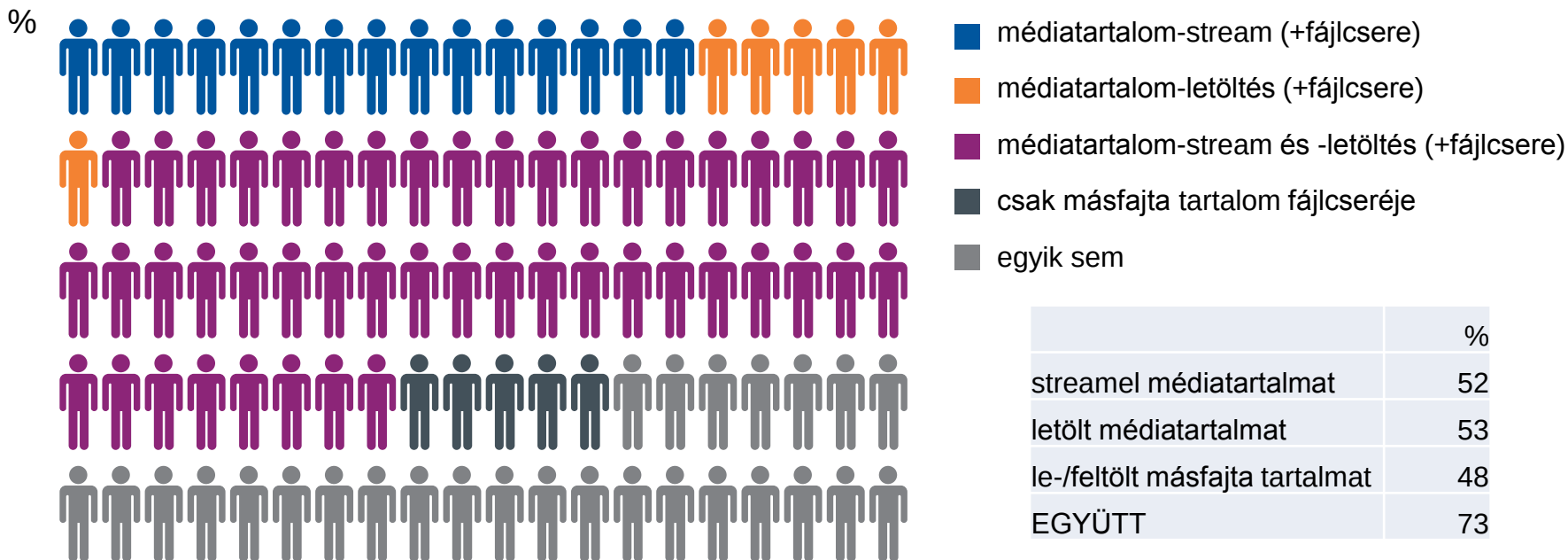
hangos
cset
58%

cset
együtt
83%



- Az előző évhez képest 2016-ban összességében nem változott Magyarországon az online csevegés elterjedtsége, viszont a használat kissé eltolódott a szövegestől a hangos felé.
- Ez főként a Skype esetében figyelhető meg, miközben a hangos FB Messenger/Chat használata visszaesett. Ezáltal a hangos cset terén a Skype idén megelőzte a Facebookot.
- Míg a közösségi média egészét illetően alig változtak a magyar internetezők preferenciái az utóbbi 2 évben, a csetalkalmazások világában nyitás történt a Viber és a kisebb felhasználói körű alkalmazások felé.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

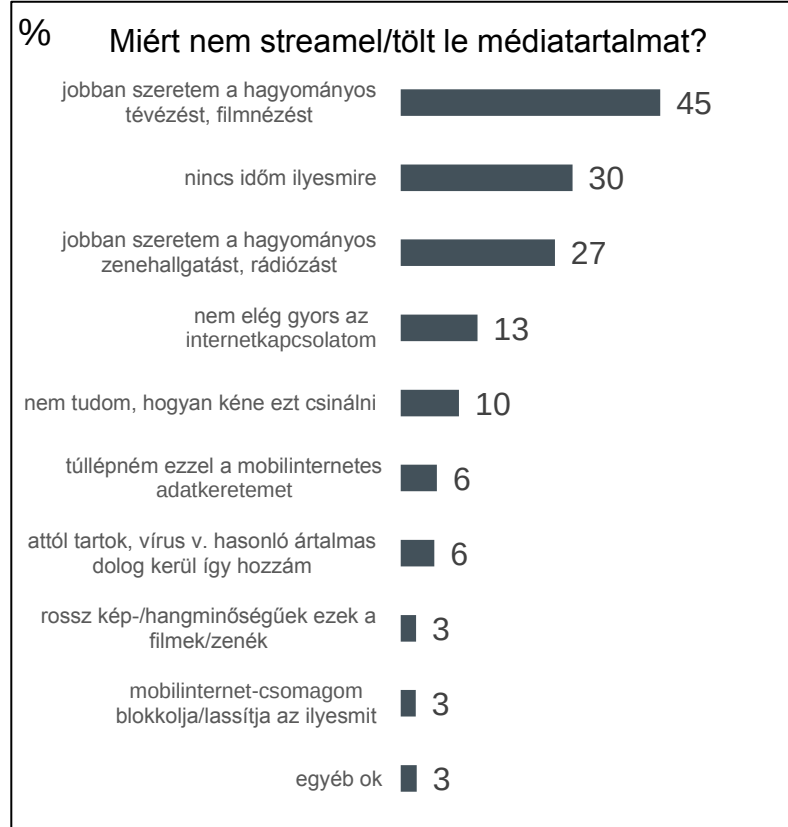
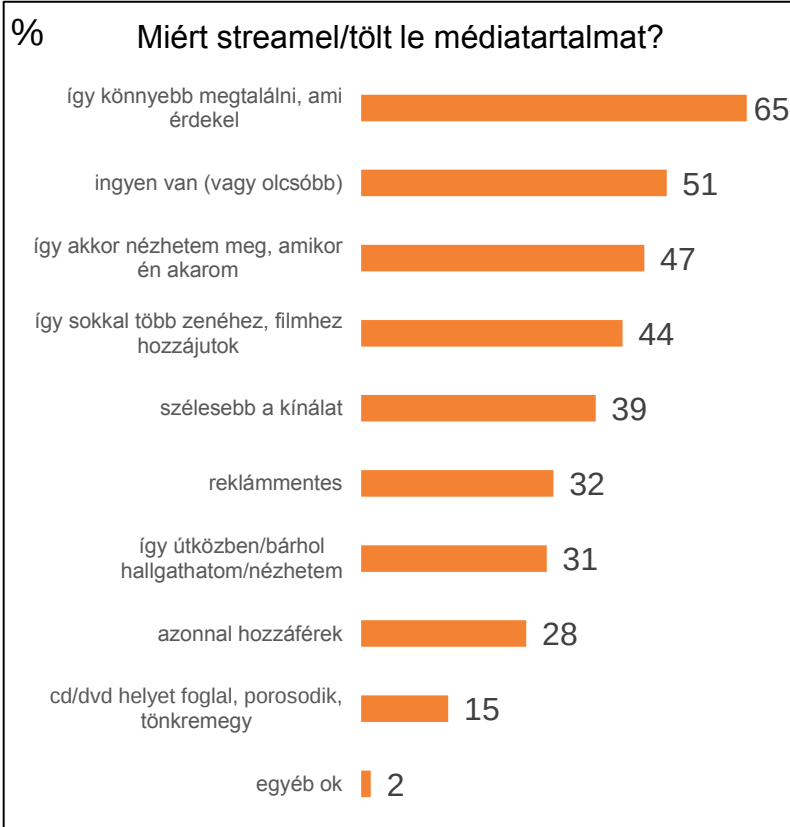


- Az előző évektől eltérően 2016. évi kutatásunkban az up/download típusú adattovábbítás mellett a nagy adattömegű streamelt médiatartalmak fogyasztását is vizsgáltuk. Emiatt idei adataink nem hasonlíthatók közvetlenül össze a korábbiakkal.
- A 16+ éves internetezők 73%-a szokott nagy adattömeget mozgatni valamelyik vizsgált megoldással. A nagy adattömeg leggyakrabban médiatartalom. Kevesen vannak (5%), akik csak másféle nagy tömegű tartalom forgalmazására szorítkoznak.
- A streamelt és a letöltött médiatartalom fogyasztása azonos elterjedtségű. Az internetezők legnagyobb csoportja (47%) mindkét adattovábbítási módot igénybe veszi médiatartalom fogyasztása céljából.
- Az internetkapcsolat letöltési átlagsebessége magasabb a csak streaming, mint a csak downloading megoldást választók körében, azaz a sebesség még mindig korlátozza az internetes tartalmak egyszerű elérését.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

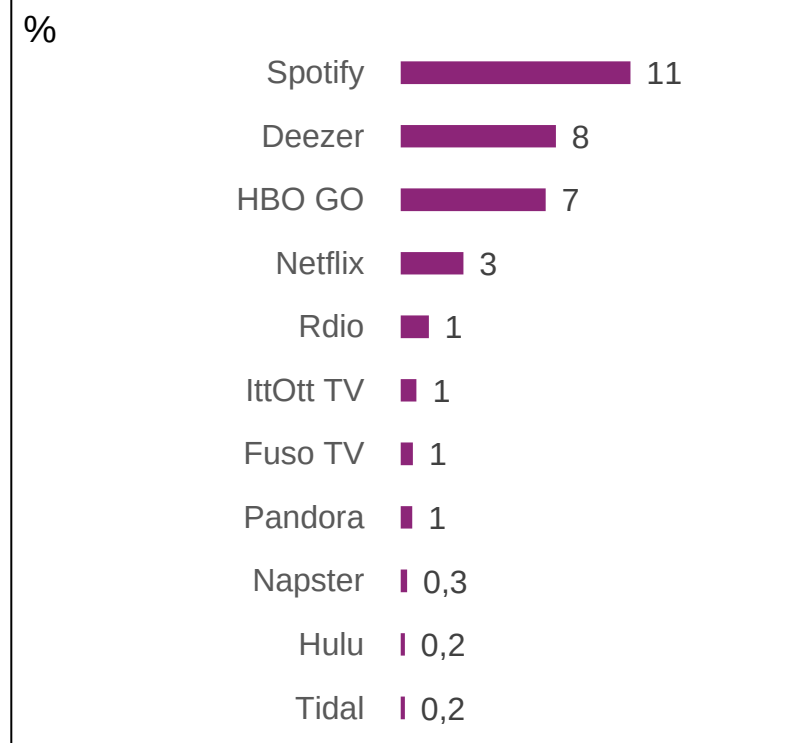
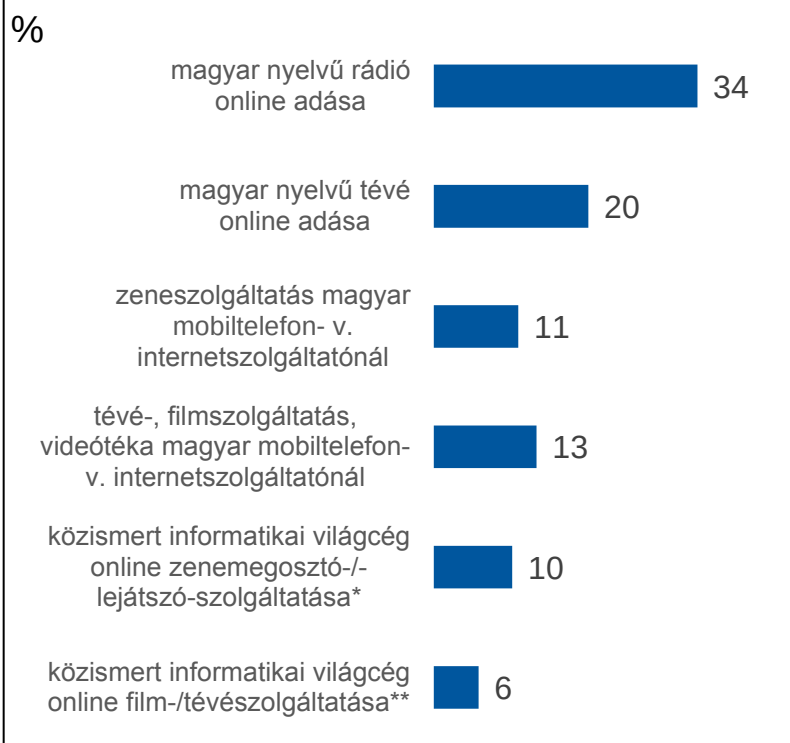
Médiatartalom: zene, rádióműsor, podcast, videó, mozifilm, tévéfilm; másfajta tartalom: pl. szoftver, játék, nagyméretű dokumentum; fájlcsere: le-/feltöltés, ftp, p2p, http protokollal; az utóbbira tipikus megoldások: file hosting (pl. Google Drive), webes fájlküldő-szolgáltatás (pl. Mammuthmail)

- Az internetről származó médiatartalom fogyasztása mellett főleg az szól az érintettek véleménye szerint, hogy különféle szempontokból nagyobb választási szabadságot nyújt és ingyen van (vagy olcsóbb, mint a zenei kiadványok, a mozijegy ára, a tévéelőfizetés díja).
- Ellenérvként a hagyományos tévészéshez, rádiózáshoz való ragaszkodást sokkal többen említik, mint az internet-előfizetés paramétereinek (pl. sebesség, adatkeret) akadályozó voltát.



Bázis: akik fogyasztanak streamelt/letöltött médiatartalmat, n=2106, N=3,9 m;
 akik nem fogyasztanak streamelt/letöltött médiatartalmat, n=999, N=1,9 m

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

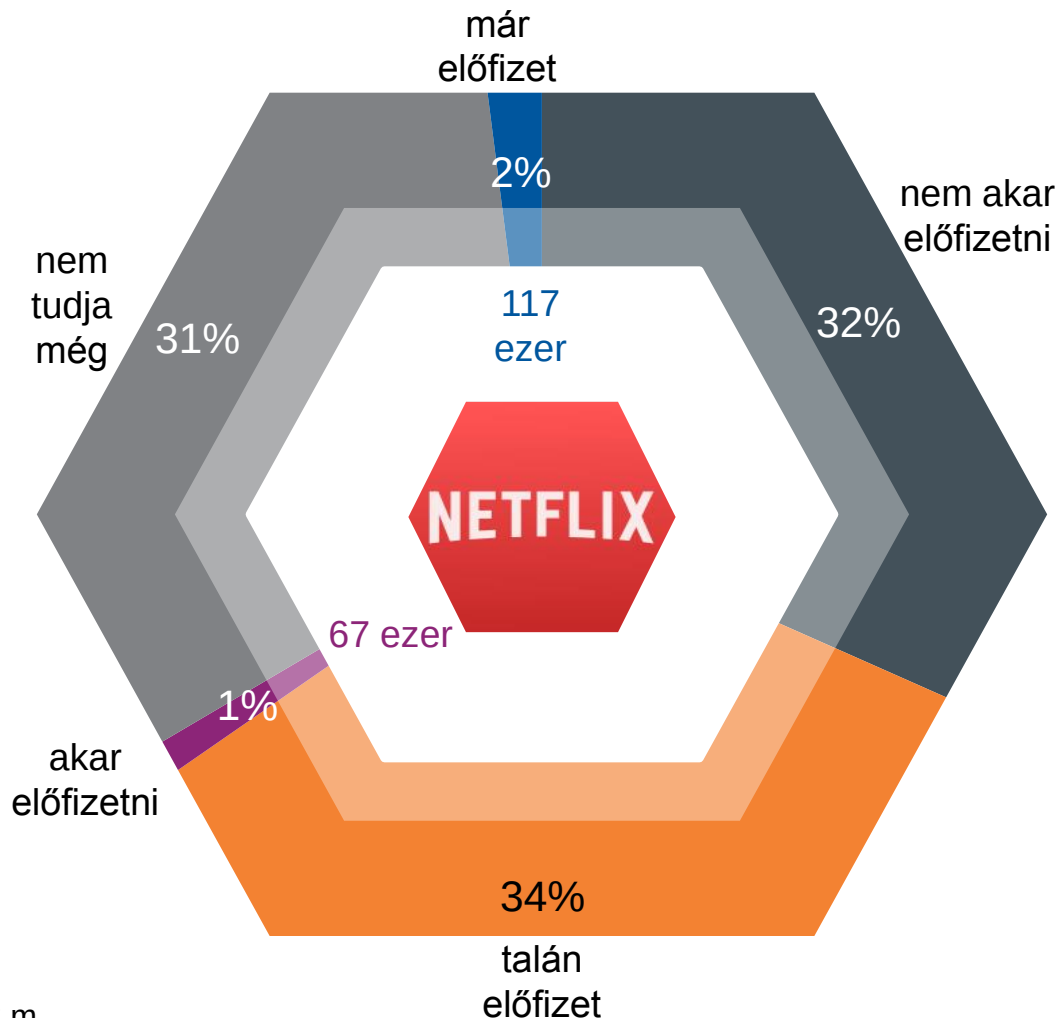


Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

*Pl. Google Play Music, Apple iTunes Radio/Match, Amazon (Prime) Music, Microsoft Groove

**Pl. Google Movies, Apple iTunes Movies, Amazon (Instant) Video, Microsoft Movies

- 2016 januárjában az online videópiacon 2013 óta jelen lévő Netflix (3 ország kivételével*) a világ összes országában elérhetővé tette a szolgáltatását. Az érdeklődők 1 hónapra ingyenes kipróbálási lehetőséget kaptak. Magyarországon az internetezők 13%-a élt a lehetőséggel.
- Bár a Netflix e lépéssel 1 év alatt világviszonylatban 93 millióra növelte az előfizetői számát, hazánkban relatíve is kevés előfizetőt szerzett. Ennek számos oka közül az tűnik a leglényegesebbnek, hogy a Netflix kínálatában kevés a magyar nyelvű vagy magyar feliratos tartalom. Akik már előfizetnek a Netflixre vagy biztosnak gondolják, hogy a közeli jövőben előfizetnek rá, azoknak a többsége szokott idegen nyelvű filmeket nézni, magyar felirat nélkül, azaz egyelőre az angolul jól beszélők számára vonzó a szolgáltatás.
- A nyelvtudás és a trendkövetési hajlam állhat annak háttérében, hogy jelenleg a fiatalok és a diplomások körében jóval élénkebb az érdeklődés a Netflix előfizetése iránt, mint más rétegekben.

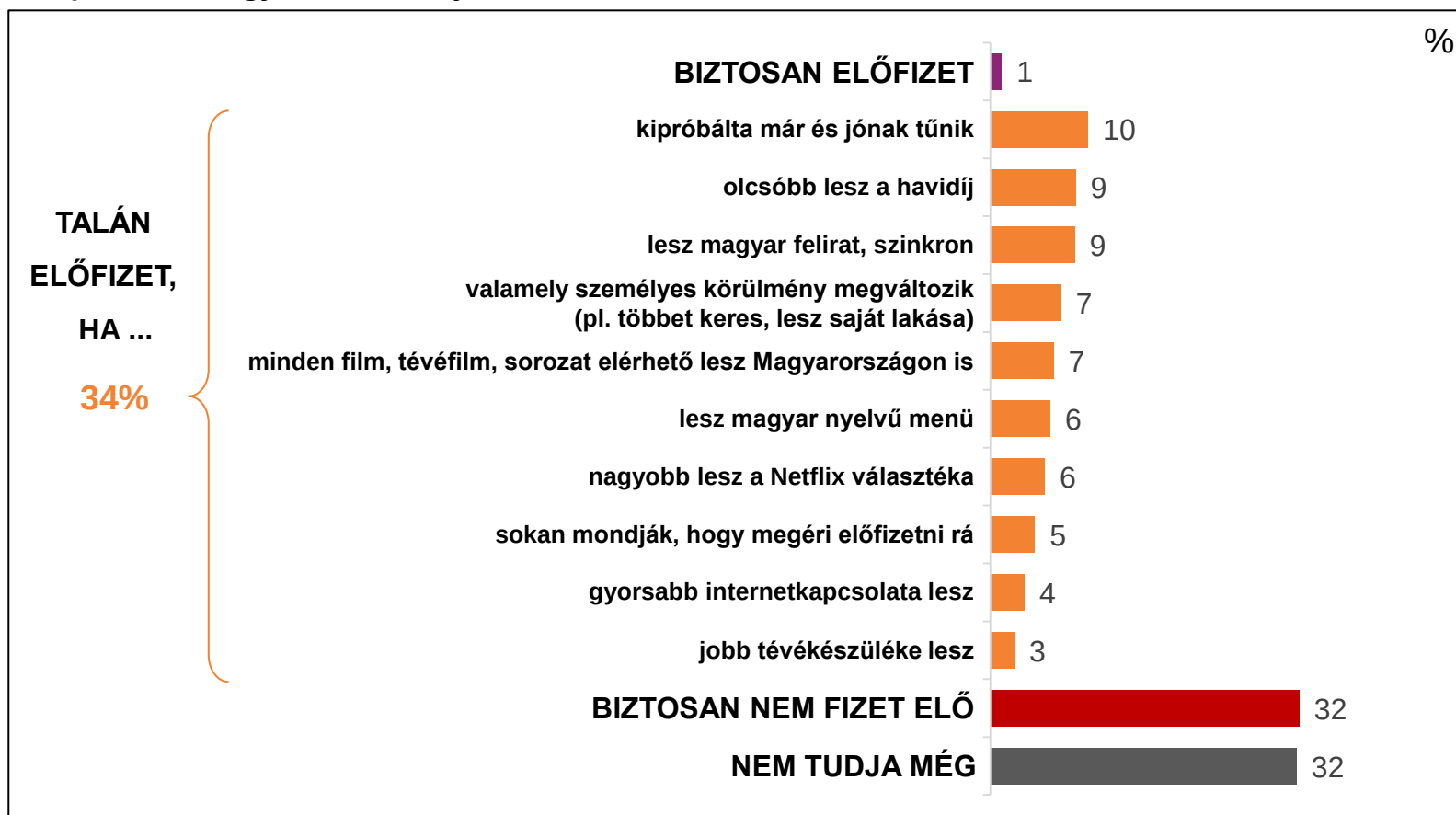


Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

* A három kivétel: Szíria, Észak-Korea, Kína

A Netflixre való előfizetésnek jelenleg – a havidíj nagysága mellett – a személyes tapasztalat hiánya, a nyelvi korlátok és a kínálat limitáltsága jelenti a legfőbb akadályát.

Elképzelhető, hogy valamikor a jövőben előfizet a Netflixre?



Bázis: a Netflixre jelenleg nem előfizetők, n=3042, N=5,66 m



Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

INTERNET HATÁSA AZ ÉLETMÓDRA



Az over-the-top (OTT) kifejezés olyan tartalomszolgáltatást jelent, ahol az internet-hozzáférést nyújtó internetszolgáltató és a tartalomszolgáltató között műszaki vagy üzleti kapcsolat nem jön létre. Mivel az OTT-tartalomra az internetszolgáltatónak nincs befolyása, csak továbbítja azt, a legtöbb jogrendszerben nem is felel a közvetített OTT-tartalomért (például minőség vagy szerzői jog szempontjából).

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

Lényegét tekintve hasonló a helyzet az OTT-s (hangos vagy szöveges) üzenetküldő-szolgáltatásokkal, melyek a telefonszolgáltatók sms- és hangszolgáltatásainak teremtenek konkurenciát az internetszolgáltató által nyújtott internet-hozzáférést használva. A legnépszerűbb OTT-s üzenetküldő-szolgáltatások közé tartozik a Microsoft tulajdonában lévő Skype, a Facebook tulajdonában lévő Messenger, WhatsApp és Instagram, valamint a Twitter, a Viber és az iMessage.

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

Az OTT-tartalmak szolgáltatása és közvetítése konfliktusokat szült az ellentétes érdekű piaci szereplők között, és ezidáig több megoldatlan kérdést is felvetett a gazdasági és jogi szabályozás terén.

Az OTT-szolgáltatásoknak nincs széles körben elfogadott definíciója. Kutatásunkban az alábbi internetes tevékenységeket, illetve weboldalak, alkalmazások, szolgáltatások használatát tekintettük OTT-tartalom fogyasztásának, történjék az bármilyen internetképes eszközön.

mozgóképfilm



audió



hang + cset

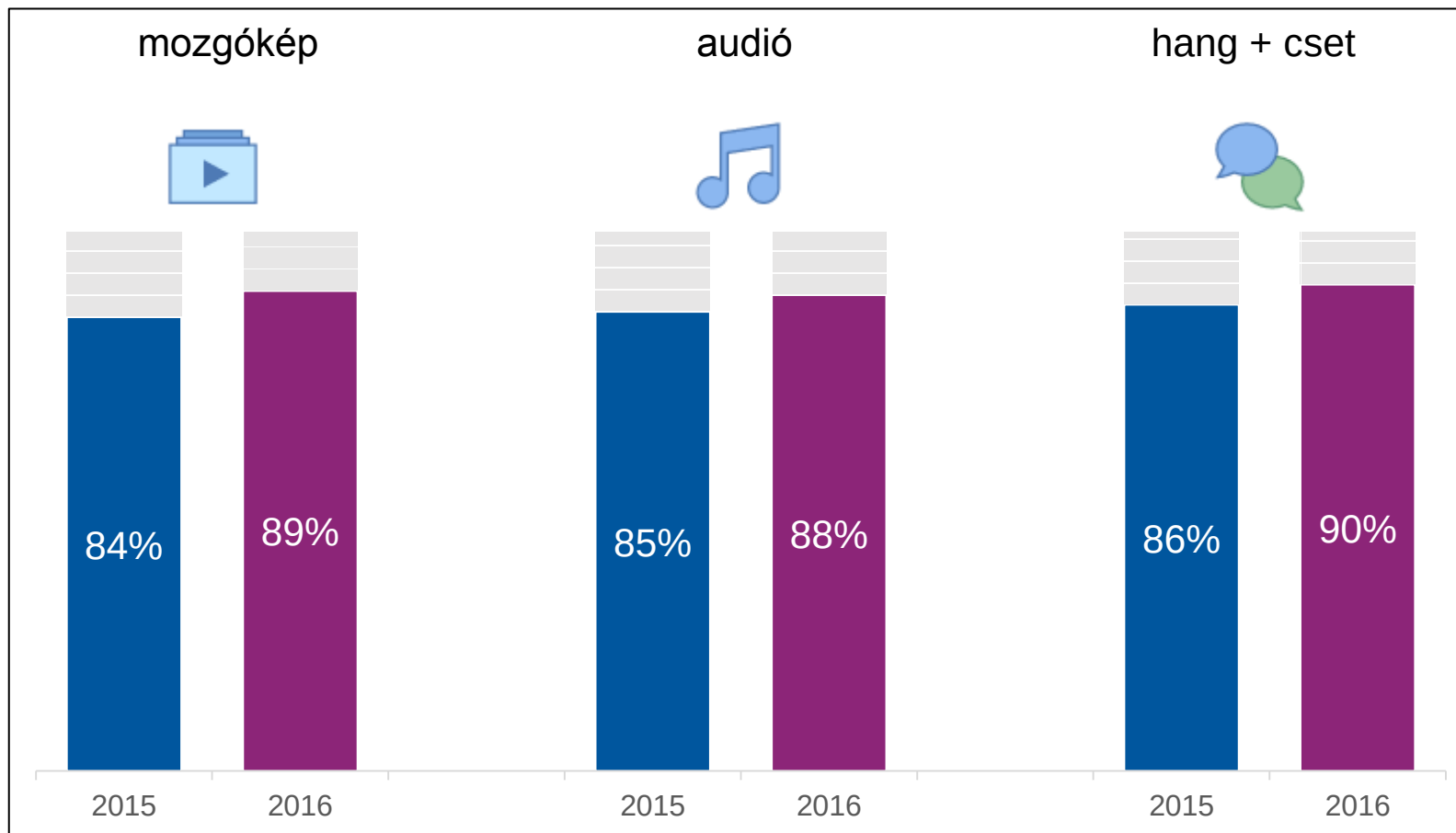


- film, videó, videostream nézése online
- tévéműsor, tévéfilm online nézése adásban vagy utólag
- IndaVideó, Indafilm
- Videá
- YouTube
- Vine
- Netflix
- Hulu
- Fuso TV
- HBO GO
- ITT/OTT TV
- informatikai világcég online film-/tévészolgáltatása
- magyarországi internet- v. mobiltelefon-szolgáltató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

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

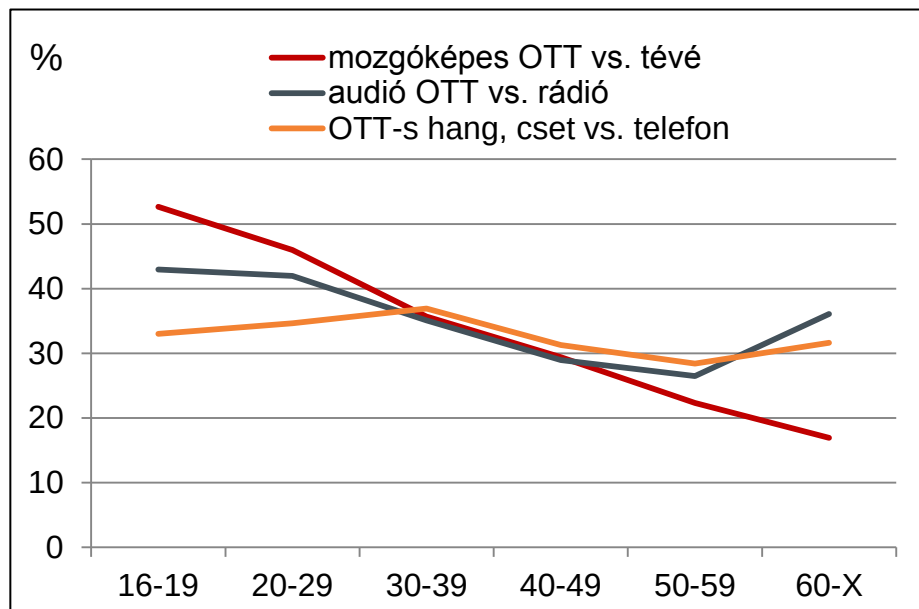
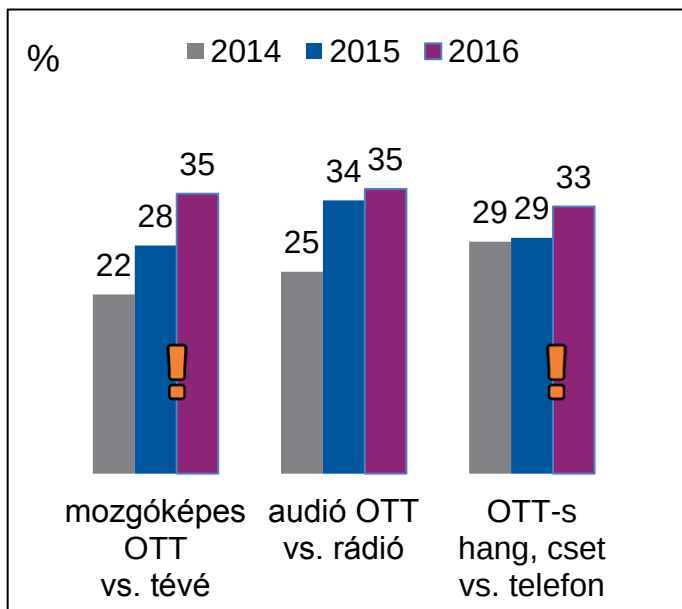
- írásos vagy hangos cset csetprogramon, csetalkalmazáson keresztül vagy weboldalról
- vezetékes- vagy mobiltelefonszám hívása csetprogramból
- Skype
- Facebook Chat/Messenger
- iMessage
- GTalk, Google más csetalkalmazásai
- FaceTime
- Instagram csetalkalmazásai
- Snapchat
- Viber
- WhatsApp

A 16+ éves magyar internetezők 97%-a fogyasztott 2016-ban valamiféle OTT-tartalmat. Az előző évhez képest mind a három vizsgált OTT-s területen bővülésnek vagyunk tanúi.



Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

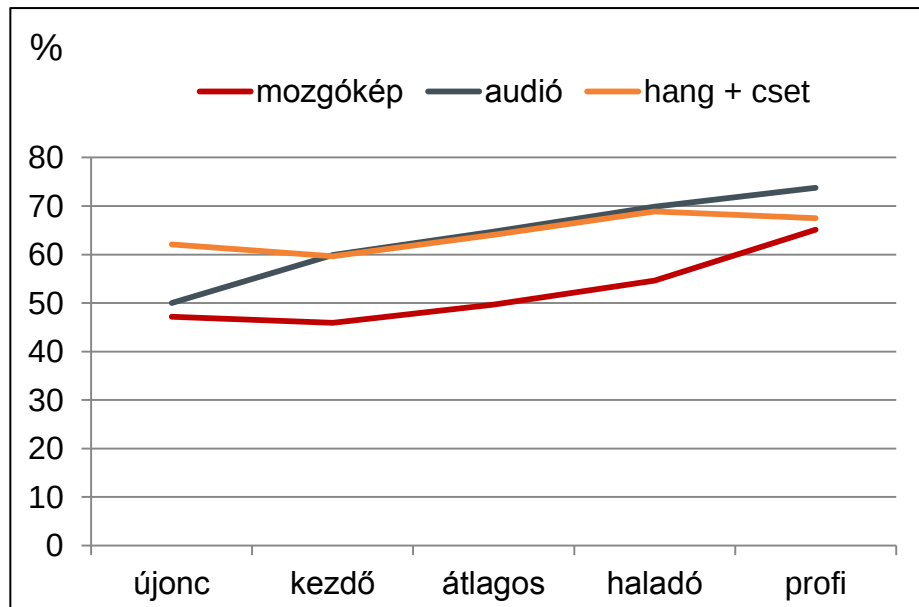
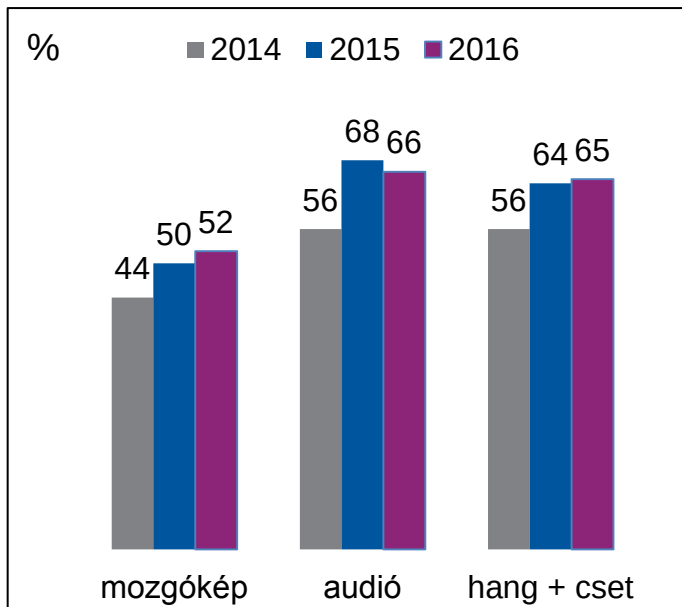
Azok aránya, akik az OTT-tartalmak hatására már egyáltalán nem vagy sokkal kevesebbet veszik igénybe a hagyományos szolgáltatást



- 2016-ban az mozgóképes OTT-tartalom fogyasztása és az OTT-s (hangos vagy szöveges) üzenetváltás felzárkózott az OTT-s audiotartalom fogyasztáshoz a hagyományos kommunikációs módok háttérbe szorítása terén.
- A fiatalok nagyobb arányban adják fel a korábbi szokásokat, mint az idősebbek. Különösen nagy a kontraszt a tévézést illetően. Emellett az is igaz, hogy a fiatalok közül sokan eleve rá sem szoktak a hagyományos módon történő tartalomfogyasztásra. Ugyanakkor a nyugdíjba vonulás változást hoz: a legidősebb korcsoportban elterjedtebb az OTT-s audiofogyasztás és OTT-s üzenetváltás, mint a kevesebb szabadidővel rendelkező aktív keresők körében.

Bázis: akik használnak mozgóképes/audió/(hangos vagy szöveges) üzenetváltásos OTT-tartalmat, és a kérdésekre érdemi választ adtak, n=2566/2481/2796, N=4,8/4,6/5,2 m

Azok aránya, akik nagyon vagy inkább elégedettek az OTT-tartalmakkal
(öt fokú skála top 2 kategóriája)



- Továbbra is igaz, hogy a mozgóképes tartalmakkal kapcsolatos elégedettség mérsékeltebb, aminek háttérében elsősorban a képminőséggel kapcsolatos fogyatékokat sejtjük.
- Az OTT-tartalmakat fogyasztók elégedettsége nem vagy alig különbözik az életkori csoportokban.
- Jelentősen eltér viszont az elégedettség az internethasználati jártasság szerint. Kétféle ok játszhat ebben szerepet: egyrészt a felkészültebb internetezők nagyobb valószínűséggel találnak rá a nekik megfelelő tartalomra, illetve a megfelelő minőségű OTT-szolgáltatásra, másrészt e téren is szükséges bizonyos idő, amíg az internetezők megszokják a hagyományostól eltérő médiafogyasztási, kommunikációs módozatot.

Bázis: akik használnak mozgóképes/audió/(hangos vagy szöveges) üzenetváltásos OTT-tartalmat,
n=2764/2741/2801, N=5,1/5,1/5,2 m

A fizikai környezetünk egyre „okosabbá” válik (okostárgyak, -járművek, -otthonok, -infrastruktúra), egyre több időt töltünk az internetre kapcsolódva és egyre több tevékenységünket végezzük az interneten vagy annak révén. A gondolkodásunkban és a nyelvben kezd elmosódni a határ a virtualitás és a valóság között, mind többen érzik úgy, hogy az internet világa is a valóság része. E kettő: a kibertér és a „hústér” (cyberspace, meatspace) összeolvadását segítik a lakossági használatban is elterjedőben lévő VR és AR technológiák is. Ezek előremutatnak az emberi testbe építhető, internetelérést biztosító chip elterjedése felé.

virtuális valóság (virtual reality, VR)

Ilyen eszköz például az Oculus Rift, a PlayStation VR vagy a Google Cardboard.

Ezek az eszközök „szemüveg” vagy „sisak” formájúak, és a használójuk a valóságos környezet helyett a szoftver által generált környezetet látja, hallja, tapintja. Mivel a használó kötöttségek nélkül léphet interakcióba a virtuális valóság elemeivel, az az érzése, hogy a virtuális valóságban van.

A VR-eszközöket leginkább játékokhoz használják, de számos más felhasználási területük is van (például oktatás, tudomány, orvoslás, marketing).



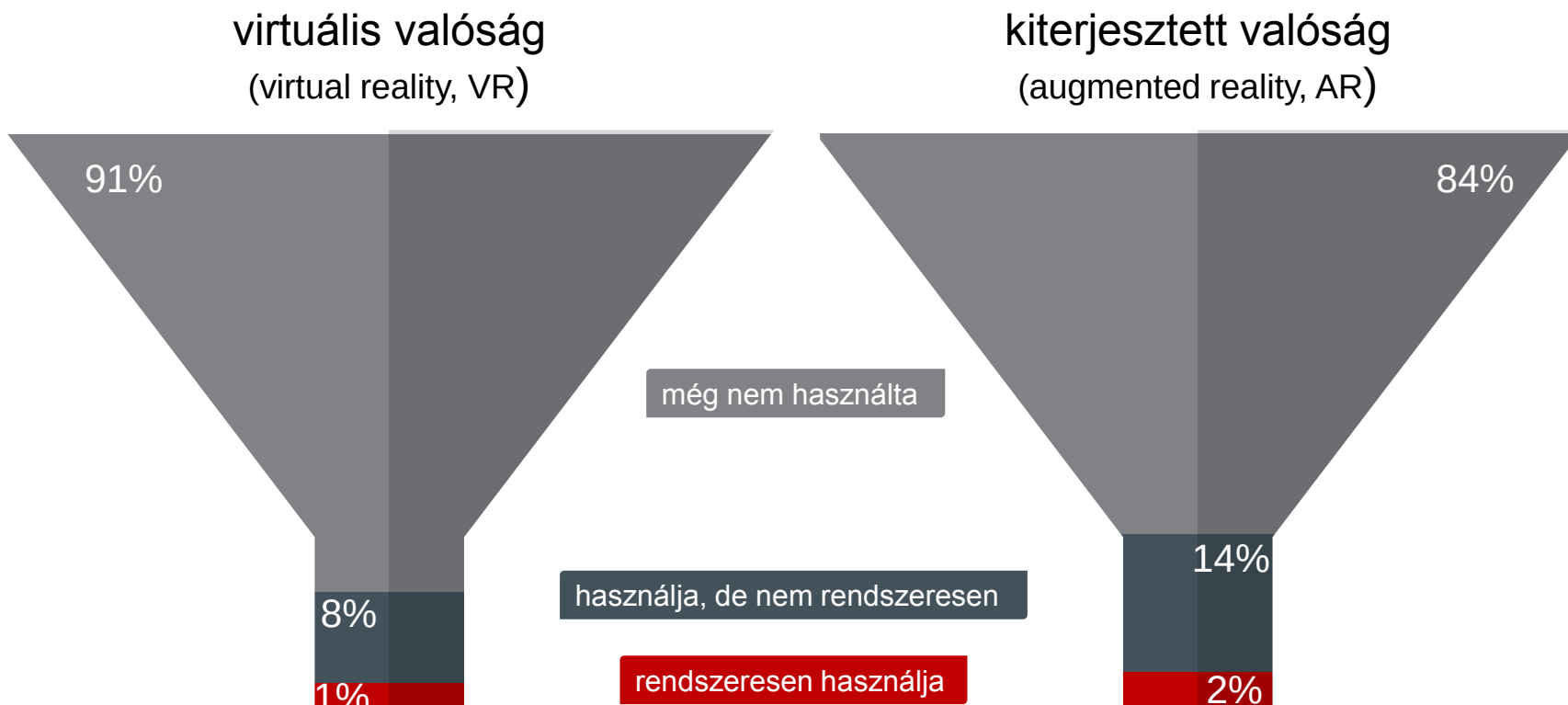
kiterjesztett valóság (augmented reality, AR)

Ilyen alkalmazás például a Pokémon Go.

A használó a képernyőn a valóságos környezetet látja, kiegészítve olyan elemekkel, amelyeket a szoftver generál. A generált virtuális elem a képernyőn beilleszkedik a valóságos környezetbe, és a látványa, hangja interakcióban áll azzal. A használó az eszközén meghatározott típusú interakciókba léphet a virtuális elemmel.

Az AR technológiát leginkább játékokhoz használják, de számos más felhasználási területük is van (például oktatás, tudomány, sport, autós navigáció).





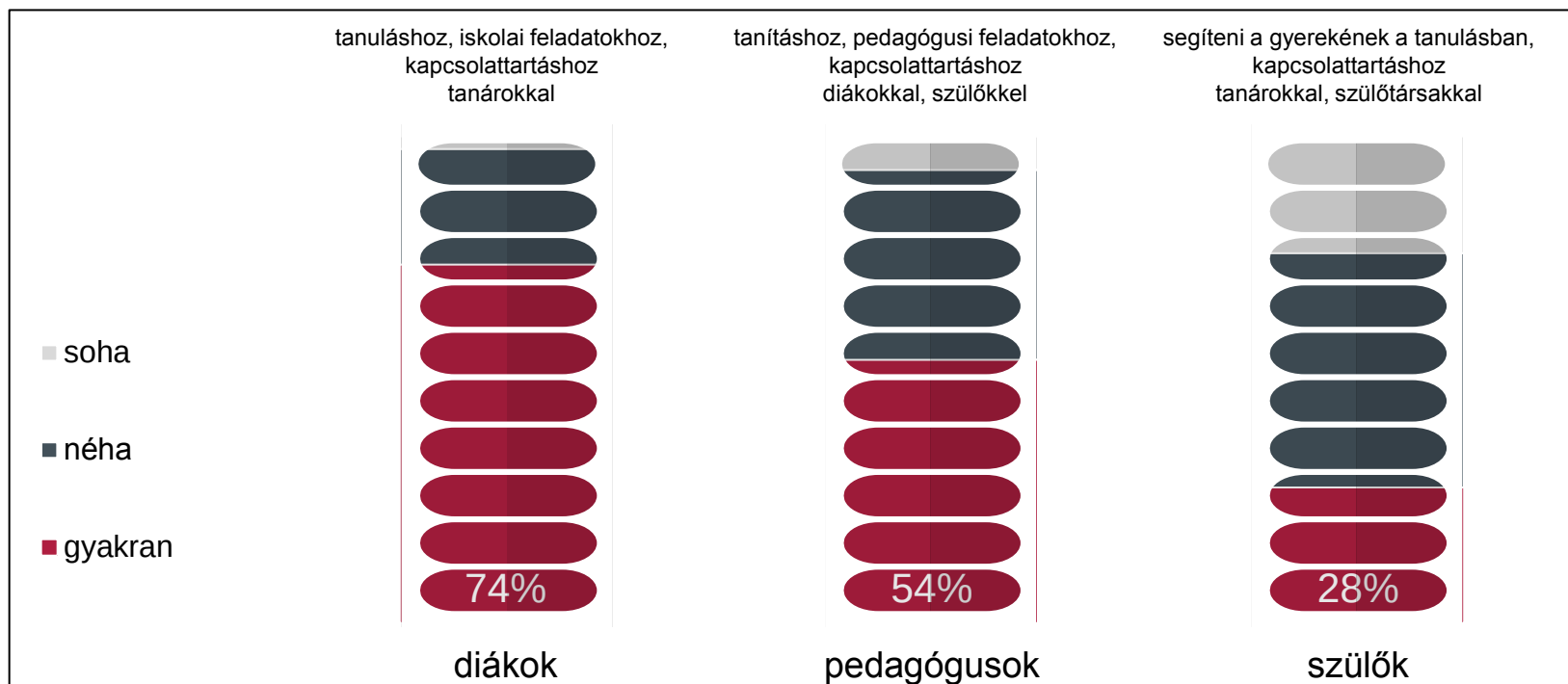
Mindkét technológia kipróbálót, illetve jelenlegi használóit a férfiak, a fiatalok, a budapestiek, az internethasználatban az átlagosnál járatosabbak magas aránya jellemzi.

Hogy a Magyarországra júliusban megérkezett Pokémon Go mekkora érdeklődést keltett, azt jól illusztrálja, hogy a Google 2016. évi magyar nyelvű keresési toplistáján* harmadikként szerepel a futball Eb és a riói olimpia után.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

* <https://www.google.com/trends/>

AZ INTERNET HASZNÁLATA

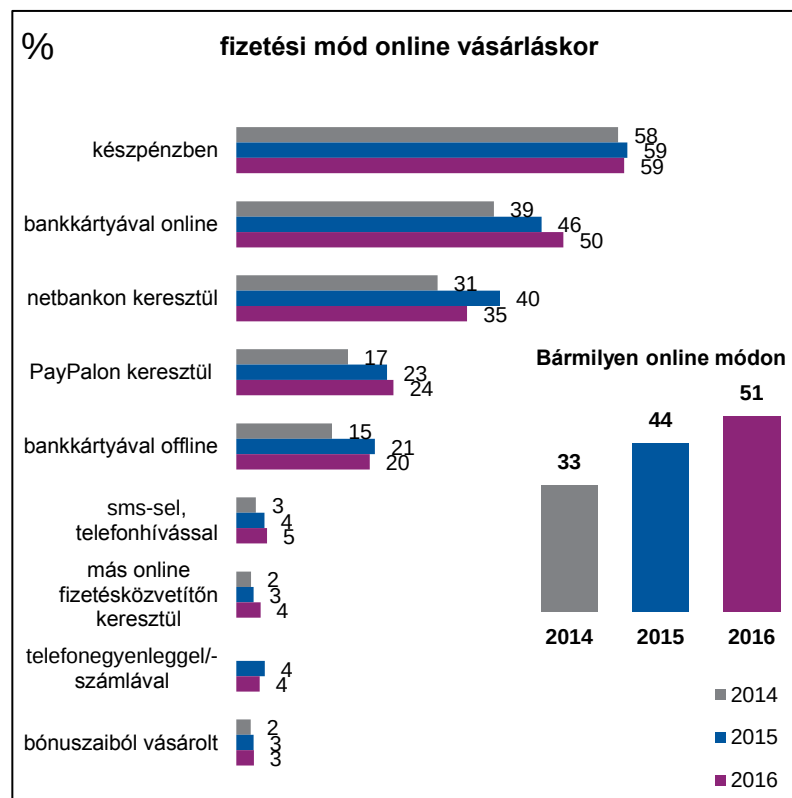
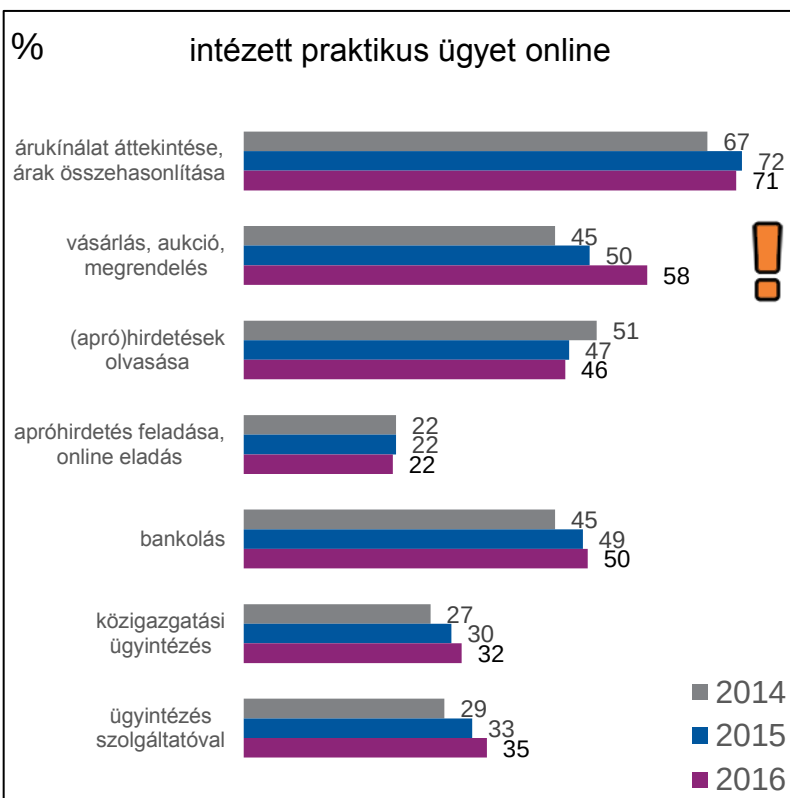


- A 16+ éves internetező diákok háromegyede, az internetező pedagógusok mintegy fele, a diákok szüleinek egynegyede használja gyakran az internetet oktatással összefüggő célból.*
- A diákok és a tanáraik az oktatási rendszer felső szintjén gyakrabban használják az internetet oktatással kapcsolatos célból, mint az alsóbb szinteken. A szülőknél azonban ennek a fordítottja igaz – feltehetően a szülők többsége már nem tud segíteni a gyerekének a felsőfokú tanulmányaiban.

Bázis: diákok/pedagógusok/szülők, n=377/107/863, N=0,7/0,2/1,6 m

*Ezeket az adatokat nem lehet kivetíteni az összes diákra/pedagógusra/szülőre, mivel kutatásunk csak az internetezőket reprezentálja

- Az előző évhez képest számottevően nőtt az interneten vásárlók aránya: 2016-ban fordult elő első ízben, hogy az internetezők többsége vásárolt online az adatfelvételt megelőző fél évben.
- Továbbra is leggyakrabban készpénzzel fizetnek az online vásárlók, de kissé elterjedtebbé váltak az online fizetési módok (bankkártyával vagy PayPalon, más fizetesközpontján keresztül).



Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m, illetve akik vásároltak online az utóbbi fél évben, n=1810, N=3,4 m

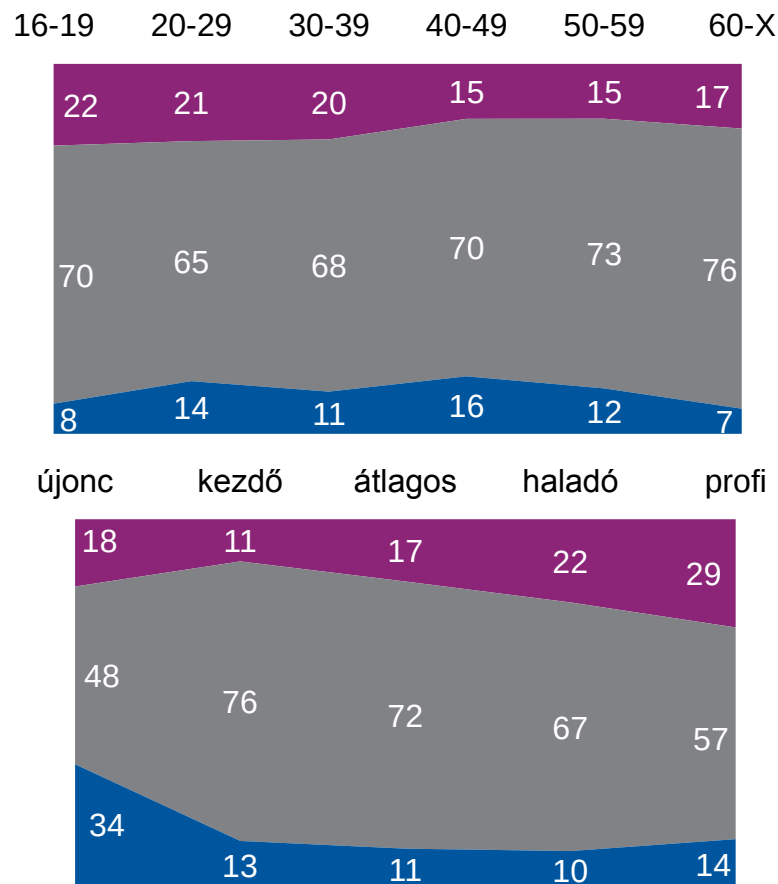
- A különféle korosztályok érzete az internethez való hozzászokásukat illetően kevésbé különbözik.
- Jóval inkább befolyásolják ezt az érzetet az alábbi, egymással összefüggő jelenségek:

hány helyszínen internetezik	hányféle eszközzel internetezik	internetezik-e kézi eszközzel
napi hány órát internetezik	2000 előtt v. után kezdte az internetezést	gyerek v. felnőtt korában kezdte az internetezést
előnyben részesíti-e az internetet a hagyományos médiával szemben		mennyire járatos az internetezésben

Q: Ha Ön valamilyen okból a következő 3 hónapban egyáltalán nem internetezhetne, hogyan érezné magát?



Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



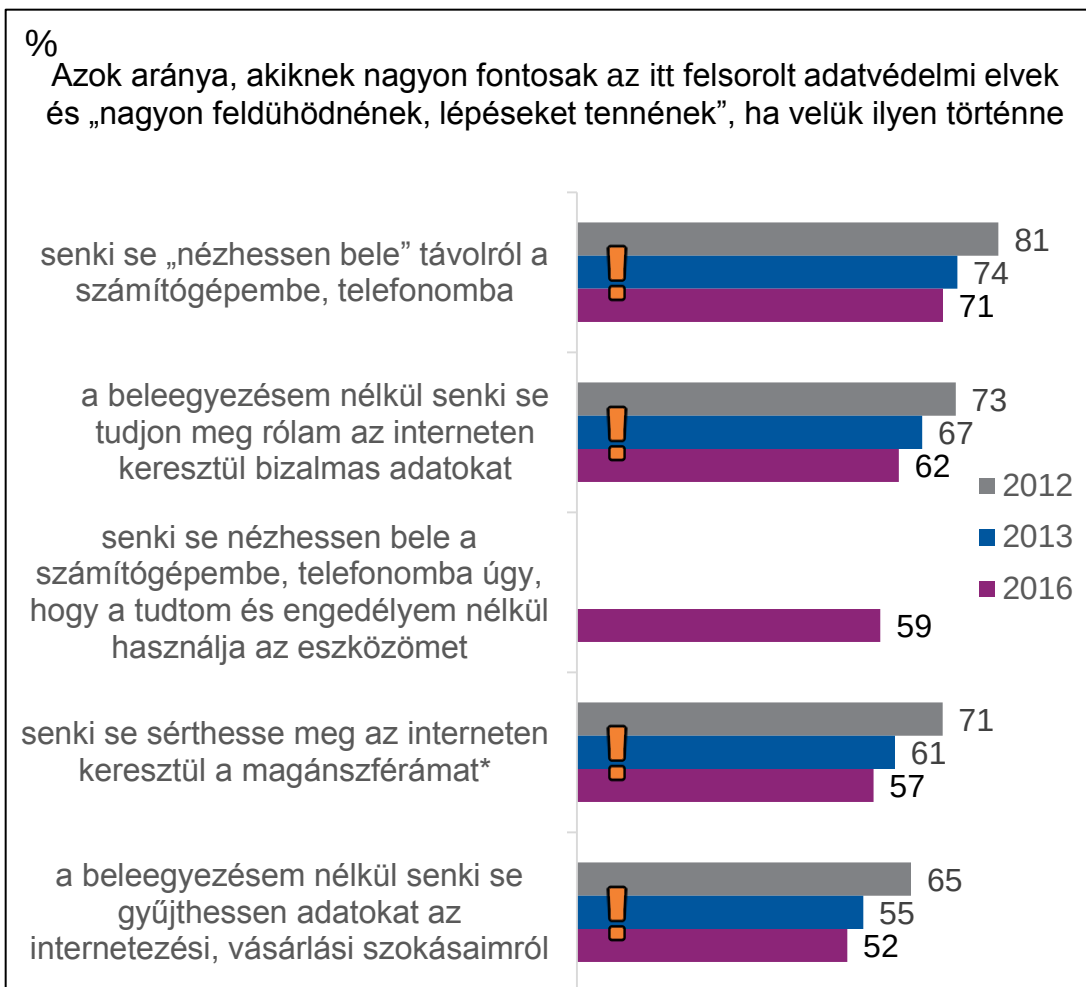


NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

TUDATOSSÁG, ÓVATOSSÁG AZ INTERNETEN





- Az elmúlt 5 évben csökkent az internetezők érzékenysége az infokommunikációs eszközökön tárolt adataik bizalmasságát illetően. Ez nem csupán magyarországi jelenség, számos más országból érkeznek sajtóhírek arról, hogy az emberek egyre inkább elfogadják: ami az internetre kerül, az nem privát információ.
- Mindazonáltal a 16+ éves internetezők több mint felét ingerelné, ha egy szervezet vagy magánszemély az interneten keresztül vagy az ő eszközét használva információkhoz jutna róla, noha – ahogyan ezt a következő diákon látjuk – meglehetősen bizonytalanok az ismereteik az internetes adatgyűjtés kiterjedtségéről és mélységéről.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

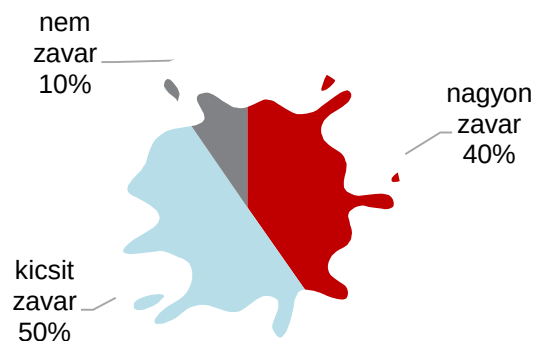
*A kérdőívben ezzel a példával magyaráztuk meg a jelenséget:

„Pl. ilyen eset lehet, amikor valakinek a belegegyezése nélkül nyilvánosságra hozzák a fotóját, a valódi nevét, az emailjét.”



A tech-cégek nem teszik átláthatóvá, hogy milyen adatokat gyűjtenek, tárolnak hosszú ideig, elemeznek az internetezőkről, és milyen célokra használják azokat, ezért adatbiztonsági szakértők sem ismerik teljesen pontosan e tevékenységüket, hanem a tapasztalatokból következtetnek rá. Abban azonban biztosak lehetünk, hogy minden óriáscég kiterjedt felhasználókövetési gyakorlatot folytat. Csupán a célzott hirdetések elemzése alapján a Washington Post 98 pontos listát tett közzé a Facebook által gyűjtött személyes adatokról, mely a lakás méretétől a jövedelmen át a pártszimpátiáig számos érzékeny információt sorol fel.* Egy osztrák adatbiztonsági aktivista elkérte a Facebooktól a róla tárolt adatokat, mire 1222 oldalas dokumentumot kapott, holott csak 3 hónapig és alkalmászerűen használta a Facebookot. A dokumentum nemcsak a privát üzeneteit, hanem a törölt privát üzeneteit is tartalmazta.** Nemrégiben egy belga bíróság megállapította, hogy a Facebook olyan internetezőkről is gyűjt adatokat, akik nincsenek nála regisztrálva.***

Q: Zavarja Önt, ha egy szolgáltató, weboldal adatokat gyűjt Önről, az internethasználatáról (esetleg az Ön tudomása vagy beleegyezése nélkül is)?



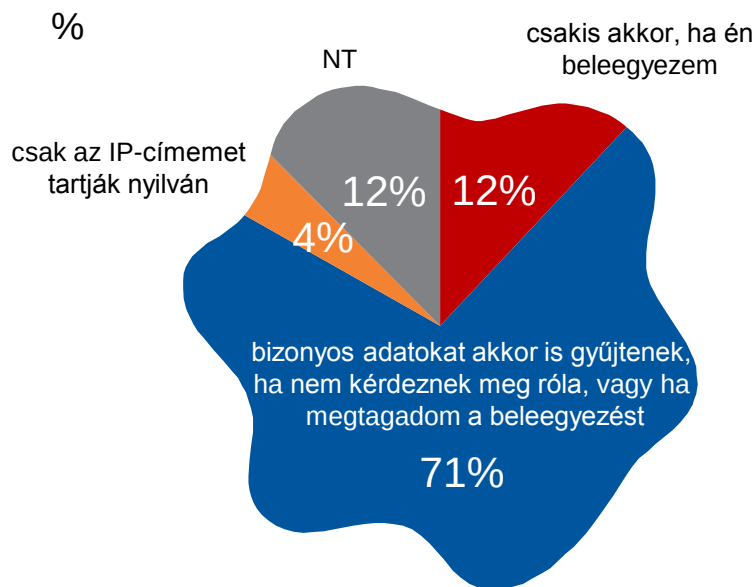
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

*www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/08/19/98-personal-data-points-that-facebook-uses-to-target-ads-to-you/?utm_term=.cdb2c3910805

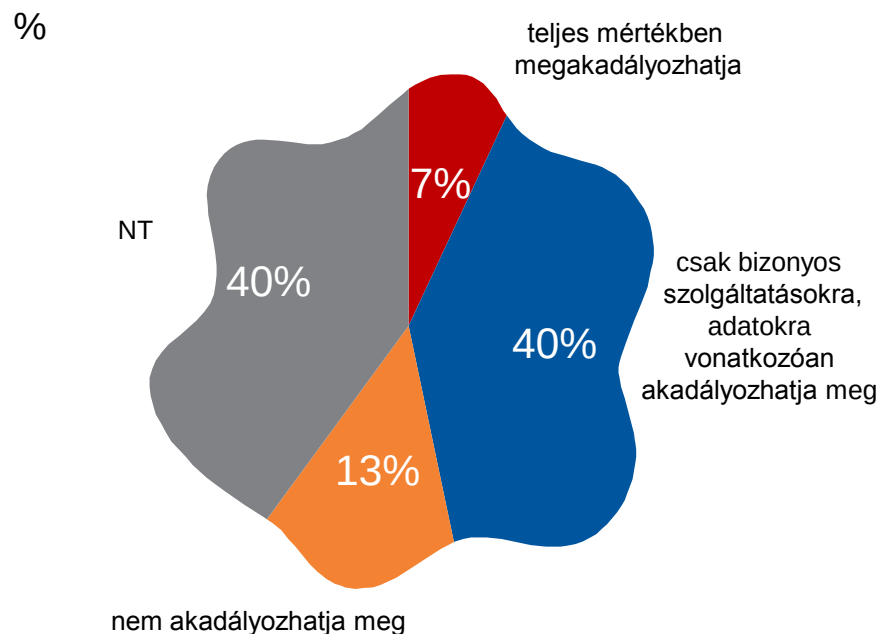
**<http://www.bbc.com/news/business-36854292>

***<http://www.bbc.com/news/technology-36671941>

Q: Mely esetben gyűjtenek adatokat a szolgáltatók Önről, az internethasználatáról?



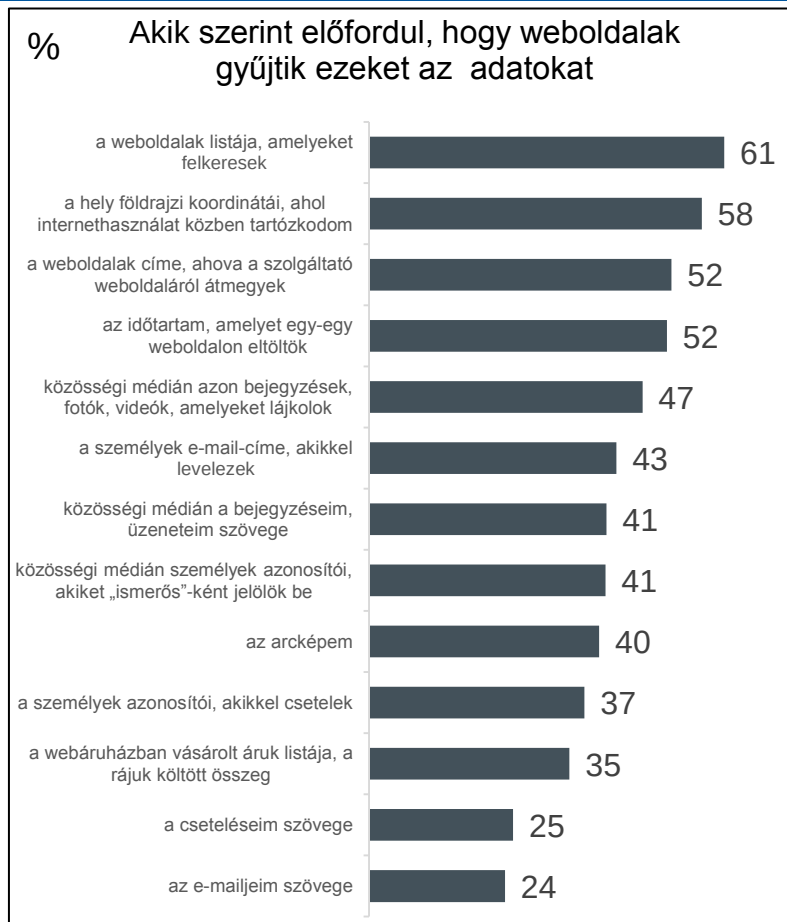
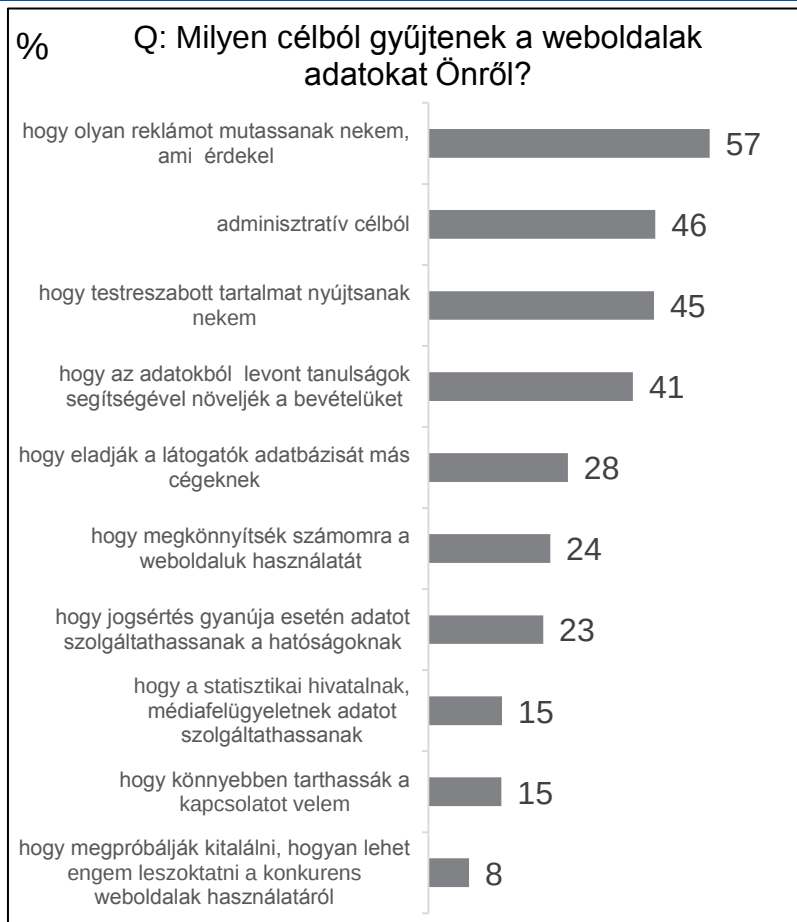
Q: Az internethasználó megakadályozhatja a számítógépe, telefonja megfelelő beállításával, hogy adatokat gyűjtsenek róla, az internethasználatáról?



A 16+ éves magyarországi internetezők többsége tisztában van vele, hogy az internetszolgáltató és tartalomszolgáltató cégek a beleegyezésük nélkül is követik az internetes aktivitásukat, az azonban csak egy kisebbség számára világos, hogy nem nyújtanak valódi védelmet az internethasználónak a szolgáltatók által felkínált lehetőségek (pl. cookie letiltása, inkognitó mód a böngészőben, a bejegyzés, email, chatlog törlése).

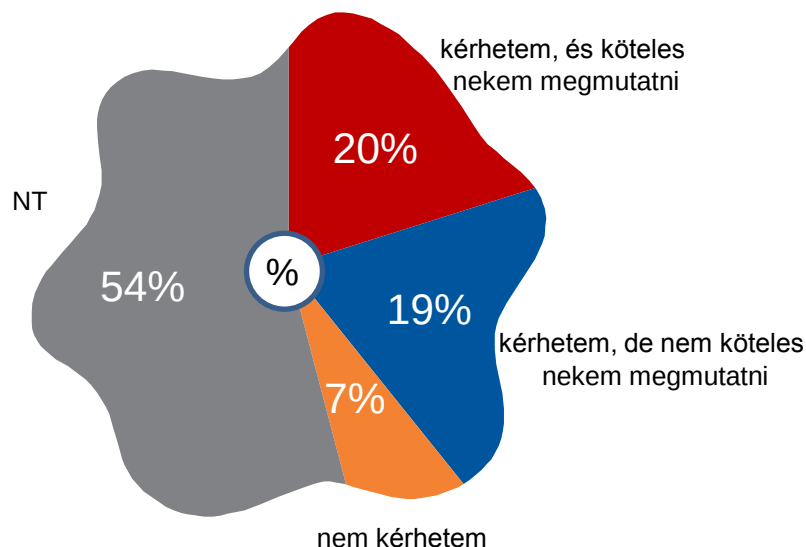
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

Az internetezők többsége alábecsüli az internetszolgáltató és tartalomszolgáltató cégek adatétvágyát, az adatbázis-építő robotok elemzőképességét, ami óvatlan online magatartáshoz, hátrányos következményekhez vezethet. (Ilyen lehet például iskolai/munkahelyi/családi konfliktus FB-üzenet miatt, vízumkérés elutasítása emailben írt meggondolatlan kijelentés miatt, egyoldalú informálódás annak köszönhetően, hogy a közösségi média által kínált testreszabási lehetőségek és kényelmi szolgáltatások „leszoktatják” az internetezőket más hírforrások használatáról.)

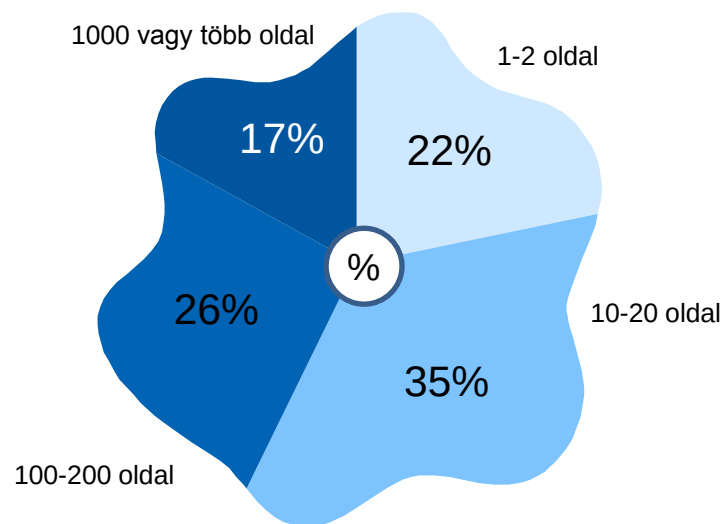


Bázis: akik szerint az internetszolgáltató, tartalomszolgáltató cégek gyűjtenek adatot róluk, n=2519, N=5,8 m; összes válaszadó, n=3105, N=4,7 m

Q: Tudomása szerint kérheti Ön a szolgáltatót, hogy mutassa meg Önnek, milyen adatokat tárol Önről, az internethasználatáról?



Q: Mit gondol, ha Ön kérné egy szolgáltatótól, hogy mutassa meg Önnek, milyen adatokat tárol az Ön internethasználatáról, akkor Ön kb. hány oldal terjedelmű dokumentumot kapna?



- A 16+ éves magyarországi internetezők négyötöde nem tud arról, hogy a szolgáltató kérésre köteles megmutatni a felhasználónak a róla tárolt adatokat.
- Minden bizonnyal joggal feltételezhetjük, hogy a piacvezető tartalomszolgáltatók esetében a többség messze alulbecsli a tárolt személyes adataik mennyiségét.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

Q: Tapasztalata szerint mennyire megbízhatók
a weben olvasható információk?

általában megbízhatók



van sok téves/megtévesztő célú információ is, de a többség megbízható



van sok helytálló/jószándékú információ is, de a többség megbízhatatlan



általában megbízhatatlanok



Q: Melyik kijelentés jellemzi
Önt a legjobban?

Az az alapállásom, hogy hiszek a weben olvasott információknak.



Egészséges fenntartással kezelem a weben olvasott információkat..



Gyanakvással kezelem a weben olvasott információkat.



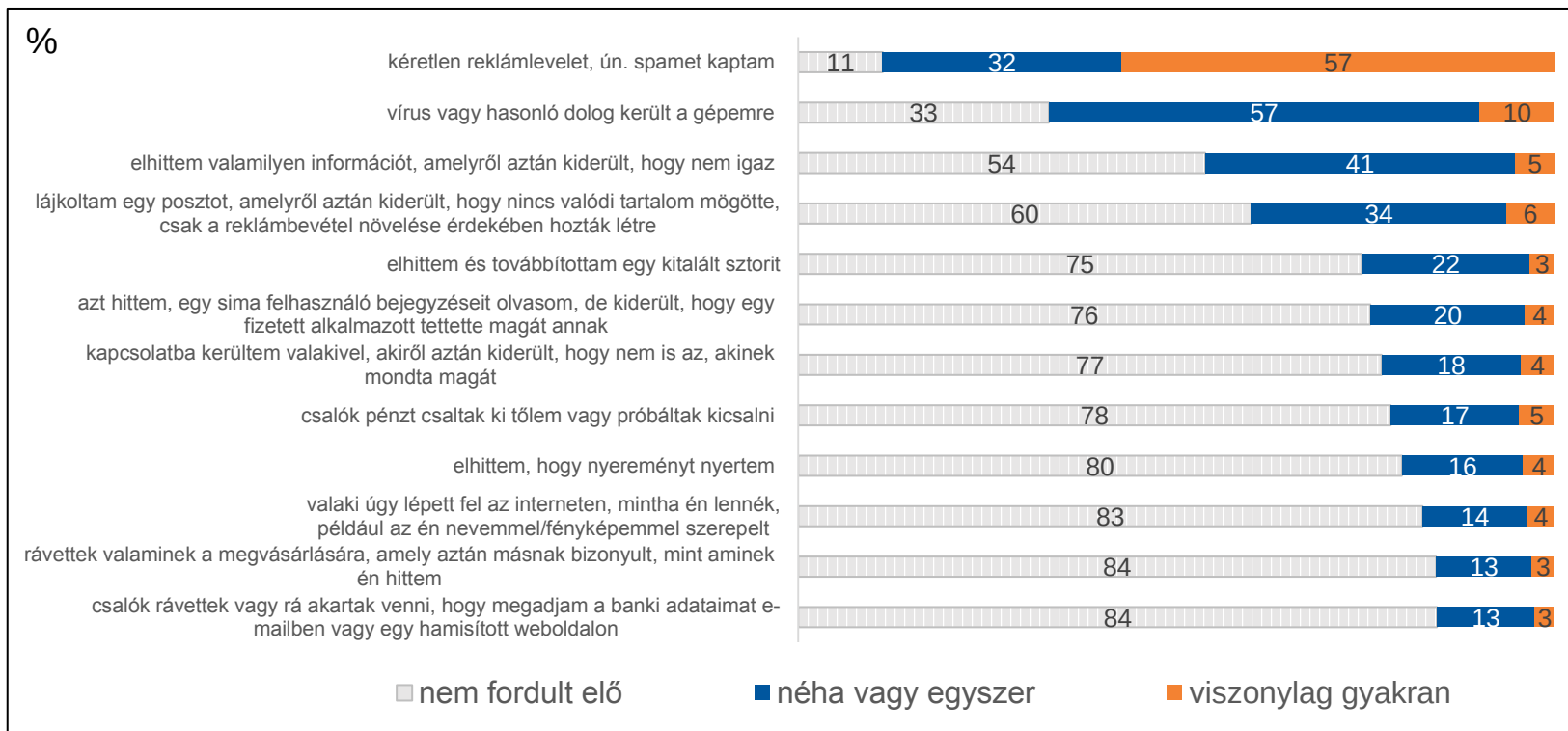
Az az alapállásom, hogy nem hiszek a weben olvasott információknak.



- A magyarországi internetezők döntő része megbízhatónak találja a webes információkat, és úgy érzi, hogy egészséges fenntartással kezeli őket.
- Ezek a nézetek nem függenek össze az internetező életkorával vagy internethasználati járatosságával és más fontos statisztikai jellemzőjével sem.

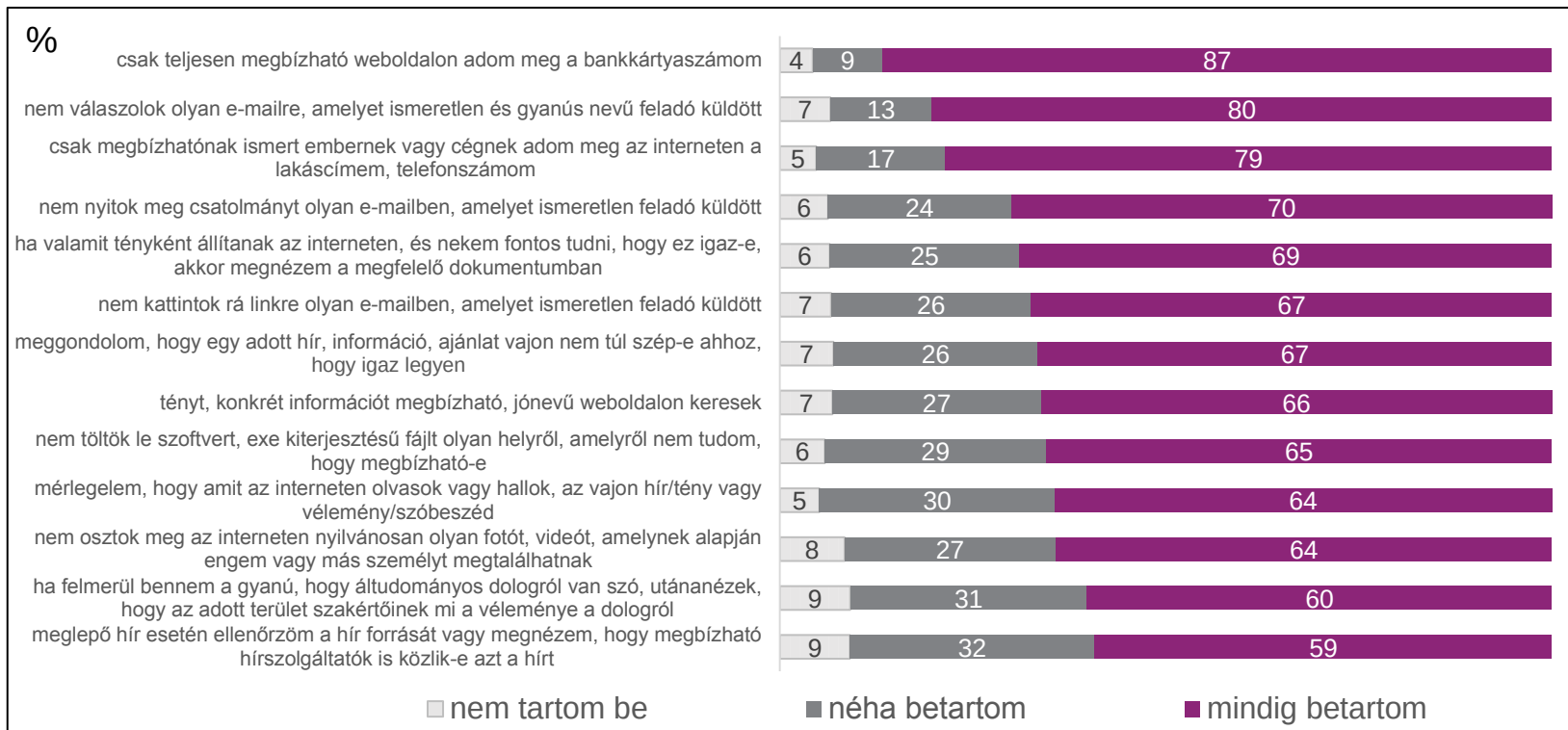
Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

KELLEMETLENSÉG, KÁR INTERNETHASZNÁLAT KAPCSÁN: az utóbbi 1-2 évben



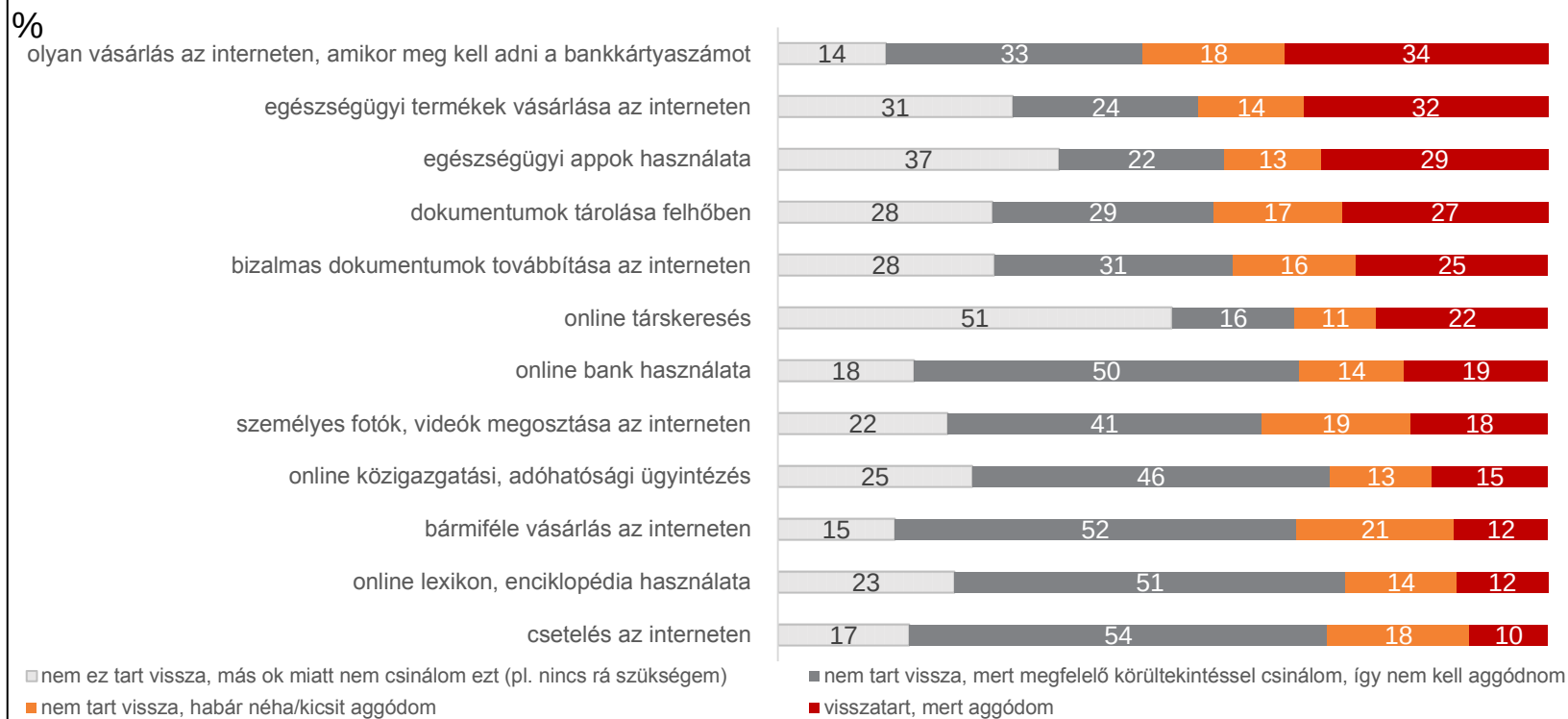
- E negatív események előfordulása egyrészt azzal áll összefüggésben, hogy ki mennyi időt tölt manapság internetezéssel, másrészt pedig azzal, hogy mennyi tapasztalata van az internetezésben, milyen régóta internetezik. Az előbbi faktor növeli, az utóbbi csökkenti a kellemetlenség, kár előfordulásának gyakoriságát.
- Azt, hogy viszonylag gyakran érték őket efféle kellemetlen meglepetések, főként az újonc internetezők jelezték.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



- Általában minél régebb óta internetező valaki, annál valószínűbb, hogy betartja a fenti „szabályokat”, tehát az óvatos internethasználat is tapasztalat, tanulás kérdése.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m



- Akik 15-25 éve interneteznek, azokat jóval kevésbé tartja vissza e lehetőségek kihasználásától az aggodalom, mint az utóbbi néhány évben internetezővé váltakat.
- A csetelés, a fotók, videók megosztása és az online lexikon használatának eseteit kivéve a nőkre nagyobb visszatartó erővel bír a kockázat tudata, mint a férfiakra. A legnagyobb eltérés a két nem között az online társkeresés terén van.

Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m

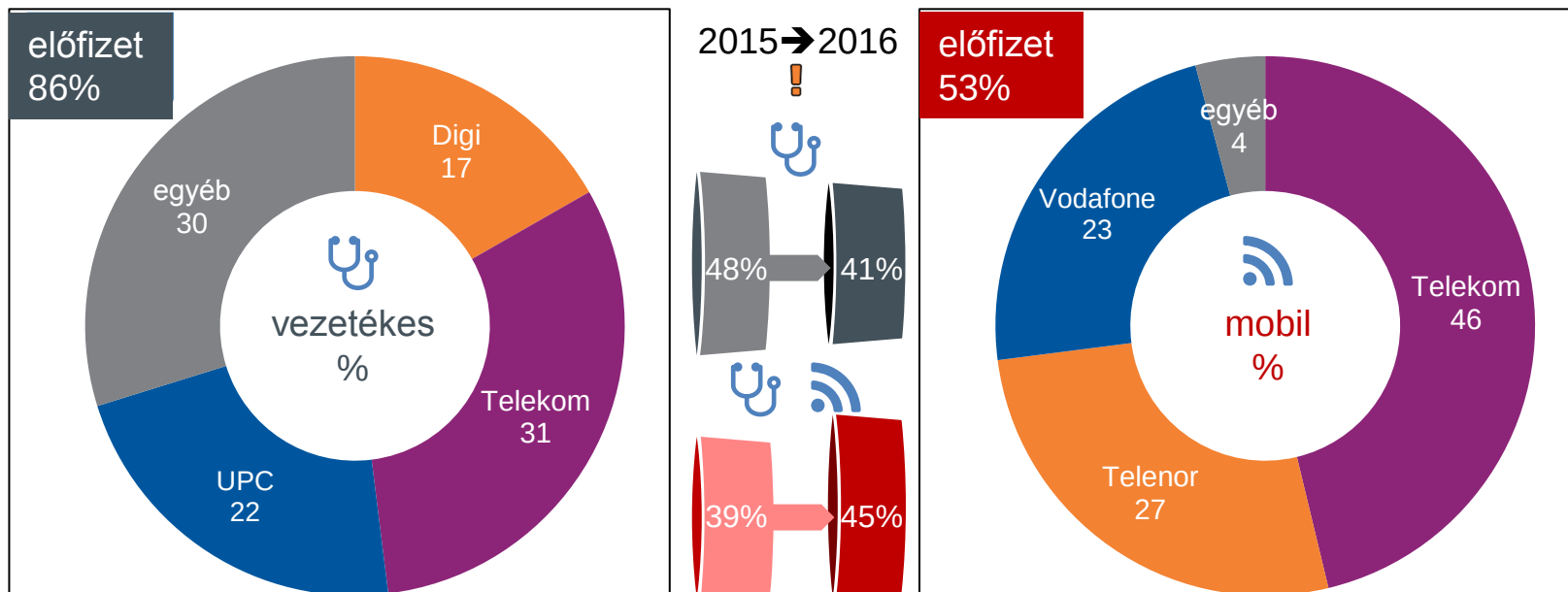


NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

INTERNET- ELŐFIZETÉS





- 2015 óta nem változott a vezetékes és 5 százalékponttal nőtt a mobilinternet-kapcsolatra előfizetők aránya. A főbb szolgáltatók piacrésze nem változott számottevően.
- Ritka (7%), hogy valakinek se vezetékes-, se mobil-előfizetése nincs, és ugyancsak ritka, hogy csakis mobil-előfizetése van (7%).
- Ez évben első ízben a mindkét típusú előfizetéssel rendelkezők aránya (45%) meghaladja a csak vezetékes internet-hozzáférésre előfizetők arányát (41%).

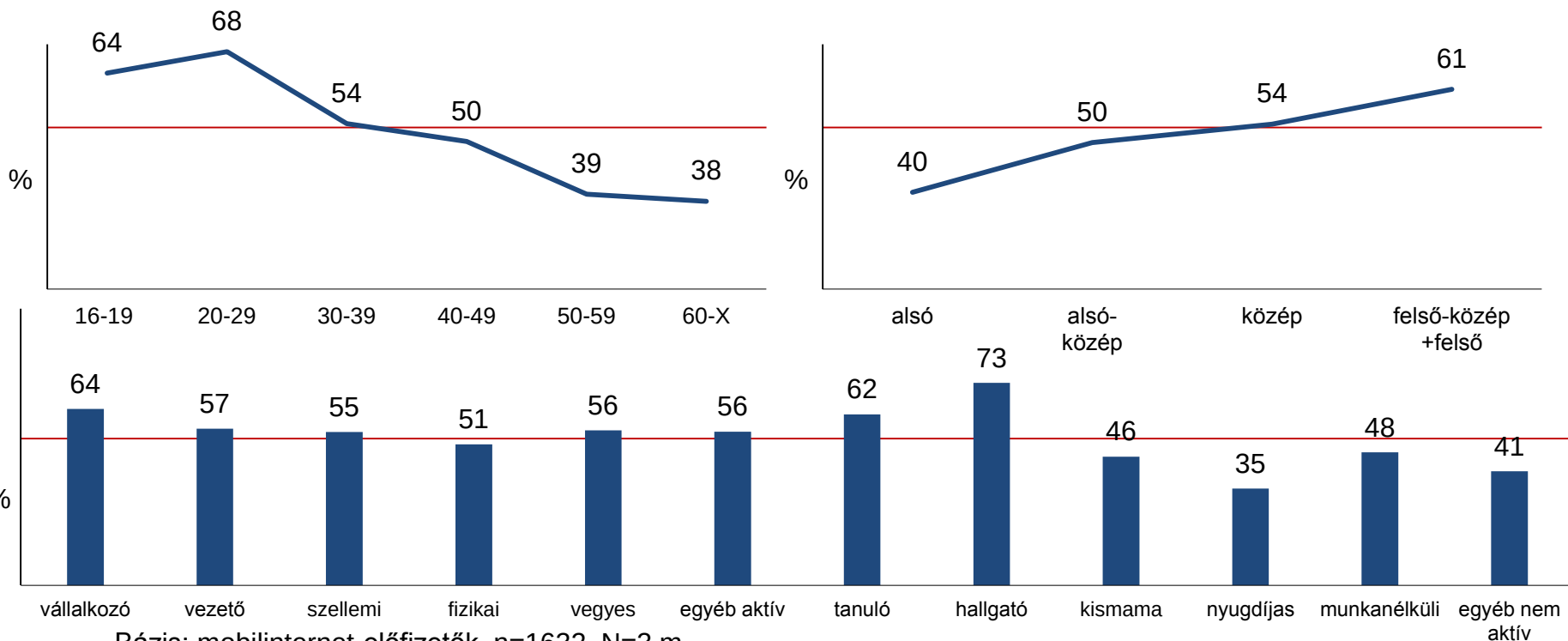
Bázis: vezetékes-/mobilinternet-előfizetők, n=2679/1632, N=5/3 m

A magyar 16+ éves internetezők 53%-a fizetett elő 2016 végén MBB internetkapcsolatra. (Az ábrákon piros vonal jelzi ezt az adatot.) MBB-előfizetése sokkal gyakrabban van azoknak, akik hordozható eszközön (is) interneteznek (59%), mint azoknak, akik csak nem-mobil eszközön interneteznek (16%). Nem tér el lényegesen a laptopon, tableten, illetve okostelefonon internetezők MBB-előfizetési gyakorisága.

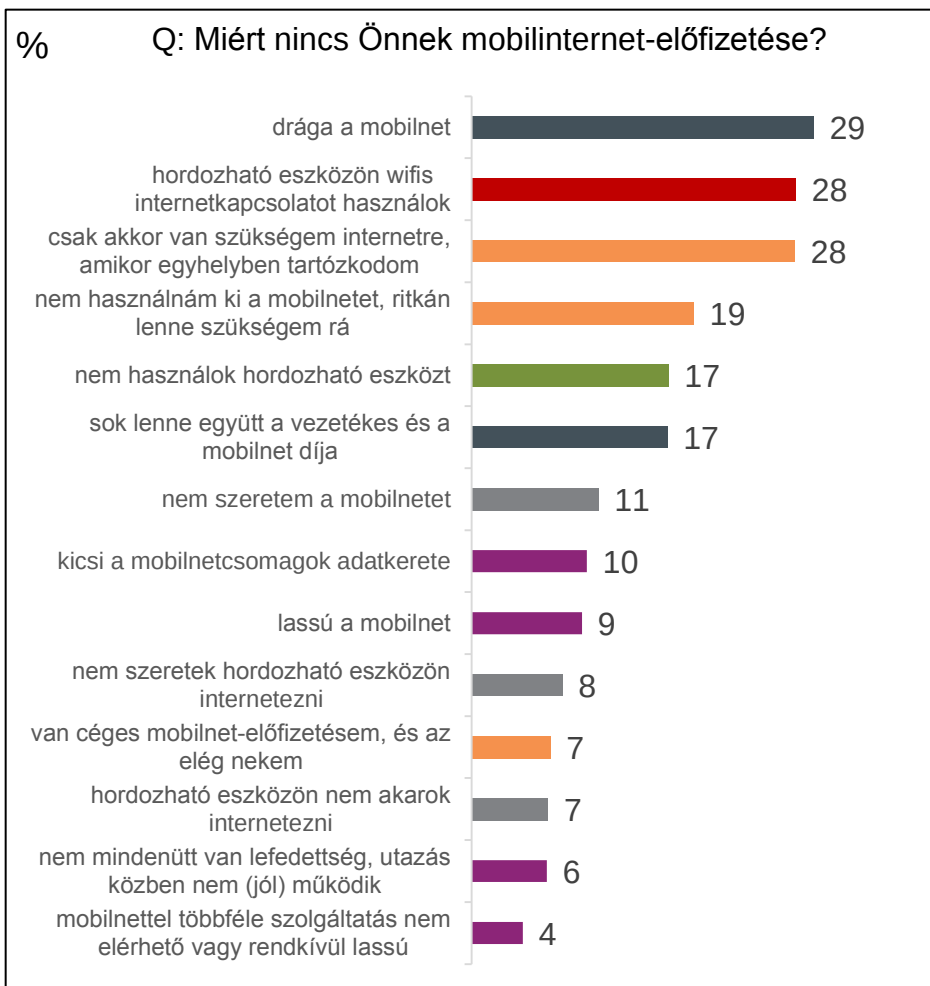
Az eszközhasználattal is összefüggésben az MBB-előfizetés az egyre fiatalabbak, egyre jómódúbbak, egyre járatosabb internetezők körében emelkedő tendenciájú. Az újoncok 33%-a, a profi internetezők 73%-a fizet elő MBB-re.

Kedvező társadalmi fejlemény, hogy a korábbi években e téren tapasztalt jelentős különbség a kis és a nagy települések lakói között számottevően mérséklődött, csaknem megszűnt.

Az aktív keresők különféle csoportjai majdhogynem azonos arányban fizetnek elő MBB-re, a tanulók, felsőoktatási hallgatók náluk jóval magasabb, az egyéb, gazdaságilag nem aktív csoportok pedig jóval alacsonyabb arányban.



Bázis: mobilinternet-előfizetők, n=1632, N=3 m



Akik nem fizetnek elő mobilnetre, hatféle okot hoznak fel erre indokul (megemlítjük azon csoportokat is, melyekre az adott ok jellemzőbb az átlagosnál):

 idegenkedés a mobiltechnológiától – 19%

40+ évesek

 eszközhiány – 17%

50+ évesek, átlagosnál rosszabb anyagi helyzetűek

 konkurens technológia (wifi) – 28%

16-49 évesek

 MBB magyarországi jellemzői – 19%

16-39 évesek

átlagos és annál fejlettebb internethasználati jártasságúak

tanulók, hallgatók

 életmód – 47%

30+ évesek (kismamák, háztartásbeliek, nyugdíjasok)

 pénz – 36%

16-39 és 60+ évesek

alsó, alsó-közép és közepes szubjektív anyagi helyzet tanulók, hallgatók, munkanélküliek

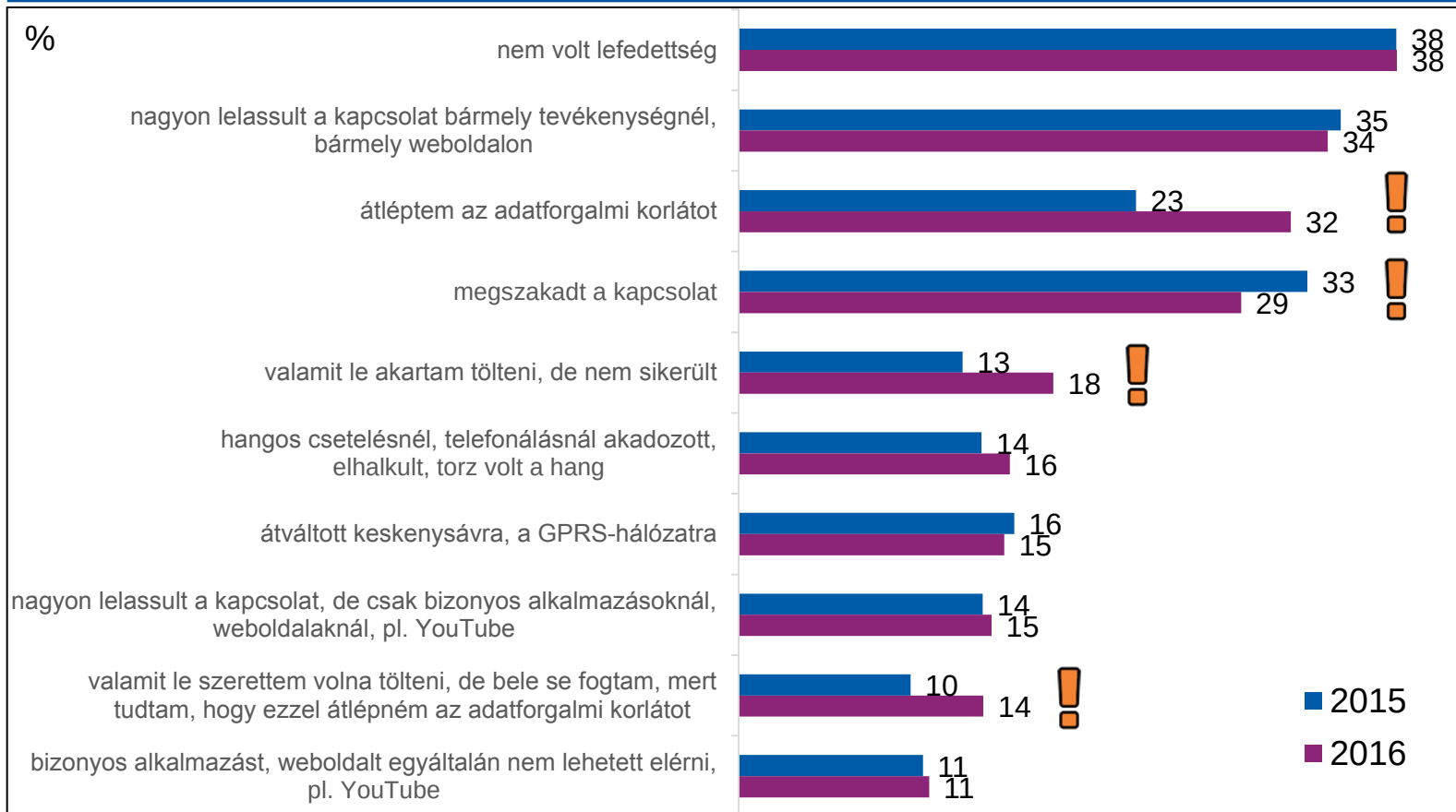
Míg tehát a hazai MBB árszínvonalának a jövedelmekhez képest relatíve magas volta széles körben érzékelt akadály, az idősebbeknél ez a mobilkészülék/technológia iránti idegenkedéssel párosul, a fiatalokat pedig az a megfontolás vezérli, hogy ezért az árért nem kielégítő a szolgáltatás minősége, és azt könnyen tudják ingyenes wifi használatával pótolni.

Bázis: akik nem fizetnek elő mobilinternetre, n=1473, N=2,7 m

PROBLÉMÁK AZ ELŐFIZETETT MOBILINTERNET-KAPCSOLATTAL: az utóbbi fél évben

A tapasztalt problémák rangsorát az MBB elérhetetlensége, illetve lelassulása vezeti. A kapcsolat megszakadására vonatkozó panaszok némileg mérséklődtek. Olyan problémát, melynek hátterében az állhat, hogy a szolgáltató lassítja, korlátozza a nagy adatforgalom generálását, a korábbinál többen jeleztek.

A kapcsolat lelassulását a Telekom és a Telenor ügyfelei közül többen észlelték, mint a Vodafone ügyfelei közül.



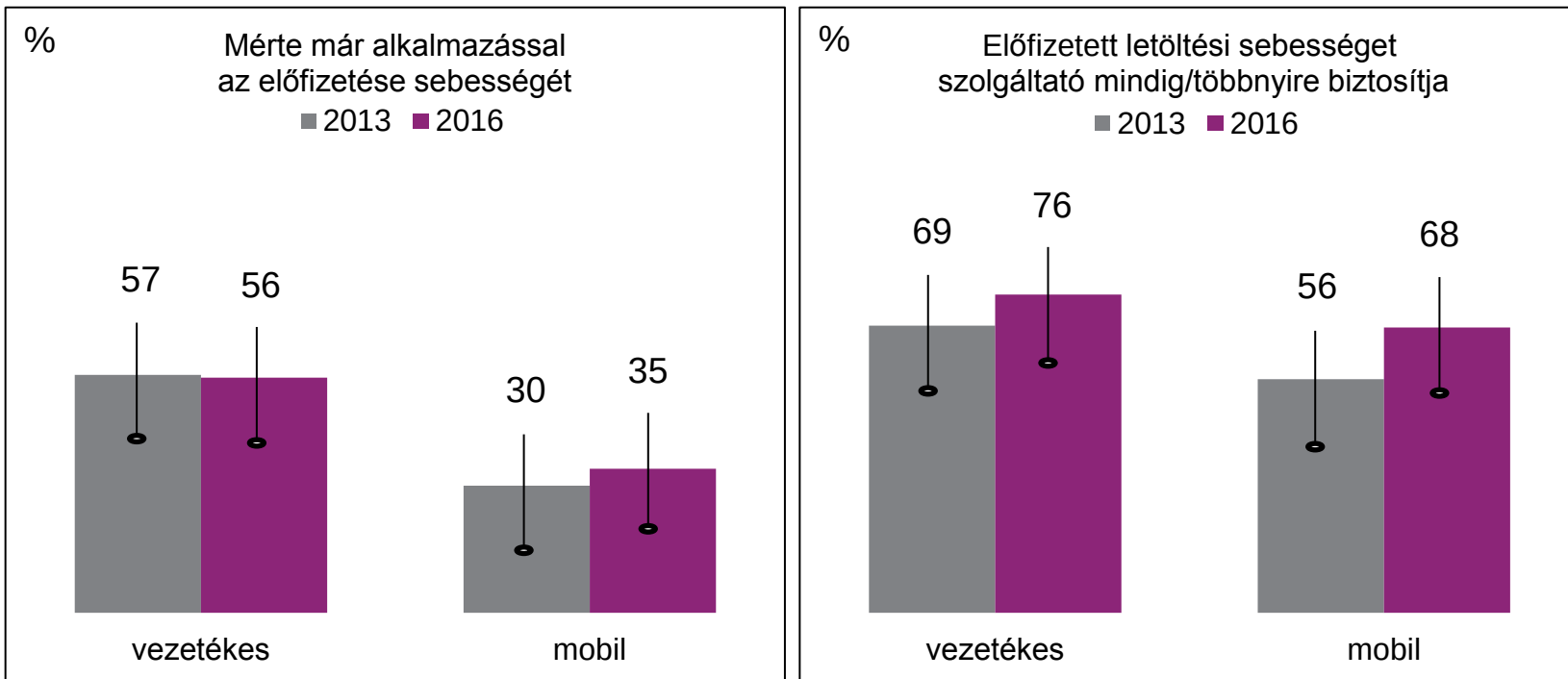
Bázis: mobilinternet-előfizetők, n=1632, N=3 m

Az előfizetett internetkapcsolat tényleges sebessége iránti érdeklődésből a vezetékes-előfizetők 56%-a, a mobil-előfizetők 35%-a mérte már meg valaha sebességmérő alkalmazással a sebességét.

2013-hoz képest nőtt azok aránya, akik úgy tapasztalják: a szolgáltató mindig vagy legalábbis többnyire azt a letöltési sebességet nyújtja, amire az előfizetés szól.

A sebességre vonatkozó tapasztalatokban a területi (a település nagysága és a régiók szerinti) eltérések elhanyagolhatók.

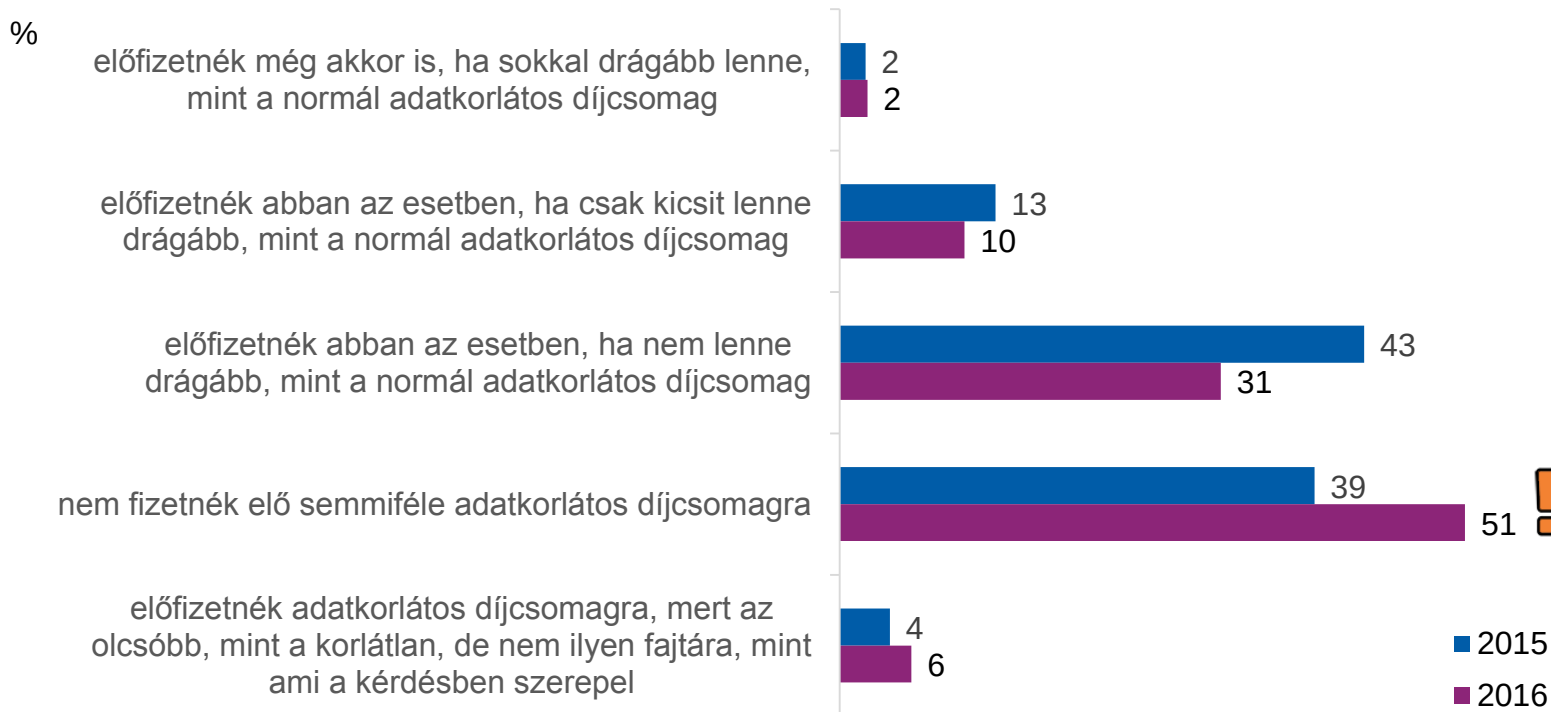
A különféle szolgáltatóknál szerzett tapasztalatok sem térnek el lényegesen, azt kivéve, hogy a Digi vezetékes-ügyfeleinek közel 90%-a számolt be kedvező tapasztalatról, míg a többi vezetékes szolgáltató ügyfeleinek mintegy háromnegyede.



Bázis: vezetékes-/mobilinternet-előfizetők, n=2679/1632, N=5/3 m

Az előző évhez viszonyítva elterjedtebbé vált az internetezők idegenkedése az adatkorlátozott díjcsomagtól. Akiknek nincs semmiféle internet-előfizetésük vagy csak vezetékes-előfizetésük van, azoknak a kétharmada, akiknek van mobilnet-előfizetésük (is), azoknak az egyharmada nyilatkozott úgy, hogy nem fizetne elő adatkorlátozott díjcsomagra.

Q: Van olyan telefon-díjcsomag, amelyben lehet „kedvenc számot” választani. Lehetséges, hogy az internetszolgáltatók is bevezetnek hasonló megoldást az adatkorlátozott díjcsomagoknál. Ez esetben az előre kiválasztott weboldalak, alkalmazások (pl. Facebook, YouTube, fájlcsere-elő alkalmazások, csetprogramok) használata nem számítana bele az adatkeretbe, ezeket korlátlanul használhatná az előfizető ugyanazzal a sebességgel, mint amire az előfizetése szól. Ön szívesen előfizetne ilyen internetdíjcsomagra?



Bázis: összes válaszadó, n=3105, N=5,8 m