



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében 2018

Piackutatás az NMHH részére
Ariosz Kft.

Készült a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából

Kutatóműhely: Ariosz Kft.

Az adatfelvétel időpontja: 2018.10.02 – 2018.11.06.

Módszer: Személyes megkérdezés standard kérdőívvel

Mintanagyság: 2016 háztartás, illetve személy

Az interjúk átlagos időtartama: 49 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 (többszemponjú iterációs faktorsúlyozás). A súlyozáshoz a 2016-os mikrocenzus adatait vettük alapul.

DEFINÍCIÓK, JELÖLÉSEK, RÖVIDÍTÉSEK

„Large Screen” internet	nagy képernyőn (pc-n vagy tableten) használt internetkapcsolat
„Small Screen” internet	kis képernyőn (mobiltelefon kijelzőjén) használt internetkapcsolat
HK internet	helyhez kötött internetelérési technológia
bundled	több vezetékes szolgáltatás vagy legalább egy vezetékes és egy mobilszolgáltatás 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
Σ	összesen



NMHH

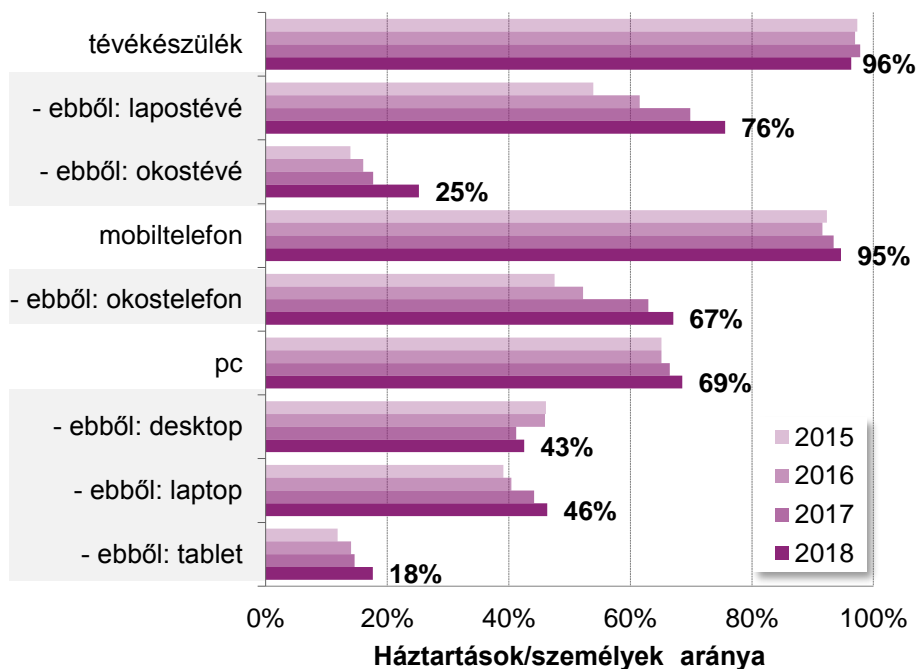
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

ÁTTEKINTÉS

Bővül az okostelefon-használók száma: a lakosság kétharmada használ már okostelefont. Az emberek 17%-a tervez 1 éven belül újabb mobilt vásárolni, és az új készülékek is jellemzően okosak lesznek.

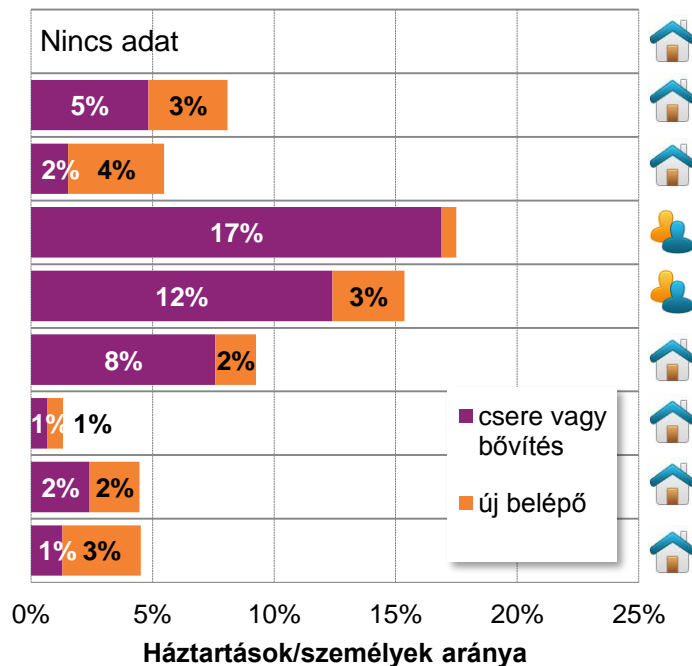
2018-ban is statisztikai értelemben megegyezett a laptopok és asztali gépek elterjedtsége. A jövőben várhatóan nőni fog a különbség a laptopok javára. Tablet jelenleg a háztartások 18%-ában található, és ez a szám a tervek alapján jövőre újabb 3 százalékponttal növekedhet.

Ellátottság



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy (N=4,02 millió HT, illetve 8,48 millió fő, n=2016)

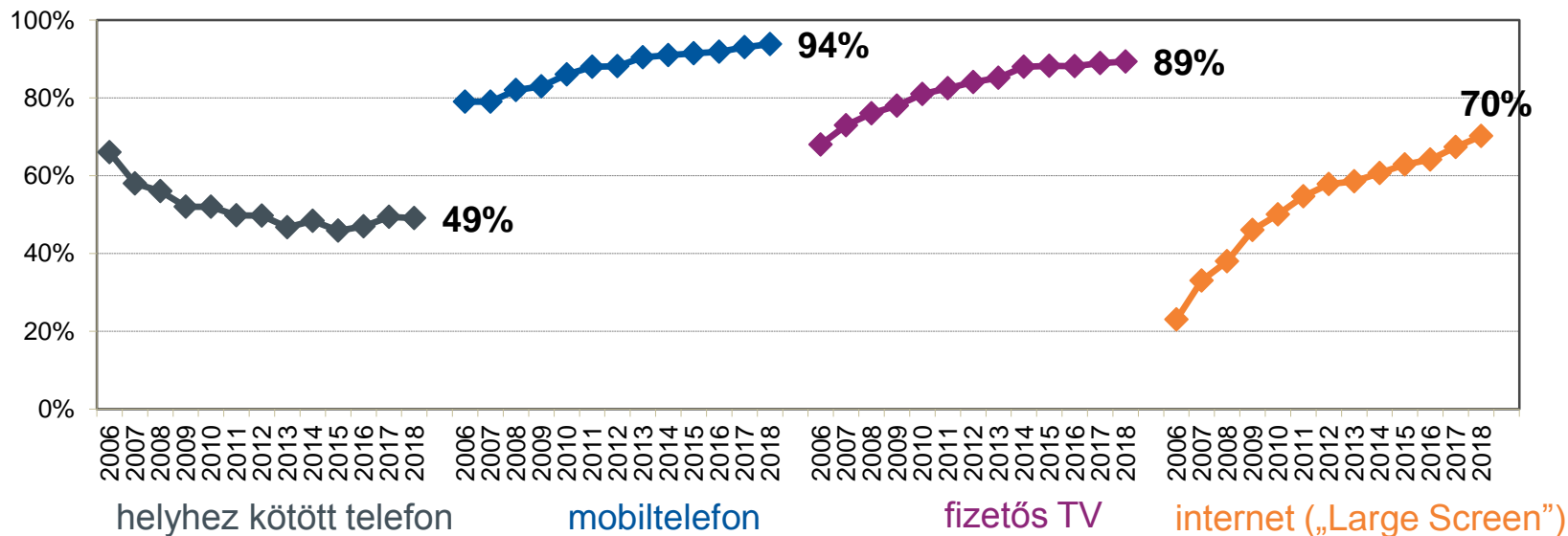
Vásárlási szándékok



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy (N=4,02 millió HT, illetve 8,48 millió fő, n=2016)



A háztartások fizetéstévé- és mobiltelefon-ellátottságának emelkedése gyakorlatilag befejeződött. A vezetékstelefon-előfizetések számának csökkenése is megállt néhány éve. Az internettel rendelkező háztartások aránya emelkedik, bár 2017-hez képest statisztikai értelemben nem változott.



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)

háztartások száma millióban	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
helyhez k. telefon	2,66	2,33	2,24	2,10	2,08	1,99	1,99	1,92	1,99	1,88	1,93	1,99	1,97
mobiltelefon	3,15	3,17	3,17	3,33	3,44	3,52	3,53	3,71	3,73	3,76	3,78	3,74	3,77
fizetős TV	2,63	2,82	2,94	3,11	3,23	3,30	3,37	3,50	3,61	3,62	3,62	3,58	3,59
internet	0,93	1,33	1,49	1,86	2,00	2,19	2,31	2,40	2,49	2,58	2,63	2,71	2,82



A háztartások 17%-ában csak egyféle helyhez kötött szolgáltatásra fizetnek elő, ebből leggyakoribb a csak tévére előfizetés (13%). A két helyhez kötött szolgáltatást használók aránya 40%. A háztartások bő egyharmada (37%) rendelkezik mindhárom szolgáltatással. Az eltelt két év alatt a tévé+internet kombináció nőtt érdemi mértékben az internet terjedése miatt.

2016

Helyhez kötött telefon
összesen:

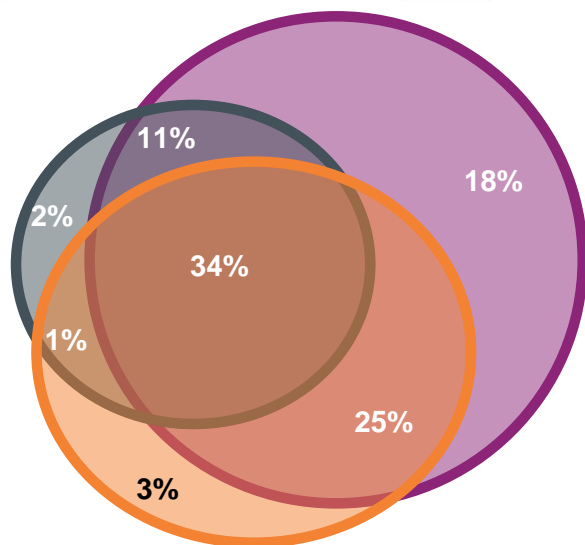


47%

Fizetős TV
összesen:



88%



Internet („Large Screen”)
összesen:



64%

2018

Helyhez kötött telefon
összesen:

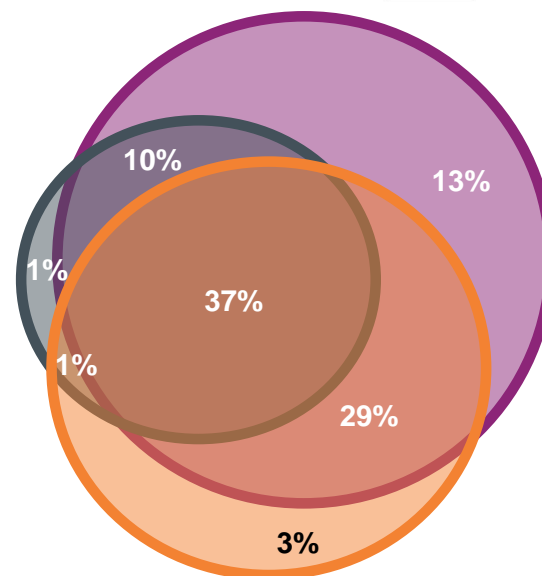


49%

Fizetős TV
összesen:



89%

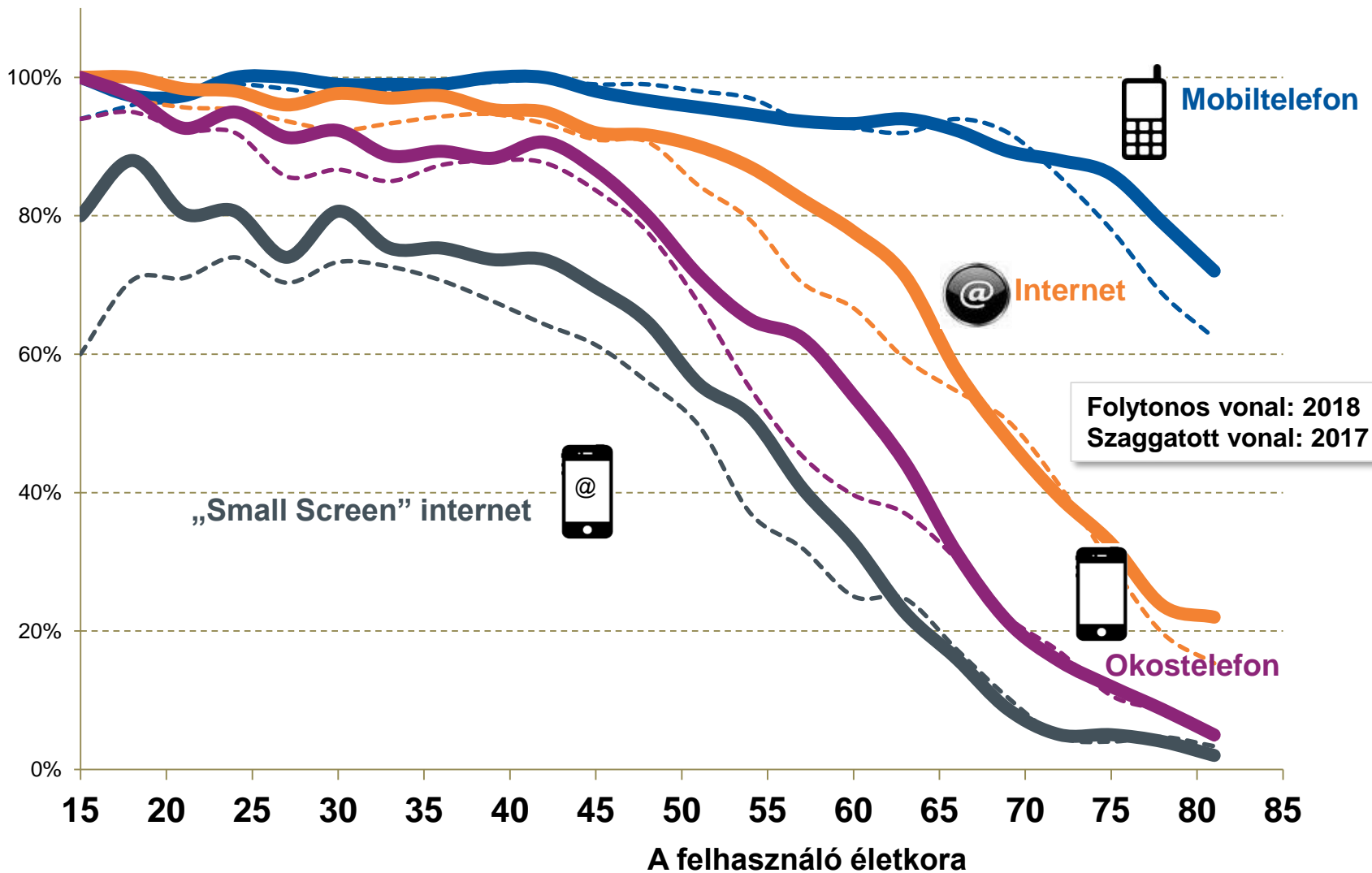


Internet („Large Screen”)
összesen:



70%

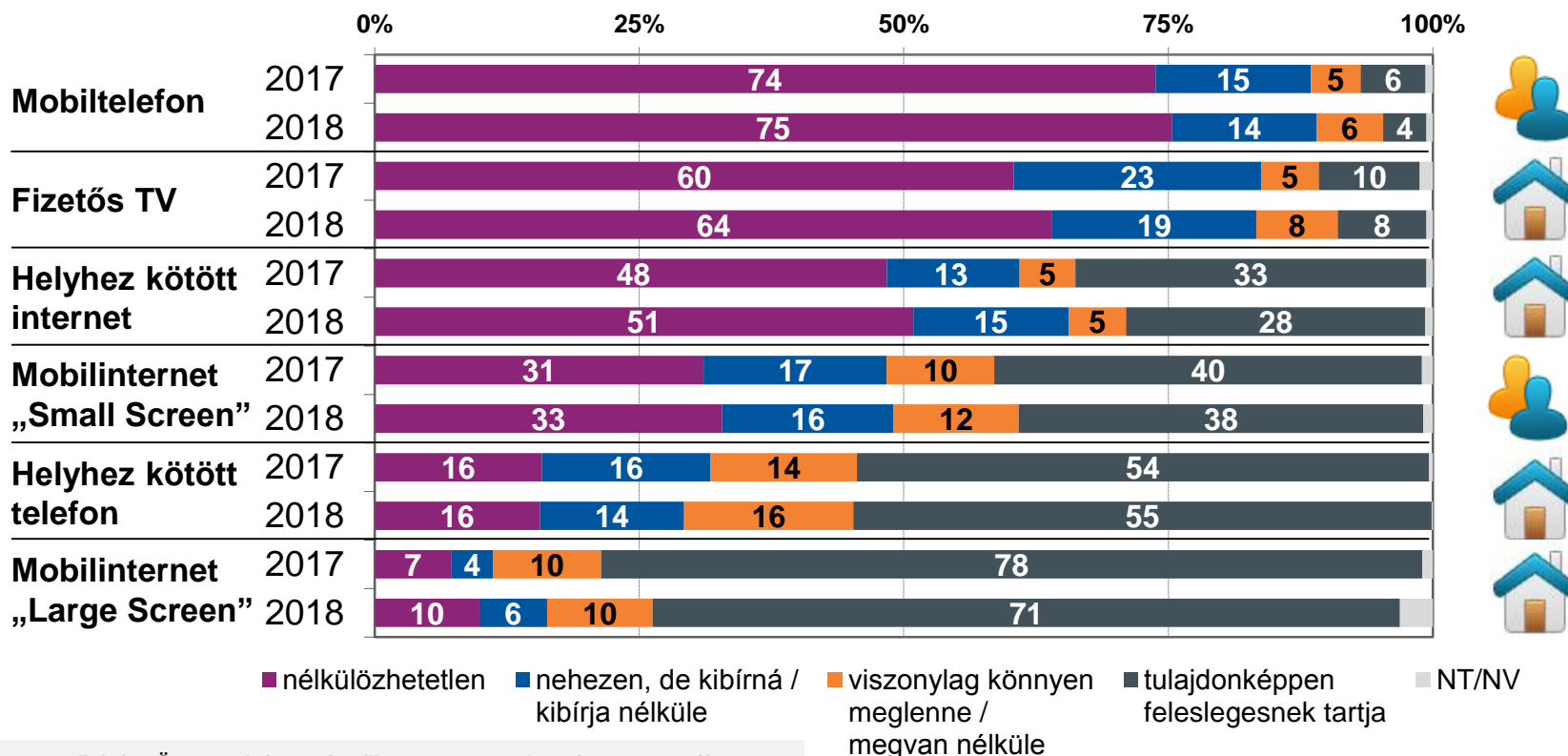
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)

A lakosság továbbra is a mobiltelefont tartja a legfontosabb távközlési szolgáltatásnak – 75% azok aránya, akik nélkülözhetetlenek mondják, további 14% csak nehezen lenne meg nélküle. Jelentősen nőtt a fontossága tavaly óta a helyhez kötött internetnek és valamelyest a fizetős tévének is. A „Large Screen” mobilinternet továbbra is csak szűk rétegek számára bír jelentőséggel.

A „Small Screen” internet elsősorban a fiatalabb generációk számára tűnik fontosnak: a 40 év alattiak fele (52%) tartja nélkülözhetetlenek ezt a szolgáltatást. A vezetékes telefon elterjedtsége viszonylag magas, ugyanakkor a telefonos háztartásoknak is csak 30%-a tartja nélkülözhetetlenek.

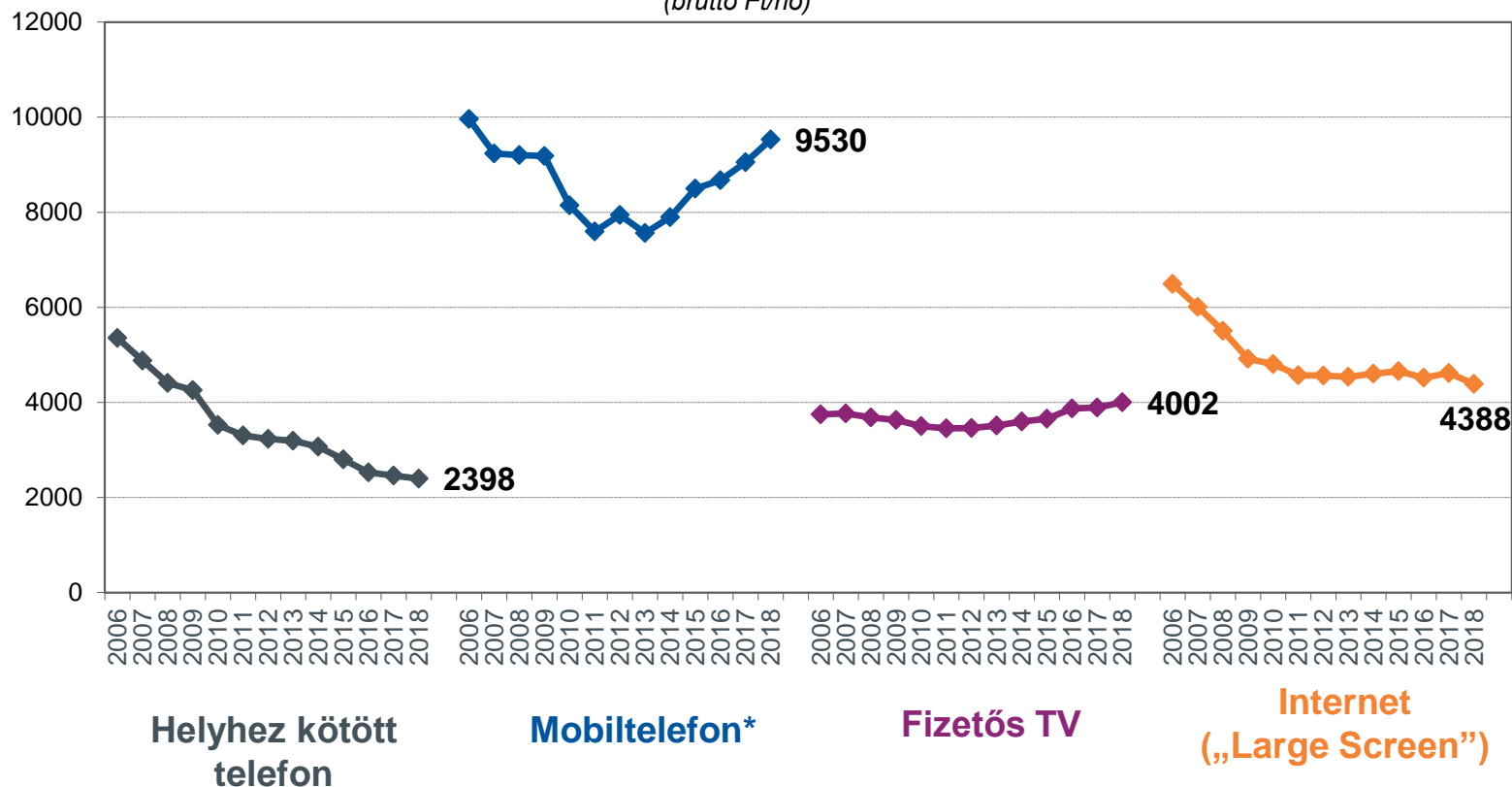


Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy
(N=4,02 millió HT, illetve 8,48 millió fő; n=2016)



A háztartások átlagos bruttó távközlési kiadásai a „Large Screen” internet esetében csökkentek. A fizetős tévés és a helyhez kötött telefonos költségek gyakorlatilag nem változtak. Az átlagos háztartási mobiltelefon-költségek viszont 2014 óta folyamatosan emelkednek.

Háztartások átlagos kiadásai részpiaconként (bruttó Ft/hó)

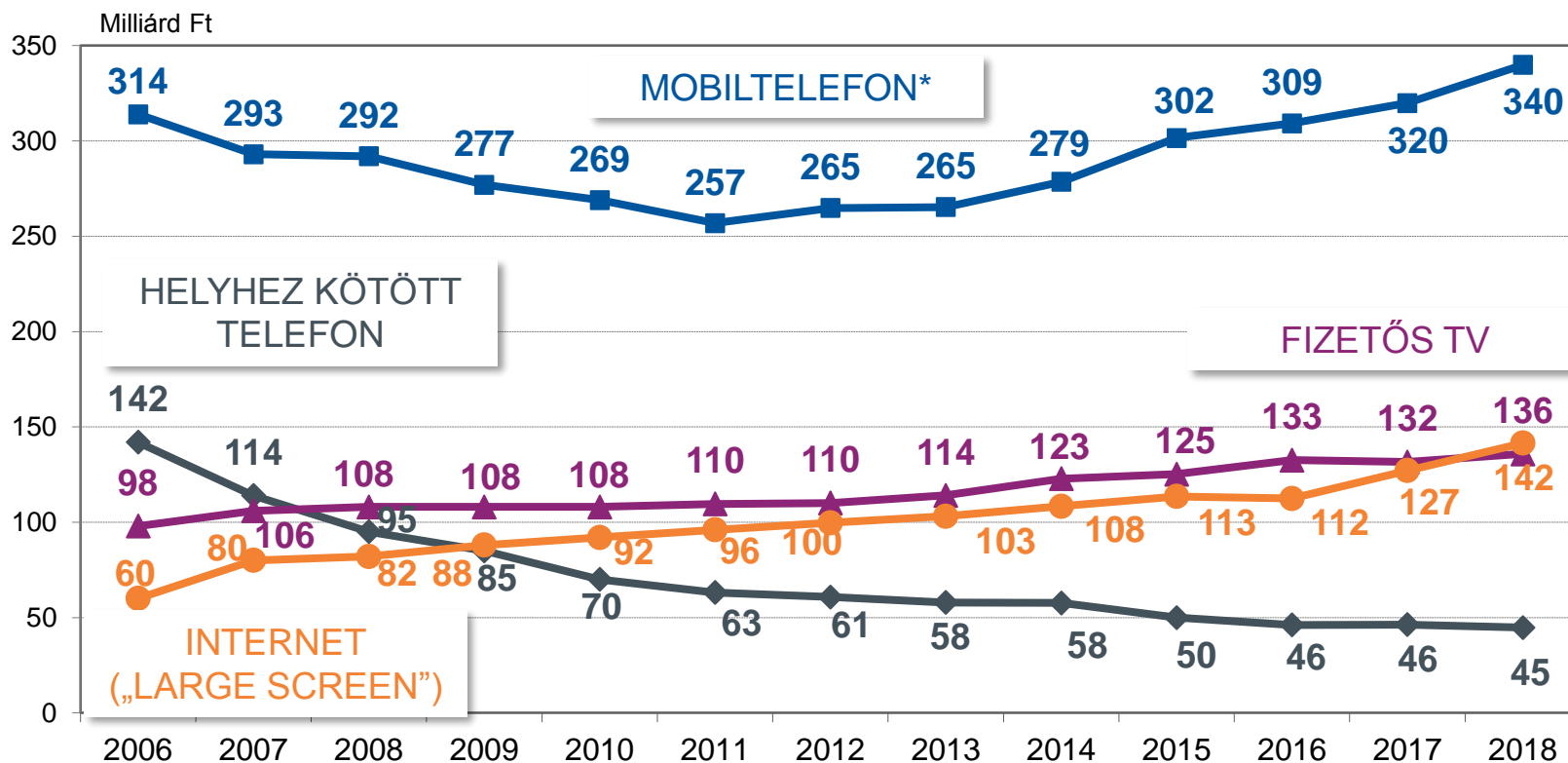


Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások (pontos számok: lásd 6. slide)

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



Amíg a helyhez kötött hang-piac árbevétele stagnált, a fizetéstvé-piac csak enyhén nőtt, addig mobiltelefon piac árbevétele és a large screen internet bevételek volumene erősen bővült 2018-ban.



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)

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

A lakossági piac mérete 2018-ban nettó 662 Mrd Ft. (2016: 600, 2017: 625)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

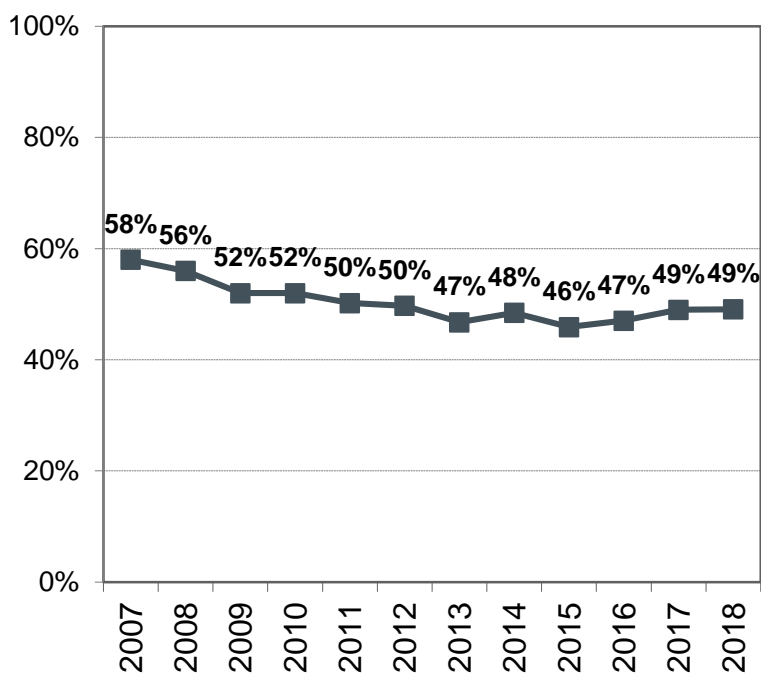
HANGPIAC

- **Vezetékeshang-piac**
- Mobilhangpiac
- Fix-mobil viszony



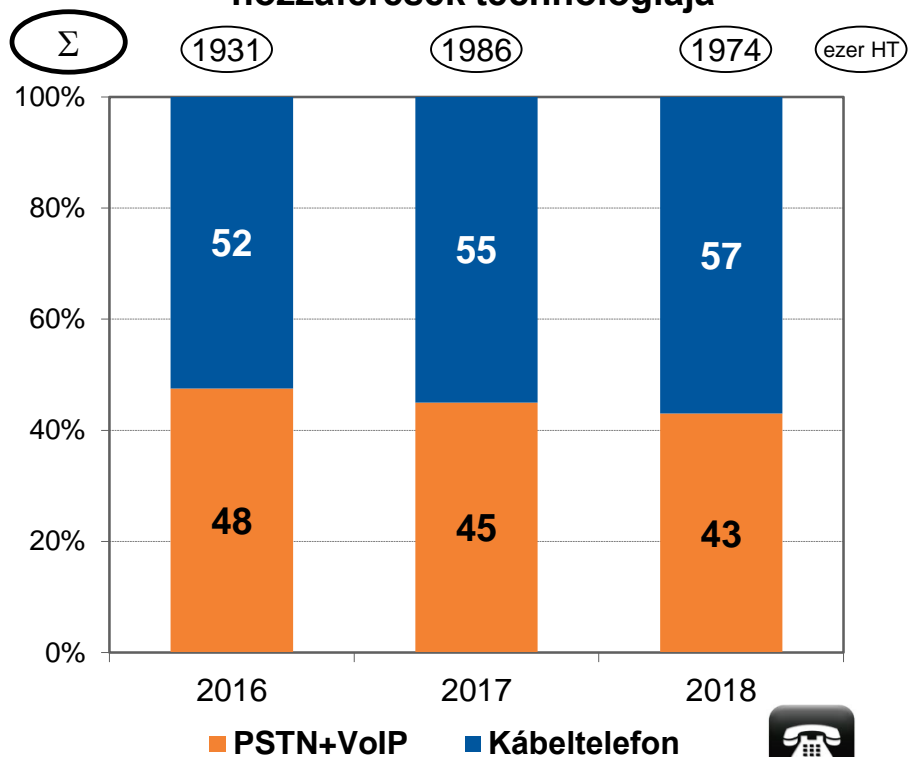
Az utóbbi években nem sokat változott a helyhez kötött telefonnal rendelkező háztartások aránya: 2018-ban a háztartások 49%-ában volt helyhez kötött telefon. Az otthoni telefon előfizetések többsége (57%) már kábeltelefon. A helyhez kötött telefonos előfizetéshez a háztartások 8%-ának nincs telefonkészüléke. Ez elsősorban az aktív korú egyedülállókra jellemző.

A háztartások helyhez kötött telefontal való ellátottsága



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)

A helyhez kötött telefonos hozzáférések technológiája



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetések (N=1,97 millió HT, n=1002)

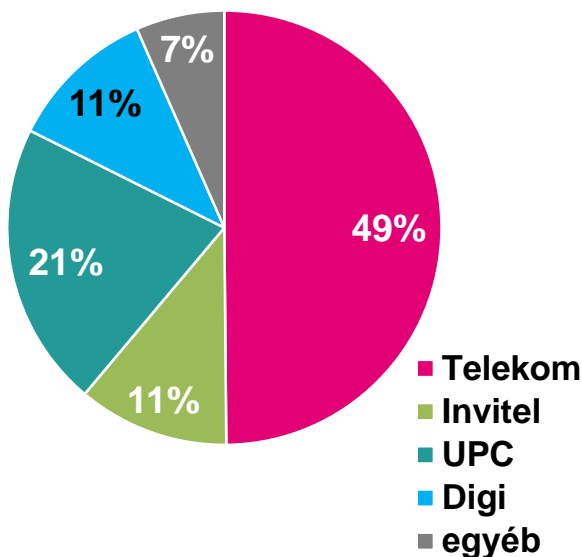




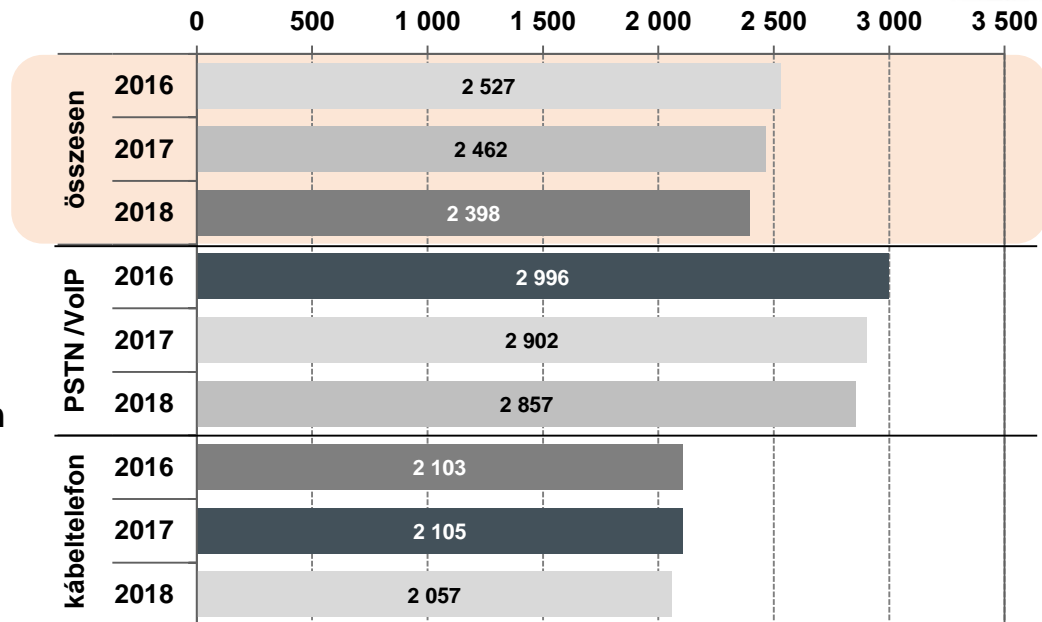
A helyhez kötött hang piacának költség alapú mérete nagyjából 1 Mrd forinttal csökkent az utóbbi egy évben. 2017-ről 2018-ra sem mértünk számottevő változást a vezetékes telefonos költségek mértékében. A PSTN/VoIP technológiájú előfizetések ára továbbra is magasabb, mint a kábeltelefoné.

A helyhez kötött hang piacán a Telekom a teljes piac nagyjából felét tudhatja magáénak.

Szolgáltatói részesedések a lakossági helyhez kötött hang piacán, árbevétel alapján



Költség technológia szerint (bruttó Ft/hó)



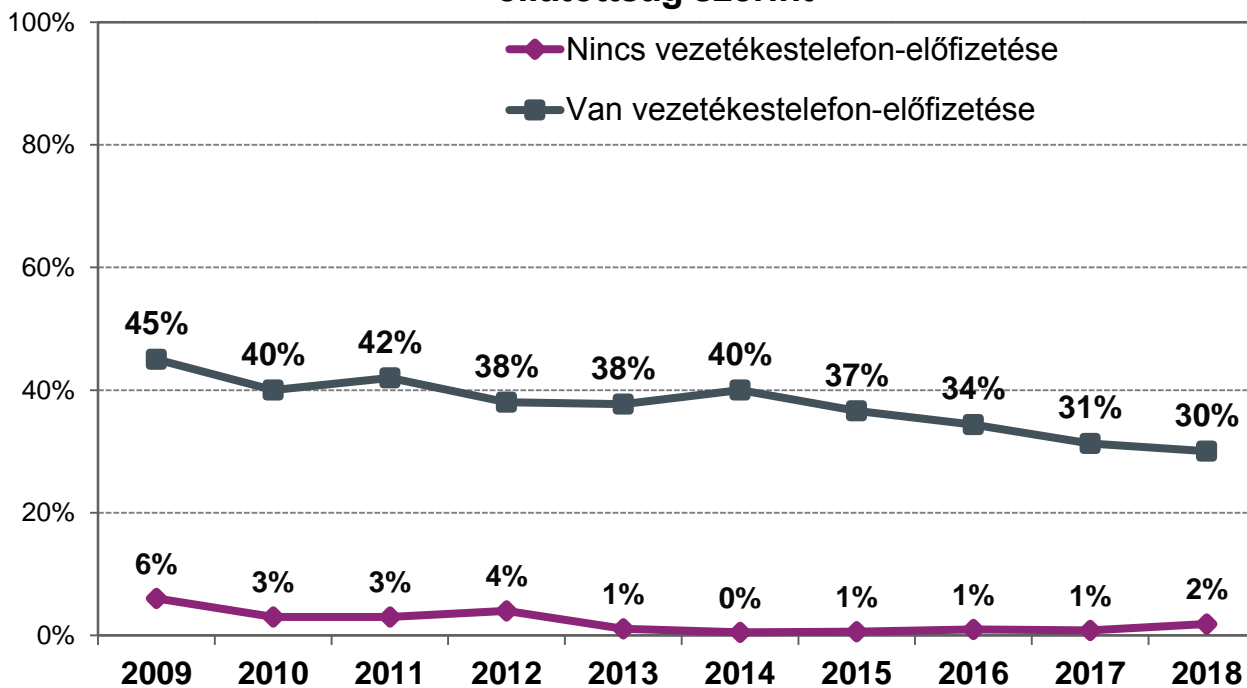
Bázis: Helyhez kötött hangra szóló előfizetések (N=1,97 millió HT, n=1002)

A lakossági helyhez kötött hang piacának mérete évi nettó 45 Mrd Ft. (2017: 46 Mrd)



A helyhez kötött telefonos előfizetést a szolgáltatással rendelkező háztartásoknak nagyjából egyharmada tartja nélkülözhetetlennek és egyre növekvő mértékben tartják feleslegesnek a meglévő helyhez kötött telefonos előfizetésüket (2016-ban 11% vélekedett így, 2018-ban pedig már 17%). A vezetékes telefont nem rendelkező háztartások 2%-a gondolja úgy, hogy feltétlenül szüksége lenne erre a szolgáltatásra.

A vezetékes telefon-előfizetést nélkülözhetetlennek tartók aránya ellátottság szerint



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (az összes háztartás 49, illetve 51%-a, N=1,97 millió HT, illetve N=2,05 millió HT, n=1002, illetve n=1014)

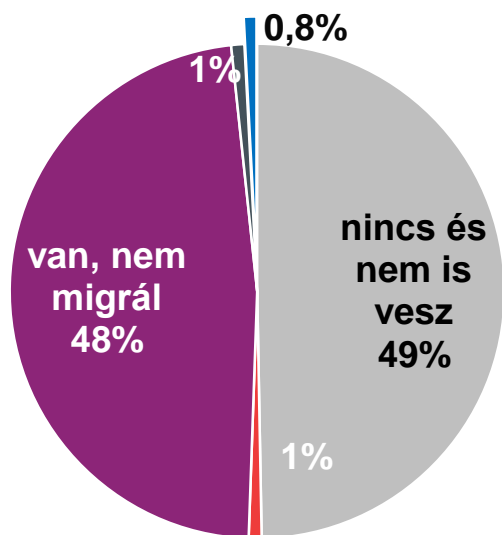


MIGRÁCIÓ A HELYHEZ KÖTÖTT TELEFON PIACÁN



2017-ben 25 ezer, 2018-ban pedig 34 ezer háztartás tervezte, hogy a helyhez kötött telefonos előfizetését lemondja. Ilyen távközlési szolgáltatás vásárlását ugyanakkor 2018-ban csak 33 ezer háztartás tervezte. A lemondást tervezők 55 százaléka kábeles.

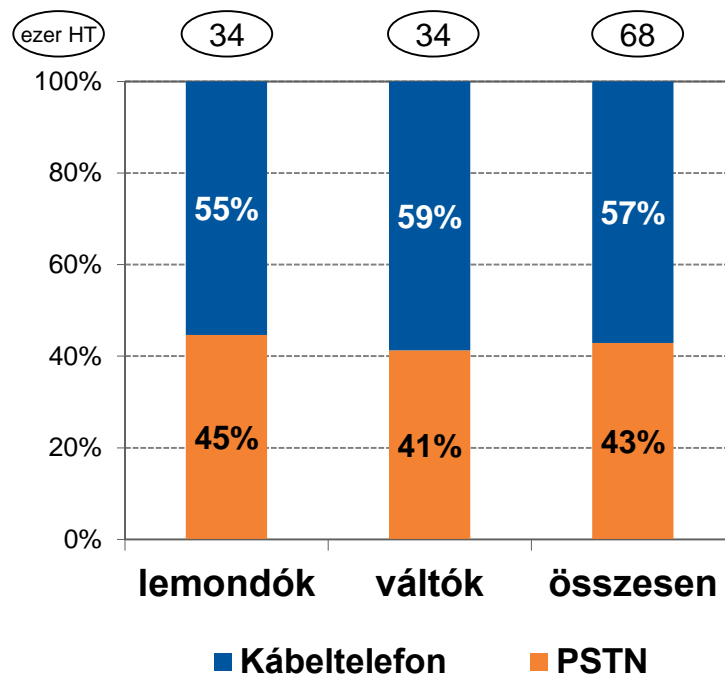
A háztartások migrációs kategóriái



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

Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)

Az elhagyni tervezett technológiák*



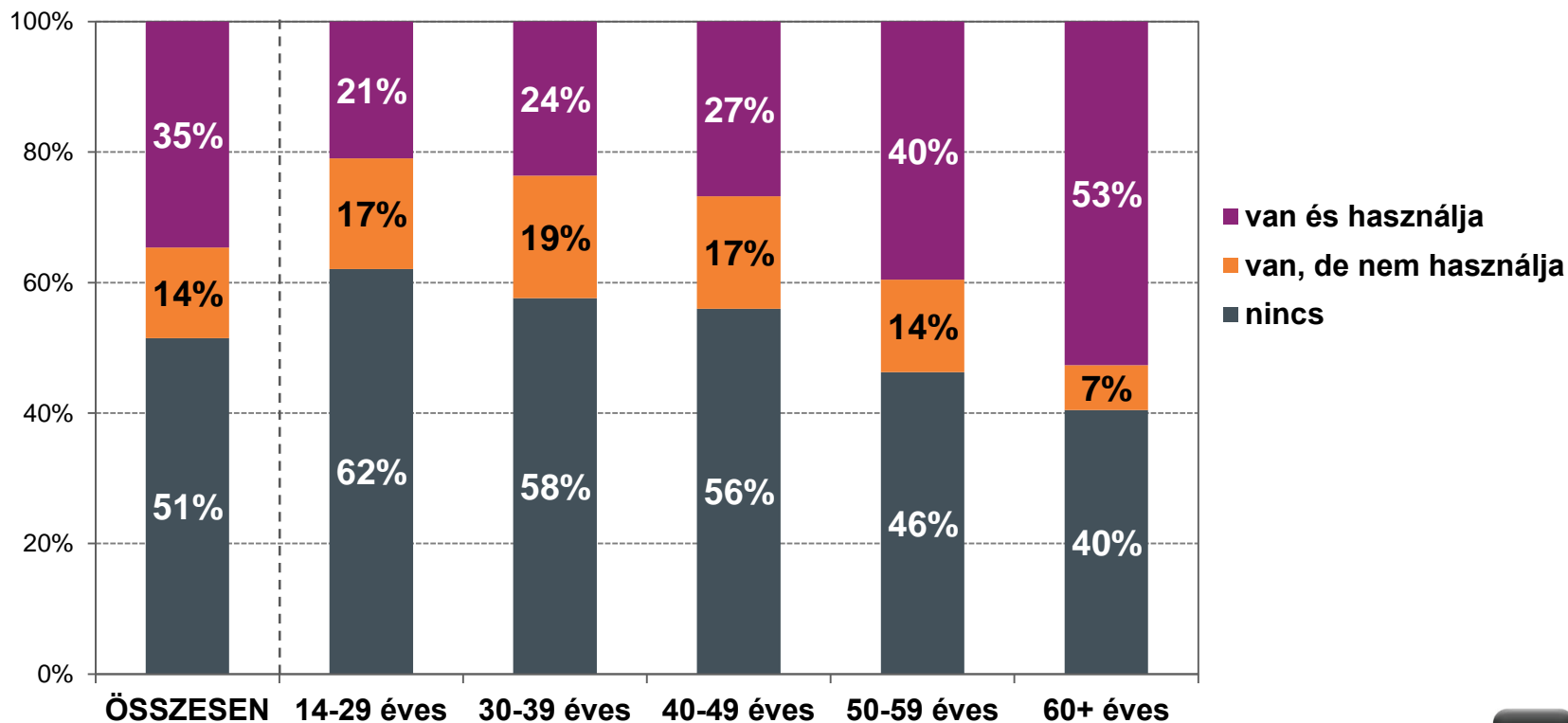
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, migrációt tervező háztartások (N=68 ezer HT, n=37)





A 14 évesek és idősebbek 51%-a él olyan háztartásban, ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés, 14%-uknál ugyan van, de nem használják. Míg a 30 év alatti telefonnal rendelkezőknek majdnem felére (45%-ára) jellemző, hogy bár van otthon helyhez kötött telefon, de azt mégsem használják, a 60 éven felüli telefonnal rendelkezőknél már csak 12%-ra jellemző ez a fajta magatartás.



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)

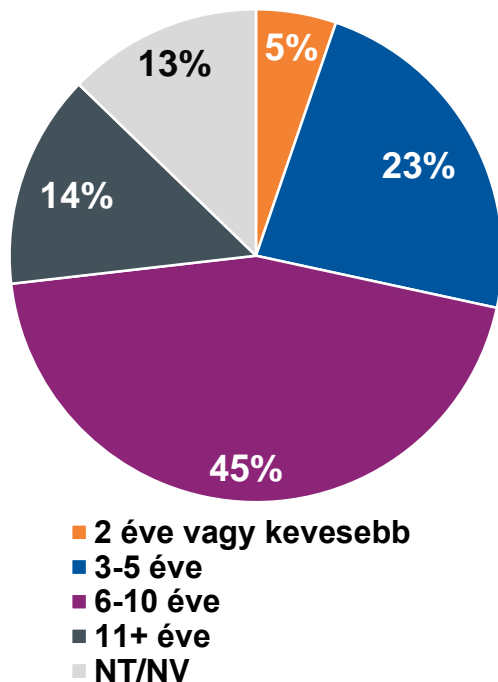


HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONNAL NEM RENDELKEZŐK

A magyar háztartások 18%-a mondta le a korábban meglévő helyhez kötött telefonos előfizetését. A lemondások 59%-a már több mint 5 éve megtörtént, a két éven belül lemondók aránya csak 5%. A jelenleg telefonnal nem rendelkezők 62%-ának soha nem is volt telefonja abban a lakásban, ahol jelenleg lakik. A vezetékes telefonnal nem rendelkezők 96%-ának van mobiltelefon-előfizetése, de dinamikusan nő az internet- (79%) és a VoIN-használók (59%) aránya is.

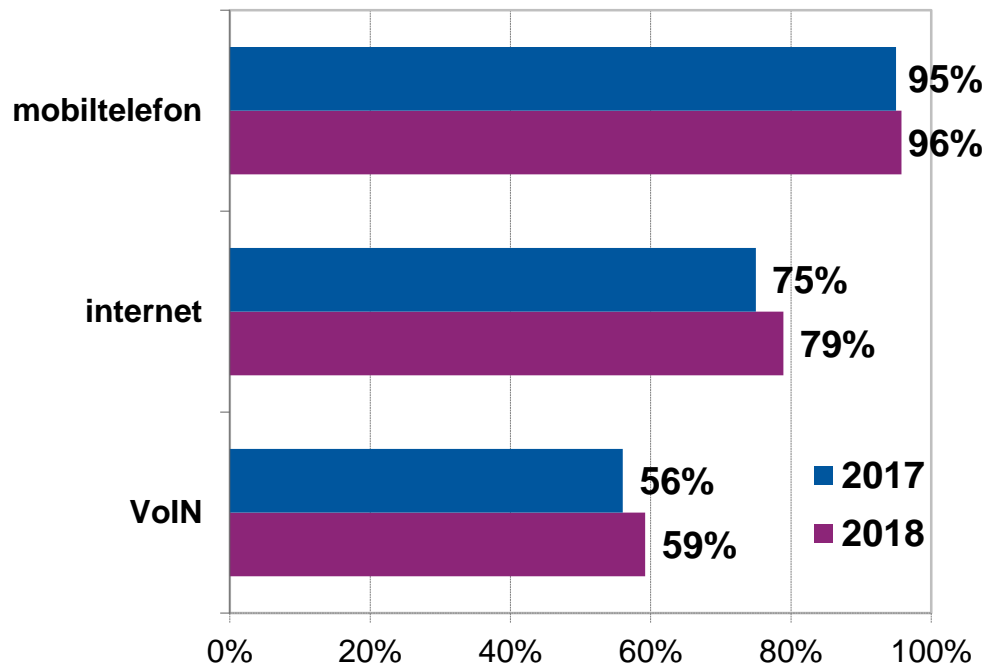


Mióta nincs vezetékes telefon a háztartásban?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetést korábban lemondó háztartások (N=715 ezer HT, n=368)

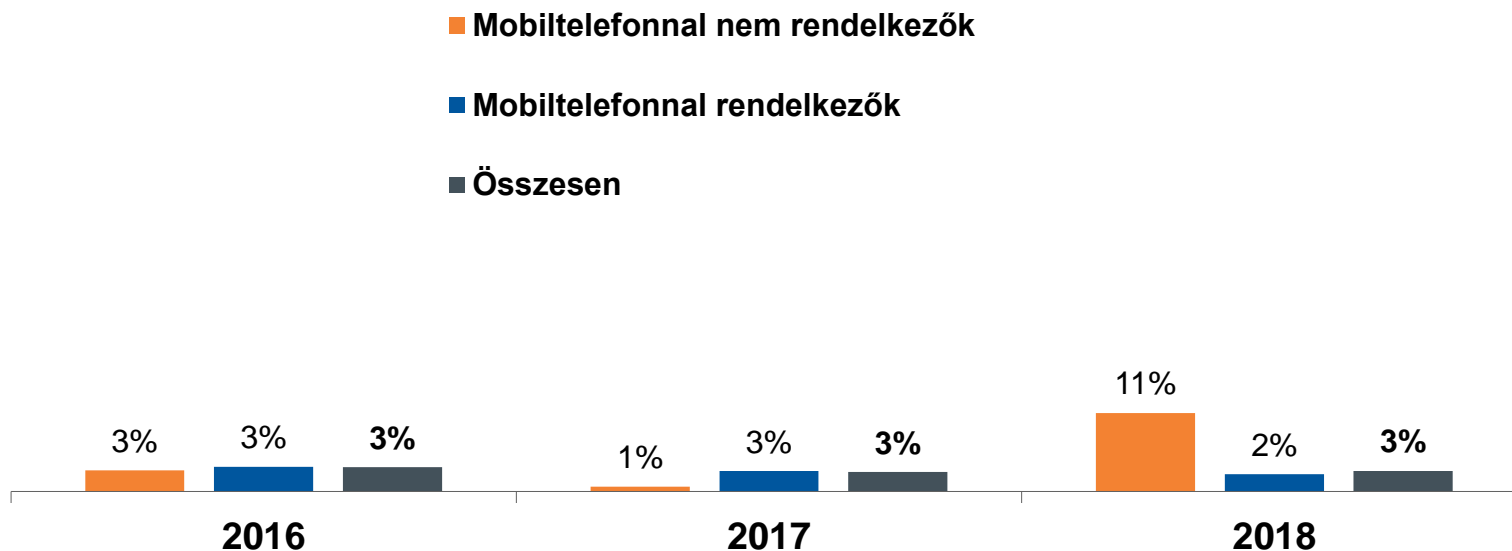
Más telekommunikációs eszközök használata



Bázis: Helyhez kötött telefonnal nem rendelkező háztartásban élő 14+ éves személyek (N=4,37 millió fő, n=1014)



Nyilvános telefont a 14 éves és idősebb lakosság 3%-a használt az elmúlt fél évben, ez megegyezik az elmúlt két évben mért arányokkal. Idén volt különbség a mobiltelefon-használók és nem-használók között ebben a tekintetben: a mobiltelefonnal nem rendelkezők használták nagyobb arányban (11%) a nyilvános fülkét.



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2016);
 Mobiltelefonnal rendelkezők (N=8,03 millió fő, n=1852); Mobiltelefonnal nem rendelkezők (N=452 ezer fő, n=164)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

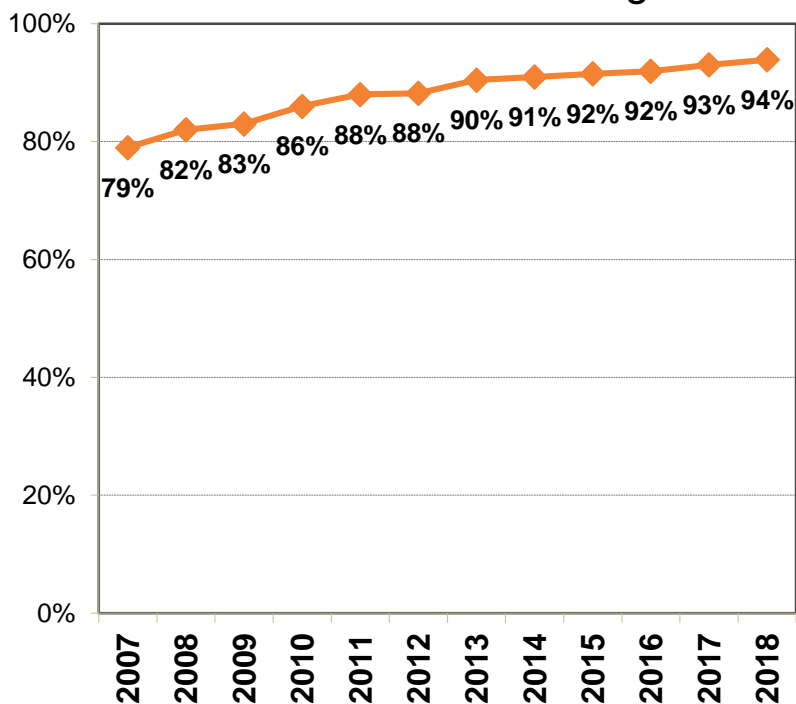
HANGPIAC

- Vezetékeshang-piac
- Mobilhangpiac
- Fix-mobil viszony

A háztartások 94%-ában van mobiltelefon, ami növekedés a négy évvel ezelőtti szinthez képest. A telefonkészülékek egyre nagyobb arányban okostelefonok, 2018-ban már az összes mobilhasználó kétharmada rendelkezik okostelefonnal.



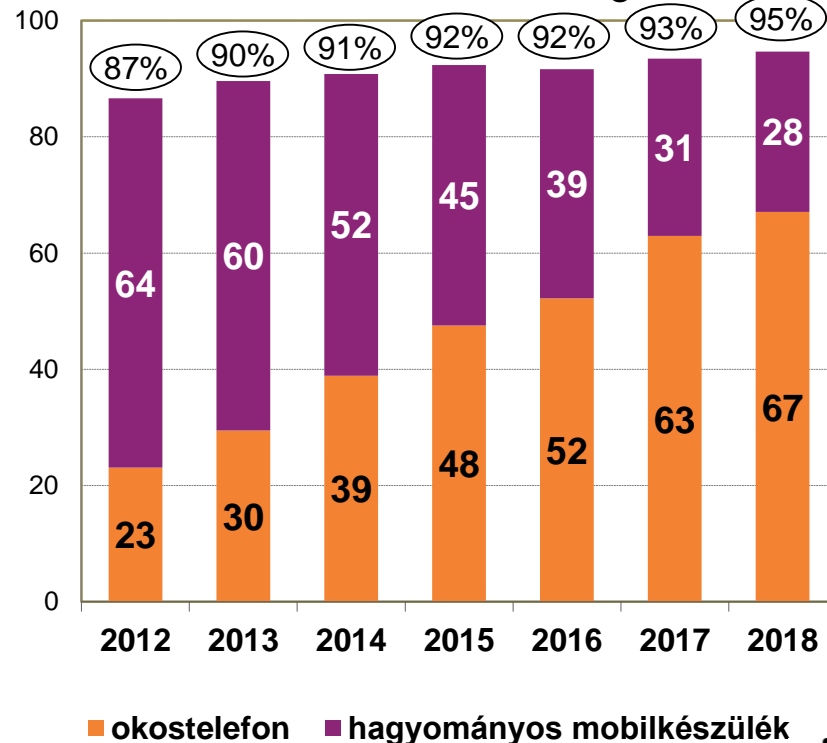
A háztartások mobiltelefon-ellátottsága



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)



A személyek mobiltelefon-ellátottsága



■ okostelefon ■ hagyományos mobilkészülék

Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2016)

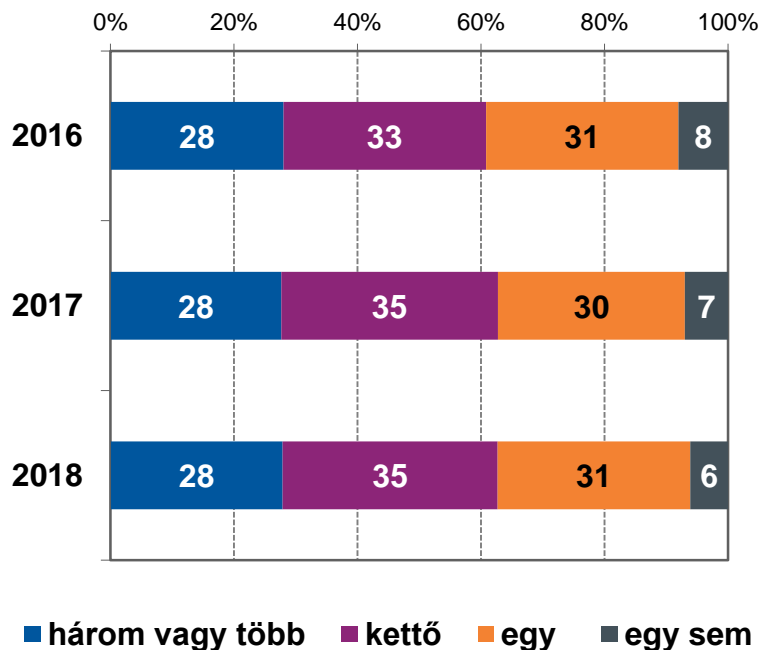




A havidíjas sim-kártyák aránya folyamatosan emelkedett az elmúlt években: a 2016-os 53%-ról 2018-ra 60%-ra nőtt. Így a 2018-ban lakossági használatban lévő* mintegy 8 millió 44 ezer sim-kártya meghatározó többsége havidíjas. A háztartások 63%-ában egynél több sim-kártya van.

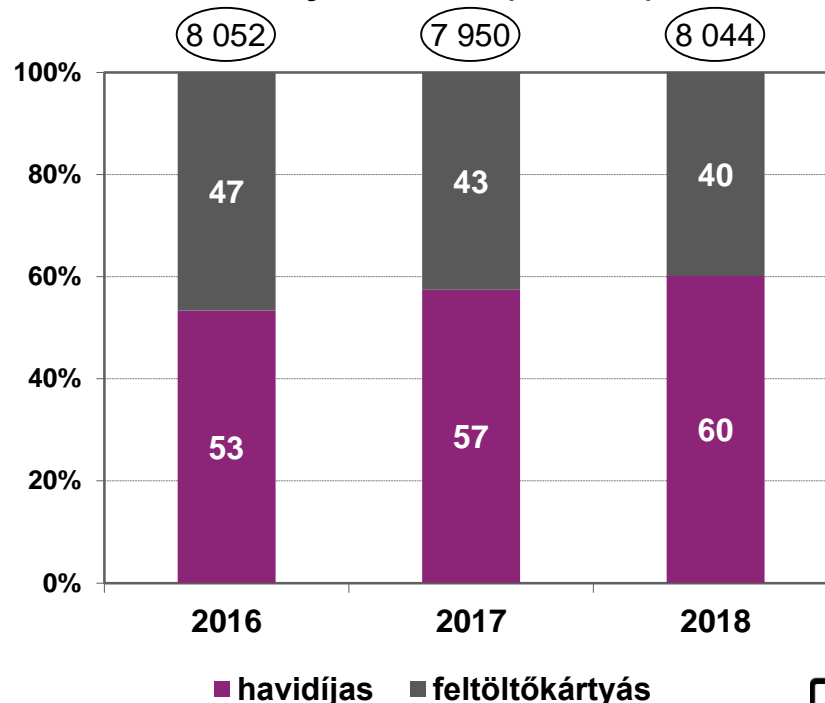
*A kutatásban a valóban használt telefonos sim-eket vettük számba, így nem szerepelnek például az ipari felhasználású adatkártyák.

A háztartások megoszlása sim-szám szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)

Havidíjas és prepaid sim-kártyák száma (ezer db)



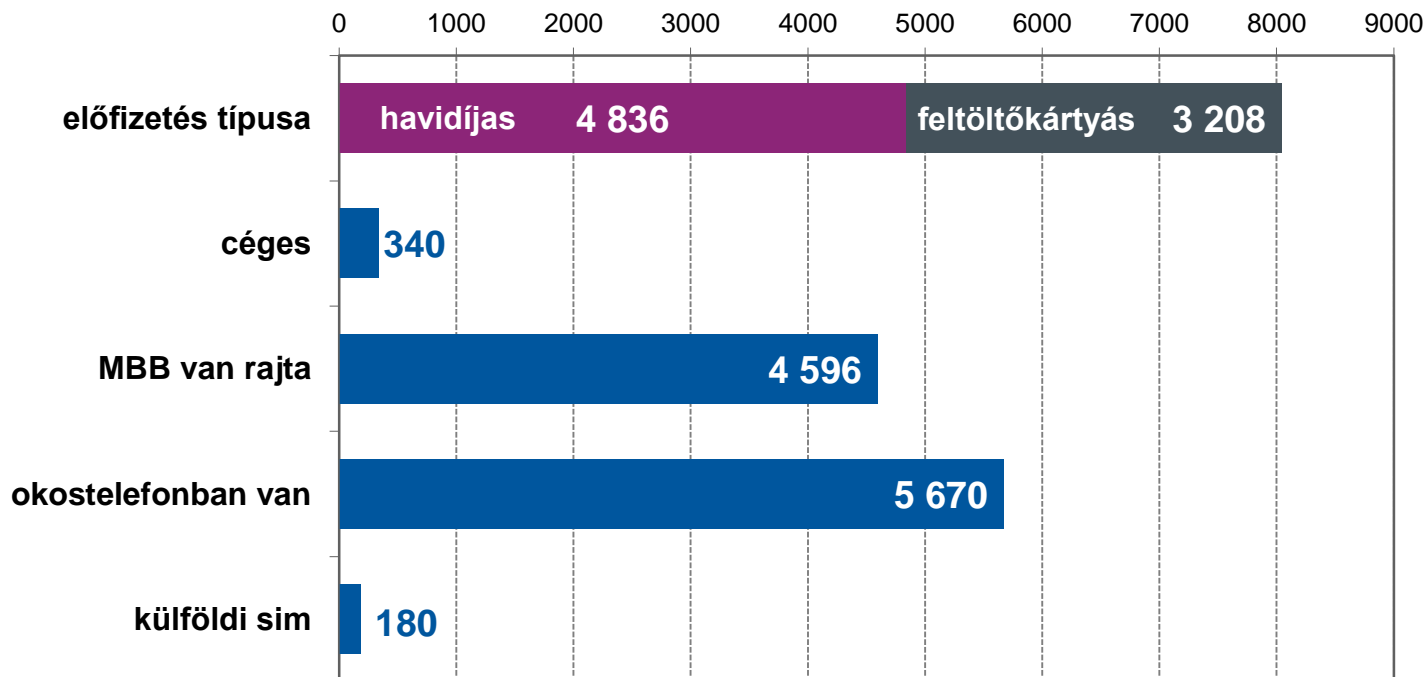
Bázis: Mobiltelefon-előfizetések (N=8,04 millió db)





2018-ban már 4,6 millió sim-en van „Small Screen” MBB és 5,7 millió sim működik okostelefonban. A céges sim-kártyák száma 340 ezer. A külföldi sim-ek száma emelkedett, 2018-ban már 180 ezer ilyen sim-kártyát használtak.

Mobiltelefon-előfizetések száma (ezer db)



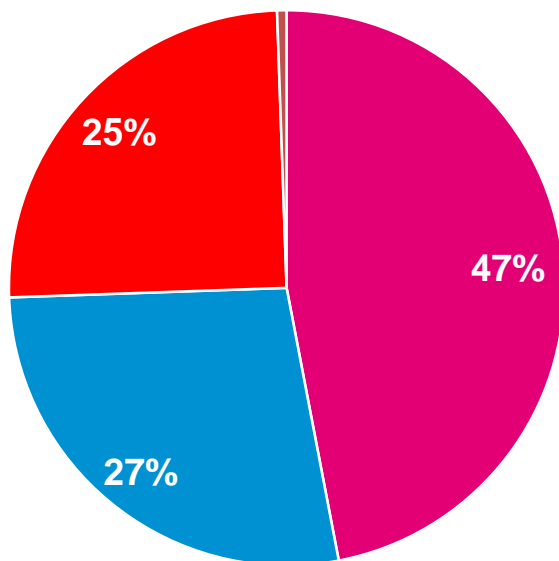
Bázis: Mobiltelefon-előfizetések (N=8,04 millió db)



Folytatódott a mobilpiaci árbevétel növekedése: 2018-ra 340 Mrd-ra emelkedett a piac teljes árbevétele. Az egy sim-kártyára fordított lakossági havi költség is nőtt a tavalyi évhez képest.



A mobiltelefon-piaci részesedések sim-kártyák száma alapján

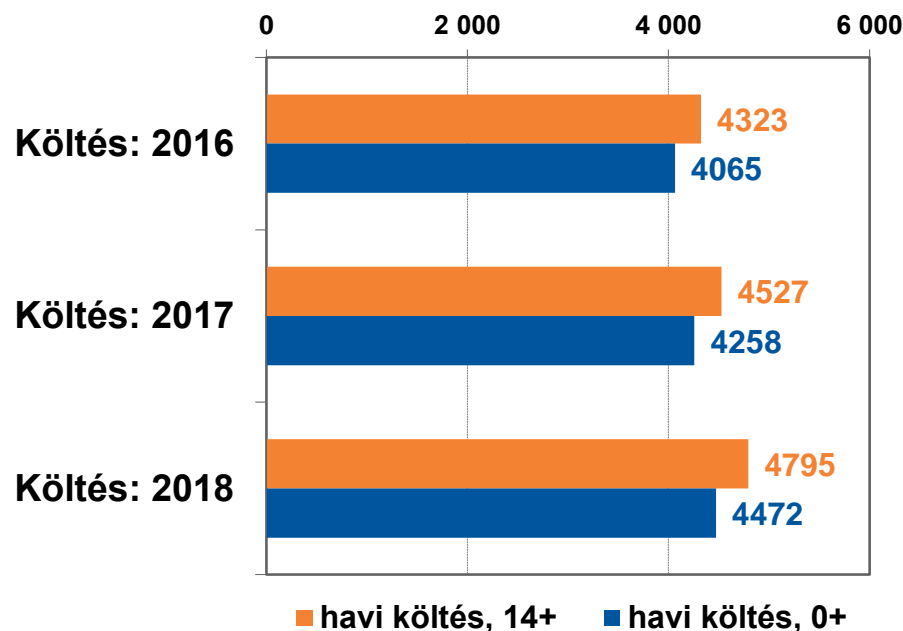


- Telekom
- Telenor
- Vodafone
- egyéb (UPC, Blue, Mol)

Bázis: A háztartásokban lévő összes mobiltelefon-előfizetés (N=8,04 millió db)



Költség sim-kártyánként* (bruttó Ft/hó)



- Bázis: Mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező 14+ éves személyek (N=8,03 millió fő)
- Bázis: A háztartásokban lévő összes mobiltelefon-előfizetés (N=8,04 millió db)



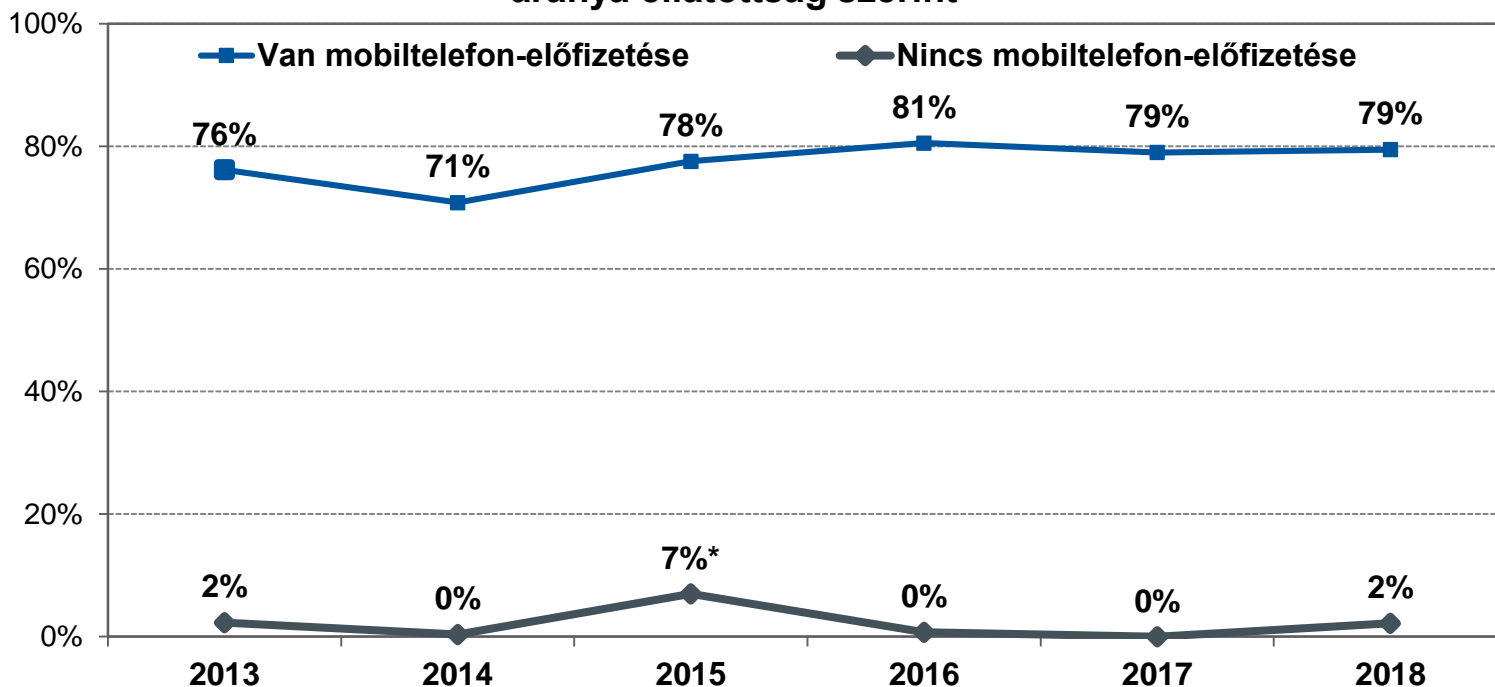
*A háztartások 1 sim-kártyára jutó mobilszámláinak átlaga, ezért ahol a fogyasztók nem tudták különválasztani, mobilhang mellett „Small Screen”-mobilinternet-költséggel együtt

A lakossági mobilpiac mérete 2018-ban nettó 340 Mrd Ft. (2017: 320 Mrd)



A mobiltelefon-előfizetéssel rendelkezők közel négyötöde tartja nélkülözhetetlenek ezt a kommunikációs eszközt, ez az arány nem változott tavalyhoz képest.

A mobiltelefon-előfizetést nélkülözhetetlenek tartók aránya ellátottság szerint



Bázis: 14+ évesek

*A kis számosság miatt nem szignifikáns

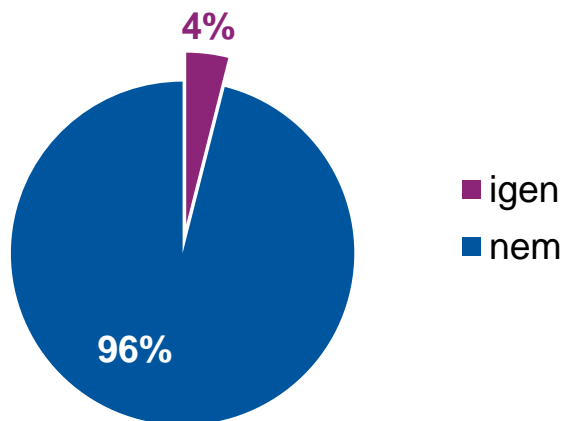
Van mobil-előfizetés	90%; N=7,70 millió fő	91%; N=7,80 millió fő	92%; N=7,93 millió fő	92%; N=7,87 millió fő	93%; N=7,93 millió fő	95%; N=8,03 millió fő
Nincs mobil-előfizetés	10%; N=0,89 millió fő	9%; N=0,79 millió fő	8%; N=0,66 millió fő	8%; N=0,72 millió fő	7%; N=0,56 millió fő	5%; N=0,45 millió fő



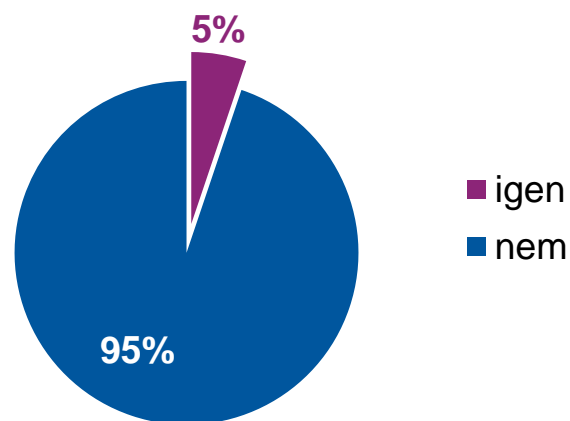
A mobiltelefont használók 4%-a mondott le sim-et, és 5%-uk vásárolt új sim-kártyát az elmúlt egy évben. Mind a lemondás, mind az új sim vásárlása leginkább a jó anyagi helyzetű fiatalokra jellemző.

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

Lemondott mobilkártyát/-előfizetést



Vásárolt mobilkártyát/-előfizetést

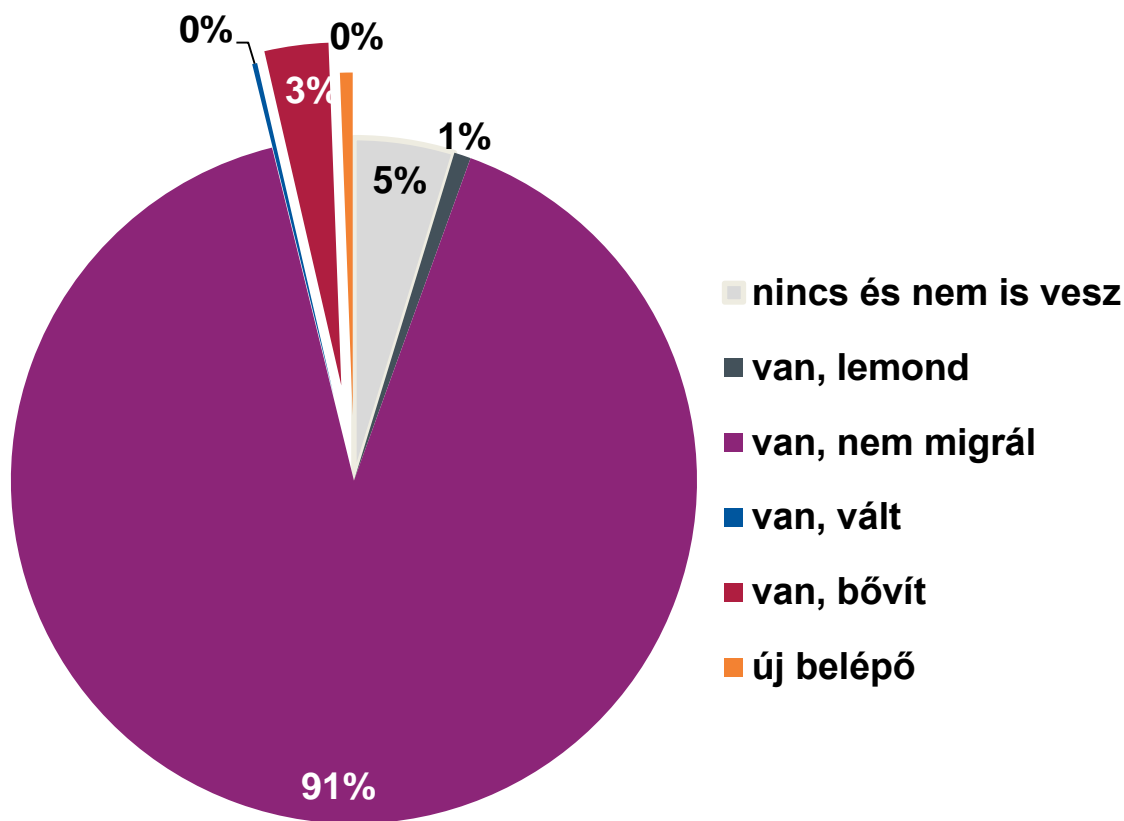


Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=8,03 millió fő; n=1852)





2018-ban 51 ezer leendő előfizető tervezett belépni az egyre telítődő mobilpiacra. További 255 ezren vannak azok, akiknek már volt mobiljuk, de újabb előfizetés beszerzését tervezik. Idén 67 ezren le akarják mondani mobiltelefon-előfizetésüket úgy, hogy nem is terveznek újat helyette. Összességében elmondható, hogy a mobilpiac szaturál.



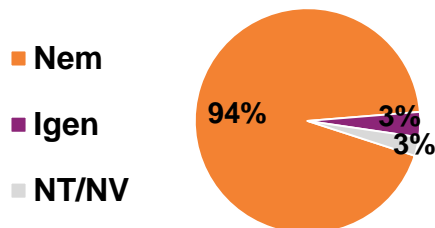
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2016)





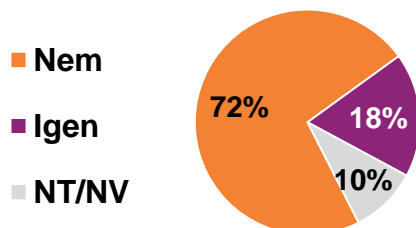
A lakosság 3%-a, azaz 306 ezer ember tartja elképzelhetőnek egy éven belül új mobiltelefon-előfizetés beszerzését. Új mobilkészülék beszerzését azonban idén 1,43 millióan (18%) tartják elképzelhetőnek, ez valamelyes, bár statisztikailag nem jelentős csökkenés a 2017-es 1,62 millióhoz (21%) képest. Az új készülékek döntő többségét már meglévő előfizetésekhez vennék.

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



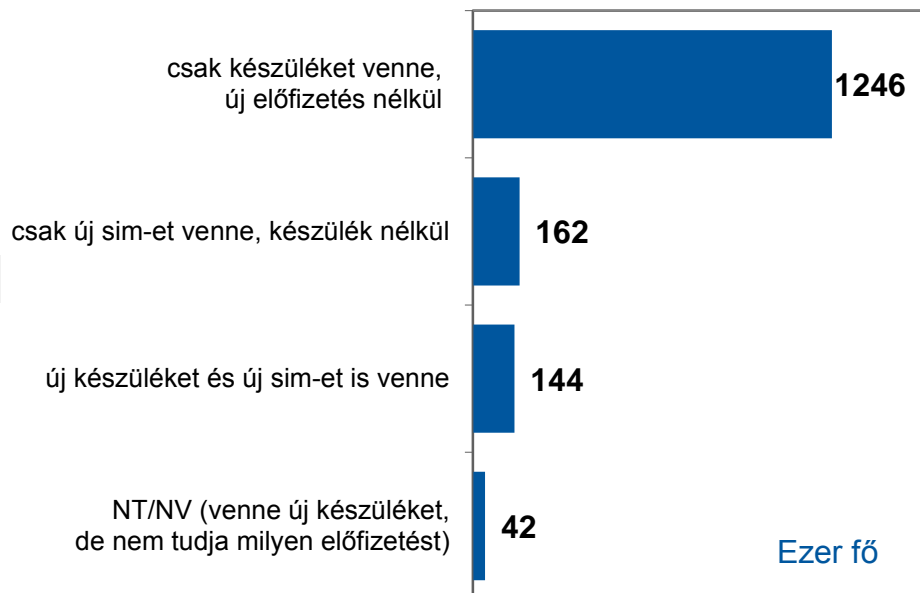
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)

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



Bázis: Mobilhasználó 14+ éves személyek (N=8,03 millió fő; n=1852)

Új mobilelőfizetés- és új mobilkészülék-igények



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

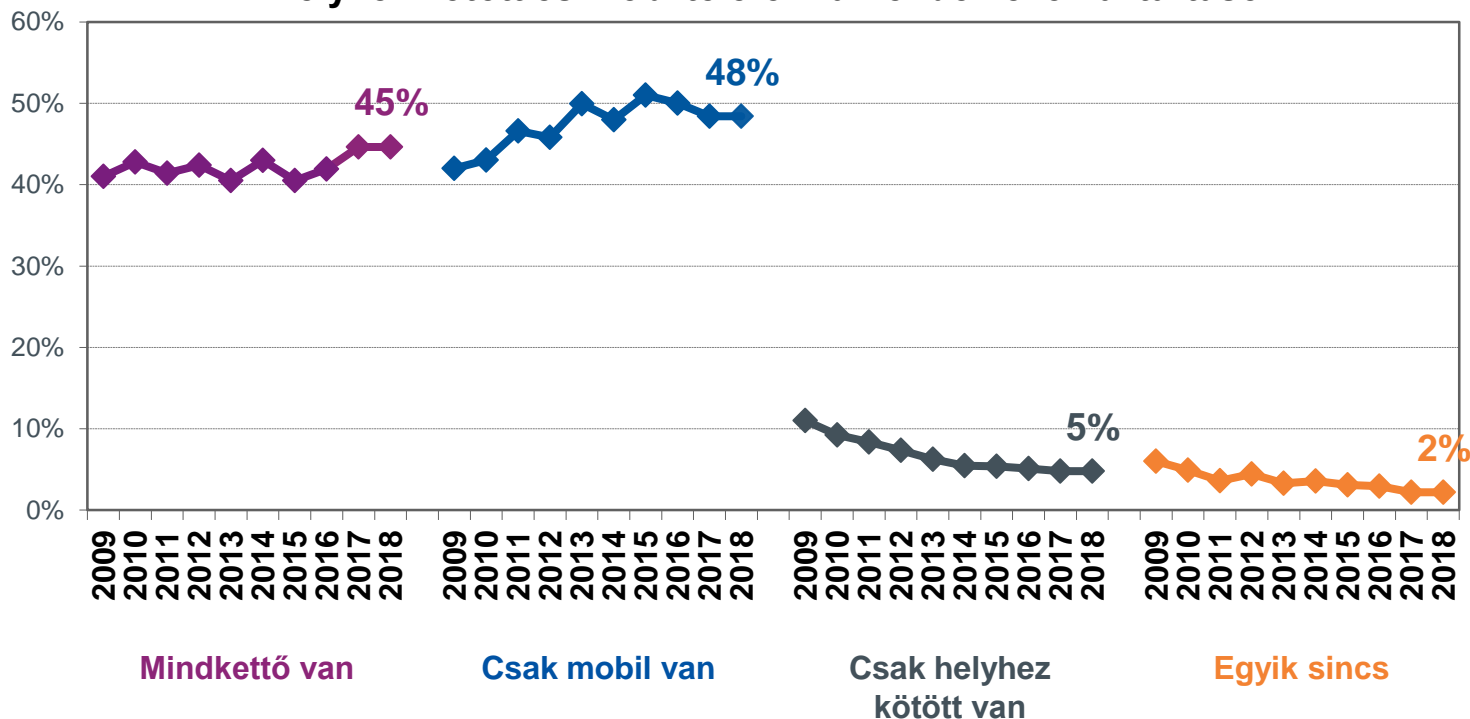
HANGPIAC

- Vezetékeshang-piac
- Mobilhangpiac
- **Fix-mobil viszony**



Jelenleg 48% a csak mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező háztartások aránya, ami az elmúlt években nem változott szignifikánsan. A csak vezetékes telefonnal rendelkezők aránya is stagnál az utóbbi években. A mindkét fajta telefonnal rendelkező háztartások aránya sem változott 2017 óta (45%).

Helyhez kötött és mobiltelefonnal rendelkező háztartások



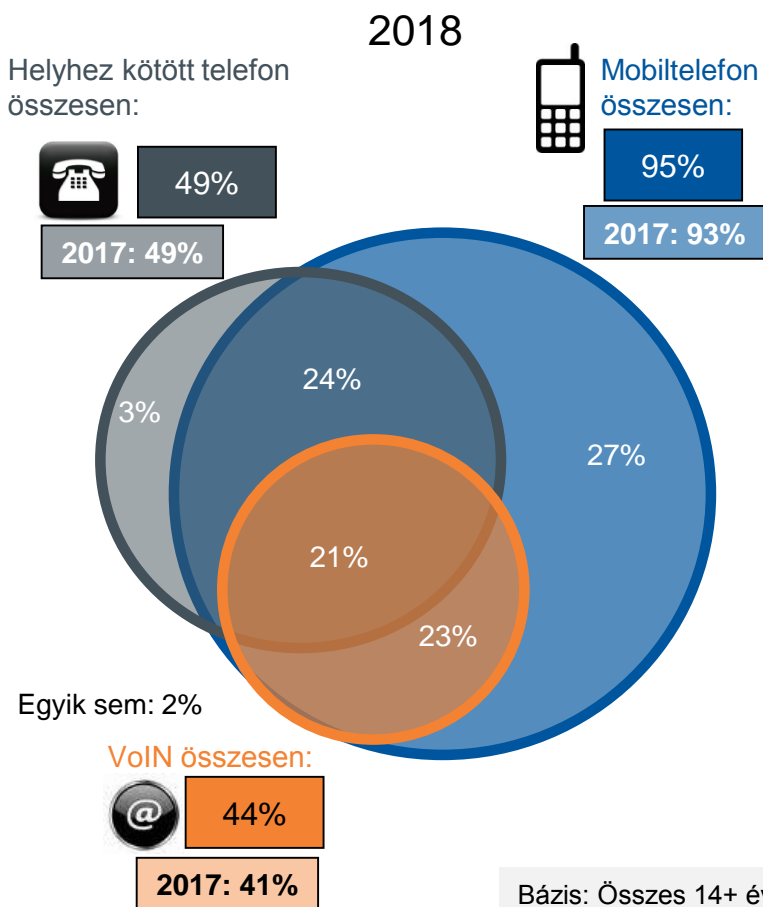
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)



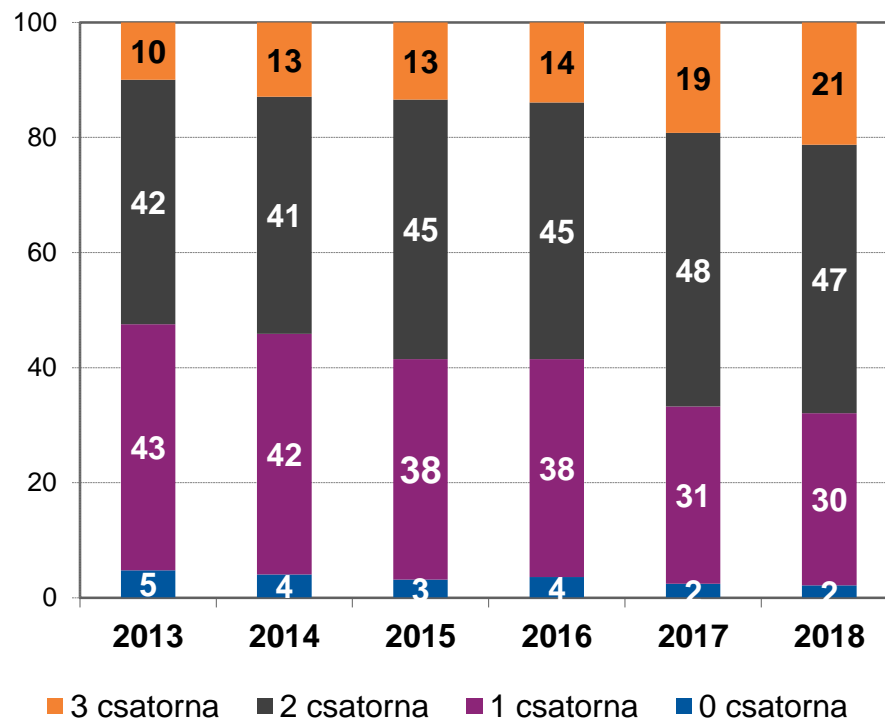
HANGPIACI SZOLGÁLTATÁSOK KOMBINÁCIÓJA



Az elmúlt évben nem változott jelentősen a kettő vagy három hangkommunikációs csatornát használók aránya. 2018-ban a lakosság egyötöde használta mind a három kommunikációs csatornát.



Hangpiaci szolgáltatások kombinációja



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2016)

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 a havi előfizetési díj, valamint az is, hogy az ismerősök, gyakran hívott személyek melyik szolgáltatóhoz tartoznak. A telefonjukon mobilinternetezőik körében az adatkorlát kérdése előtérben van, 83%-uk számára ez fontos szempont.



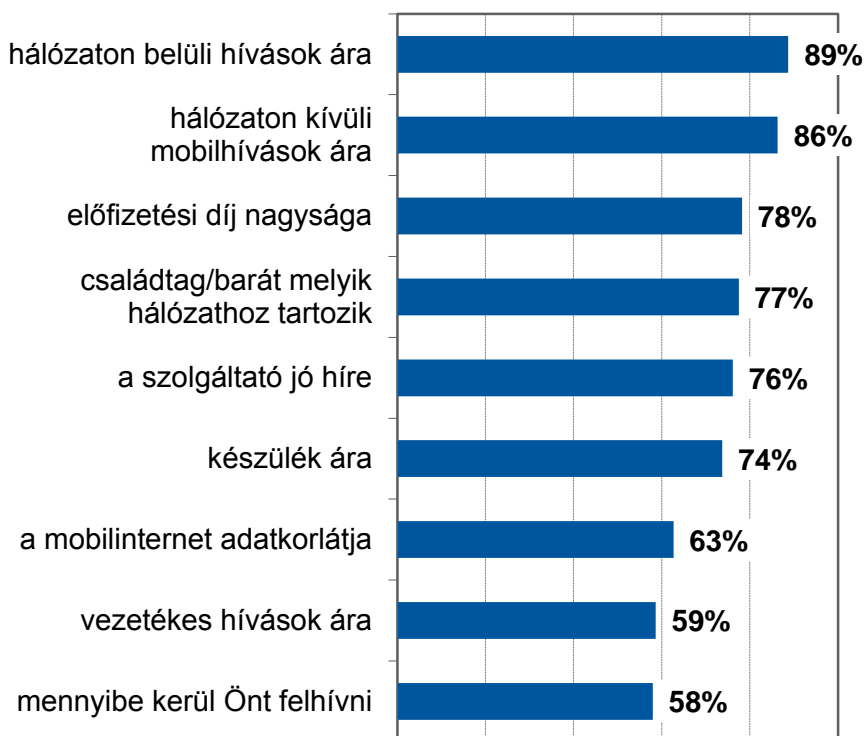
Vezetékes szolgáltató kiválasztásának okai (top-2-box)



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező háztartások (N=1,97 millió HT, n=1002)



Mobilszolgáltató kiválasztásának okai (top-2-box)

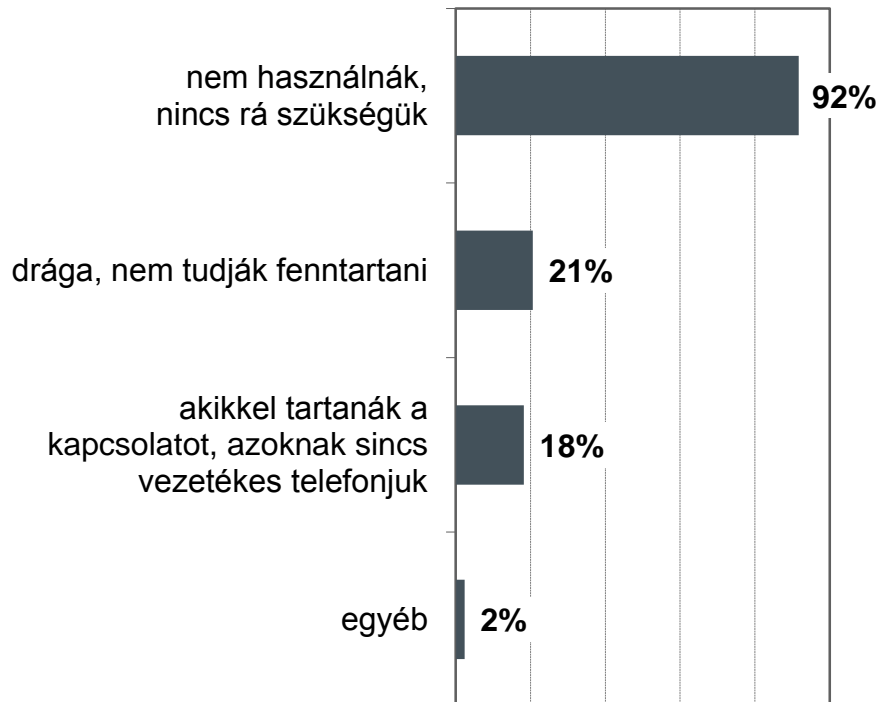


Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=8,03 millió fő; n=1852)

A helyhez kötött telefontal nem rendelkező háztartások 92%-ának azért nincs ilyen szolgáltatása, mert egyszerűen nincs rá szüksége. Csak az egyötödük mondja azt, hogy azért nincs vezetékes telefonja, mert az drága. A „nem-mobilozó” személyek 67%-ának azért nincs ilyen eszköze, mert nincs szüksége mobilra. Itt azonban jóval magasabb arányban szerepel a magas költség, mint a vezetékes telefontal.



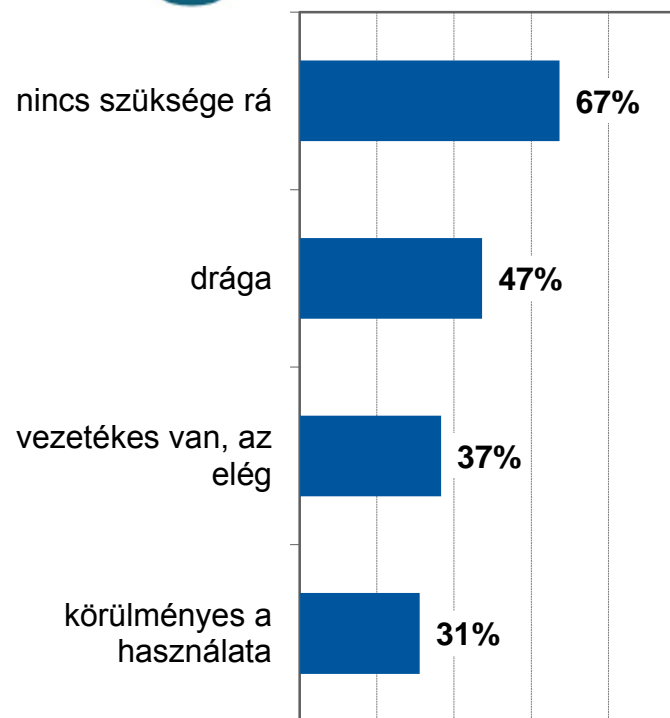
Miért nincs helyhez kötött telefonjuk?



Bázis: Ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés és nem is tervezik (N=1,99 millió HT, n=992)



Miért nincs mobiltelefonja?



Bázis: Akiknek nincs mobiltelefon-előfizetésük (N=452 ezer fő, n=164)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

INTERNETPIAC

- Internethasználat
- Otthoni (nagyképernyős) internet
- Mobilinternet

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

Az internetezés technológiája lehet:

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

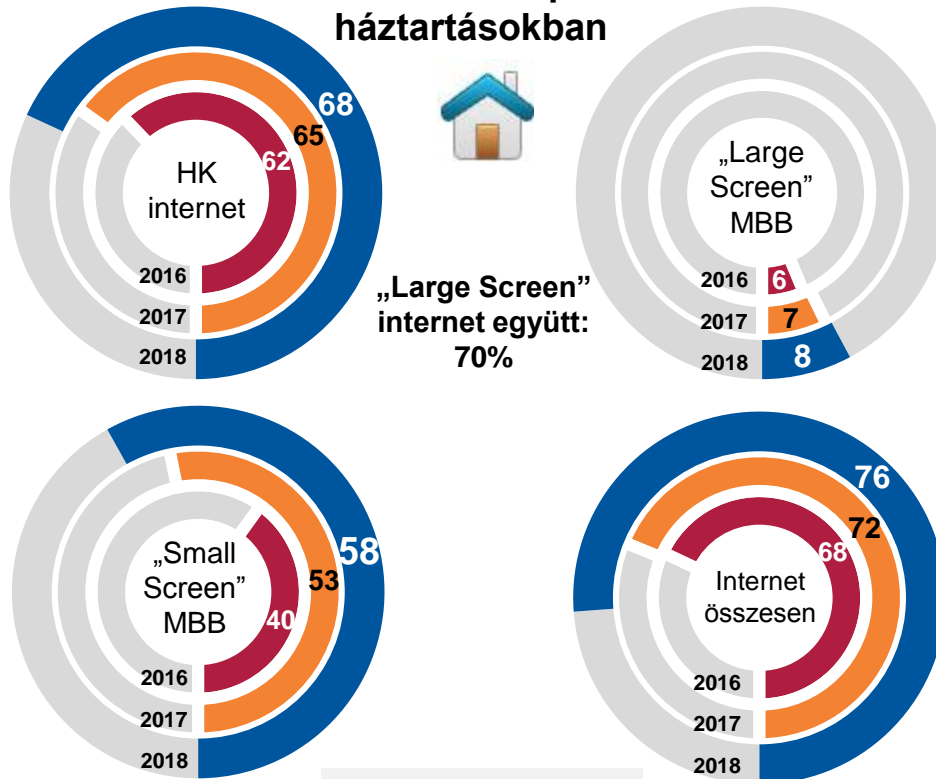
Az internetezés eszköze lehet:

„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.

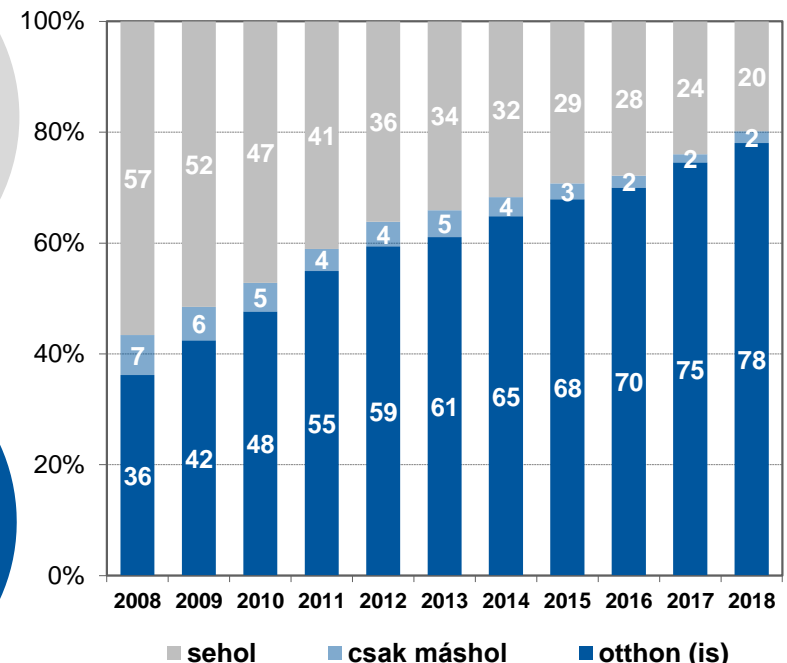
A háztartások internetes ellátottságának növekedése folytatódott, 2018-ra már a háromnegyedük rendelkezik internettel. A „Small Screen” mobilinternet penetrációja 2018-ban is jelentősen emelkedett, összesen 5 százalékpontot, így már 58%. Ennek oka, hogy az új havidíjas csomagok döntő többségéhez mobilinternet is tartozik. Az internethasználó személyek aránya is tovább növekszik, idén 80% ez az arány.

Különbéle internetkapcsolatok a háztartásokban



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)

Az internethasználók aránya a használat helye szerint

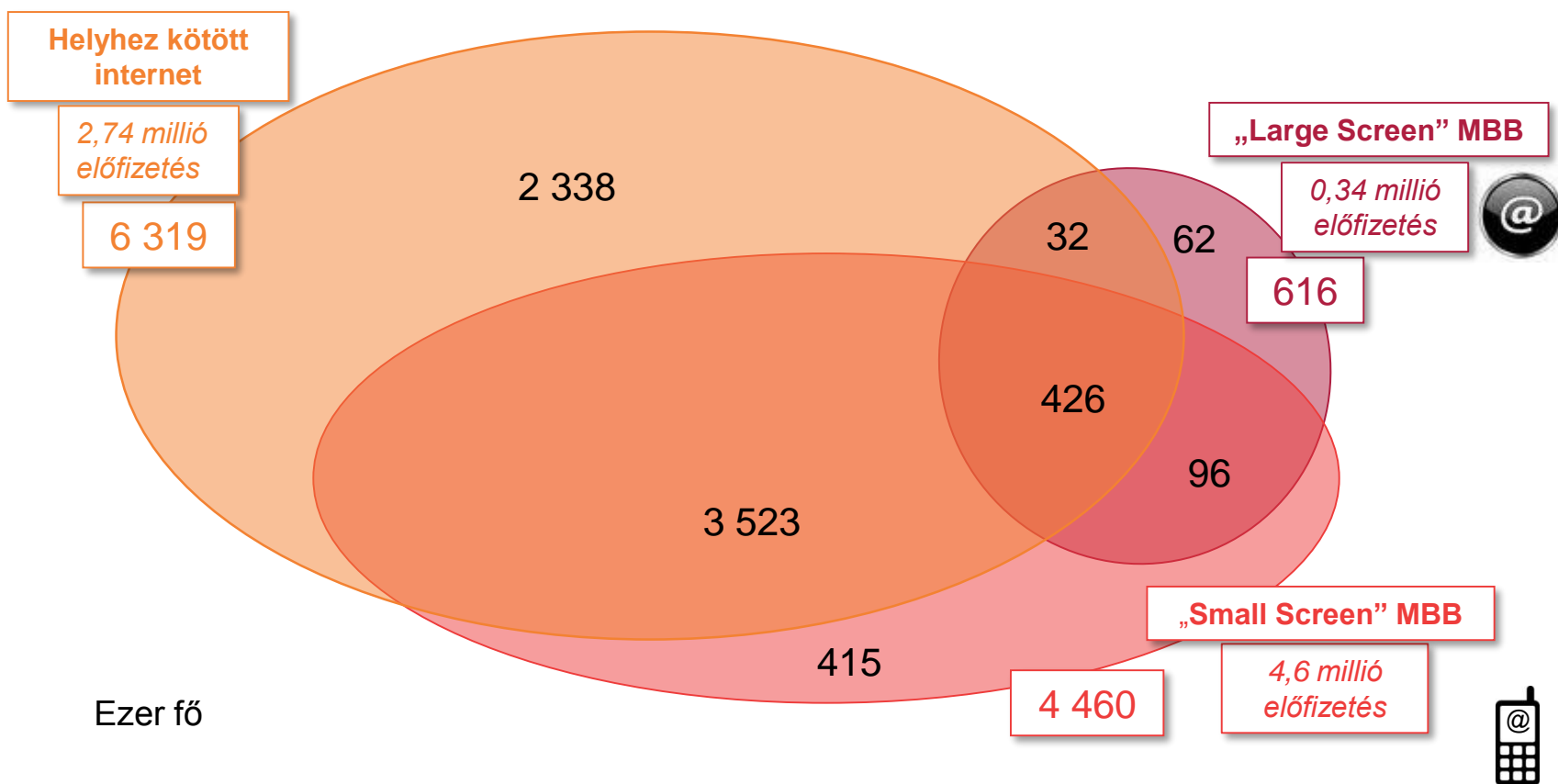


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2016)





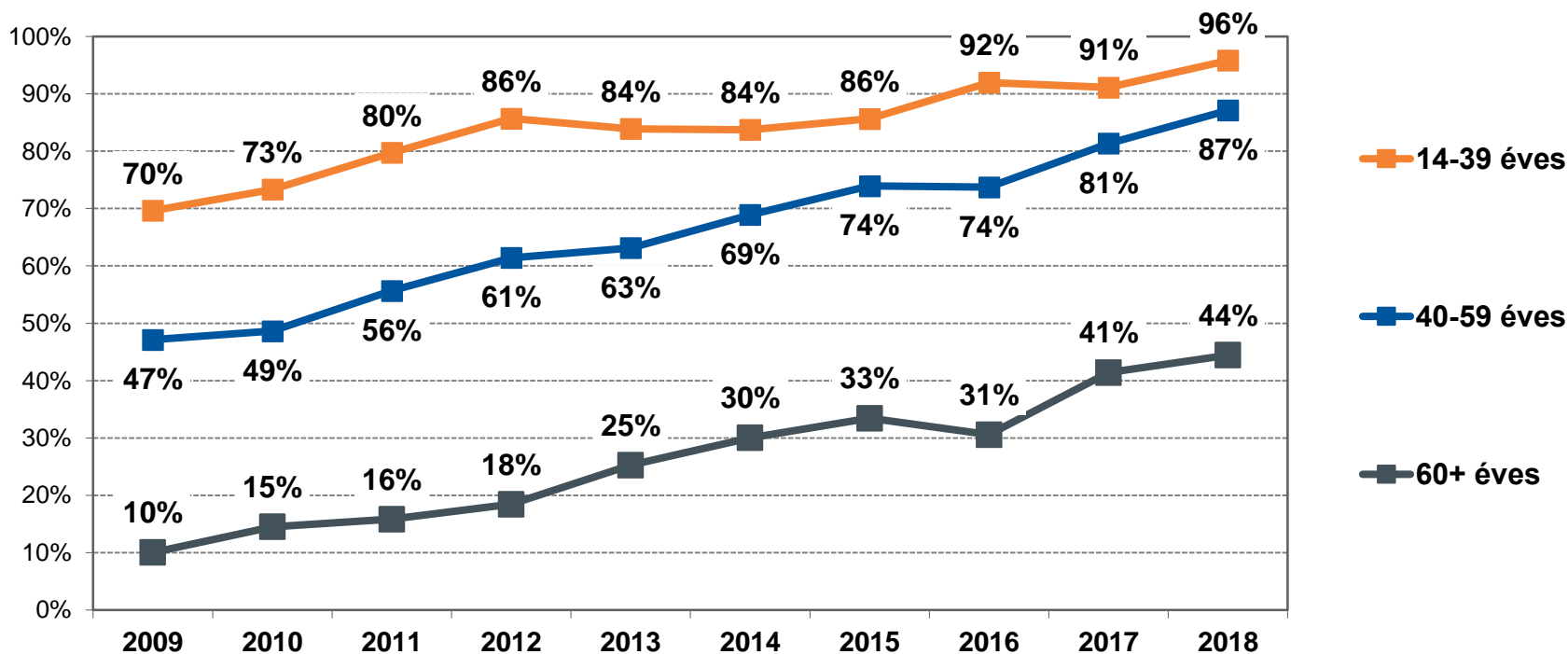
A piac legfontosabb változása továbbra is a „Small Screen” mobilinternethez köthető: 2017-hez képest 3,98 millióról 4,46 millióra nőtt azok száma, akik ilyen típusú előfizetéssel is rendelkeznek. Ez főképp annak köszönhető, hogy a szolgáltatók a legtöbb új mobilhangcsomaghoz adnak mobilinternet-adatkeretet is.





Az internetet legalább hetente használók aránya a 14-39 évesek között már 90% feletti. A 40-59 éves korosztályban a rendszeresen internetezők aránya 6 százalékpontot nöött, ezzel már 87%-os. A legidősebb korosztály 44%-a mondható heti rendszerességű internethasználónak.

A legalább heti rendszerességgel internetet használók aránya a különböző korcsoportokban



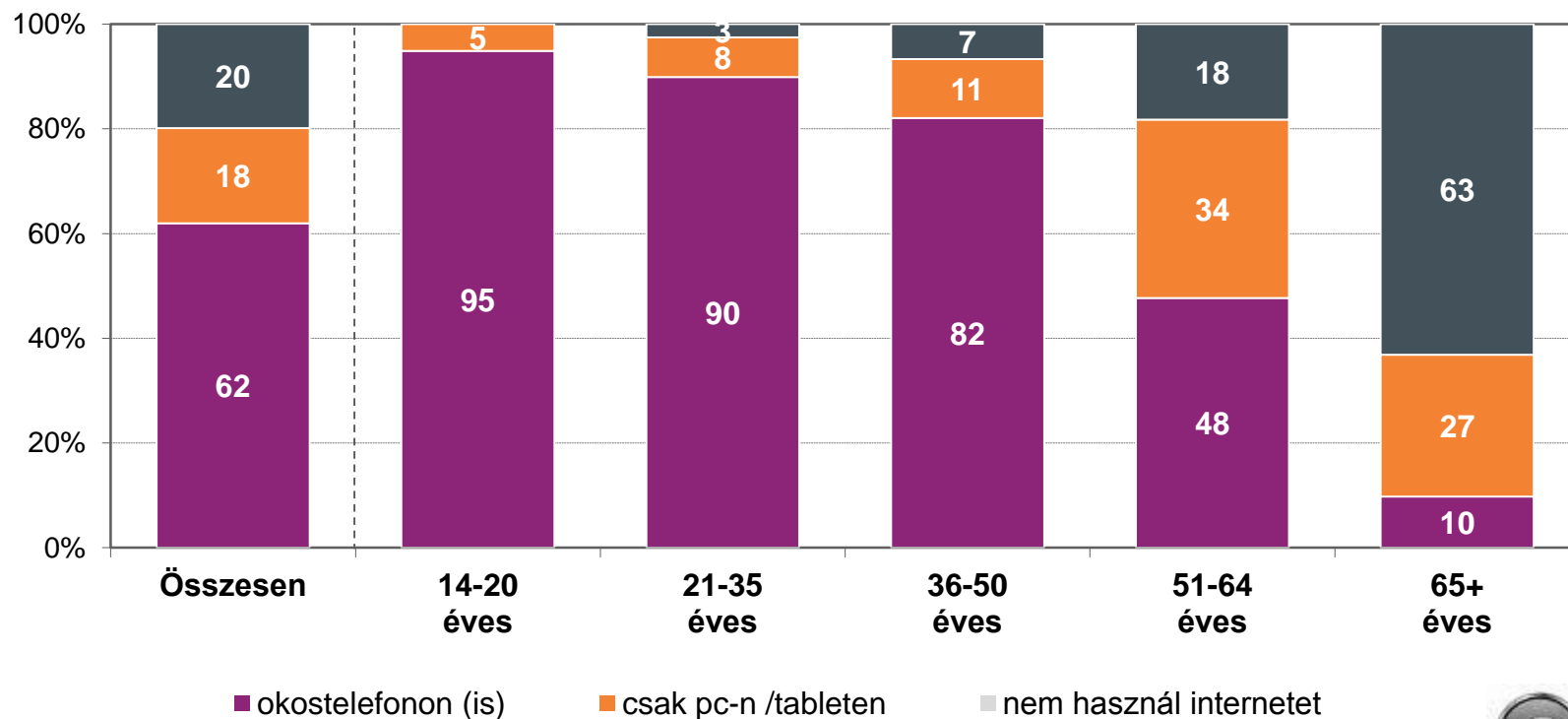
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2016)



INTERNETHASZNÁLAT OKOSTELEFONON ÉS SZÁMÍTÓGÉPEN KORCSOPORTONKÉNT



A 14 éves és idősebb lakosság 62%-a használ okostelefonon internetet, közülük lényegében mindenki (99%) használ más eszközön (pc-n, tableten) is netet. 18% csak pc-n vagy tableten internetezik. Az okostelefonos netezés gyakorisága az életkor előre haladtával csökken. Ez a csökkenés 14-50 éves korig még enyhe, ám 50 év felett egyre meredekebb. 51-64 év között a legmagasabb azok aránya, akik csak számítógépen interneteznek.

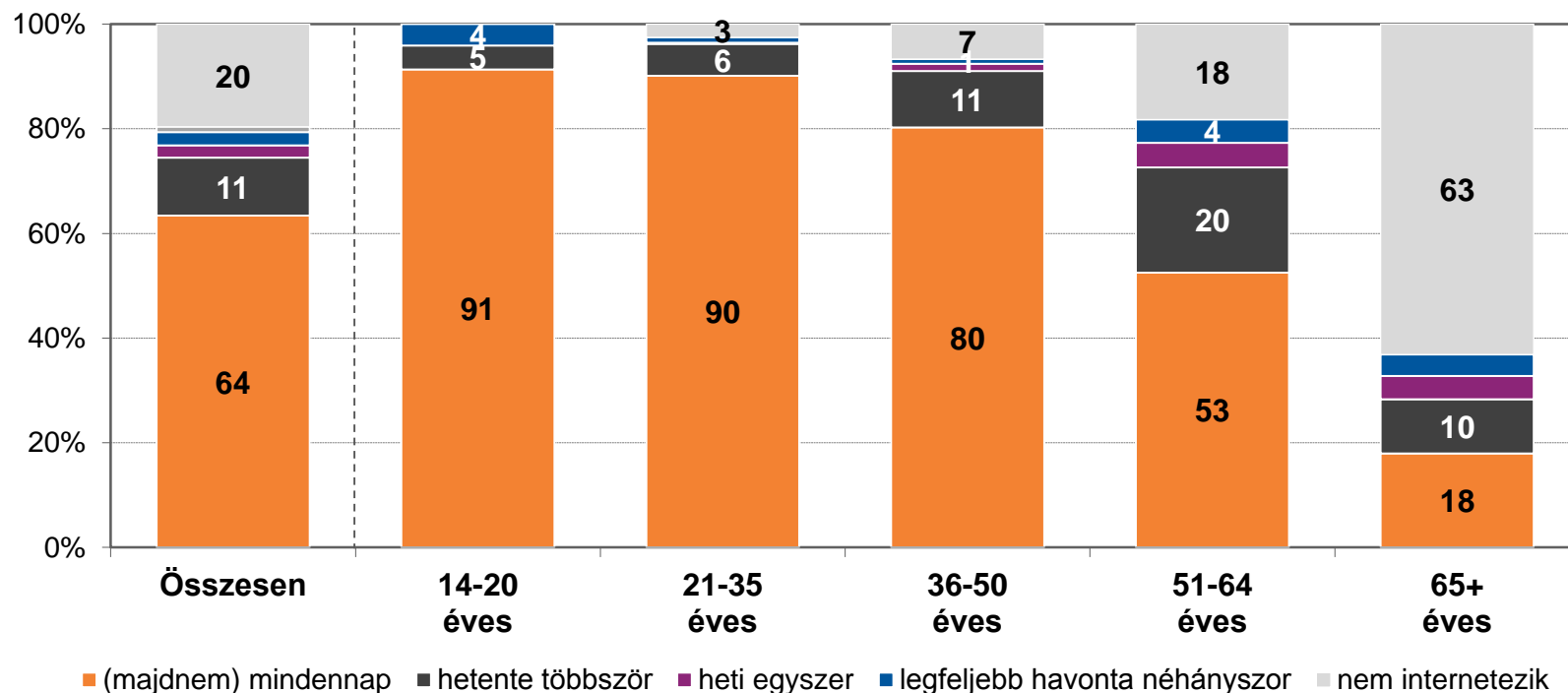


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2016)





Tavalyhoz képest nőtt a majdnem mindennap internetezők aránya (2017: 61%). 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 91%-a mindennap internetezik, míg az 51-64 éveseknek csak 53%-a, az ennél idősebbeknek pedig 18%-a netezik mindennap.



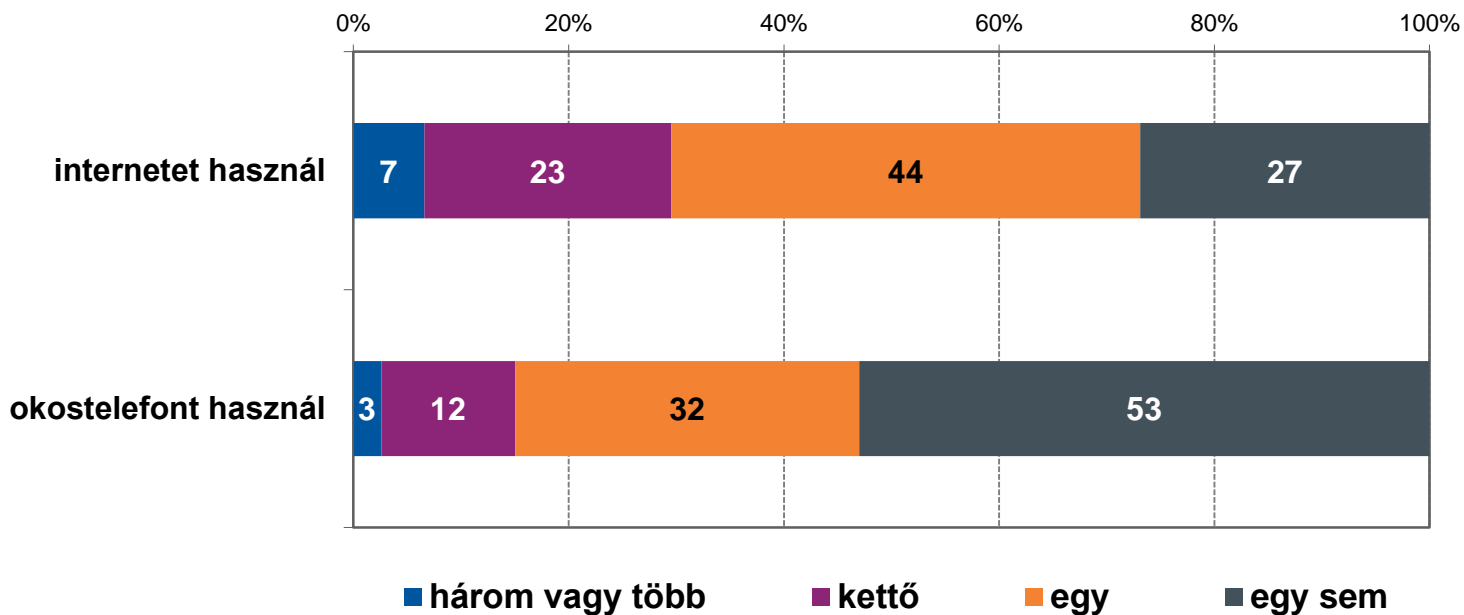
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2016)





A 0-18 éves gyermekkel élő háztartások 73 százalékában internetezik valamelyik gyerek valamilyen eszközön, és 47%-ukban van a gyerek(ek)nek okostelefonja. A 19 éven aluliak 66%-a (összesen 1,2 millió fő) használ internetet, míg 38%-uk (692 ezer fő) okostelefont.

Hány 0-18 éves gyerek használ internetet / okostelefont a háztartásban?

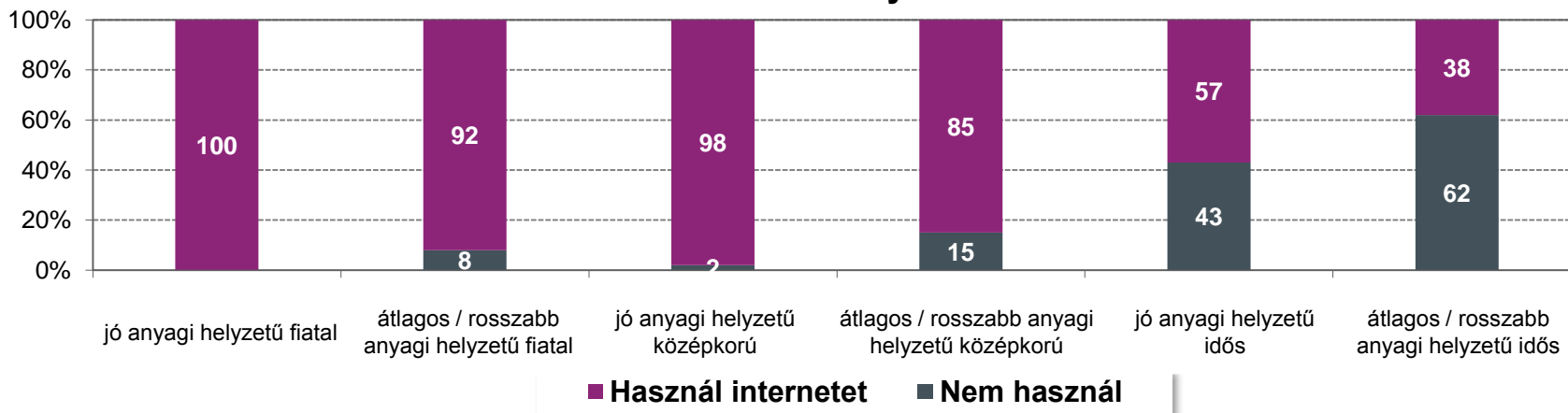


Bázis: 0-18 éves gyermekes háztartások (N=1,074 millió HT, n=455)



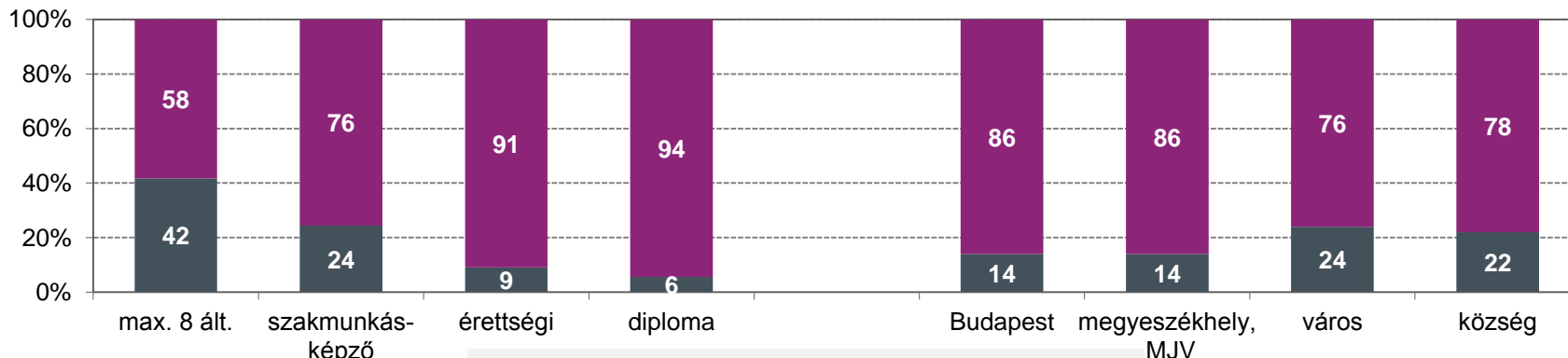
A 14 éves és idősebb lakosság 20 százaléka nem használ internetet. A kimaradók aránya az átlagos vagy annál rosszabb anyagi helyzetű idősök körében a legnagyobb (62%), a fiatalok, valamint a jó anyagi helyzetű középkorúak körében viszont 10% alatti. Az iskolai végzettség is erősen összefügg az internethasználattal, viszont a településtípus hatása már csekélyebb.

A válaszadó élethelyzete szerint



Iskolai végzettség szerint

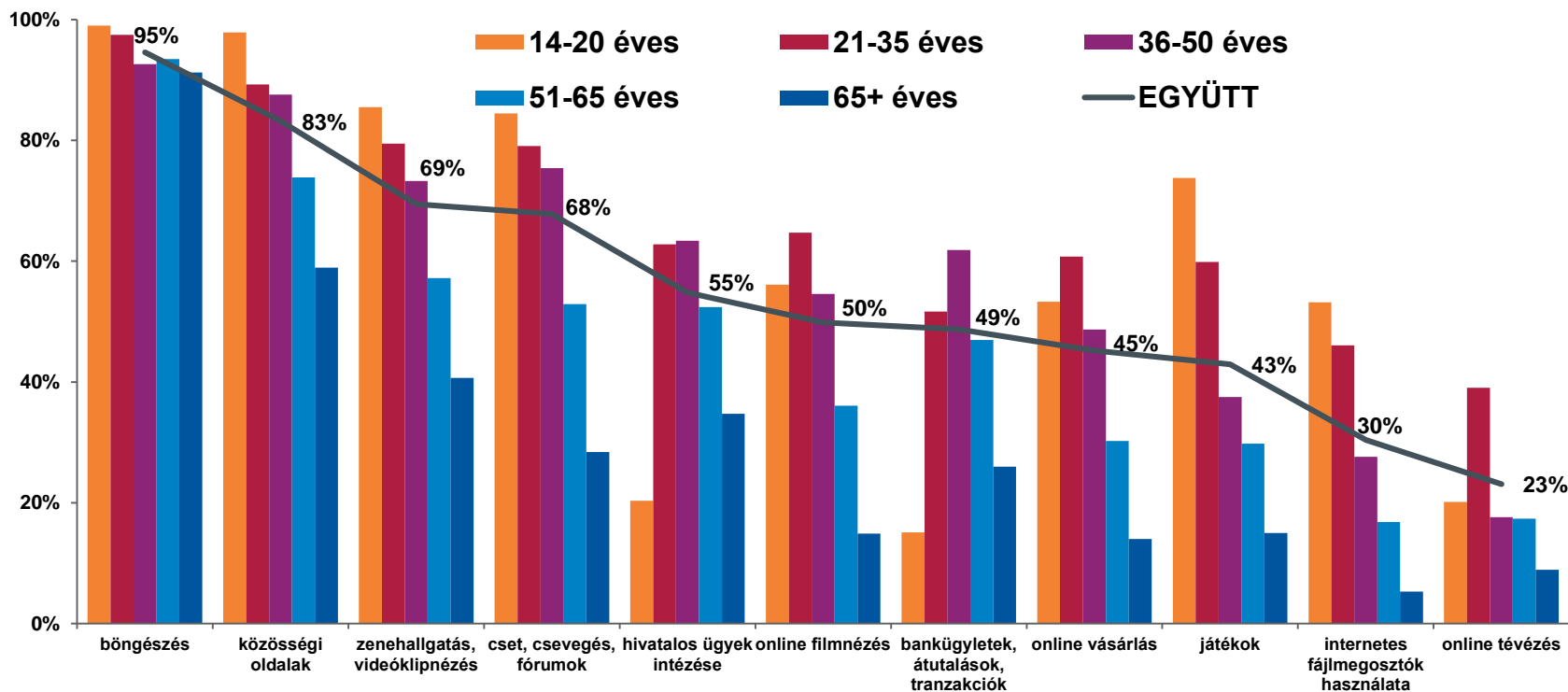
Településtípus szerint



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2016)



A fiatalok és az idősebbek internethasználati szokásaiban jellemzően eltérő mintázatok vannak. A legfiatalabbakra az átlagosnál sokkal jellemzőbb a fájlmegosztók, az online játékok használata és a csetelés. A hivatalos ügyek online intézése és az online bankolás pedig éppen rájuk nem jellemző, inkább a 21-50 évesekre. A 21-34 évesek között a leggyakoribb az online tévénézés és filmnézés. Ugyanakkor a böngészésben már nincs semmilyen különbség a korcsoportok között.



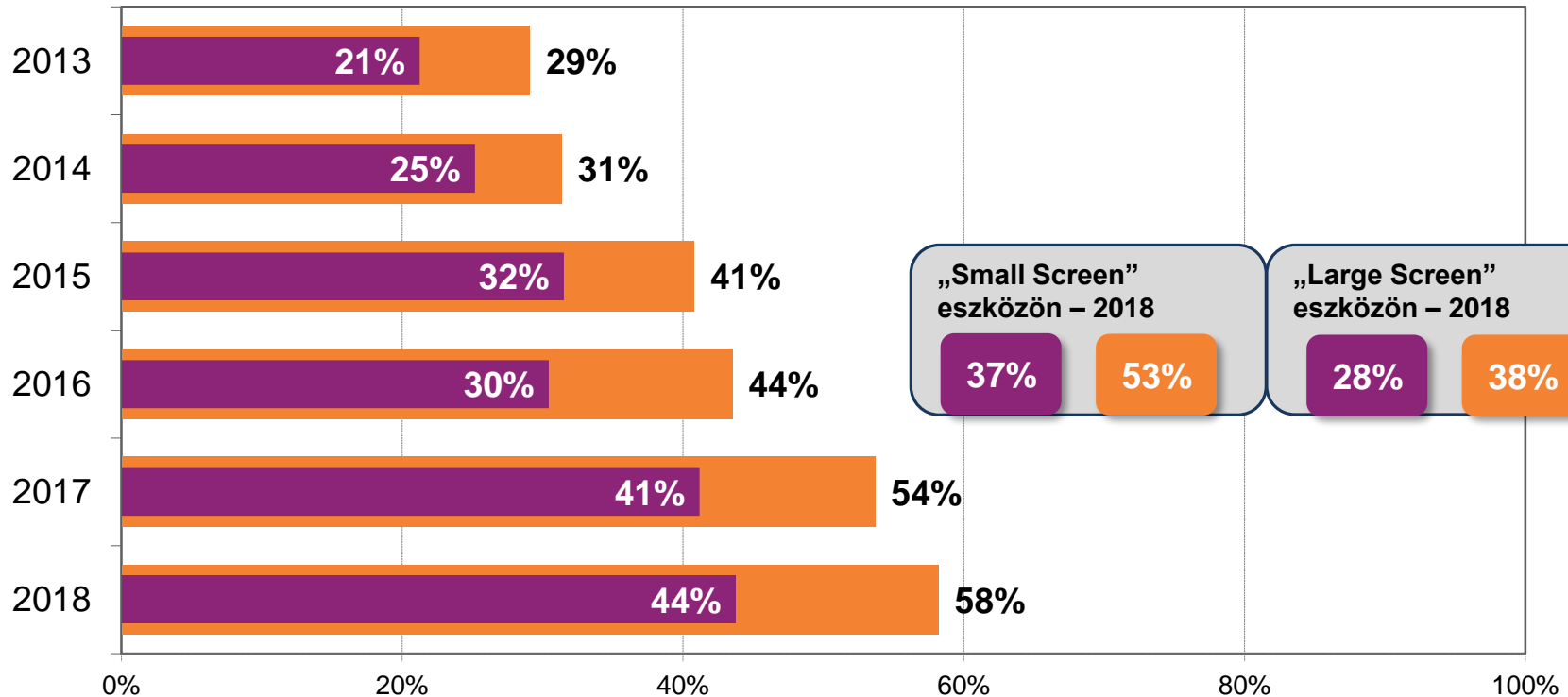
Bázis: 14+ éves otthon internetet használó személyek (N=6,62 millió fő; n=1394)





A 14 évesek és idősebbek 58%-a használ valamilyen csevegőprogramot (pl. Skype, Gtalk), ami valamelyes bővülés tavalyhoz képest. Különösen „Small Screen” eszközön nőtt a csetprogramokat használók aránya (45-ről 53%-ra). Azok aránya, akik nemcsak csetelésre, hanem telefonhívások bonyolítására is igénybe veszik ezeket a programokat, nem növekedett számottevően.

Internetes csevegő- és telefonprogramok használata



Bázis: Összes 14+ éves személy
(N=8,481 millió fő; n=2016)

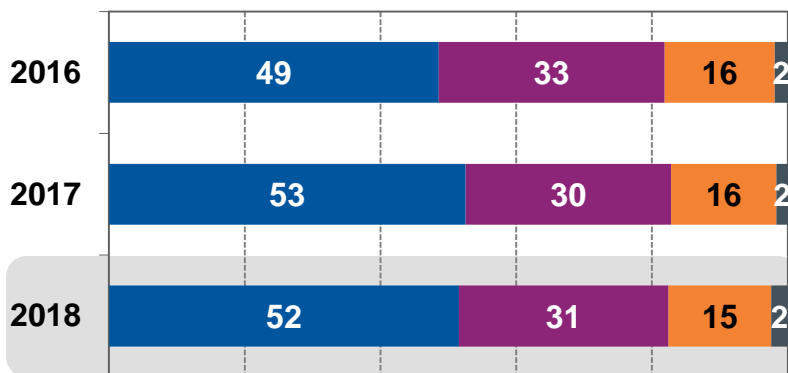
■ Cset-/telefonprogramok használata ■ VoIP





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.

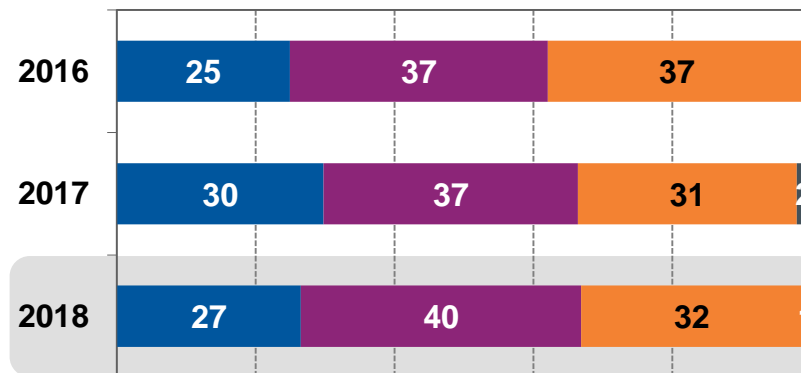
„Small Screen” cset vs. sms



- 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
2018-ban (N=4,17 millió fő; n=819)

„Small Screen” VoIN vs. mobiltelefonálás

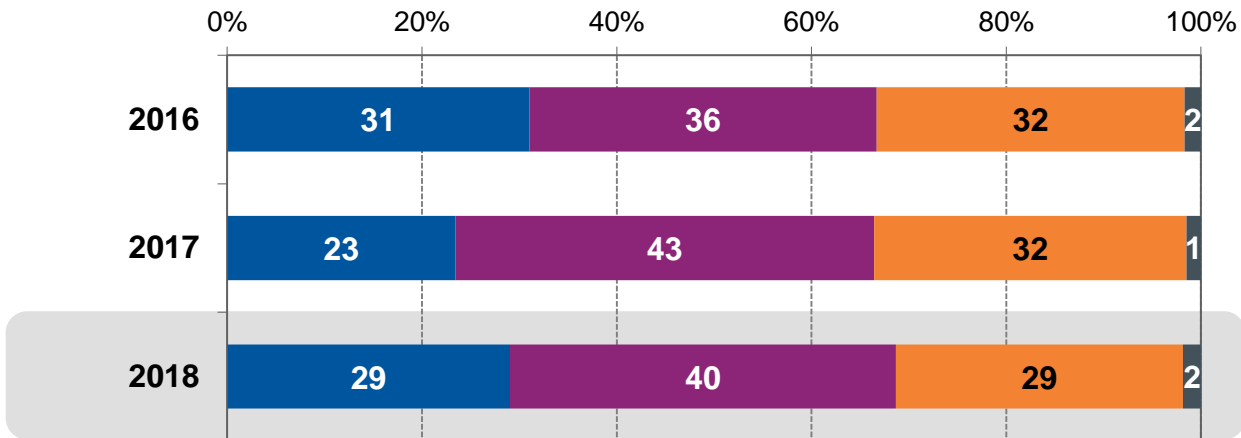


- azóta lényegesen kevesebbet mobiltelefonálok
- azóta valamivel kevesebbet mobiltelefonálok
- azóta is ugyanannyit mobiltelefonálok
- NT/NV

Bázis: „Small Screen” eszközön VoIN-t használó személyek
2018-ban (N=3,12 millió fő; n=624)

A számítógépen VoIN-t használók 69%-a tartja ezt az eszközt a „klasszikus” csatornákat (mobilt vagy helyhez kötött telefont) helyettesítő megoldásnak. A VoIN-os helyettesítés mértékéről 2018-ban markánsabban nyilatkoztak a válaszadók, bár statisztikai értelemben nem volt változás.

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

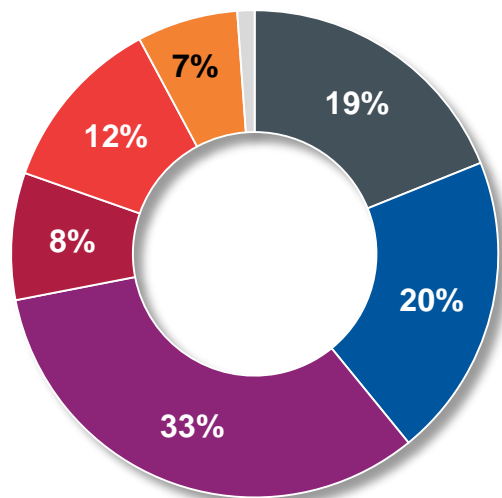




Tavalyhoz képest nem változott jelentősen a VoIN-alkalmazások használatának gyakorisága. A „Small Sreen” eszközön való VoIN-használat továbbra is jóval intenzívebb, mint a nagyképernyőn keresztül telefonálók esetében.

VoIN-használat intenzitása

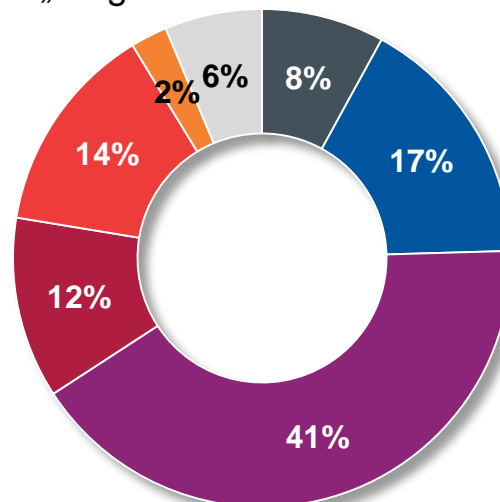
„Small Screen” eszközön



- 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=3,123 millió fő; n=624)

„Large Screen” eszközön



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

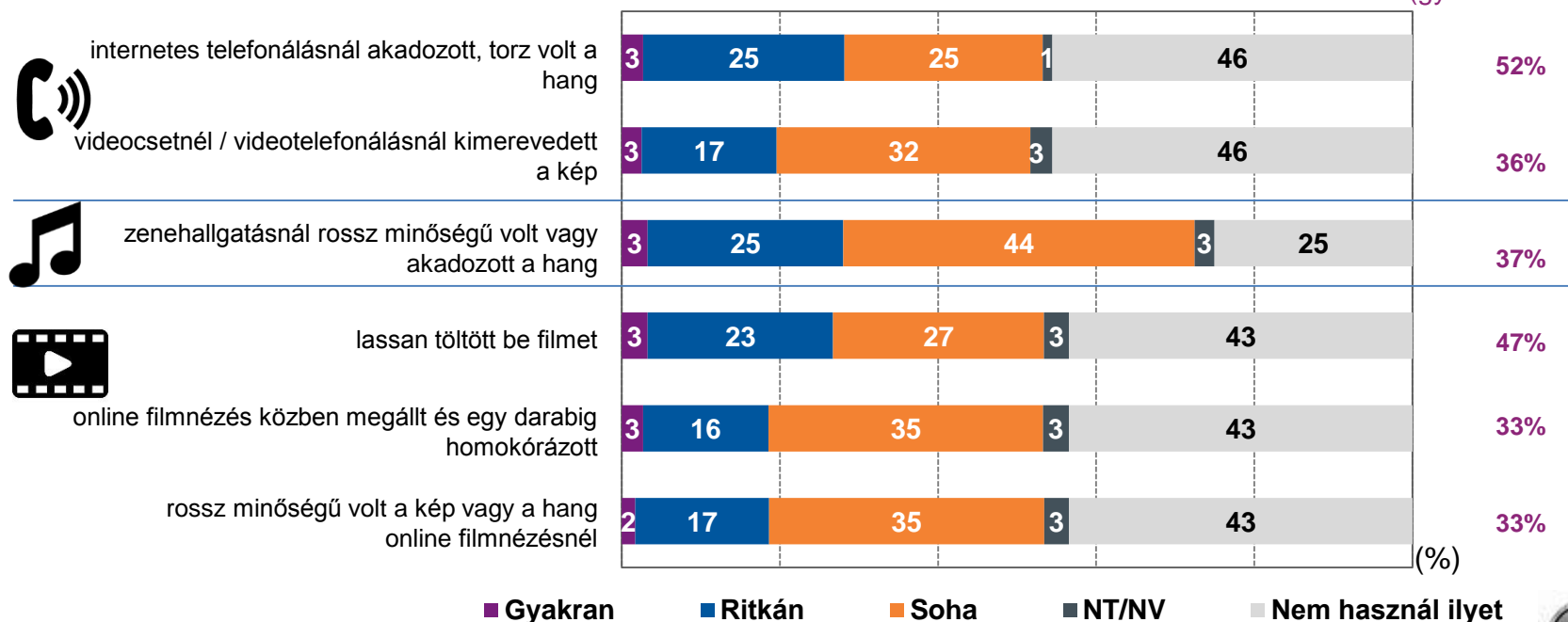
Bázis: „Large Screen” eszközön VoIN-t használó személyek
(N=2,415 millió fő; n=490)



Az otthoni vezetékes internetet használók* több mint fele szokott online filmeket nézni (57%), illetve különböző csetprogramokat használni (53%). Az online zenehallgatás háromnegyedükre jellemző (75%). A szélessávú internetet használók közel fele tapasztalt valamilyen problémát az elmúlt egy évben online zenehallgatás, filmnézés vagy telefonálás során, gyakori problémáról viszont csak 8%-uk számolt be. A legtöbb problémát az online telefonbeszélgetés hangminőségével kapcsolatban említették (az ilyen alkalmazást használók 52%-a), a legkevesebb panasz pedig az online filmnézés minőségére érkezett (leszámítva a lassú betöltéseket).

Előfordultak Önnel a következő problémák az elmúlt egy évben az otthoni internethasználat során?

Előfordulás a használók körében (gyakran + ritkán):



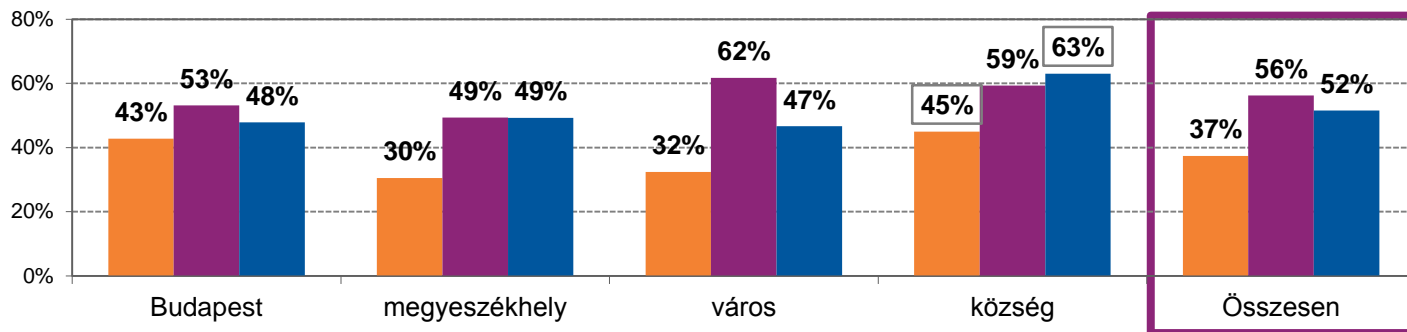
Bázis: otthoni vezetékes internetet használók (N=5,63 millió fő; n=1394)

*A 14 éves és idősebb lakosság 66%-a használ otthon vezetékes internetet



Az otthoni vezetékes neten zenét hallgatók 37%-a, az online telefon-/csetprogramot használók 56%-a, az online filmnézők 57%-a észlelt valamilyen problémát az elmúlt egy évben a vezetékes szélessáv használata során. A községekben élők nagyobb arányban számoltak be problémákról a zenehallgatás és a filmnézés kapcsán. A régiók közül a Dél-Dunántúlon mértük a legkevesebb problémát, Észak-Magyarországon a legtöbbet.

Problémák előfordulása településtípus szerint



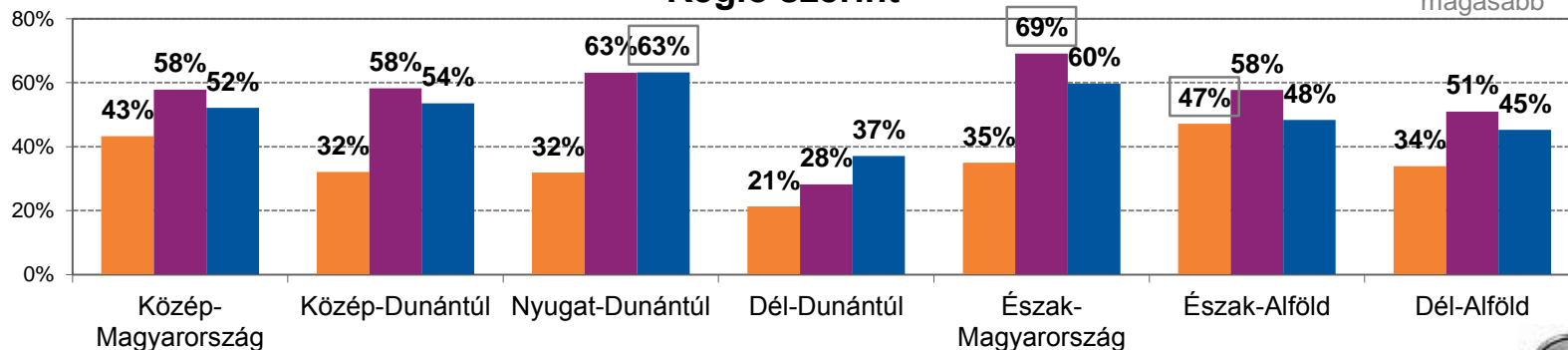
■ online zenehallgatásnál

■ online telefonálásnál

■ online filmnézésnél

□ Az átlagosnál szignifikánsan magasabb

Régió szerint

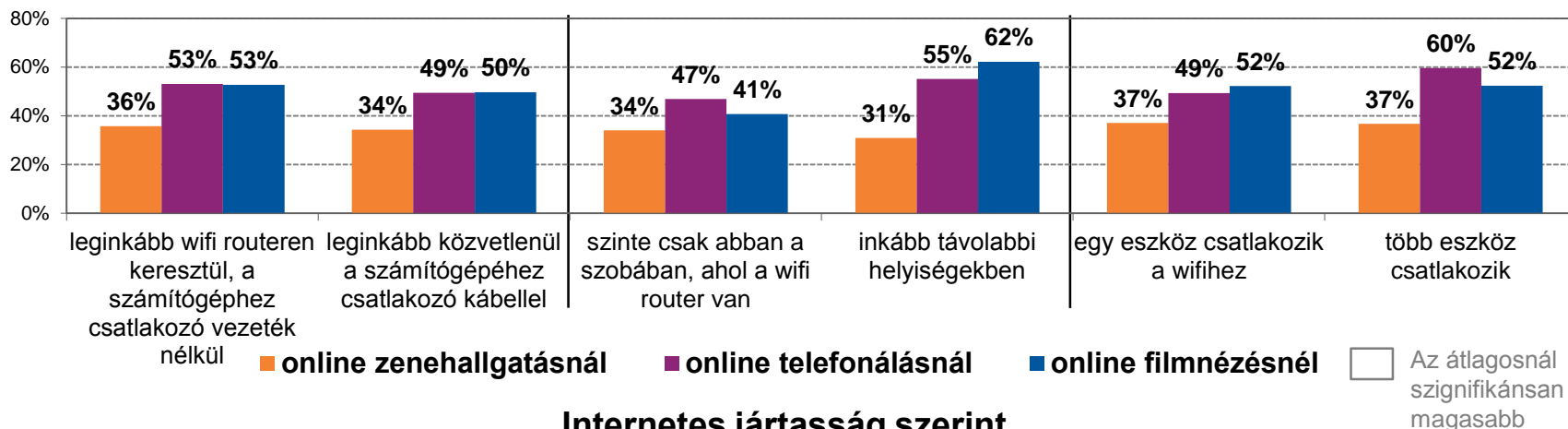


Bázis: otthon online zenét hallgatók (N=4,22 millió fő; n=848), otthon online telefonos/csetprogramot használók (N=3,02 millió fő; n=612), otthon online filmet nézők (N=3,18 millió fő; n=635)

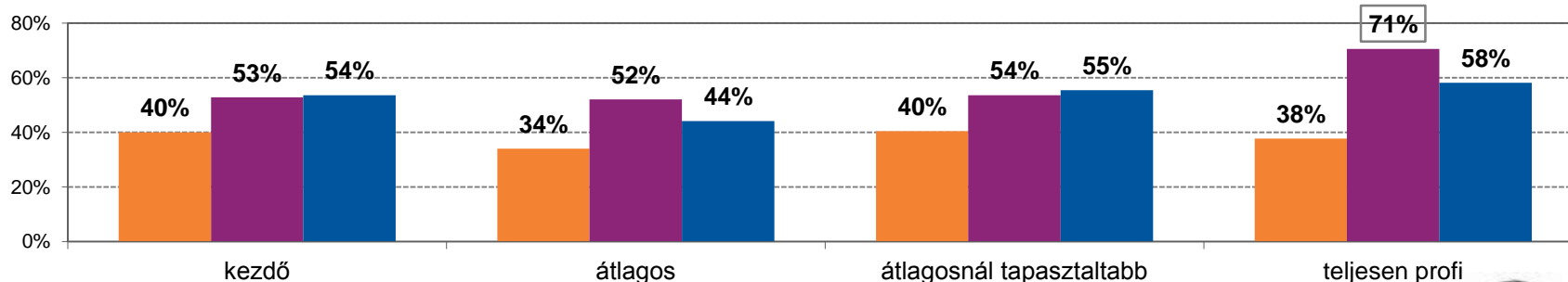


A szélessávval kapcsolatos problémák jellemzőbbek azoknál, akik a wifiroutertől távolabbi helyiségben interneteznek, illetve ahol több eszköz is csatlakozik a wifihez. Az internetes jártasság nem annyira befolyásolja az ügyfélményt. Egyedül az online telefonálásnál látjuk azt, hogy a legprofibbak találkoznak leginkább problémákkal, de valószínűleg azért, mert intenzívebben használják a szolgáltatást.

Problémák előfordulása az otthoni vezetékes internet használati módja szerint



Internetes jártasság szerint

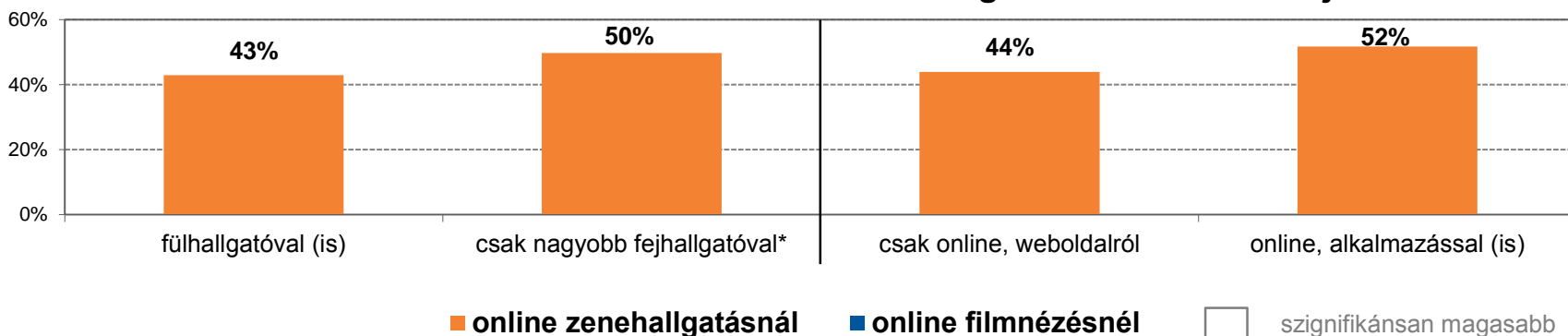


Bázis: otthon online zenét hallgatók (N=4,22 millió fő; n=848), otthon online telefonos/csetprogramot használók (N=3,02 millió fő; n=612), otthon online filmet nézők (N=3,18 millió fő; n=635),

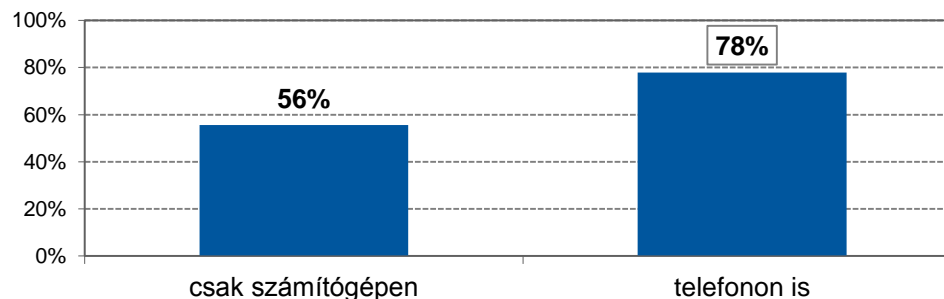


Az otthoni online zenehallgatási élményt befolyásolhatja a fejhallgató/fülhallgató minősége, illetve hogy valaki közvetlenül weboldaltól vagy applikációval hallgat-e zenét. Statisztikailag azonban (a kis elemszámok miatt) nem találtunk számottevő különbséget az online zenehallgatás eszközei és módjai szerint. A filmnézés esetében jelentősebb az eszközhasználat hatása: akik a telefonjukon is szoktak filmet nézni, azok jóval nagyobb arányban tapasztaltak problémát, mint akik csak számítógépet használnak ilyen célra.

Problémák előfordulása az otthoni online zenehallgatás használati módja szerint



Az online filmnézés módja szerint



*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

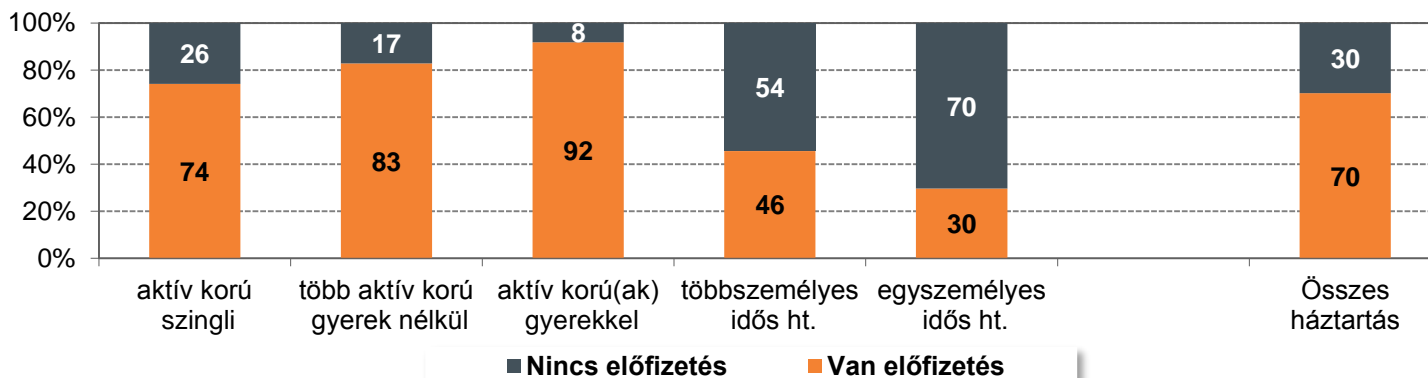
INTERNETPIAC

- Internethasználat
- Otthoni (nagyképernyős) internet
- Mobilinternet

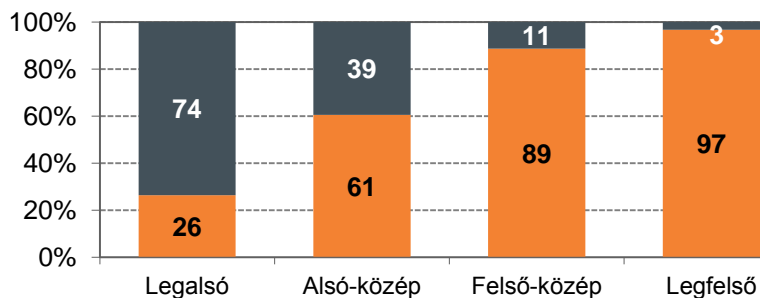


A „Large Screen” internetes kapcsolatra való előfizetés a több aktív korút magában foglaló, a gyermekes, valamint a jó anyagi helyzetben lévő háztartásokban az átlagosnál jóval nagyobb arányú. A legalsó jövedelmi kategóriában levő háztartások nagyjából egynegyedében, a legfelső jövedelmi kategóriában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

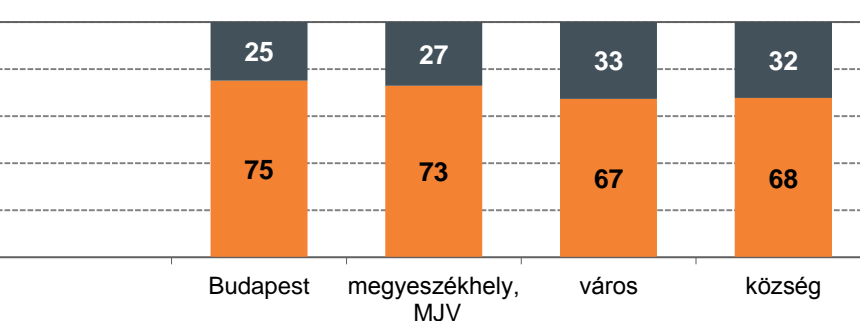
Ellátottság a háztartások összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



Településtípus szerint

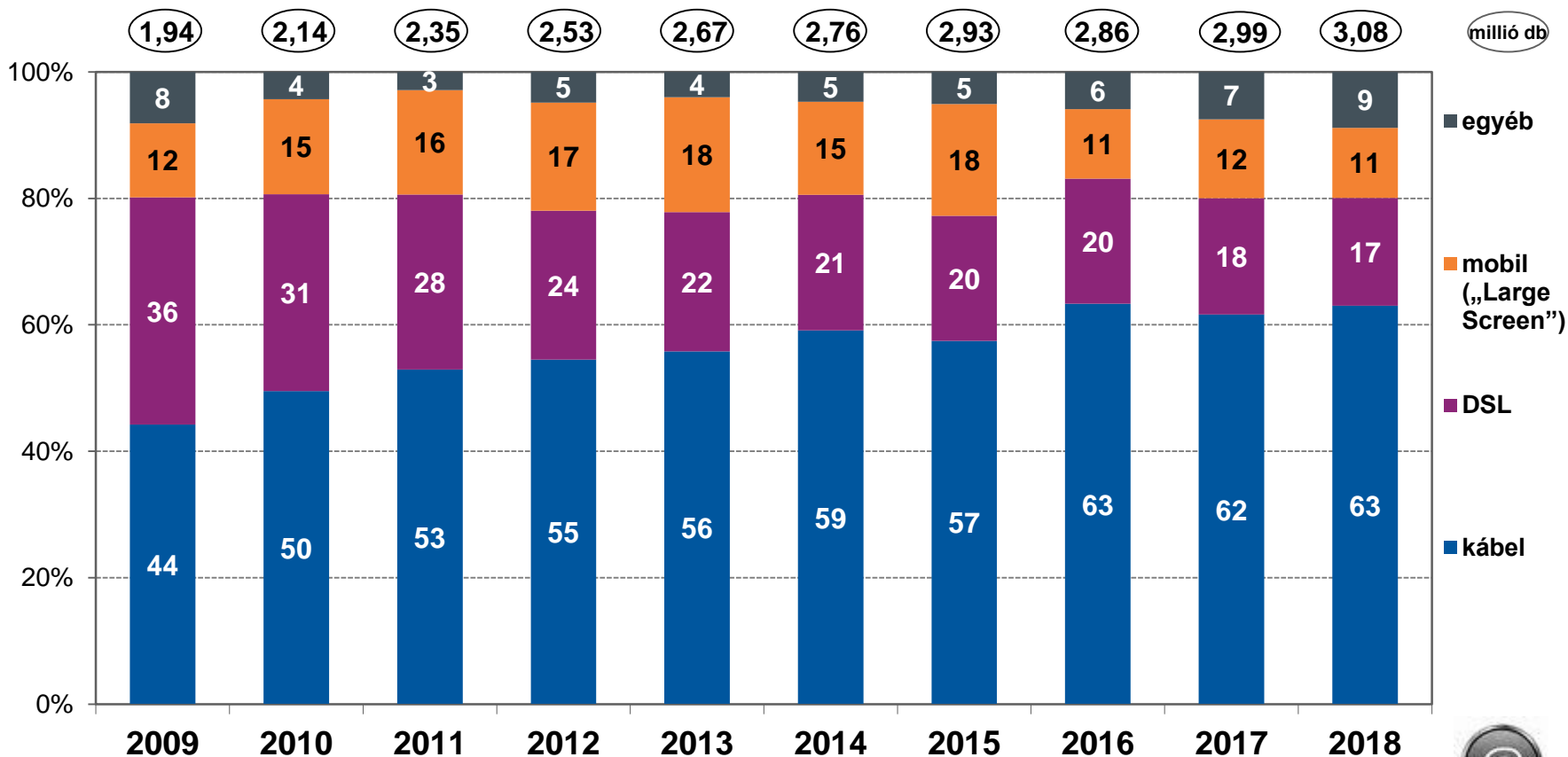


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2016)



Az utóbbi 5-6 évben leginkább az egyéb technológia aránya nőtt, ami főleg az optikai hálózatra épülő nagy sebességű internetkapcsolatok terjedésével magyarázható. Ugyancsak növekszik hosszú távon a kábeles internet aránya, a DSL aránya pedig ezzel párhuzamosan csökken.

Internettechnológiák időszora (hozzáférések)



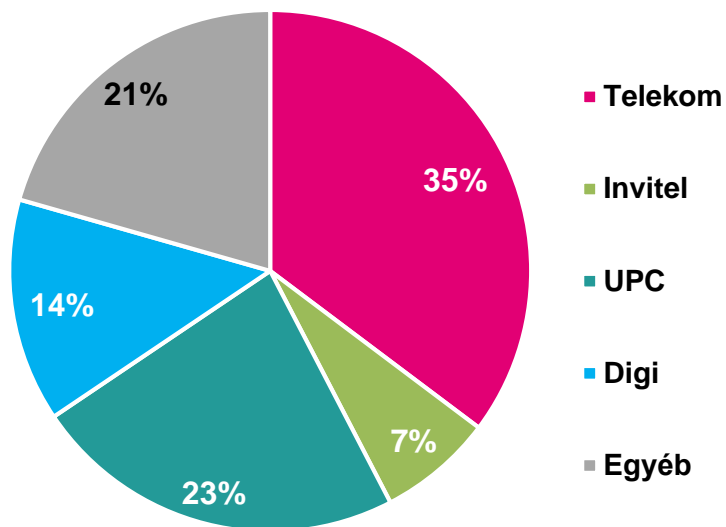
Bázis: Adott évi internet-hozzáférések (évenkénti bázis az adatsorok tetején)





A helyhez kötött internet lakossági piaca költségben mérve 2018-ban 126 Mrd forint volt (5%-os áfával számolva), míg 2017-ben csak 112 Mrd volt a piacméret (18%-os áfakulccsal). Az internetre költött bruttó havi összeg viszont átlagosan közel 200 forinttal csökkent tavalyhoz 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)



Technológia	Év	Bruttó Ft/hó
Összes	2016	4194
	2017	4201
	2018	4019
DSL	2016	4495
	2017	4430
	2018	4124
kábel	2016	4082
	2017	4120
	2018	3931
egyéb	2016	4380
	2017	4300
	2018	4442

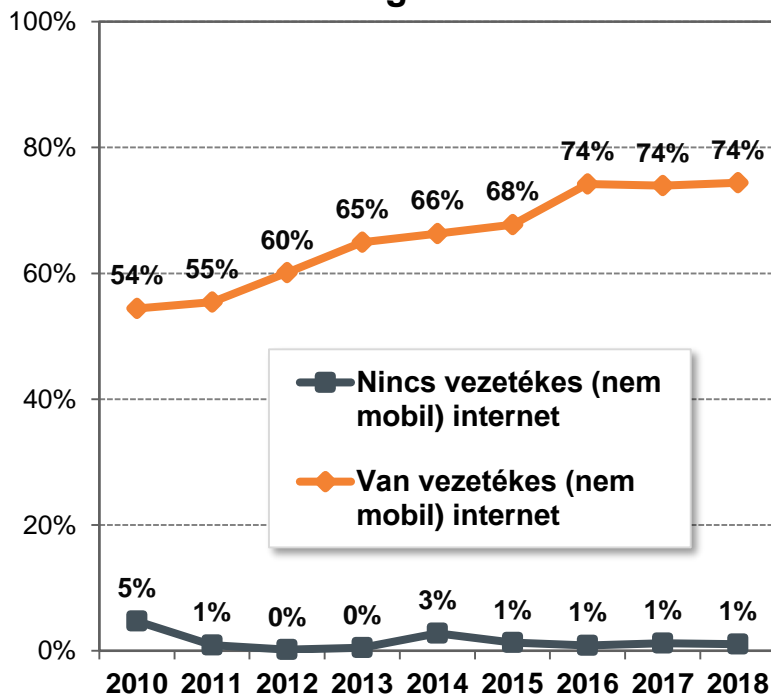
Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,74 millió HT; n=1314)

A helyhez kötött internet lakossági piacának mérete 2018-ban nettó 126 Mrd Ft. (2017: 112)

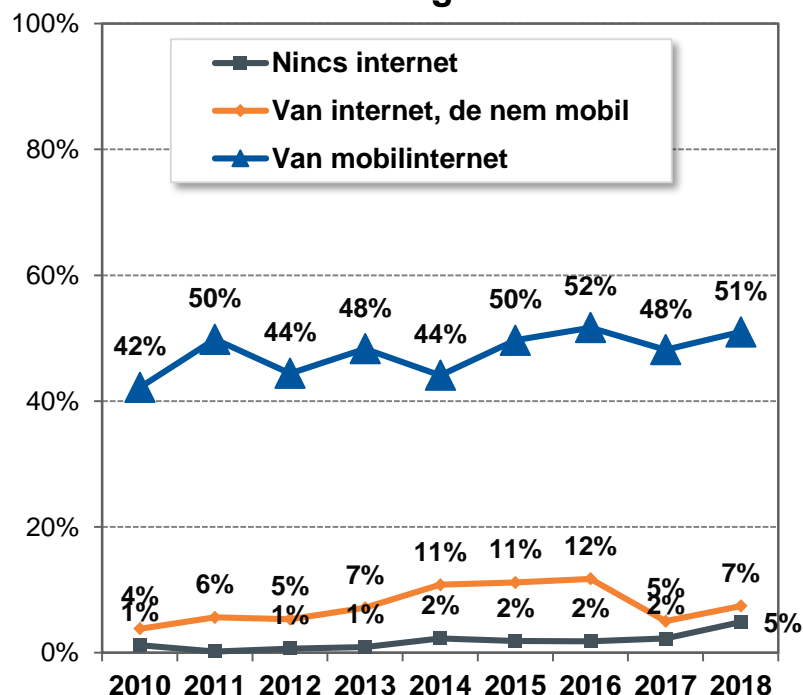


A háztartások életében sem a vezetékes internet, sem a nagyképernyős mobilinternet fontossága nem változott tavalyhoz képest.

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



A számítógépen használt mobilinternetet nélkülözhetetlennek tartó háztartások aránya ellátottság szerint



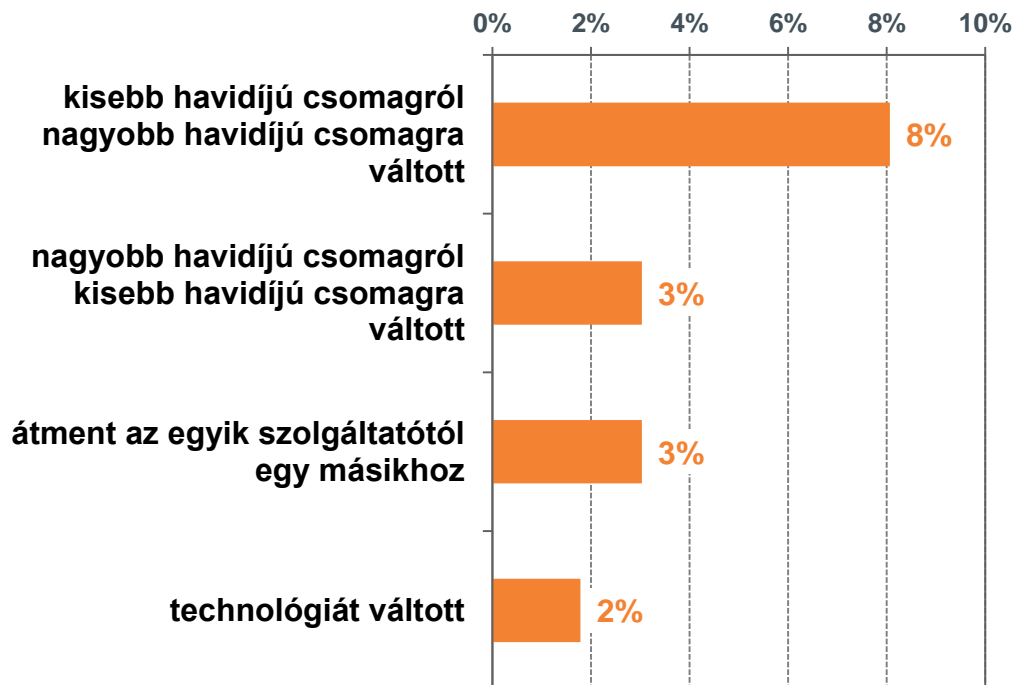
Bázis: Helyezkötött-, illetve mobilinternet-előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (a helyezkötött esetében: az összes háztartás 68 és 32%-a, N=2,74 és 1,28 millió HT, a számítógépen használt mobilinternetnél: az összes háztartás 8 és 62, illetve 30%-a, N=315 e, 2,51, illetve 1,2 millió HT)





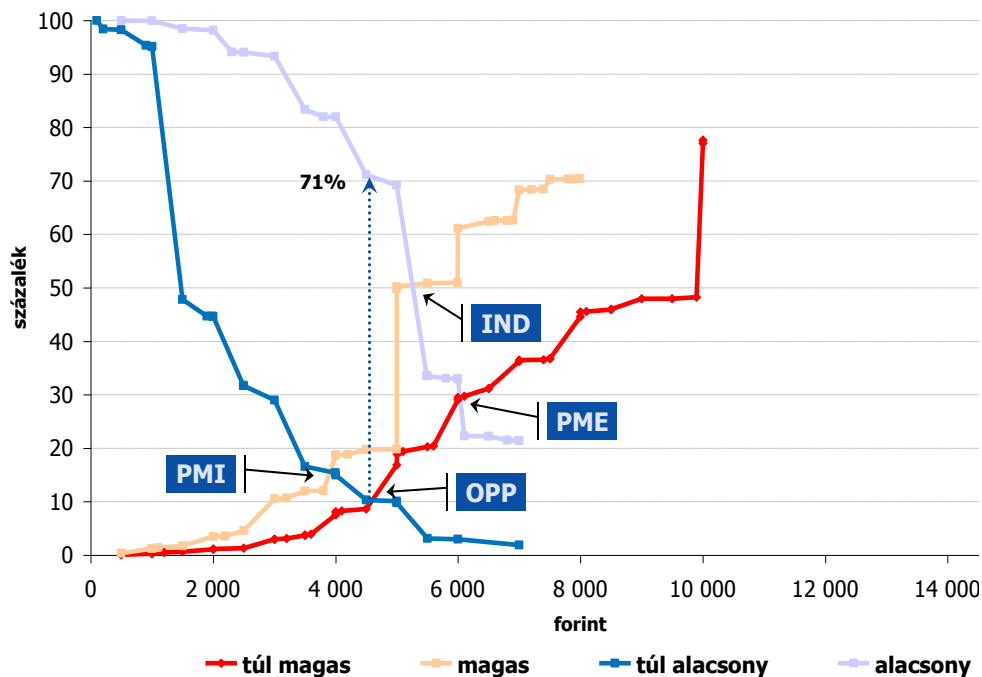
A helyhez kötött internetes előfizetéssel rendelkező háztartások 3%-a váltott szolgáltatót az elmúlt egy évben. Azok aránya, akik nagyobb díjcsomagra fizettek elő, 8%, míg a kisebb díjcsomagra váltóké 3%. A előfizető háztartások 2%-a váltott az elmúlt egy évben technológiát.

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



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?

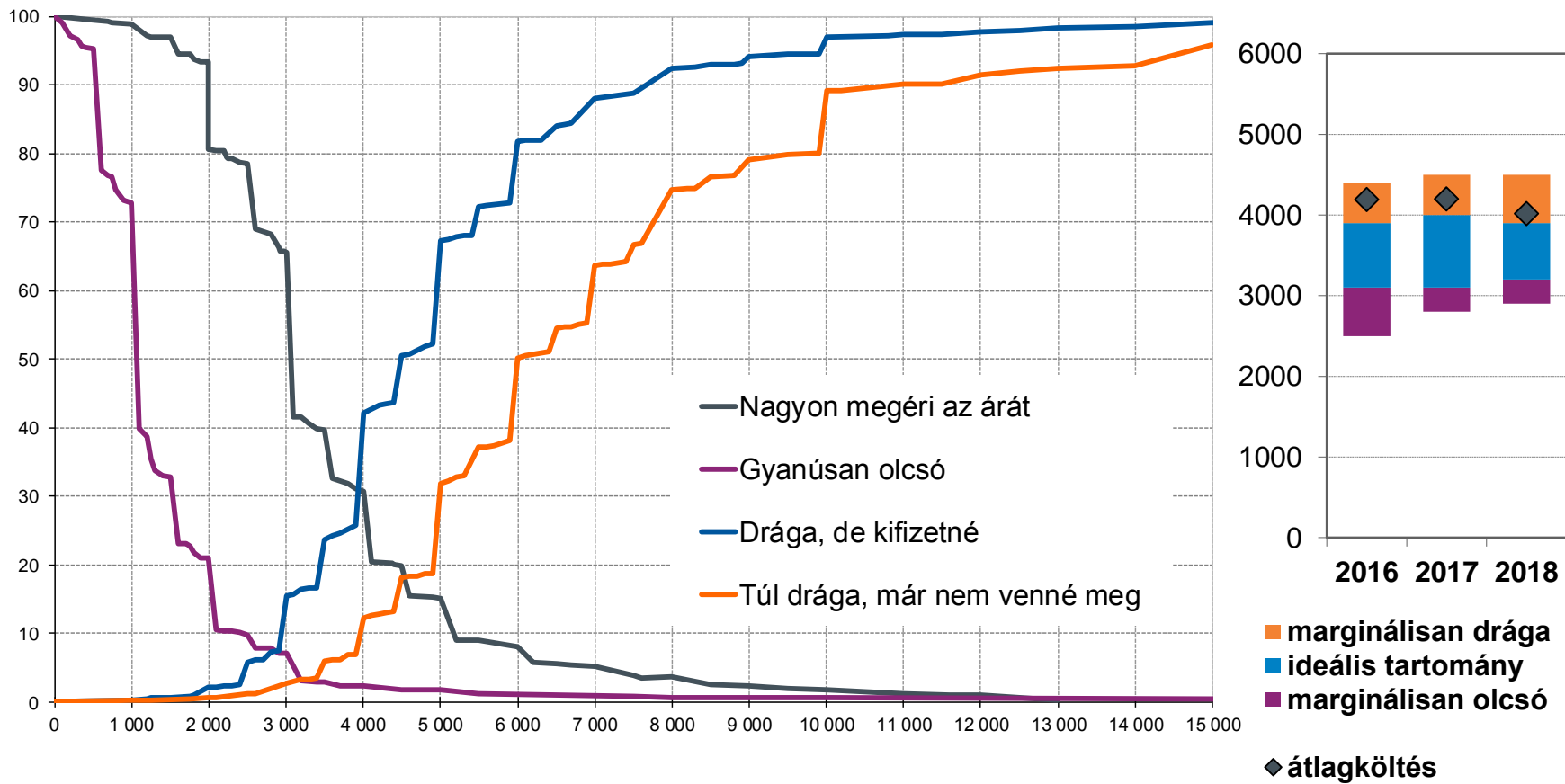


- ▶ PMI (point of marginal inexpensiveness): a szolgáltatást túl alacsony ára (azaz gyenge minősége) miatt elutasítók száma egyenlő az árat még elfogadókéval.
- ▶ IND (point of indifference): a szolgáltatást még megfizethetőnek tartók száma egyenlő a szolgáltatást olcsónak tartó személyek számával.
-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





Az internetszolgáltatások átlagára lényegében azonos szintű elvárások mellett alig változott az elmúlt három évben. Az átlagköltség 2018-ban 4219 Ft, ami a „marginálisan drága” tartományban van. Ahhoz, hogy az ideális tartományba kerüljön, az átlagköltségnek 4000 Ft alá kellene süllyednie.



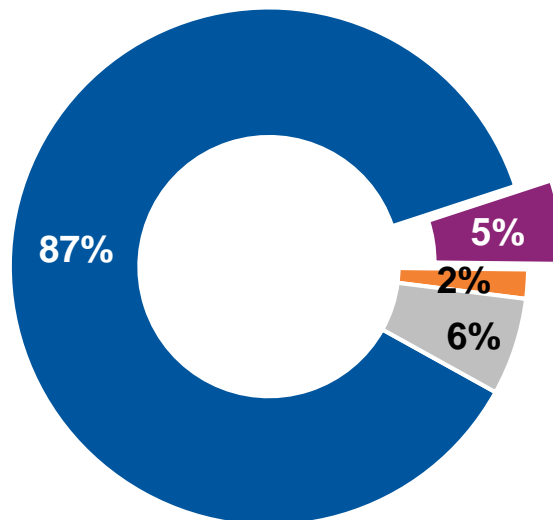
Bázis: Akinek van helyhez kötött internete vagy lenne igénye rá (N=2,89 millió HT; n=1386)





A havidíj 10%-os emelésére az előfizetők mindössze 5 százaléka mondana le végleg a helyhez kötött otthoni internetről. Az előfizetők 87%-a 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?



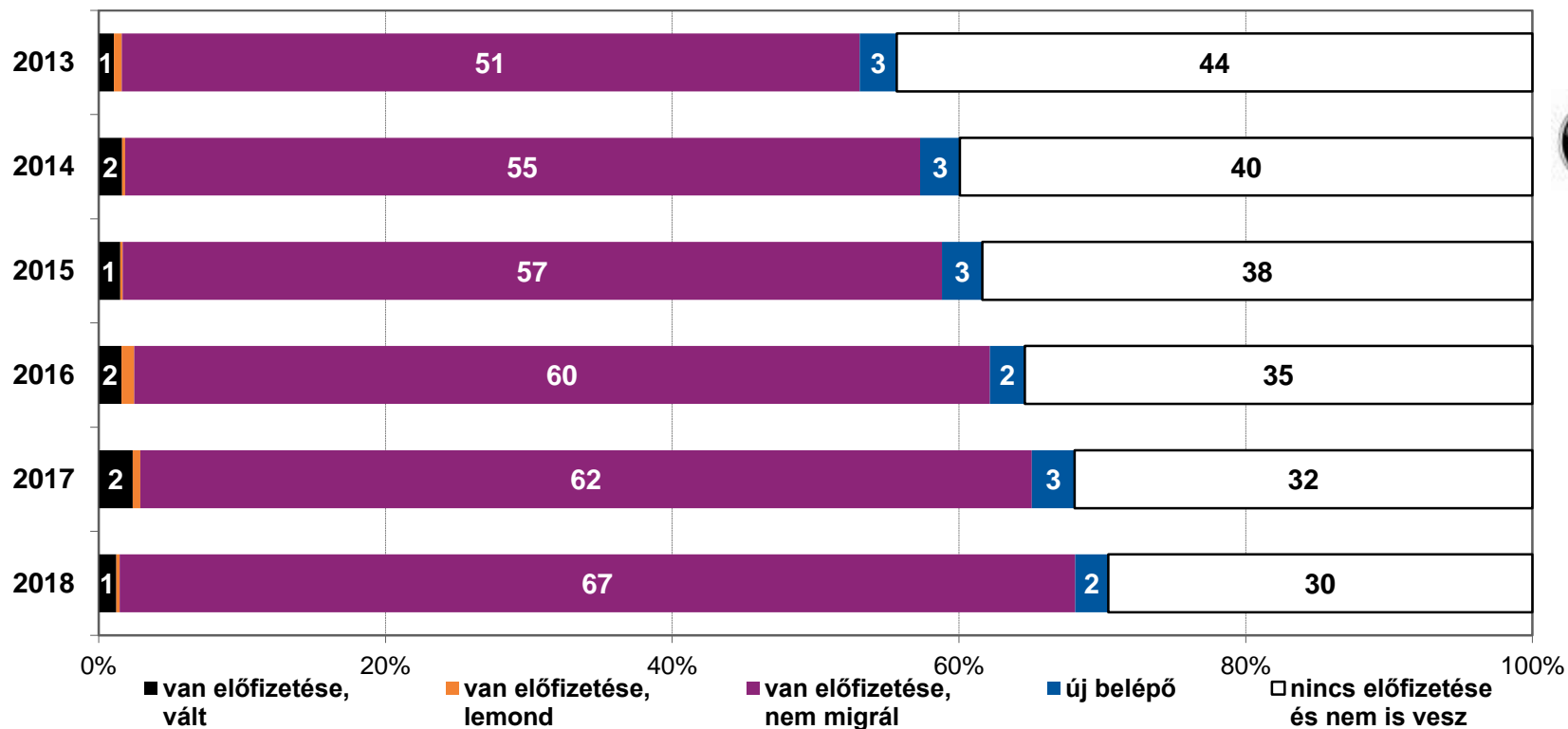
- a magasabb díjat is kifizetnék
- lemondanának a vezetékes internetről
- egyébként is le akarják mondani az internetet
- NT/NV





92 ezer háztartás (2%) tervezi, hogy egy éven belül helyhez kötött internetes előfizetővé váljon. Ugyanakkor 10 ezer háztartás tervezi a vezetékesinternet-szolgáltatás helyettesítés nélküli lemondását (az internetező háztartások 1%-a).

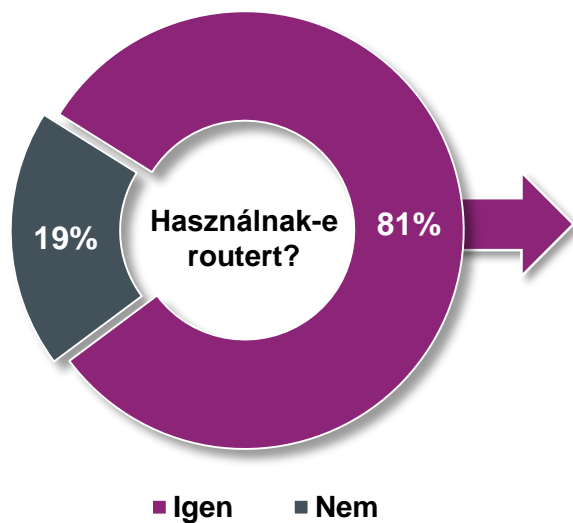
A háztartások migrációs kategóriái



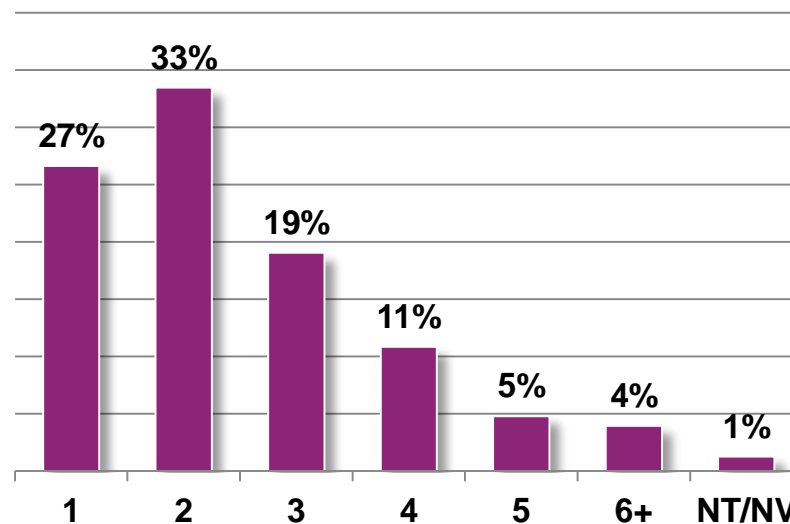
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)



A helyhez kötött internetet használók 81%-a rendelkezik valamilyen internetmegosztásra alkalmas eszközzel, hasonlóan a 2017-es adathoz. A háztartások negyedében jellemzően egyszerre csak egy eszköz szokott a wifire csatlakozni. A háztartások harmadában két, 40%-ában egyszerre három vagy több eszköz használja az otthoni wifihálózatot.



Jellemzően hány eszköz szokott egyszerre a wifire csatlakozni?



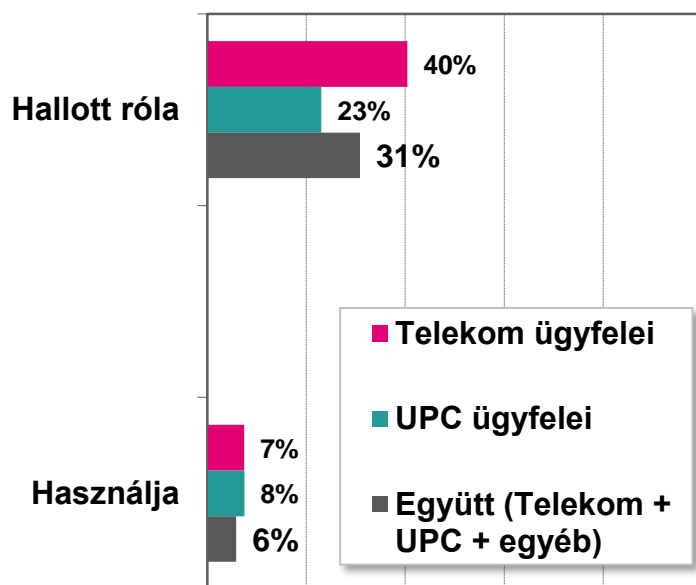
Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,74 millió HT; n=1314)

Bázis: Routerrel rendelkező háztartások (N=2,21 millió HT; n=1050)



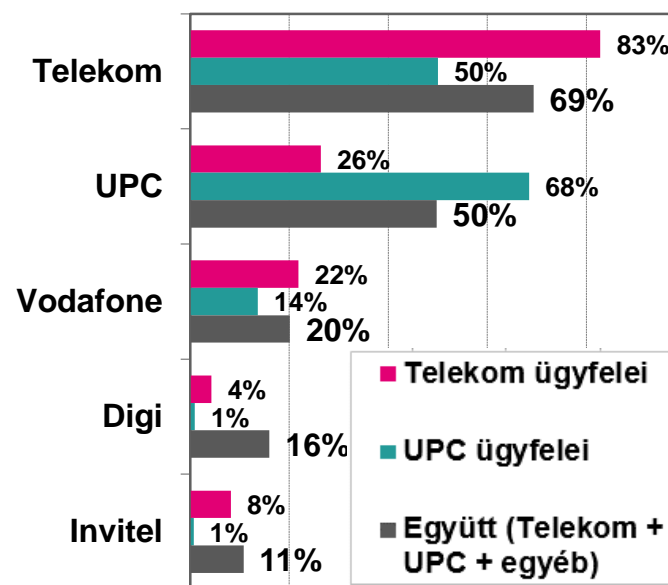
A Telekom és a UPC előfizetőknek nyújtott ingyenes wifiszolgáltatásáról az otthon internetezők 31%-a hallott róla. Mindkét nagy szolgáltatóról jobban tudják a saját ügyfelei, hogy nyújt ilyen szolgáltatást, de ez az arány a Telekomnál igazán kimagasló. A netezők mindössze 6%-a használja a szolgáltatást. Mind a „Small Screen”, mind a „Large Screen” mobilinternetes ügyfelek nagyobb arányban használják az ingyenes wifiszolgáltatást, mint az MBB-előfizetéssel nem rendelkezők.

Ismeret és használat



Bázis: otthon internetet használó személyek (N=6,32 millió fő; n=1314)

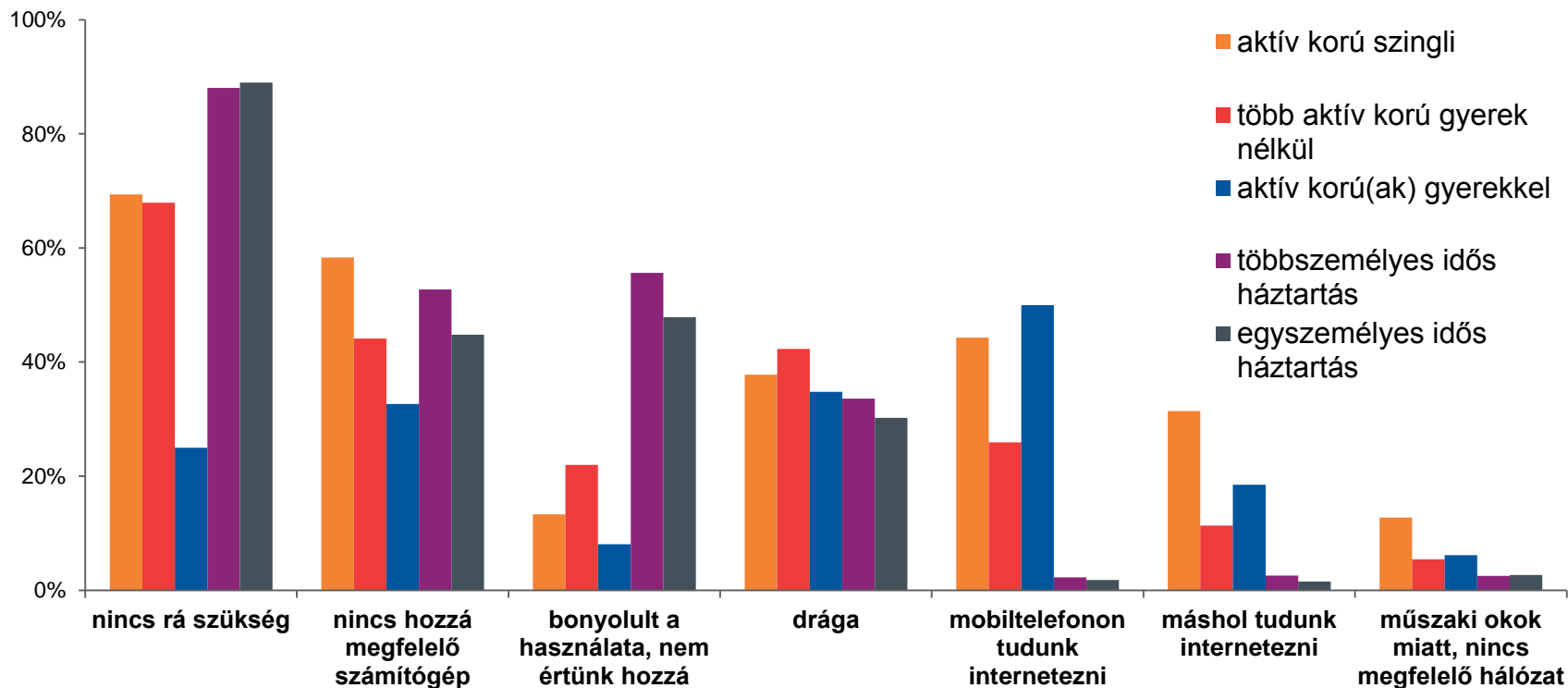
Melyik szolgáltató nyújtja?



Bázis: aki hallott róla (N=1,958 millió fő; n=382)



Azok körében, ahol nincs „Large Screen” internetes előfizetés, az idősebb háztartások továbbra sem érzik szükségét az internet-előfizetésnek. Az internettel nem rendelkező, de gyermekeket nevelő aktív korúak esetében azonban a „nincs rá szükség” válasz sokkal kisebb arányban fordul elő. Az ő körükben az egyik fő ok a szegénység: sem az előfizetési díjat, sem az eszközt nem tudják kifizetni, illetve „Small Screen”-mobilinternettel helyettesítik. Ez a fiatalabb háztartásokra egyébként is jobban jellemző.



Bázis: „Large Screen”-internet-előfizetéssel nem rendelkező háztartások (N=1,12 millió HT; n=663)





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

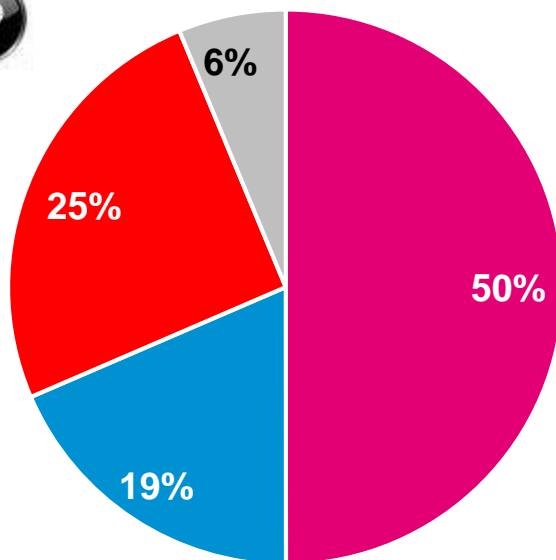
INTERNETPIAC

- Internethasználat
- Otthoni (nagyképernyős) internet
- Mobilinternet



A „Large Screen”-mobilinternet-előfizetések közel fele a Telekomhoz tartozik, a második legnagyobb szolgáltató pedig a Vodafone. A „Small Screen”-előfizetések közel fele szintén a Telekomhoz tartozik, de itt egyforma a részesedése a Telenornak és a Vodafone-nak.

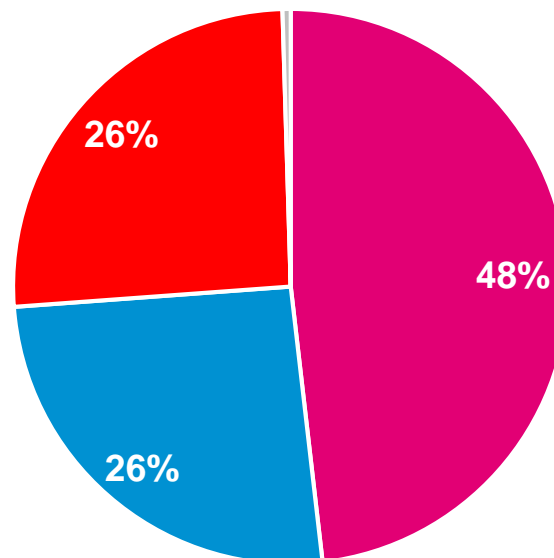
**A „Large Screen”-mobilinternet-
előfizetések megoszlása**



■ Telekom ■ Telenor
■ Vodafone ■ egyéb

Bázis: A háztartásokban lévő összes „Large Screen”-mobilinternet-előfizetés (N=344 ezer db.)

**A „Small Screen”-mobilinternet-
előfizetések megoszlása**



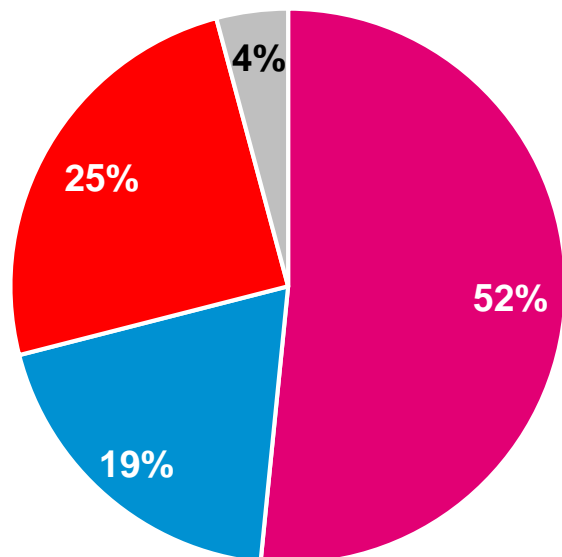
■ Telekom ■ Telenor
■ Vodafone ■ egyéb

Bázis: A háztartásokban lévő összes „Small Screen”-mobilinternet-előfizetés (N=5,37 millió db.)



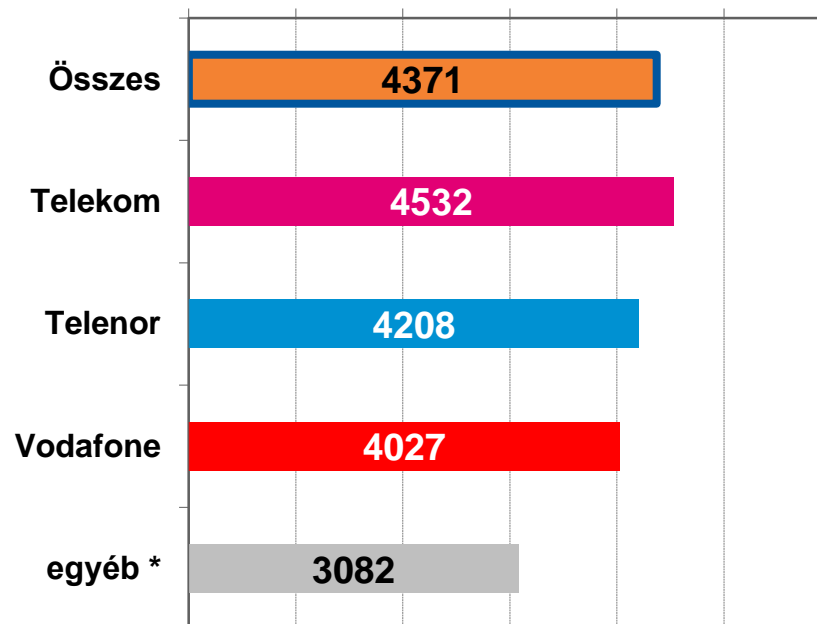
A „Large Screen”-mobilinternet piaca 2018-ban 15,7 Mrd forintos. A Telekom a bevételek felével rendelkezik (52%). A Telenor részesedése 19%, a Vodafone részesedése 25% volt 2018-ban. Az MBB-t igénybe vevő háztartások átlagosan 4371 Ft-ot költenek az előfizetésre.

A „Large Screen” mobilinternetes árbevételek megoszlása



- Telekom
- Vodafone
- Telenor
- egyéb *

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



Bázis: „Large Screen”-mobilinternet-előfizető háztartások (N=315 ezer HT, n=142)

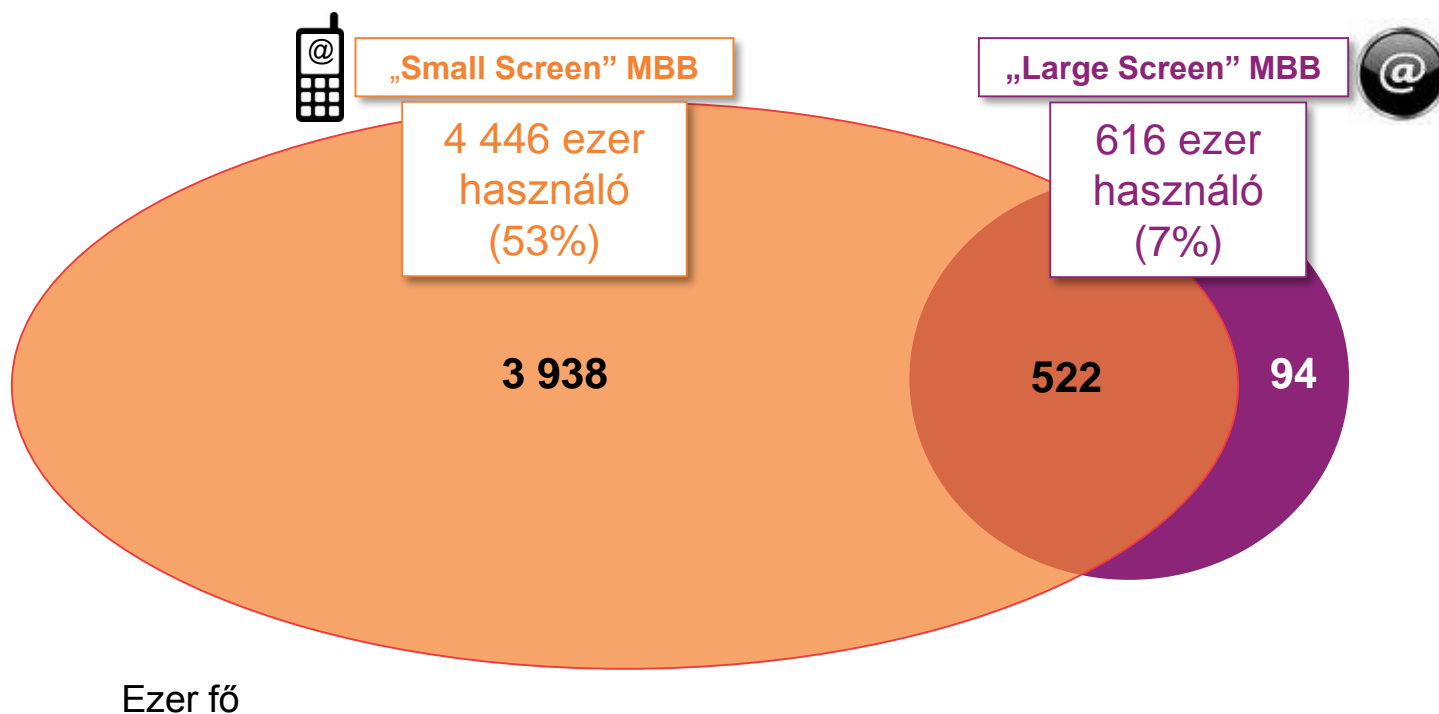
*Invitel, Digi, UPC, egyéb



A „Large Screen” MBB lakossági piacának mérete 2018-ban nettó 15,7 Mrd Ft. (2017: 14,2)

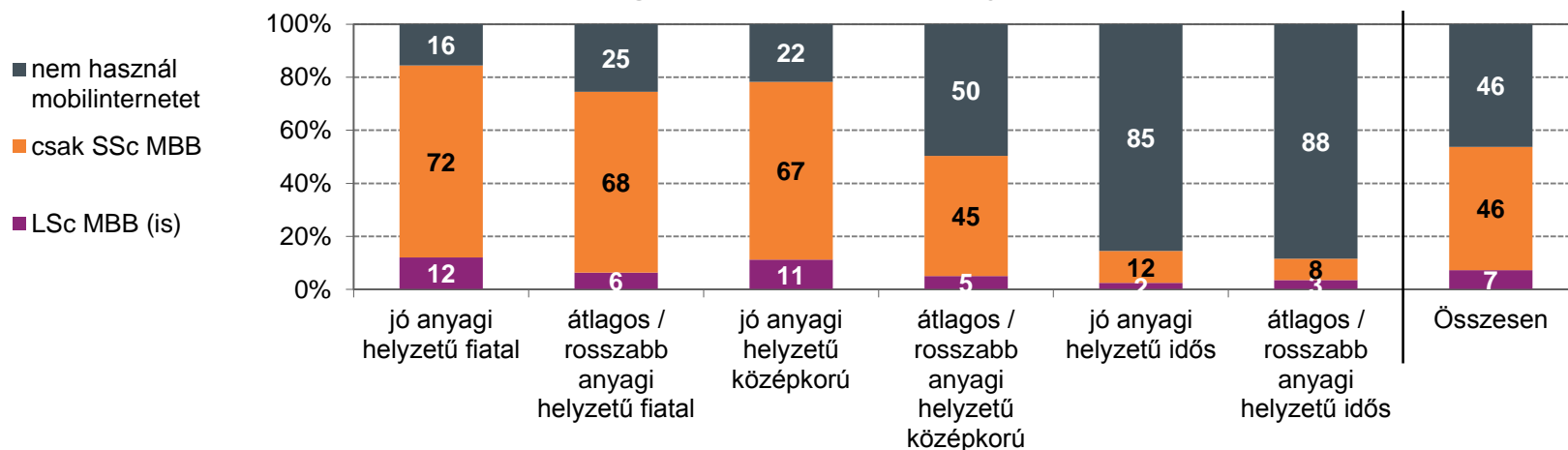


A 14 éves és idősebb személyek 54%-a használ mobilinternetet akár mobiltelefonon, akár számítógépen. A „Small Screen” internetes ellátottsági aránnyal együtt a használat aránya is jelentősen növekedett 2017-hez képest (47%-ról 53%-ra). A „Small Screen” MBB kizárólagos („Large Screen” nélküli) használati aránya a népesség körében 46%, a csak „Large Screen” mobilinterneté viszont csak 1%. A kérdezettek 6%-a használja mindkét fajta mobilinternetet.

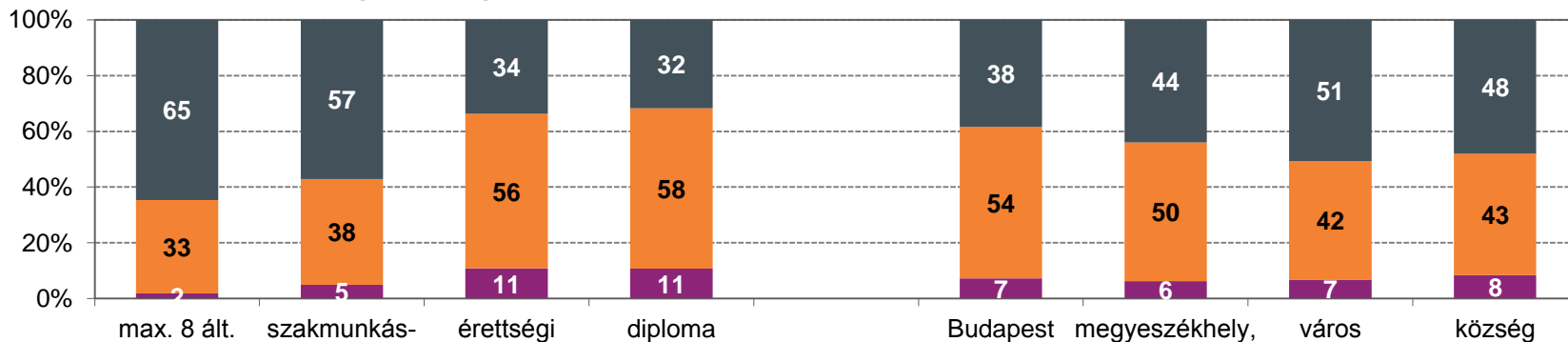


A mobilinternet-használat leginkább életkorfüggő: a 14-29 évesek 81%-a használja mobiltelefonon vagy számítógépen, míg a 60 évnél idősebbeknek csak a 14%-a. A jó anyagi helyzetű fiatalok használják legnagyobb arányban a „Small Screen” MBB-t. Az iskolai végzettség is hatással van az MBB-használatra: minél magasabb, annál nagyobb a használat valószínűsége. A nagyobb településen lakók körében is magasabb az MBB-használók aránya.

Ellátottság a válaszadó élethelyzete szerint



Iskolai végzettség szerint

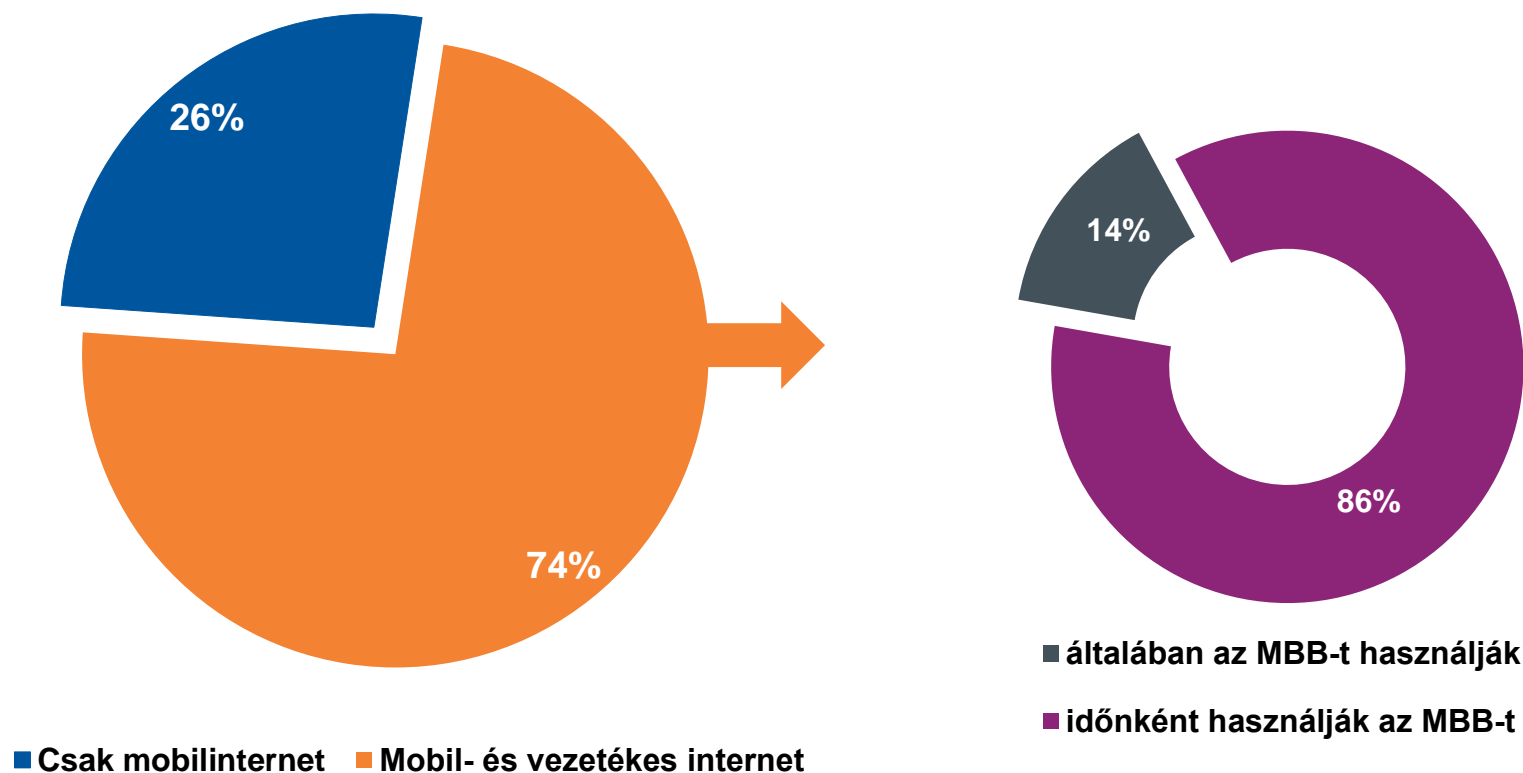


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2016)



Jelenleg 315 ezer háztartásban van „Large Screen” mobilinternet. (2017-ben ez a szám 292 ezer volt.) Ahol mindkét technológia jelen van, a többség kiegészítőként használja a mobilinternetet a vezetékes internet mellett.

Mobilinternet helyettesítő vs. kiegészítő használata*



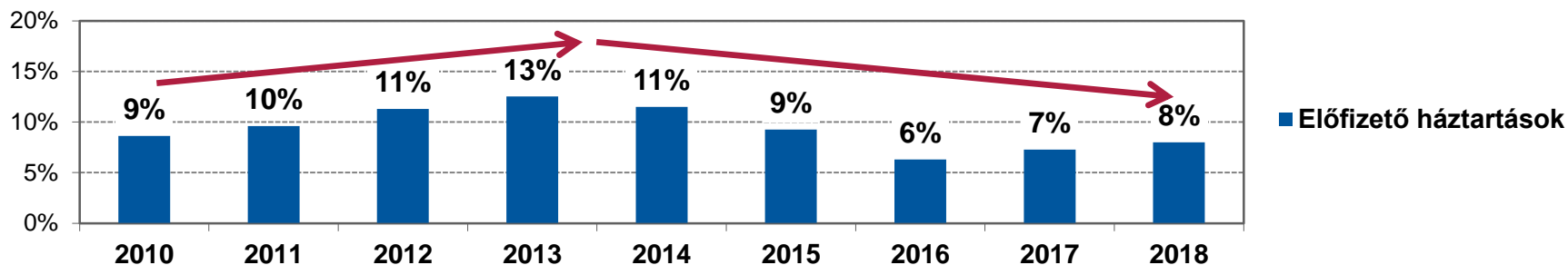
Bázis: vezetékes internetet is használó, „Large Screen” mobilinternetre előfizető háztartások
(N=232 ezer HT, n=103)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

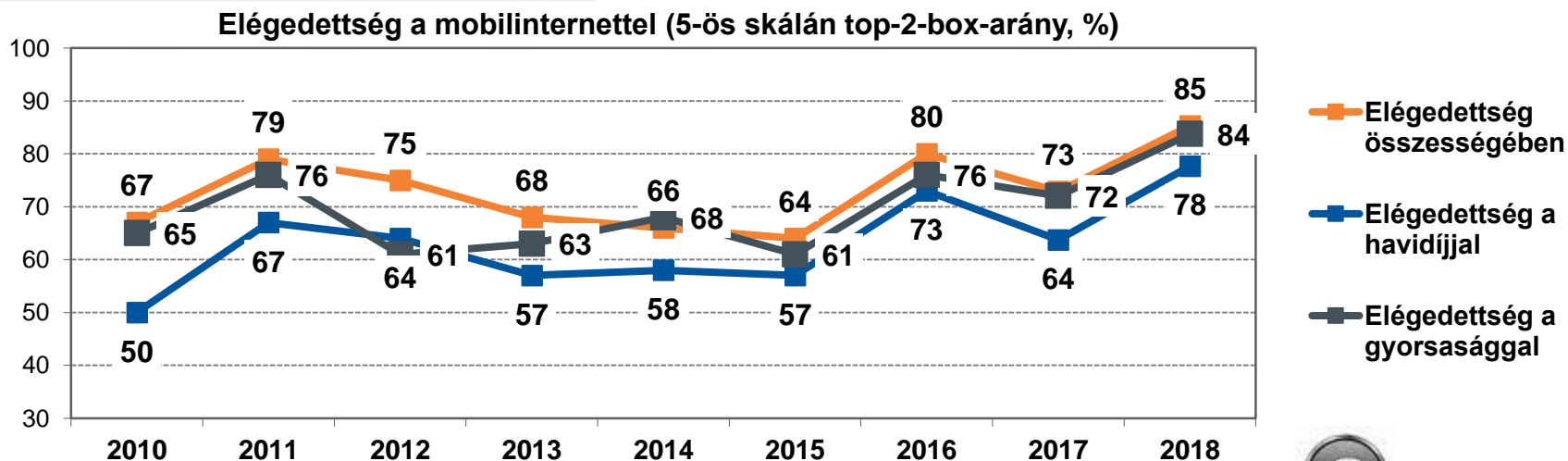




A „Large Screen” mobilinternetet használó háztartások aránya tavalyhoz képest gyakorlatilag nem változott. A jelenlegi penetráció összességében jóval kisebb, mint 5 évvel ezelőtt. A szolgáltatással az ügyfelek közel 85%-a elégedett, a havidíjjal is csak minden ötödik előfizető elégedetlen.



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)



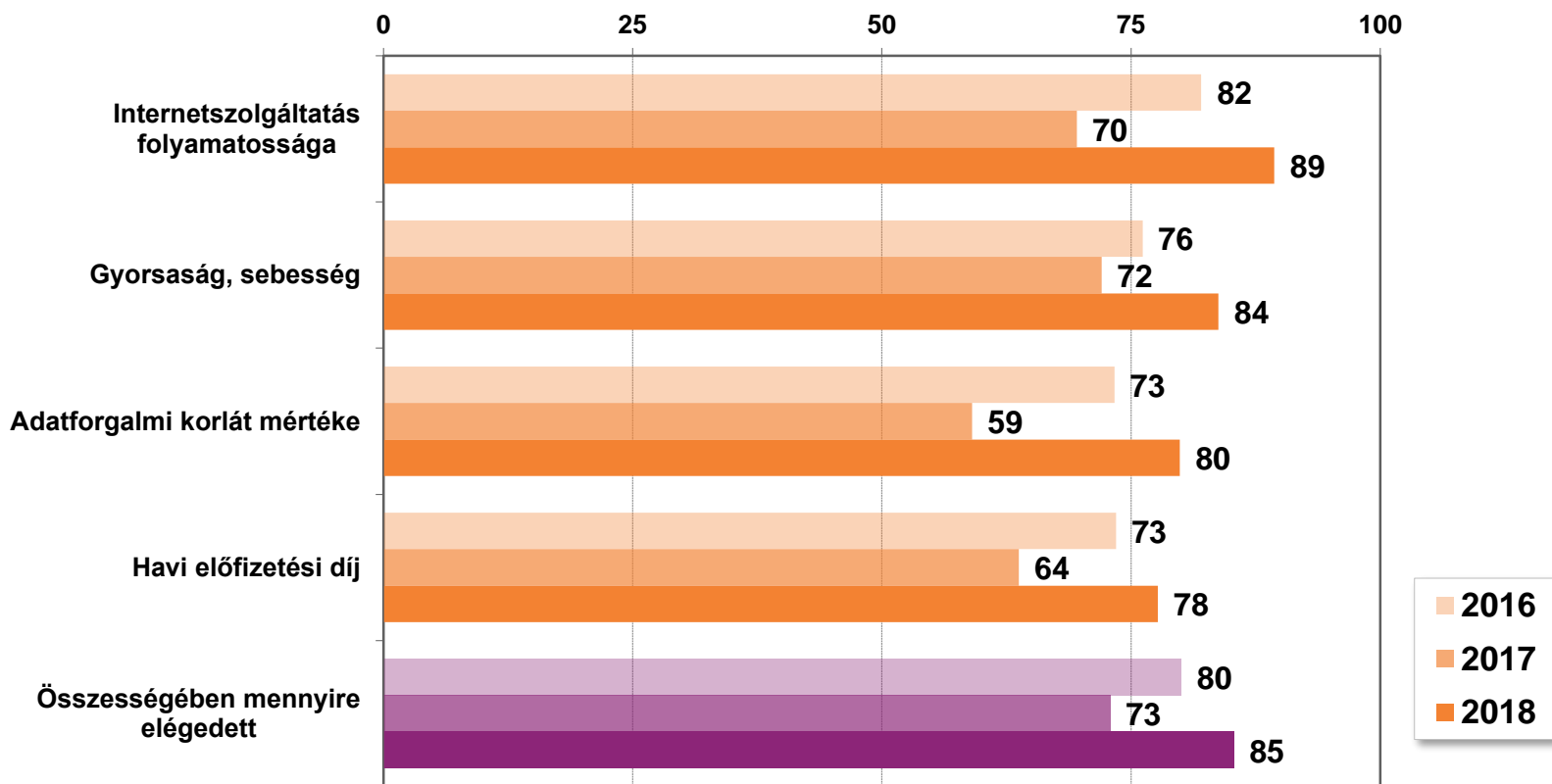
Bázis: „Large Screen”-mobilinternet-előfizető háztartások (2018: N=315 ezer HT, n=142)





A „Large Screen” mobilinternettel kapcsolatban az internetszolgáltatás folytonosságával a legelégedettebbek az ügyfelek. Minden tényező esetében úgy tűnik, hogy javult az elégedettség tavalyhoz képest, de statisztikailag csak a szolgáltatás folyamatossága és az adatforgalmi korlát mértéke esetében érdemi a változás.

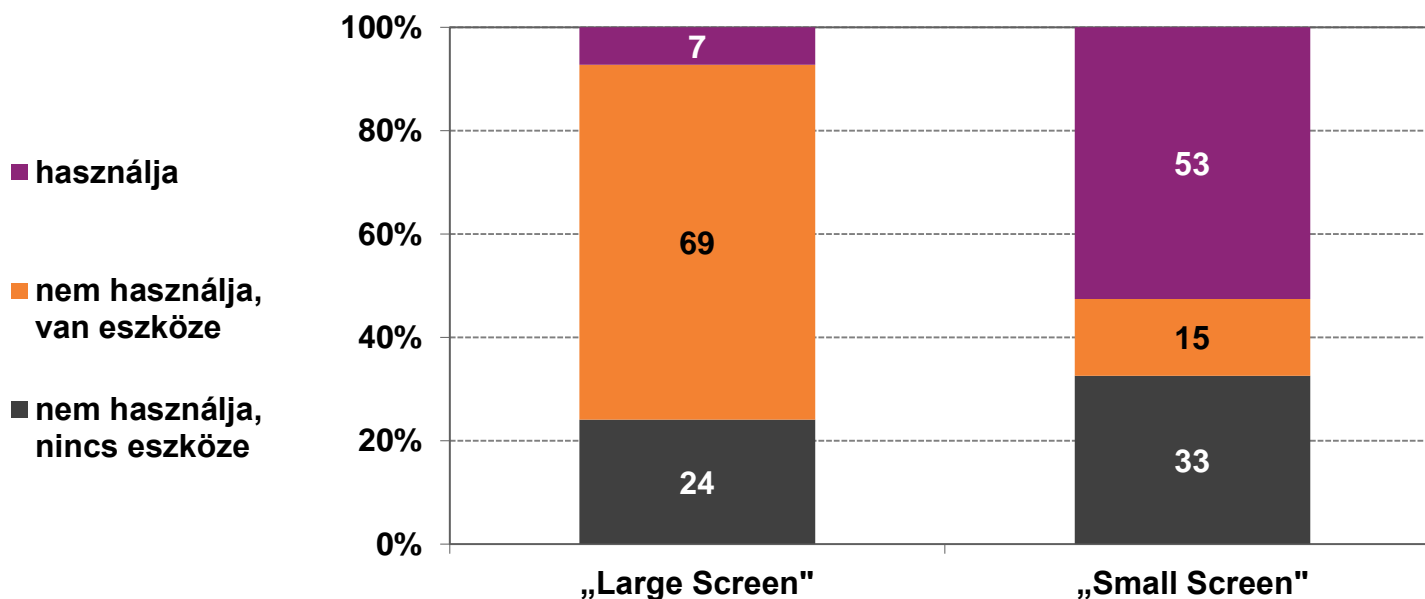
Elégedettség a mobilinternettel (5-ös skálán top-2-box-arány, %)





A kis- és nagyképernyős mobilinternet nagyon eltérő megoszlásokat mutat a használat és a szükséges eszközök nyújtotta lehetőségek tekintetében. Míg a „Small Screen” mobilinternetet a szükséges eszközzel (okostelefonnal) rendelkezők bő háromnegyede (78%) használja is, addig a „Large Screen” mobilinternetet csak a számítógéppel rendelkezők 10%-a veszi igénybe. Ezek az arányok nem változtak 2017-hez képest.

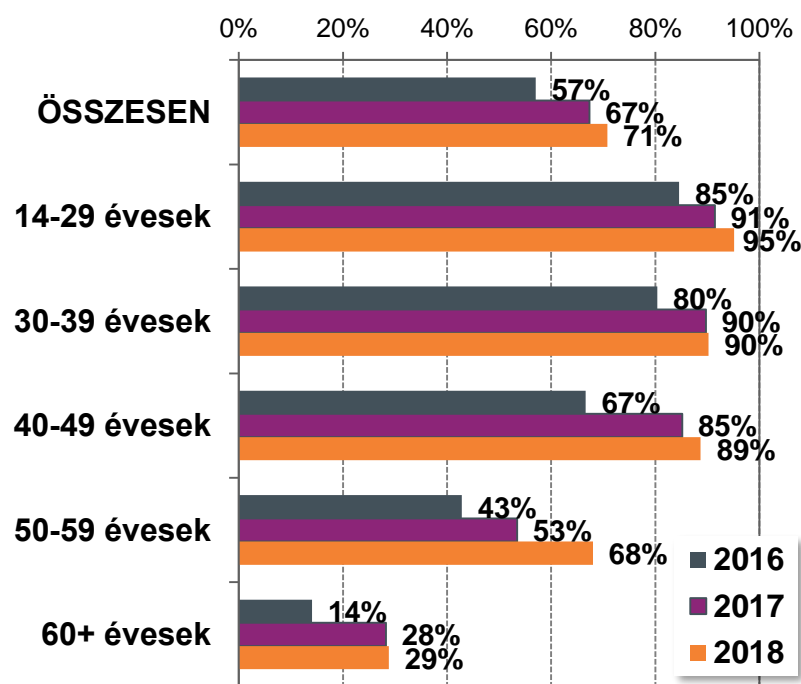
Összességében 1,26 millió olyan okostelefon használó van, aki nem használ MBB-t. Ők a mobilinternetezőknél valamivel nehezebb anyagi körülmények között élnek, kevésbé iskolázottak és valamivel idősebbek.



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2016)

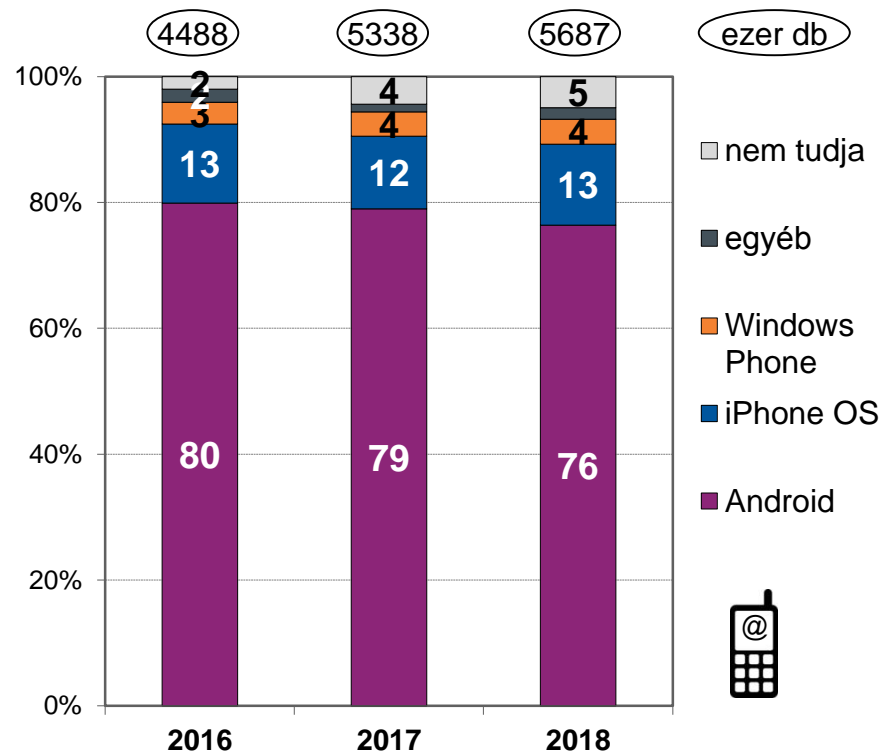
A 14 éves és idősebb népesség 67%-a (a mobiltelefonosok 71%-a) használ okostelefont. A használat 50 év alatt az átlagosnál jóval nagyobb. A penetráció 2018-ban különösen az 50-59 éves korosztályban nőtt jelentősen. A legelterjedtebb operációs rendszer az Android: az okostelefonosok 76%-a ezt használja. Az iPhone OS részesedése 13%, a többi operációs rendszer már 2016-ban gyakorlatilag eltűnt.

Az Ön által használt mobiltelefon okostelefon?



Bázis: Mobiltelefon használó 14+ éves személyek (N=8,03 millió fő; n=1852)

Milyen operációs rendszer fut az okostelefonján?

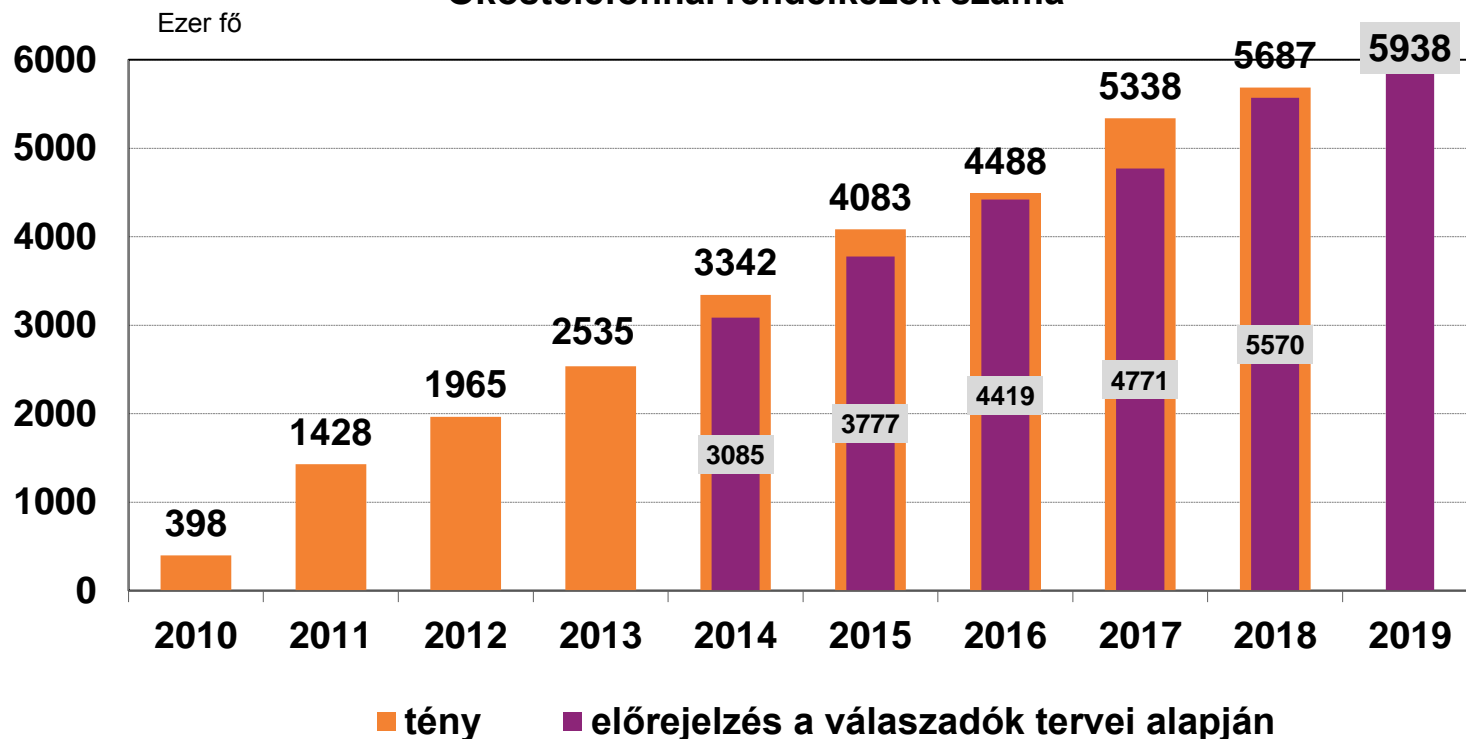


Bázis: Okostelefont használó személyek (N=5,69 millió fő; n=1175)



Az okostelefonok aránya a korábbi évekhez képest lassuló ütemben nő a 14 éves és idősebb népesség körében. Ennek egyik oka, hogy ma már alig kaphatóak nem-„okos” telefonok, az újonnan vásárolt készülékek szinte mindegyike okostelefon. Fontos megjegyezni, hogy folyamatosan csökken a tervezett bővülés mértéke, de ez nagyban összefügg az okostelefon penetrációjának folyamatos jelentős növekedésével.

Okostelefonnal rendelkezők száma



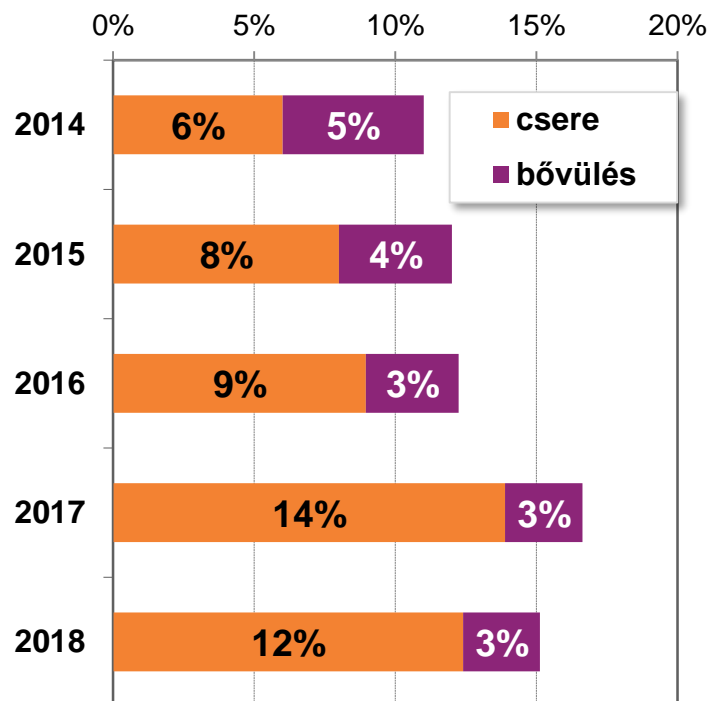
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)



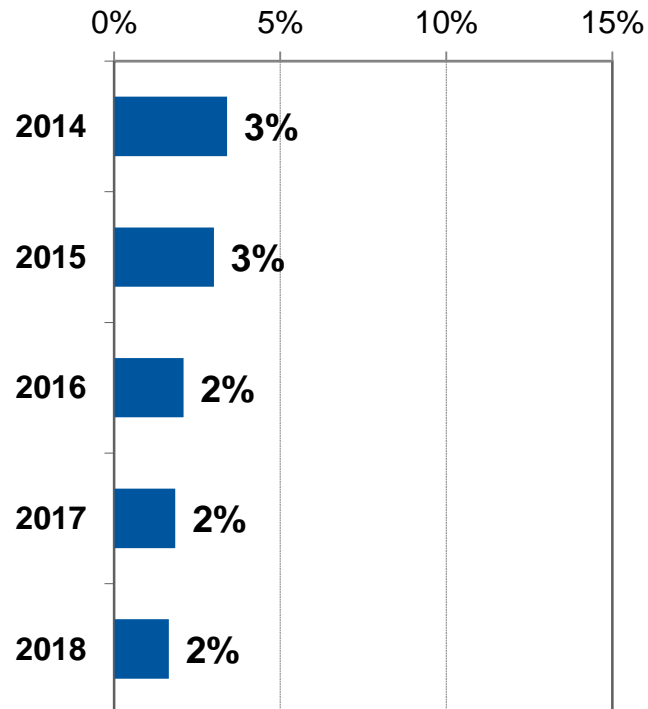


A 14 éves és idősebb lakosság 15%-a tervez okostelefont vásárolni a következő egy évben, ebből 12%-nyian a már meglévő okostelefonjukat szándékoznak lecserélni. „Small Screen” mobilinternetre a 14 évesek és idősebbek 2%-a fizetne elő új belépőként. Ez az arány alig változik 2013 óta, miközben a „Small Screen”-penetráció jelentősen nőtt. Ennek oka, hogy az új hangcsomagokhoz általában már jár mobilinternet-előfizetés is.

Okostelefon-vásárlási tervek



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

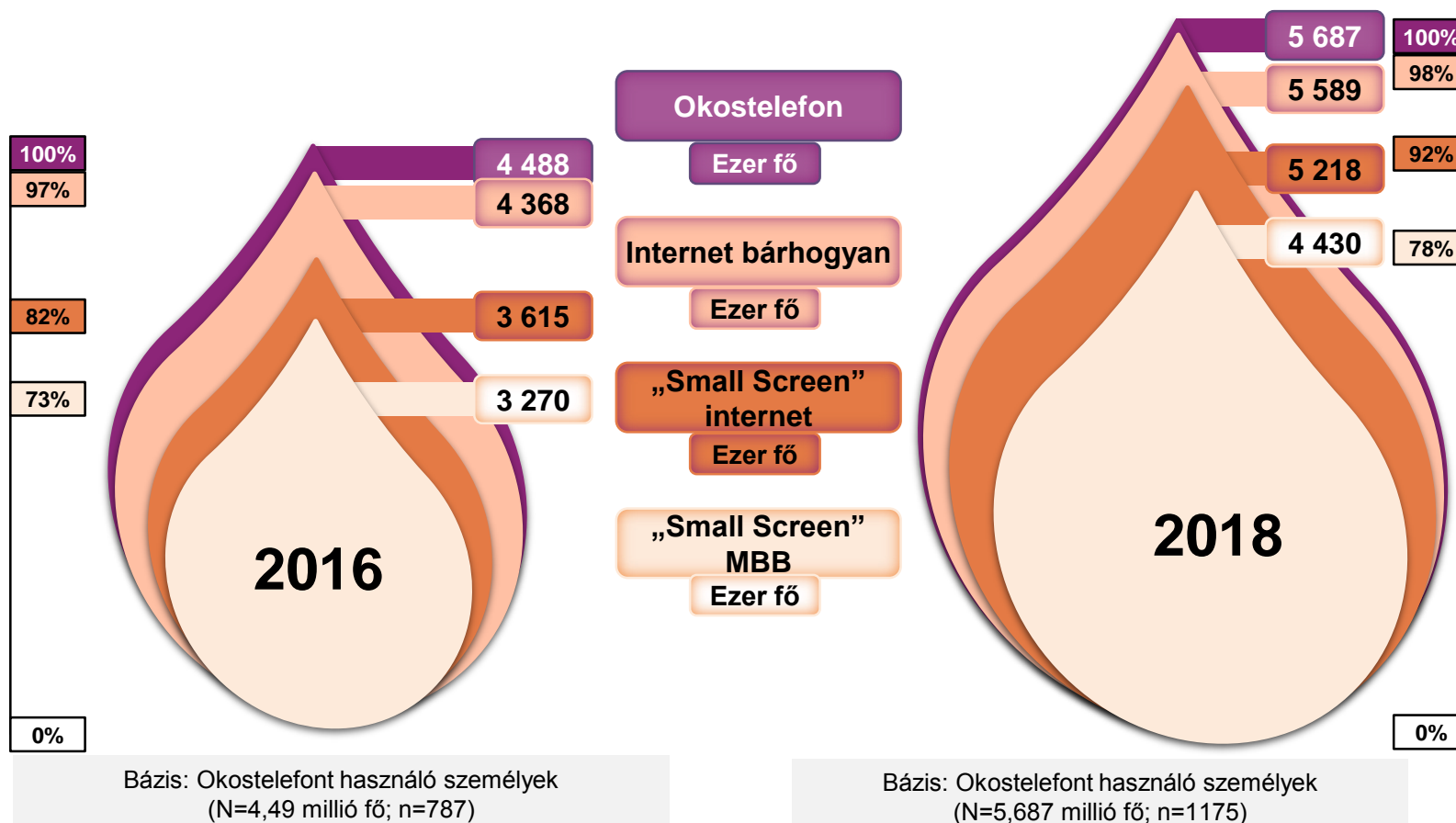


Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)





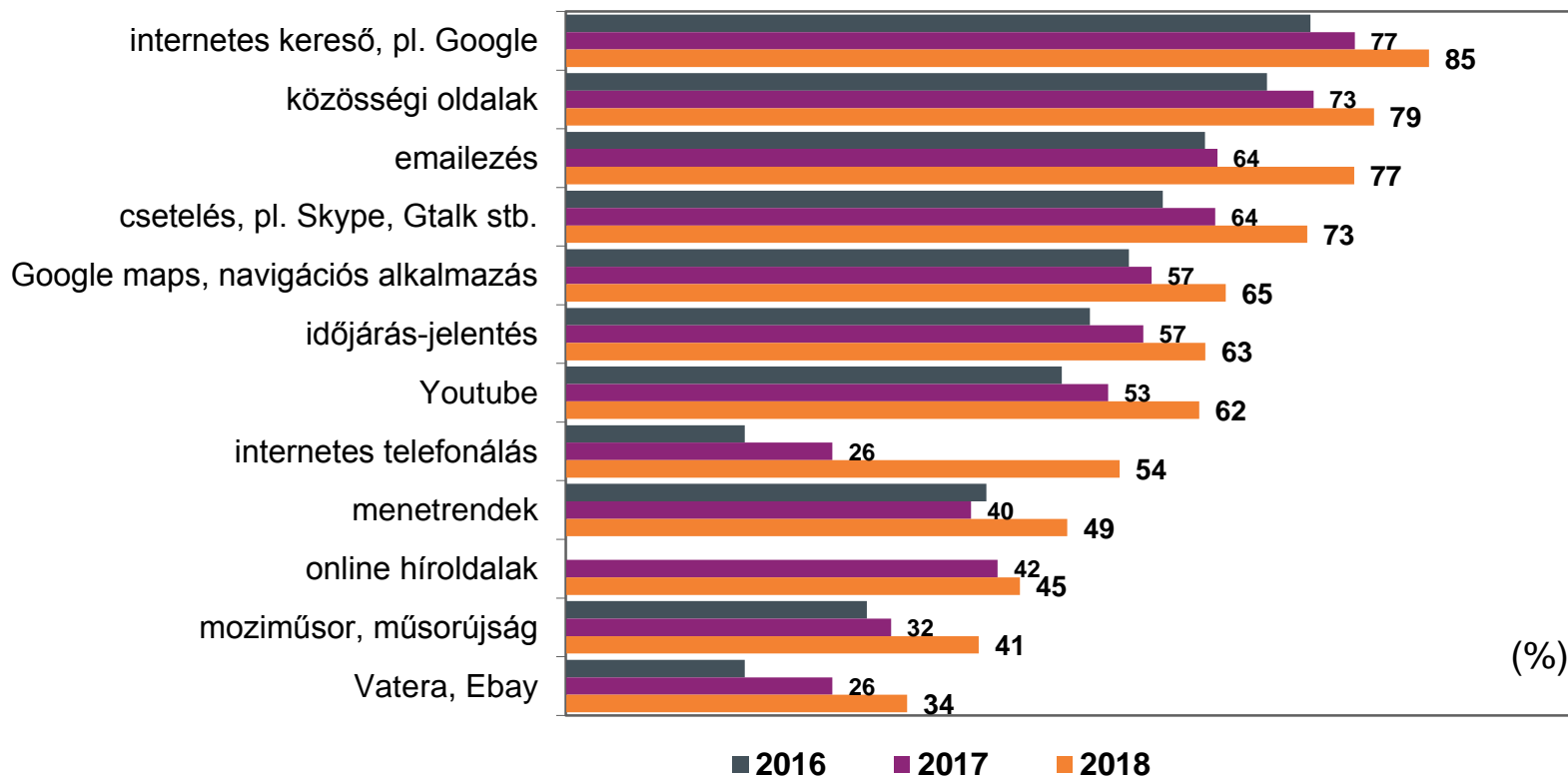
Az okostelefonnal rendelkezők szinte mindegyike (98%) használ valamilyen módon internetet. Az okostelefon-használók 92%-a kapcsolódik az internetre a telefonján keresztül, és 78%-a alkalmazza a mobil-szélessávot. 2016-hoz képest az okostelefonnal rendelkezők lényegesen nagyobb arányban használják kis képernyőn az internetet, akár wifin, akár MBB-vel.





Összességében elmondható, hogy 2018-ban mindegyik alkalmazás használata nőtt tavalyhoz képest, a válaszadók aktívabban használják az okostelefont, mint 2017-ben. A leggyakrabban használt funkció továbbra is a böngészés, a közösségi oldalak használata és az emailezés. Jelentősen emelkedett ezen kívül az internetes telefonos alkalmazásokat és az online piactereket használók aránya is.

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



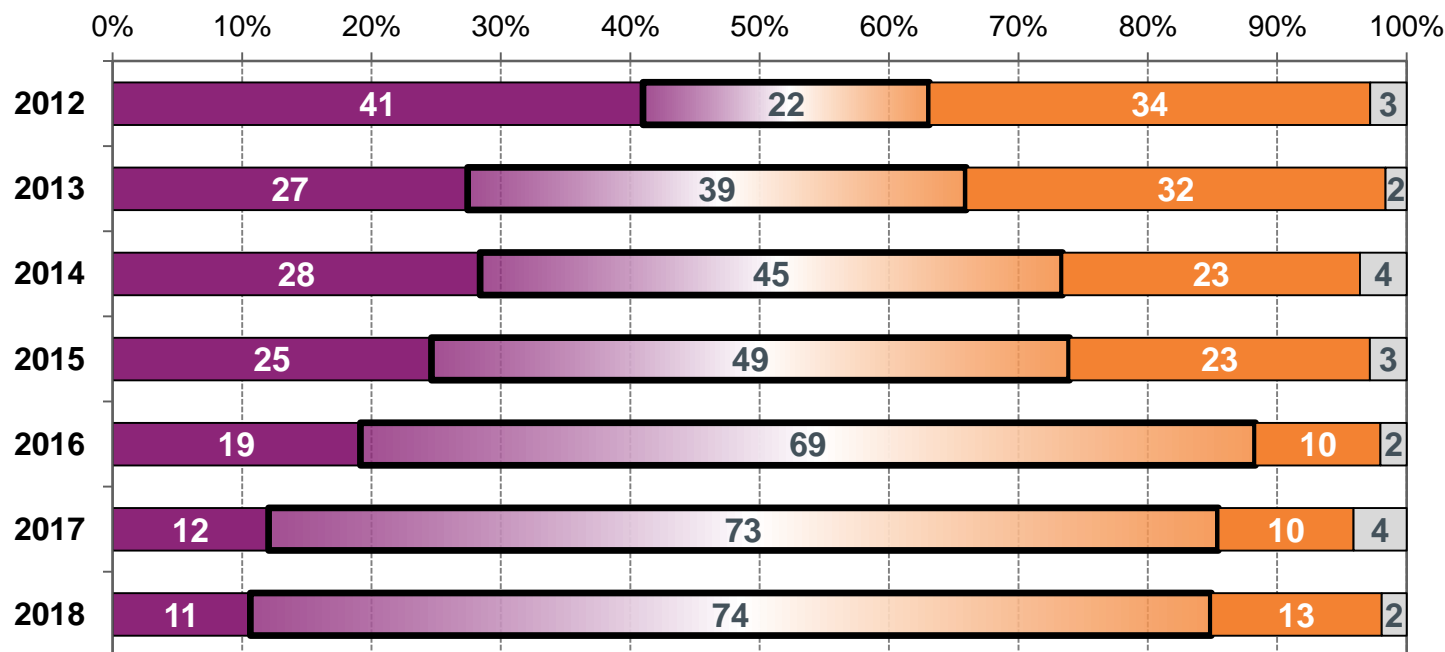
Bázis: Okostelefont használó 14+ éves személyek (N=5,687 millió fő; n=1175)





A mobiltelefonjukon internetezők közel háromnegyede (74%) mobilinterneten és wifin keresztül egyaránt szokott kapcsolódni az internetre. Ez az arány nem változott tavalyhoz képest. Az elmúlt fél évtizedben jelentősen csökkent a kizárólag wifin vagy kizárólag MBB-n keresztül kapcsolódók aránya, és erősödött a mindkét technológiát egyszerre használóké.

Hogyan szokott Ön a mobilkészülékével az internetre kapcsolódni?



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

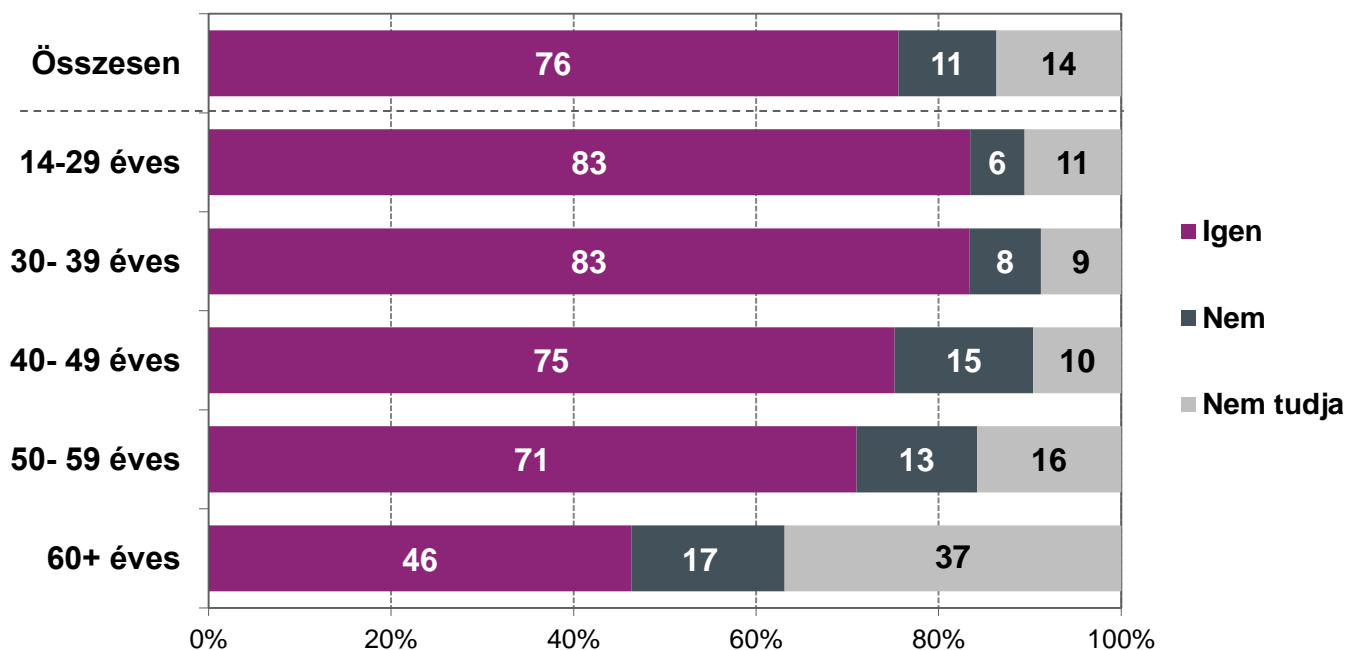
Bázis: A mobiljukon internetező 14+ éves személyek (N=5,25 millió fő; n=1051)





Az okostelefont használók 76%-a tudja úgy, hogy mobiltelefonja alkalmas a 4G-s mobilinternetezésre. Ez az arány 2017 óta 8 százalékpontot emelkedett. A 60 év alattiak nagyobb arányban számoltak be 4G-képes okostelefonról, mint az idősebbek, ám ebben közrejátszhat az is, hogy a legidősebb korosztály kevésbé van tisztában a 4G jelentésével.

Az okostelefonja alkalmas 4G-s mobilinternetezésre?



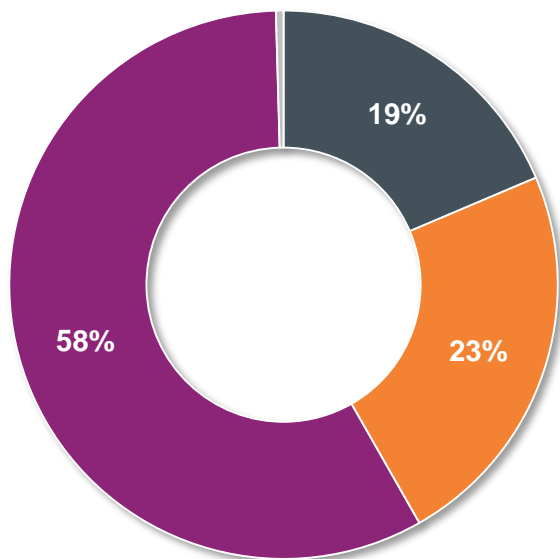
Bázis: Okostelefont használó 14+ éves személyek (N=5,687 millió fő; n=1175)





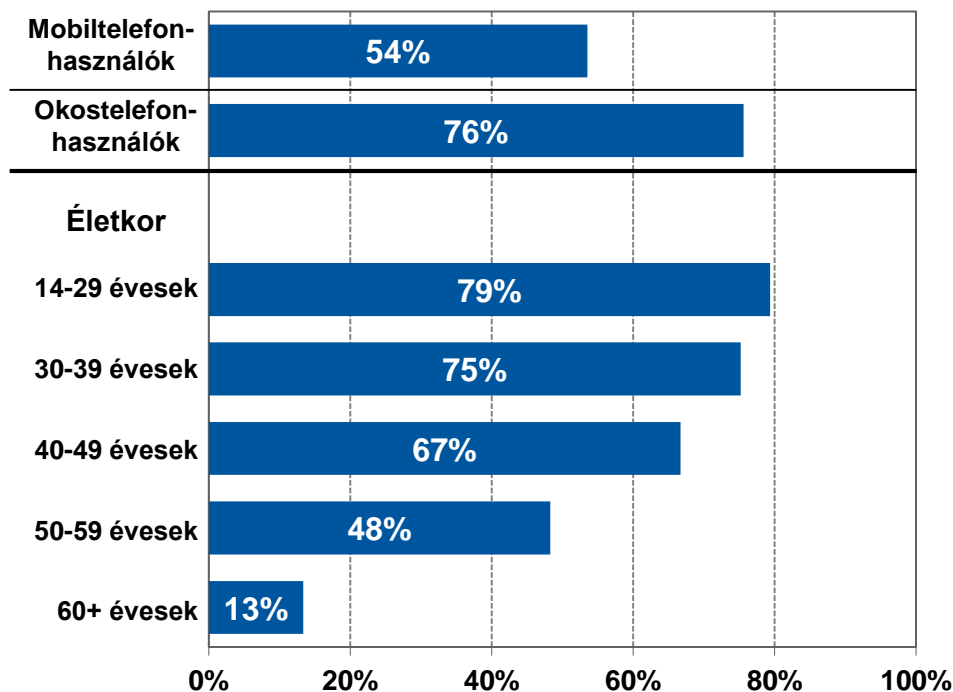
A kérdezettek négyötöde találkozott már a 4G kifejezéssel és 58 százalékuk tisztában van a jelentésével is. A válaszadók tudomása szerint a mobilosok 54%-ának van 4G-hozzáférése (ez 2017-ben még csak 46% volt). A 4G-s hozzáférés aránya a kor előrehaladtával csökken.

Találkozott már a 4G kifejezéssel?



- Nem hallott még róla
- Hallott róla, de nem tudja, hogy mit jelent
- Hallott róla és tudja is, hogy mit jelent
- NT/NV

Tudomása szerint van 4G-hozzáférése?



Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=8,03 millió fő; n=1852)



A mobilinternet nem-használatának elsődleges okaként mind a „Large Screen” mind a „Small Screen” internet esetén a „nincs rá szükségem” választ jelölték meg a kérdezettek a leggyakrabban. 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=7,87 millió fő, n=1894)

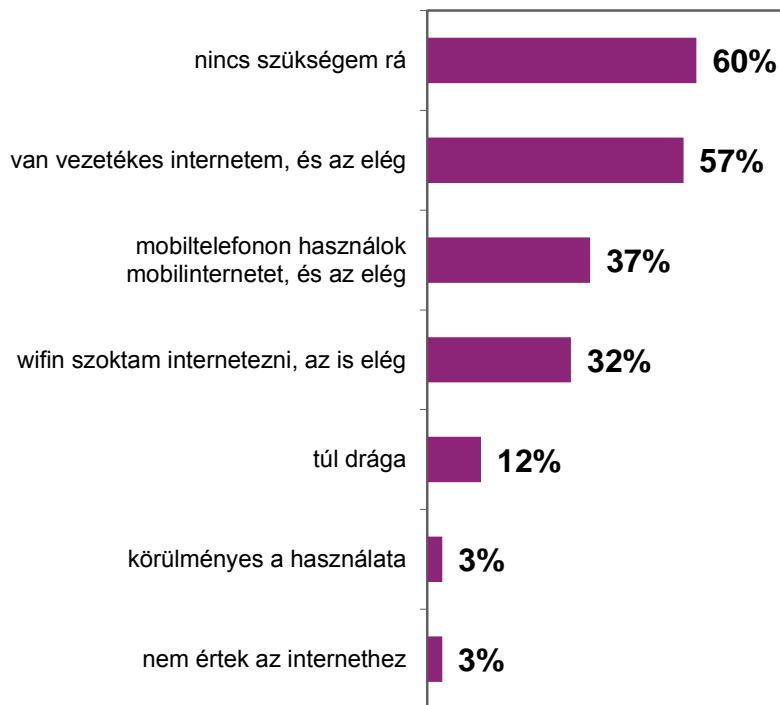
Miért nem használ mobiltelefonon mobilinternetet?



Bázis: „Small Screen” mobilinternetet nem használó mobilosok
(N=2,75 millió fő, n=794)

Ha csak azok indokait tekintjük, akiknek egyébként lenne a mobilinternet használatához szükséges eszközük (pc vagy okostelefon), akkor „Large Screen” MBB tekintetében hasonló képet kapunk, bár a vezetékes internettel való megelégedés nagyobb arányban van jelen. Az okostelefonnal rendelkezőknél viszont a készülék alkalmatlanságán kívül az is jóval kisebb arányban szerepel, hogy a válaszadó nem ért az internethez.

Miért nem használ számítógépen mobilinternetet?



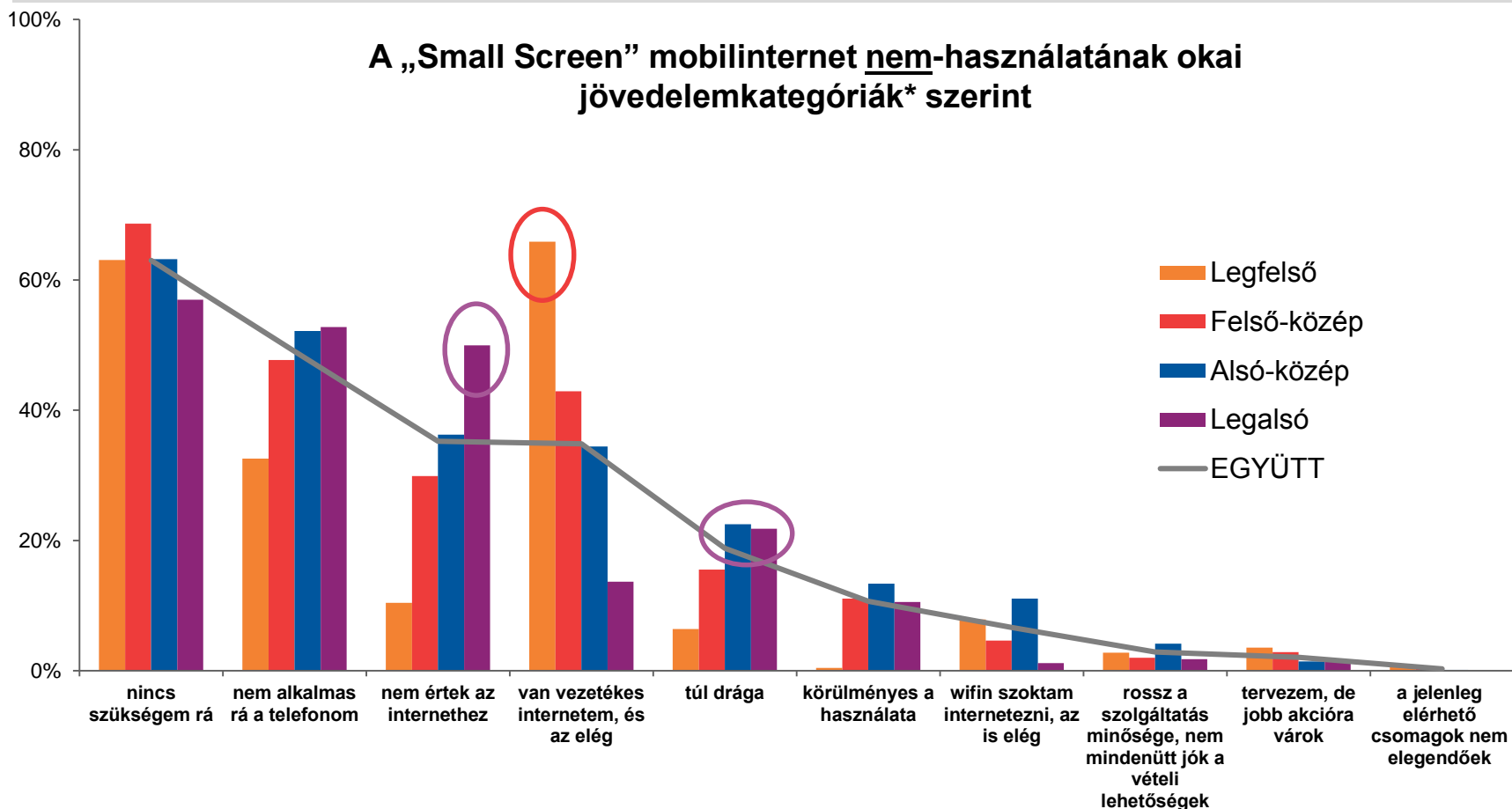
Bázis: „Large Screen” mobilinternetet nem használó, számítógéppel rendelkezők (N=5,81 millió HT, n=1234)

Miért nem használ mobiltelefonon mobilinternetet?



Bázis: „Small Screen” mobilinternetet nem használó, okostelefonnal rendelkezők (N=460 ezer fő, n=128)

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.



Bázis: „Small Screen” mobilinternetet nem használó mobilosok (N=2,75 millió fő, n=794)

*A háztartás egy főre jutó jövedelme alapján



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

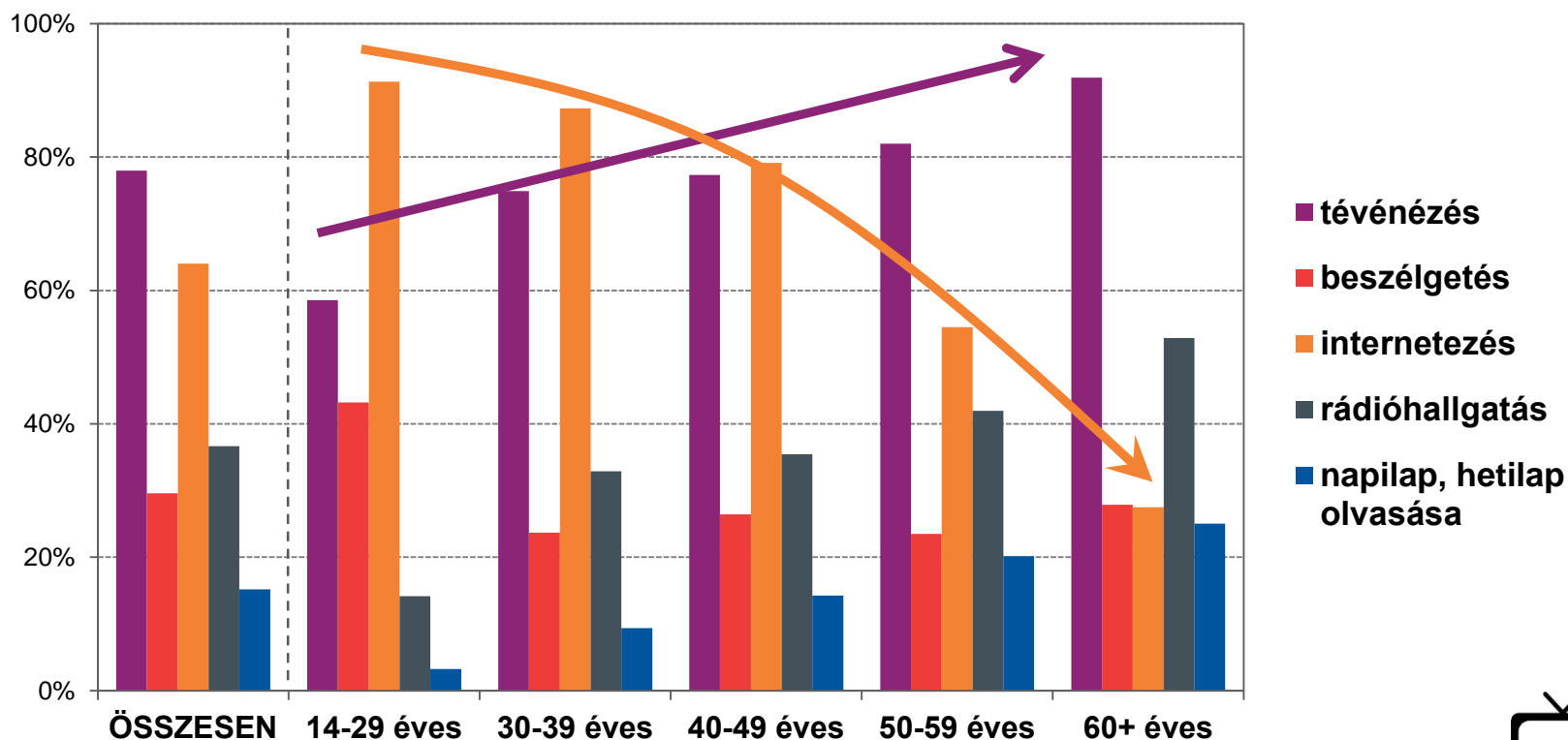
MÉDIAPIAC

- **Kommunikációs csatornák**
- Tévé- és filmnézés
- Zene- és rádióhallgatás



A vizsgált, napi gyakorisággal végzett kommunikációs tevékenységek közül továbbra is a tévénézés az első, bár az 50 évesnél fiatalabbaknál az internetezés már megelőzi a tévénézést vagy holtversenyben van vele. A 14-29 évesek 91%-a netezik naponta, ami a 30-39 éves korcsoportnál 87%, a 40-49 éves korcsoportnál 79%, a 60 felettiéknél viszont jóval kisebb, 28%. Ezzel szemben a 60 évnél idősebbek a fiataloknál lényegesen többet olvasnak újságot és hallgatnak rádiót.

Napi gyakorisággal végzett tevékenységek



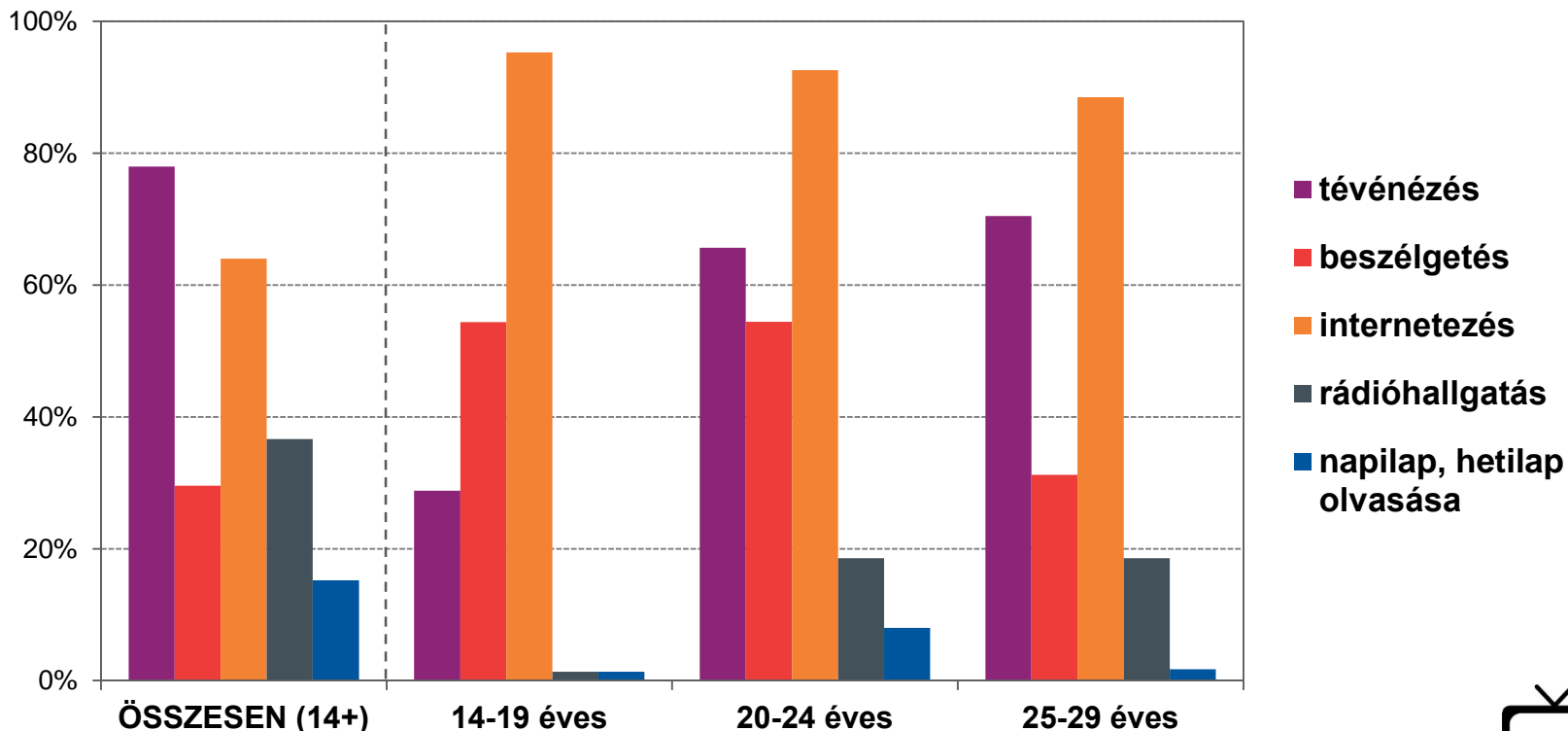
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2016)





Ha részletesebben megnézzük a 30 év alattiak kommunikációs szokásait, markáns eltérést látunk a 20 év alattiak és fölöttiek között. A rádióhallgatás és az újságolvasás szinte egyáltalán nem jellemző a legfiatalabbakra (14-19 évesek), és a tévét is kevesebben nézik napi rendszerességgel, mint a 20 év felettek. Minden vizsgált csoportra elmondható, hogy előnyben részesítik a napi szintű internetezést a tévénézéssel szemben, ám a különbségek a kor előrehaladtával mérséklődnek.

Napi gyakorisággal végzett tevékenységek



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2016)





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

MÉDIAPIAC

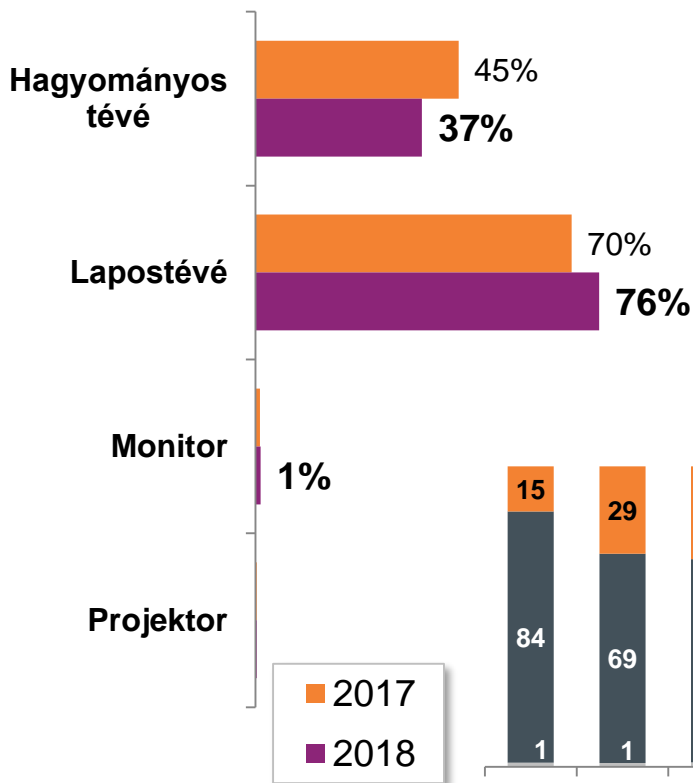
- Kommunikációs csatornák
- **Tévé- és filmnézés**
- Zene- és rádióhallgatás

TÉVÉKÉSZÜLÉKEK A HÁZTARTÁSBAN

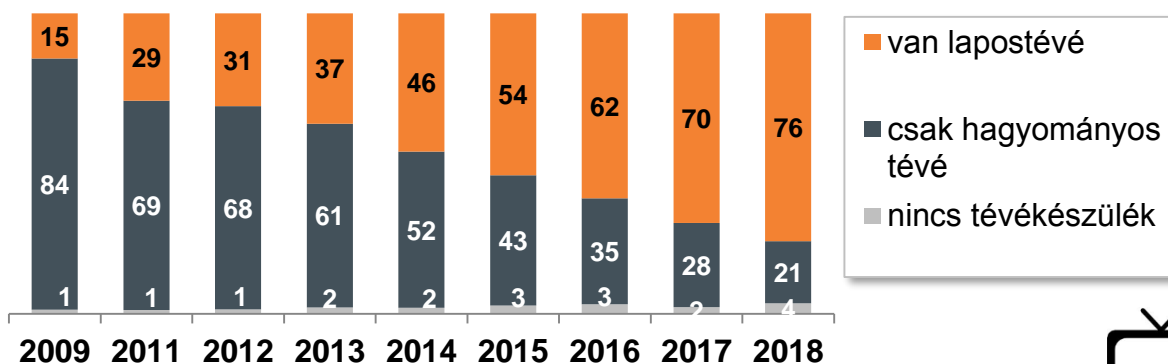
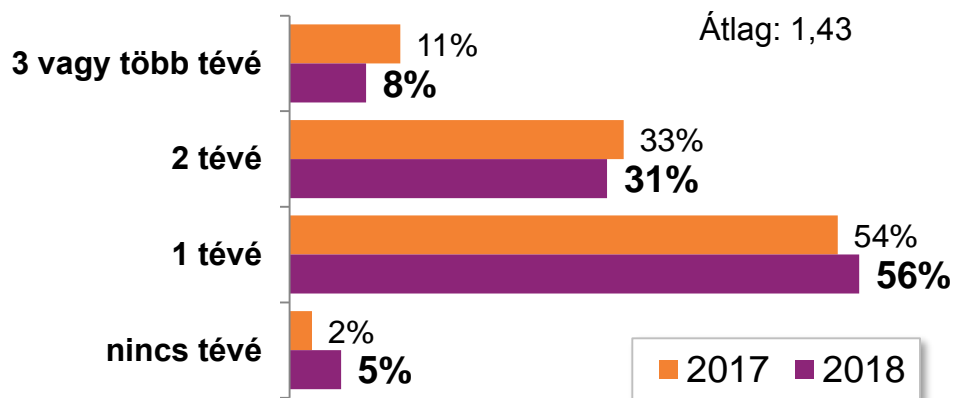


2018-ban folytatódott a lapostévék terjedése a hagyományos, képcsöves tévék rovására. A tévékészülékkel rendelkező háztartások 76%-ában már található lapostévé. Az egyéb eszközön (monitoron, projektoron) tévézők aránya továbbra is elhanyagolható, viszont nőtt a tévékészülékkel nem rendelkező háztartások aránya. A háztartások 39%-ában van egynél több tévékészülék.

A tévénézésre használt eszköz típusa



Tévékészülékek száma

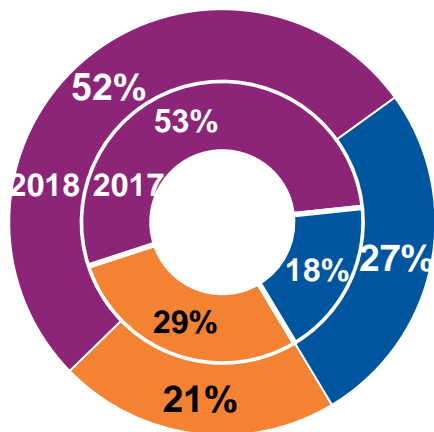


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)



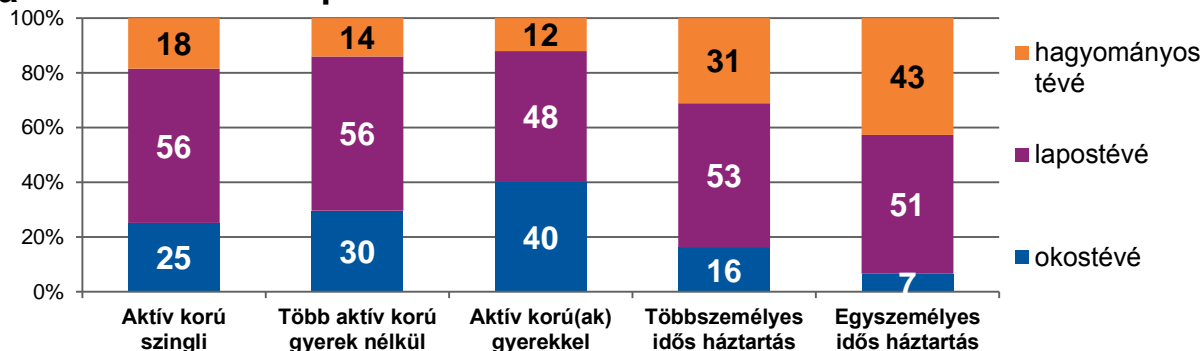
Az okostévével rendelkező háztartások aránya 9 százalékpontot növelt tavalyhoz képest, idén már 27% (a válaszadók önbevallása alapján). Nem változott jelentősen azonban a nem-okos lapostévével tévézők aránya. Immáron a háztartásoknak alig egyötöde tévézik csak hagyományos, képcsöves televízióval. Az idős háztartásokban magasabb arányban találunk csak képcsöves tévét. A községekben és a megyei jogú városokban csökkent egy év alatt legjobban a hagyományos tévékészülékek aránya.

A háztartásban lévő tévé típusa

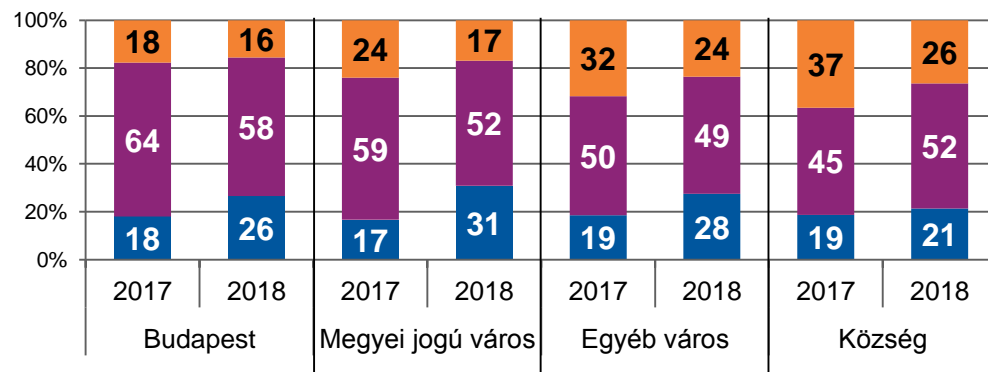


- Csak hagyományos
- Van lapostévé
- Van okostévé

Tévé típusa a háztartások összetétele szerint



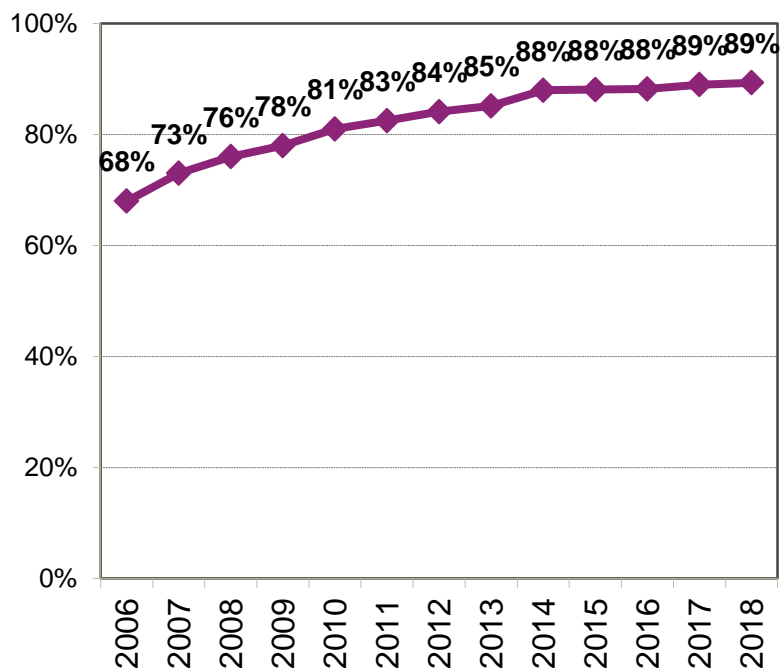
A háztartásban lévő tévé típusa településtípus szerint





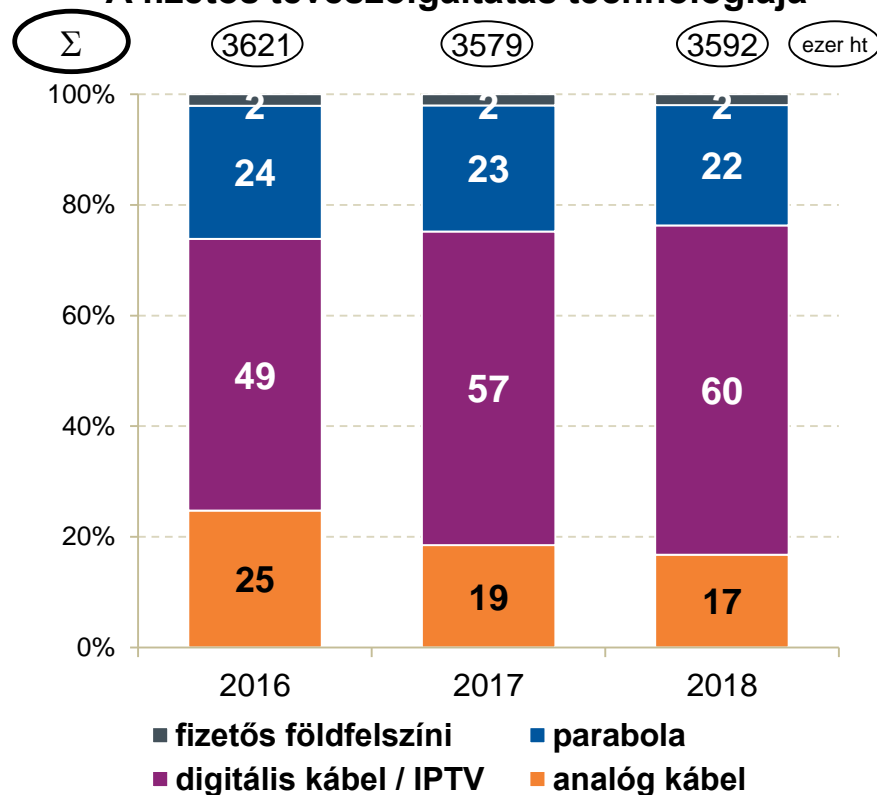
A háztartások 89%-a vesz igénybe fizetős műsorszolgáltatást, ami az utóbbi években gyakorlatilag nem változott. Az összes előfizetés 60%-a digitális kábeltévé vagy IPTV. Egnél több tévé-előfizetés 78 ezer háztartásban van, ami az előfizetéssel rendelkező háztartások 2%-a.

A háztartások ellátottsága fizetős tévével



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)

A fizetős tévészolgáltatás technológiája

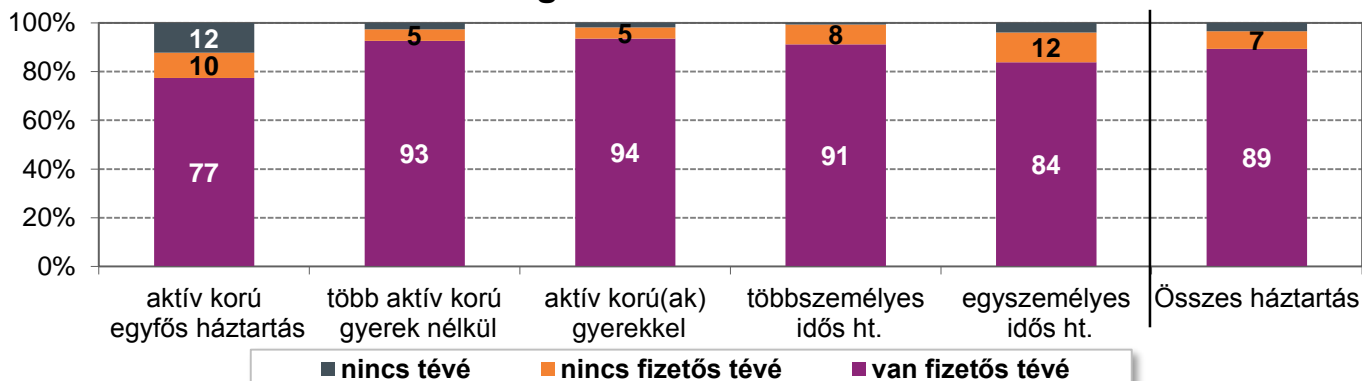


Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,592 millió HT; n=1792)

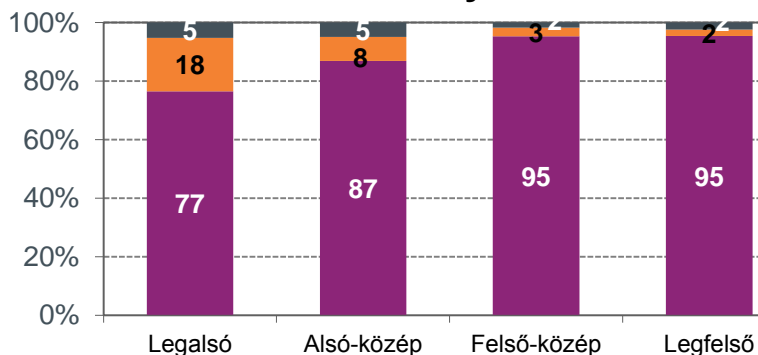


Az aktív korú egyfős háztartásokat leszámítva minden csoportban 95% feletti a tévékészülék-penetráció. 2018-ra már nem a fővárosban élő háztartások rendelkeznek legnagyobb arányban tévé-előfizetéssel. Az egyszemélyes háztartásokban ritkábban van fizetős tévé, mint a többfős háztartásokban, a legmagasabb arány a gyermekes családoknál és a több aktív korú, gyerek nélküli háztartásokban van. A tévé annyira fontos a magyar háztartások életében, hogy még a legalsó jövedelmi kategóriába tartozóknak is a 77%-a fizet érte.

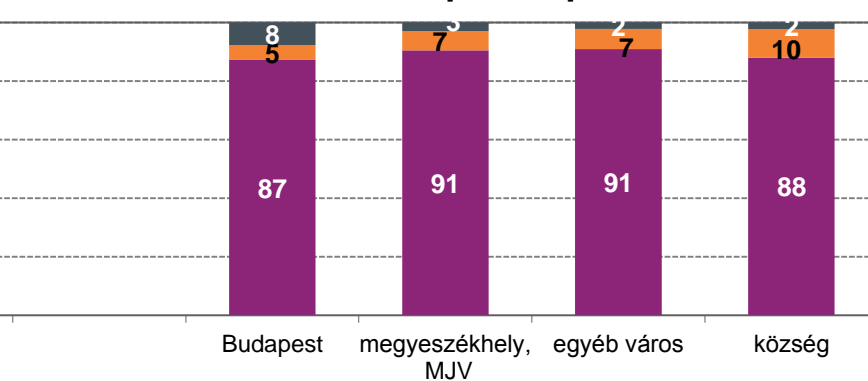
Ellátottság a háztartás összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



Településtípus szerint

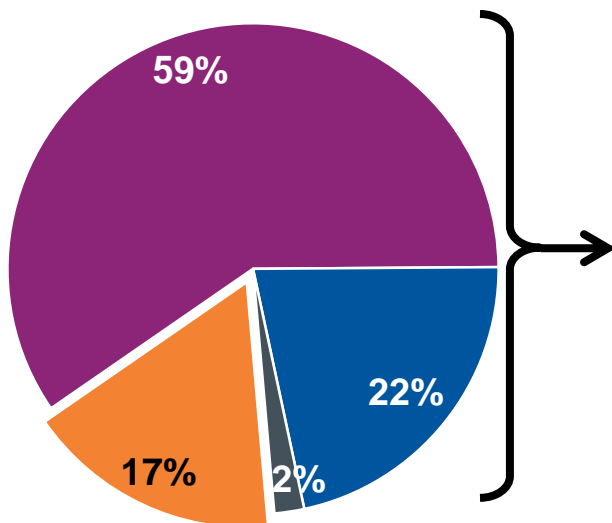


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT; n=2016)



A digitálistévé-előfizetések héttizede digitális kábeltévés/IPTV-s előfizetés. 2017-hez hasonlóan idén is nagyjából 3 millió háztartásban volt set-top-box. Tavaly óta jelentősen csökkent (27-ről 22%-ra) azon háztartások aránya, ahol egynél több tévé van, de nincs mindegyikhez set-top-box.

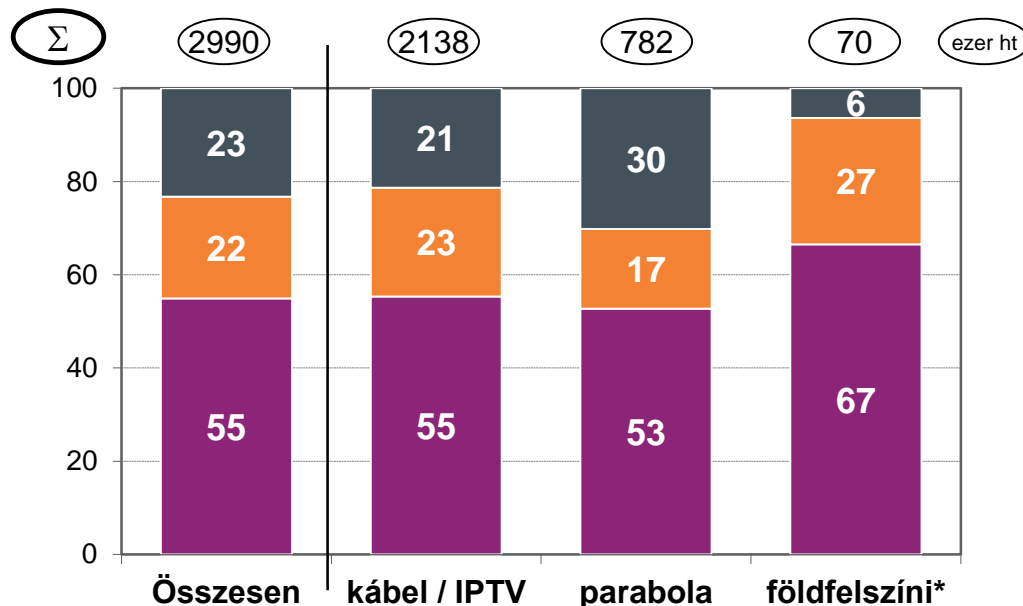
Analóg- és digitális-előfizetések aránya



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

Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások
(N=3,592 millió HT; n=1792)

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

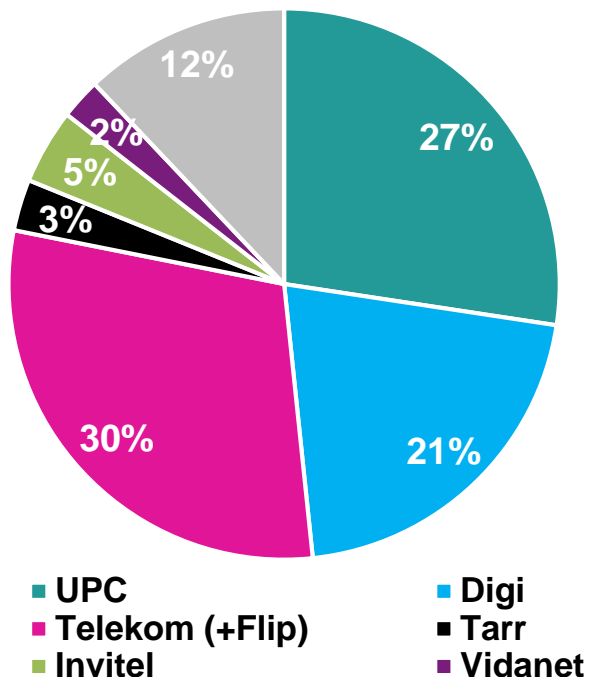
Bázis: Digitálistévé-előfizetéssel rendelkező háztartások
(N=2,99 millió HT; n=1479)



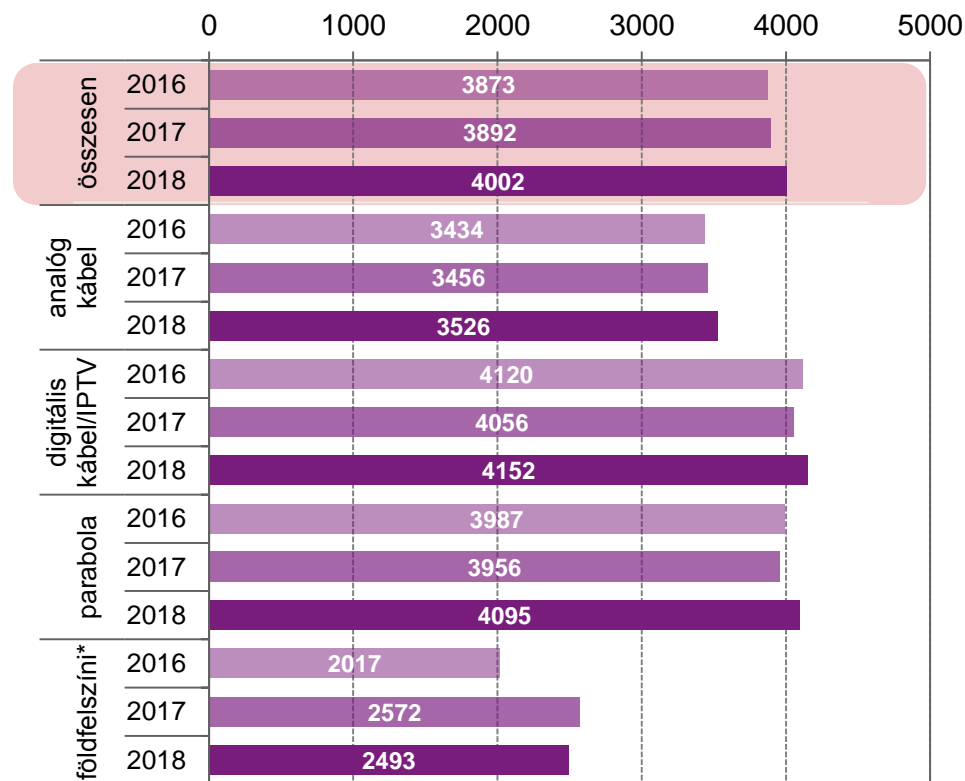


A fizetéstévé-piac mérete 144 Mrd forint. A háztartások átlagköltségei nem változtak jelentős mértékben 2017 óta.

A fizetéstévé-piac bevételeinek szolgáltatók szerinti megoszlása



Költség technológia szerint (bruttó Ft/hó)



Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,592 millió HT; n=1792)

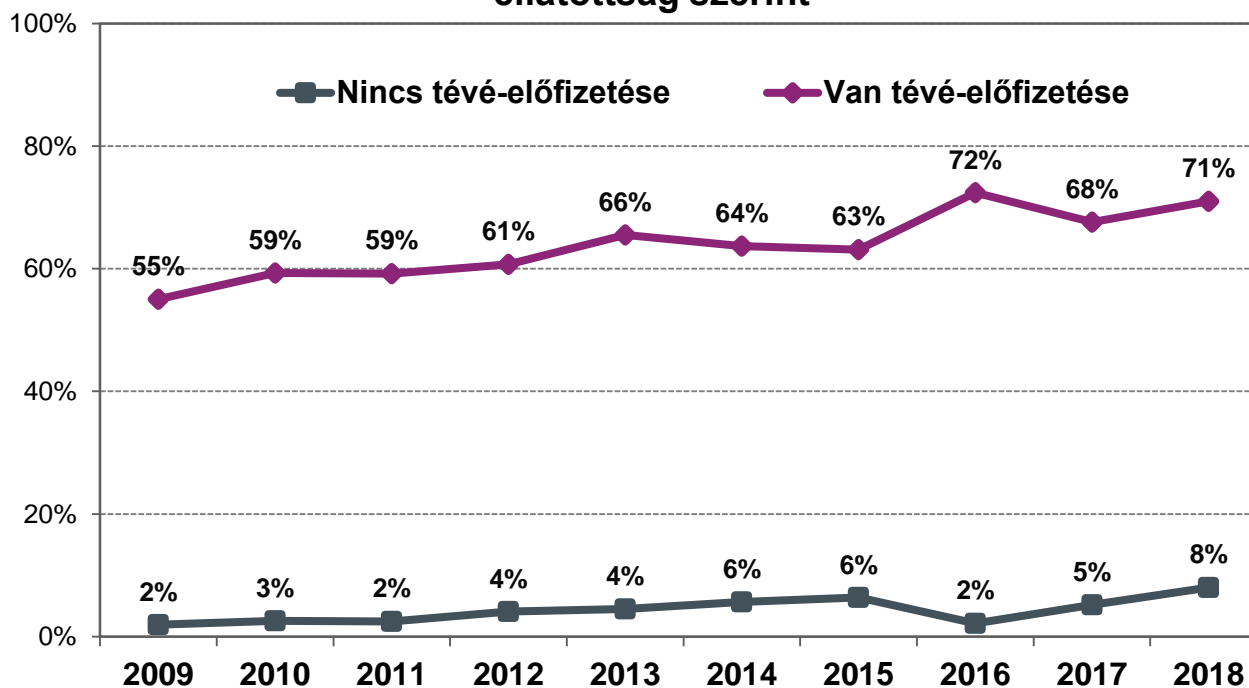
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

A lakossági televíziós piac mérete 2018-ban nettó 144 Mrd Ft. (2017: 139 Mrd)



A magyar háztartások 8%-a feleslegesnek tartja a fizetős tévét. További 8% azt állítja, hogy viszonylag könnyen meglehne tévé-előfizetés nélkül (ez nem jelent a tévézésről való lemondást is egyben). A háztartások 64%-a tekinti nélkülözhetetlennek a tévé-előfizetést. 2018-ban a tévé-előfizetéssel rendelkező háztartások 71%-a tartja nélkülözhetetlennek a tévé-előfizetését.

A tévé-előfizetést nélkülözhetetlennek tartók aránya ellátottság szerint



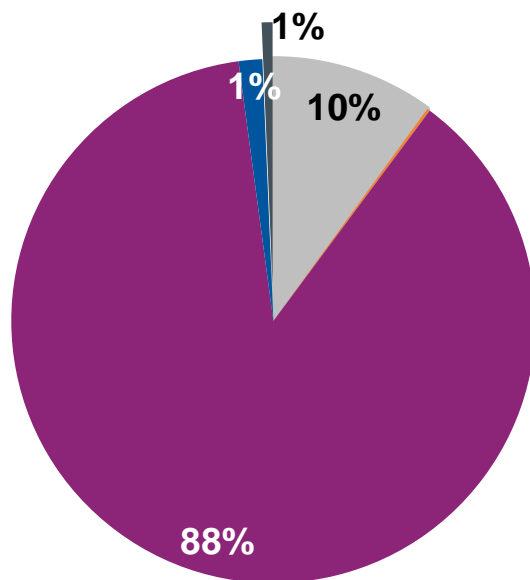
Bázis: Tévé-előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (az összes háztartás 89, illetve 11%-a, N=3,592 millió és 429 ezer HT; n=1792, illetve 224)





2018-ban 27 ezer olyan háztartás jelezte, hogy be fog lépni a fizetős tévé piacára, akiknek jelenleg még nincs ilyen szolgáltatása (2017: 25 ezer), és 7 ezer háztartás szünteti meg az előfizetését (2017-ben ez a szám 9 ezer volt), ez statisztikailag elhanyagolható. 2018-ban az előfizető háztartások 1%-a gondolkodik szolgáltatóváltáson.

A háztartások migrációs kategóriái



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

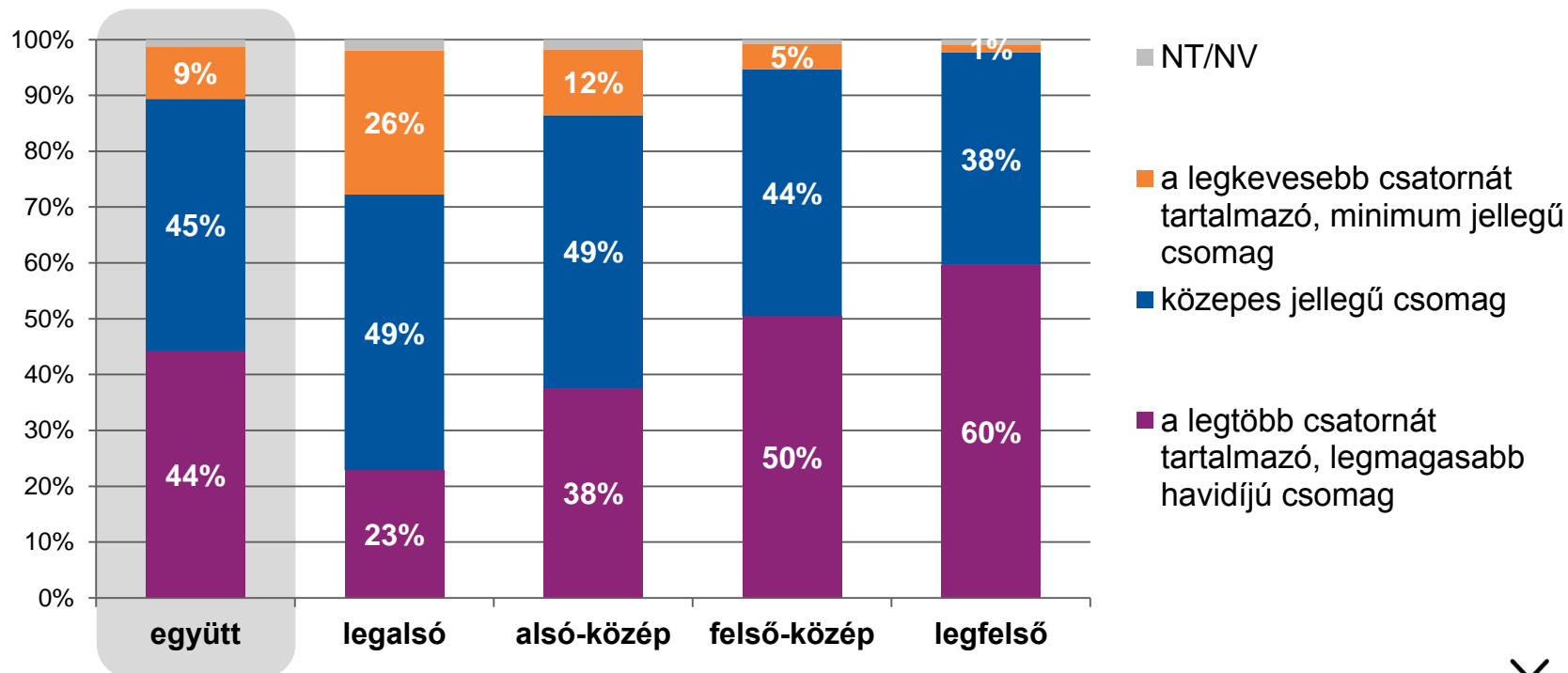
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)



A legkevesebb csatornát tartalmazó „minimál”-csomagokat a tévé-előfizető háztartások 9%-a veszi igénybe, a legtöbb csatornát tartalmazó csomagra pedig 44% fizet elő. A jobb jövedelmi helyzetben lévők lényegesen nagyobb arányban fizetnek elő a legnagyobb csomagokra, de még ennél is fontosabb faktor az élethelyzet: az aktív korú háztartásokra jellemző leginkább, hogy a nagyobb csatornaszámú csomagokra fizetnek elő.

Nagy felbontású HD-csatornákra 2018-ban 30%-nyian fizetnek elő.

Az igénybe vett tévécsomagok a háztartás jövedelmi helyzete szerint

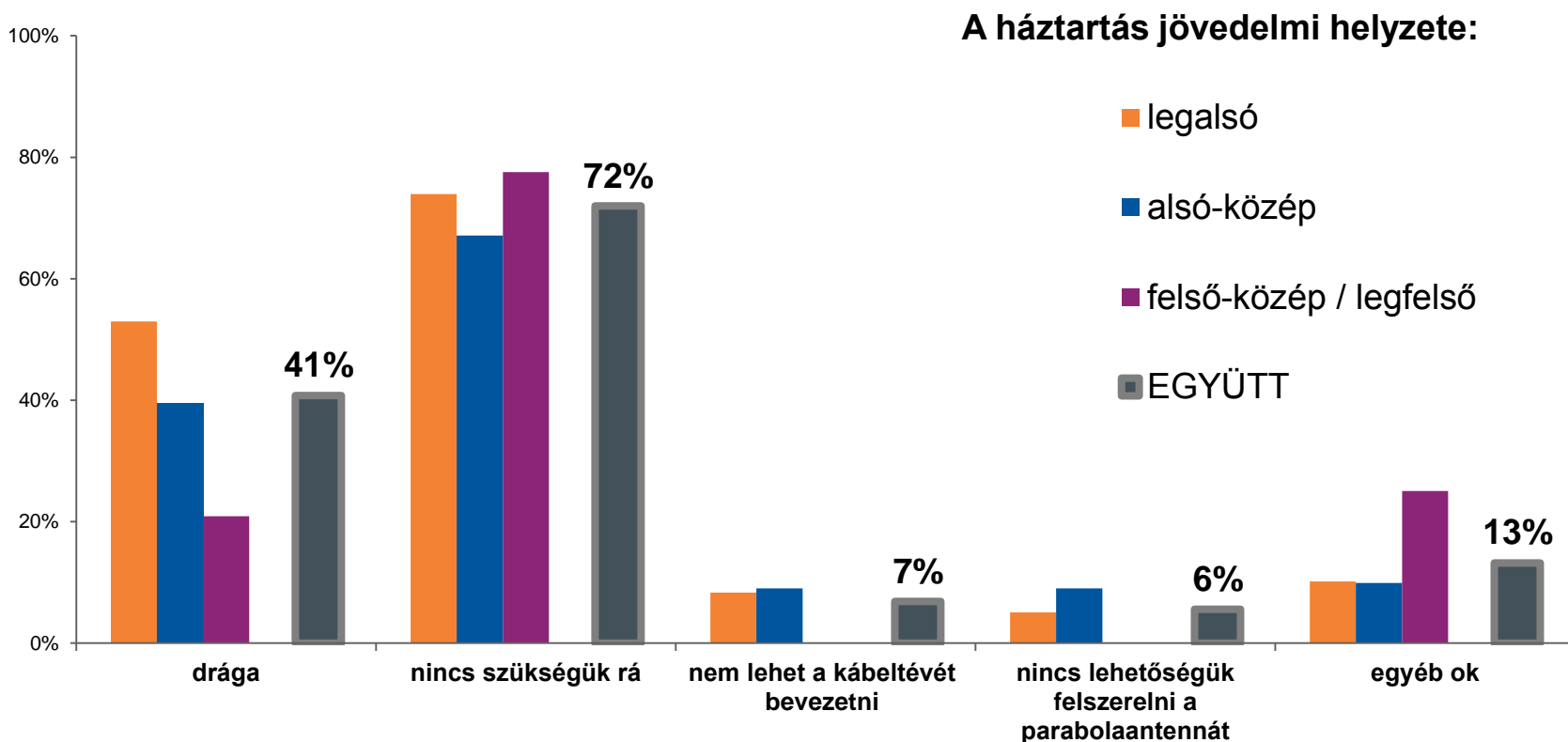


Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,592 millió HT; n=1792)





A tévé-előfizetés hiányának leggyakoribb oka továbbra is az, hogy nincs szüksége a háztartásnak a szolgáltatásra. Az anyagi okokat idén 41%-nyian említették (tavaly 45%). Az előfizetést drágának tartók között felülreprezentáltak a legalsó jövedelmi kategóriába tartozók.



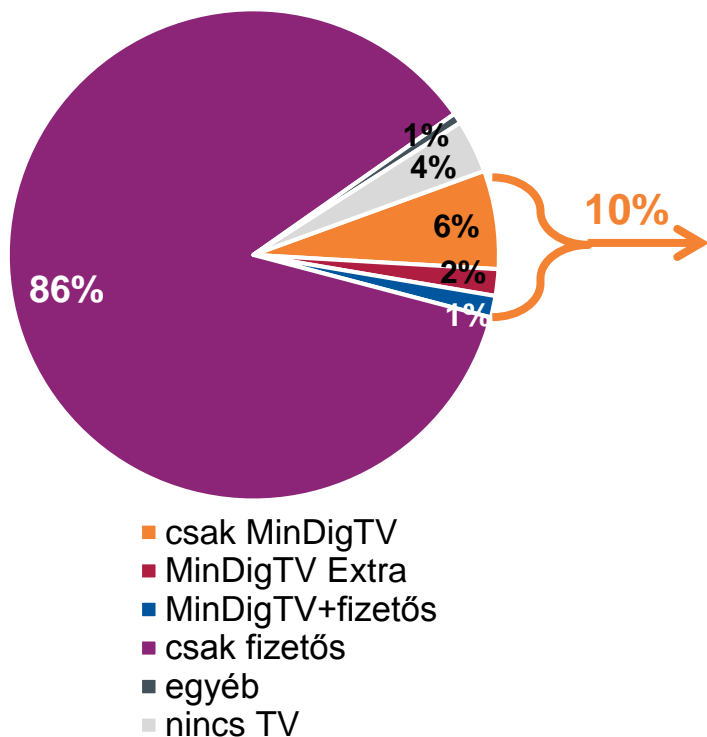
Bázis: Tévé-előfizetéssel nem rendelkező háztartások (N=429 ezer háztartás; n=224)



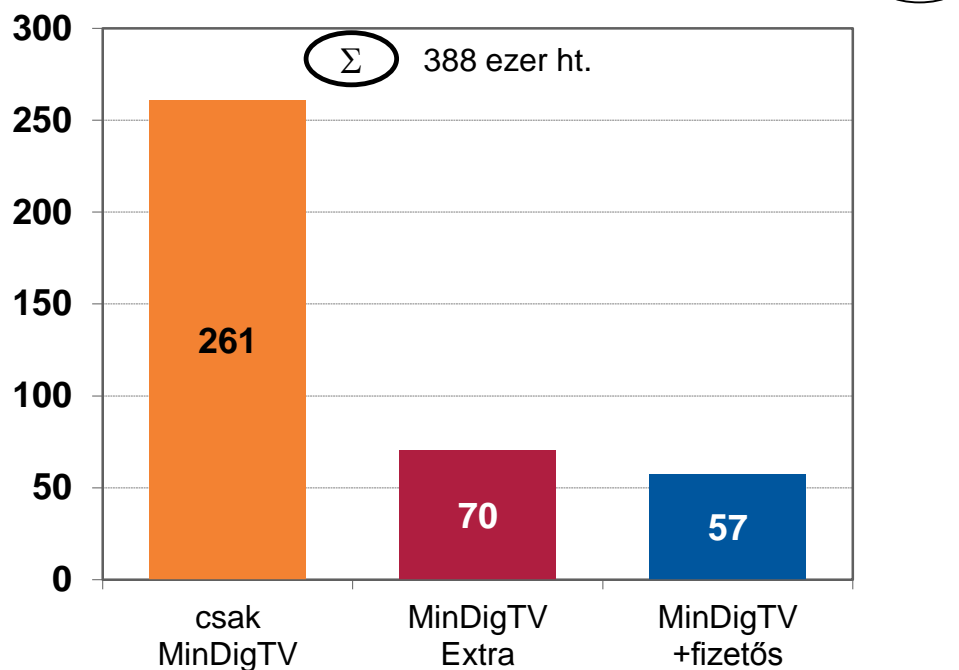


A háztartások 96%-ának van tévéje, 89%-uk fizet a televízió előfizetésért. A MinDigTV ingyenes adásait 6% nézi, további 2% MindigTV Extra előfizető. A digitális földfelszíni tévészésben kb. 388 ezer háztartás érintett (ez nem tér el jelentősen a 2017-ben mért 408 ezer háztartástól).

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



A digitális földfelszíni tévészésben érintett háztartások becsült száma*



Bázis: Összes háztartás
(N=4,02 millió HT; n=2016)

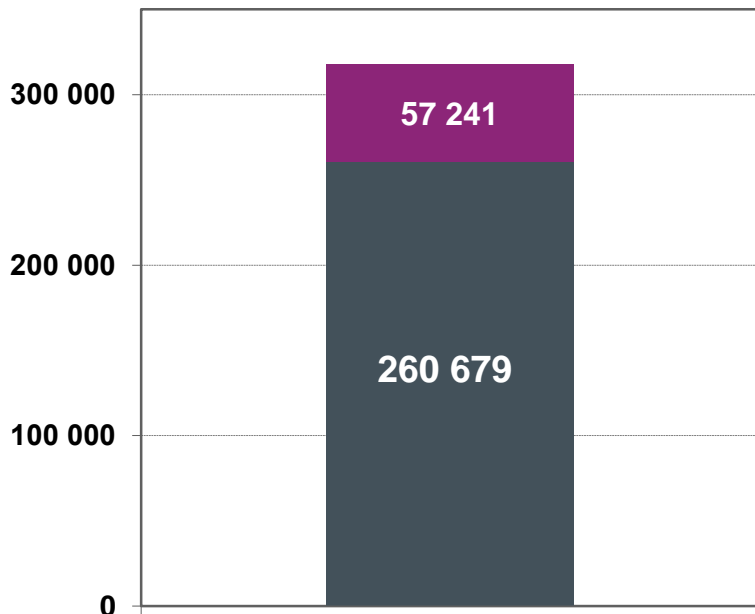
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek





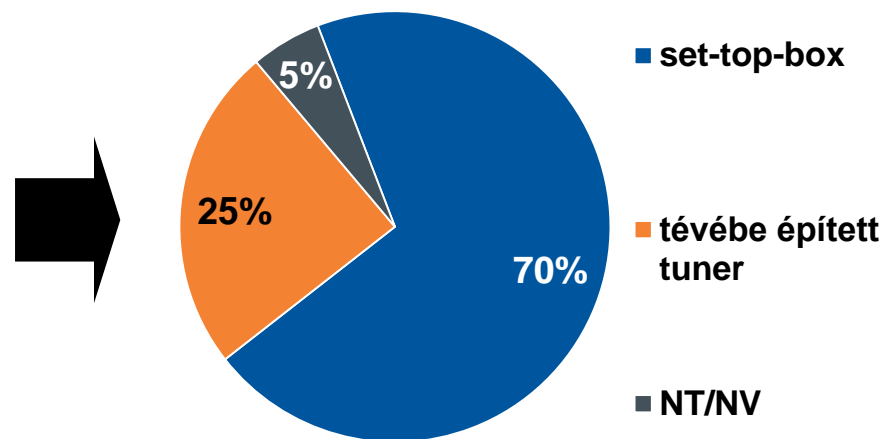
Az ingyenes digitális földfelszíni adásokat néző háztartások száma 318 ezer. Ezek közül 57 ezer valamilyen tévé-előfizetés mellett használja ezt a szolgáltatást. 70%-uk döntően set-top-boxszal éri el a DVB-T adását, tévébe épített tuner használatáról 25% számolt be.

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



- van tévé-előfizetés mellette
- nincs tévé-előfizetés mellette

Milyen eszközzel nézik?*



Összes STB:	223 440 [179 206 – 267 674]
Összes TV-tuner:	77 637 [61 551 – 93 722]

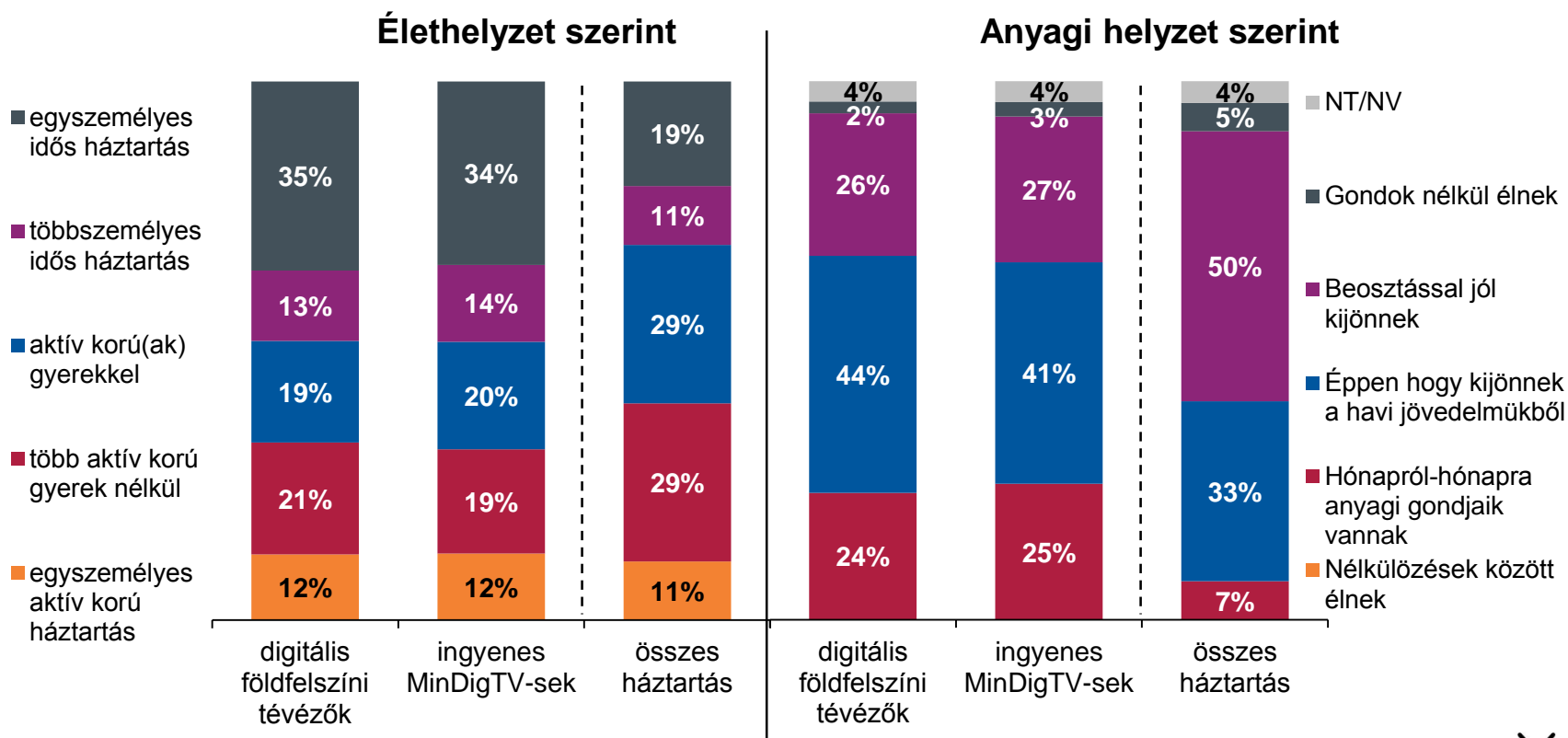
Bázis: INGYENES digitális földfelszíni adást nézők (N=318 ezer HT; n=166)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek





Az otthoni digitális földfelszíni tévészésben érintettek köre mintegy 388 ezer háztartás. A teljes népességhez viszonyítva felülreprezentáltak körükben az egyszemélyes idős háztartások: 35%-uk ilyen háztartás. Az ingyenes MindigTV-sek és a digitális földfelszíni tévészők is az átlagosnál jóval kedvezőtlenebb anyagi körülmények között élnek.



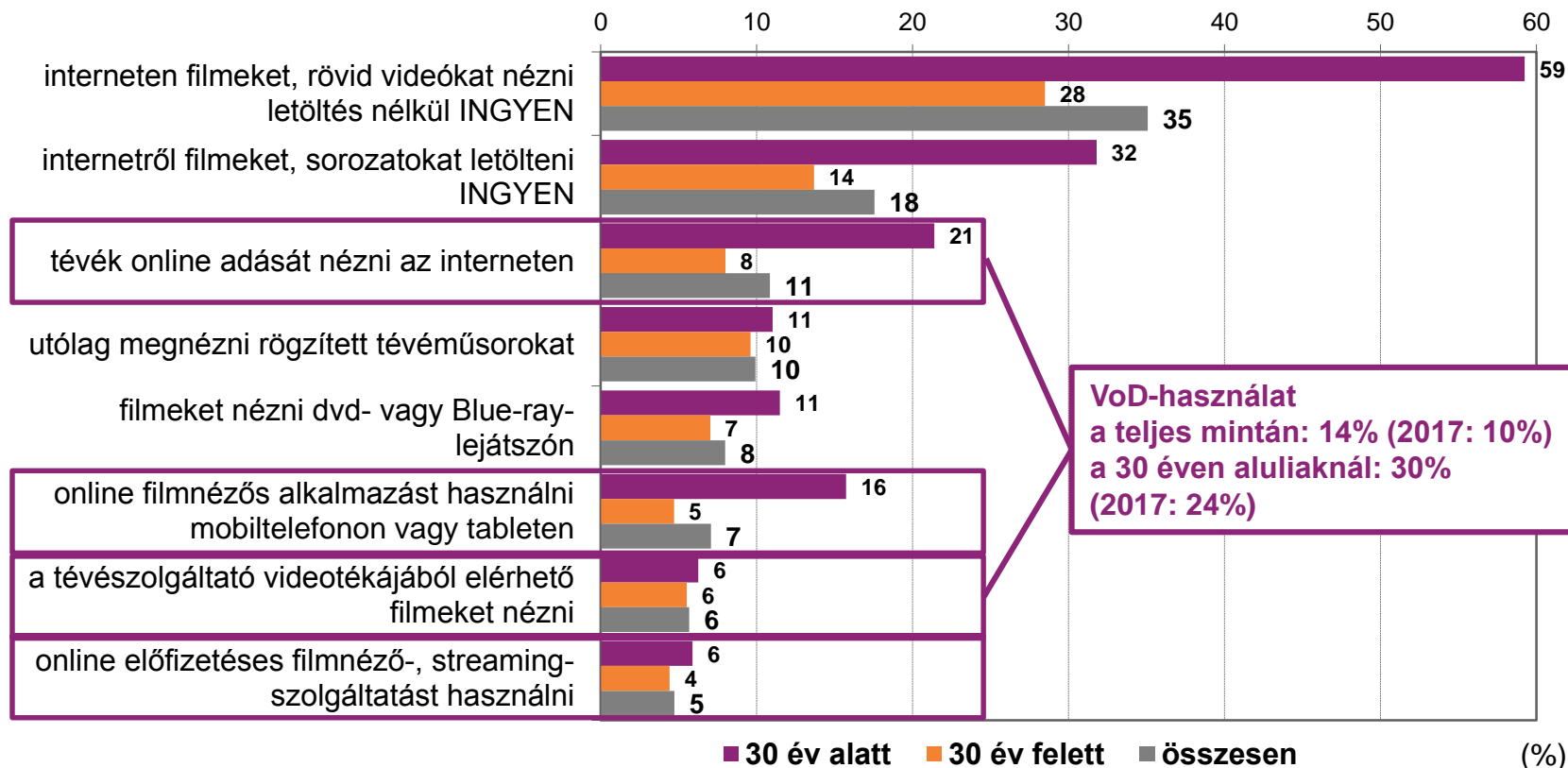
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT; n=2016)





A 14 éven felüli lakosság 37%-a használ legalább havi rendszerességgel a hagyományos televíziózáson kívül valamilyen más eszközt a filmek, illetve tévéműsorok nézésére. A 30 éven aluliak körében ez az arány jóval magasabb: 65%. A leggyakoribb az interneten rövid filmek, videók nézése (például a YouTube-on). Az ingyenes filmetöltés már csak durván feleannyi nézőre jellemző. A VoD-használat a teljes népesség körében nőtt tavalyhoz képest.

Legalább havi gyakorisággal végzett tévénézési, filmnézési tevékenységek



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2016)



NMHH

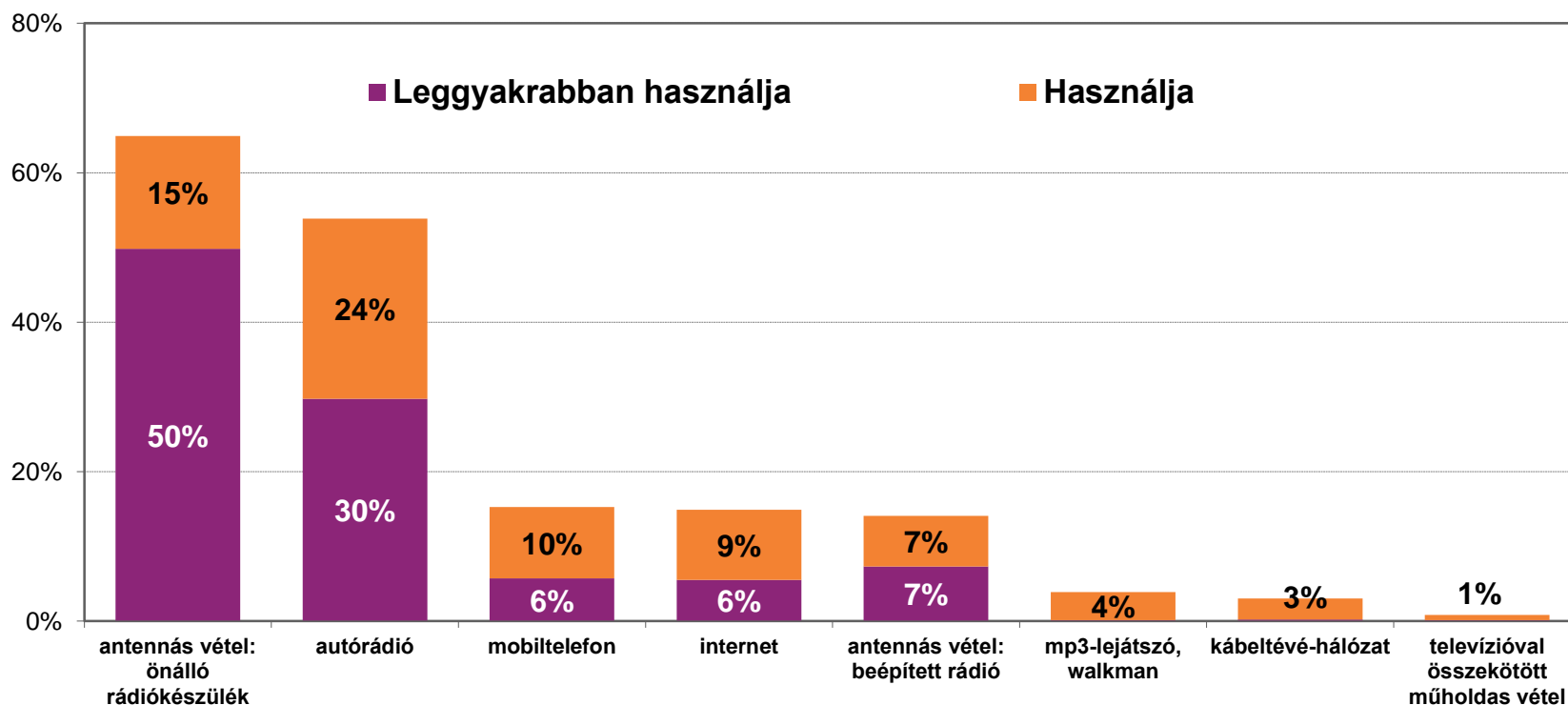
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

MÉDIAPIAC

- Kommunikációs csatornák
- Tévé- és filmnézés
- Zene- és rádióhallgatás



A rádióhallgatók elsődleges eszköze továbbra is az önálló rádiókészülék, a többség ezen hallgatja a műsorokat. A rádiózók nagyjából fele (54%) autózás közben is hallgatja az adást (az autós háztartásban élők 81%-a), és 30%-uknál az autó a leggyakoribb rádiózási helyszín (az autós háztartások tagjainál 45%).



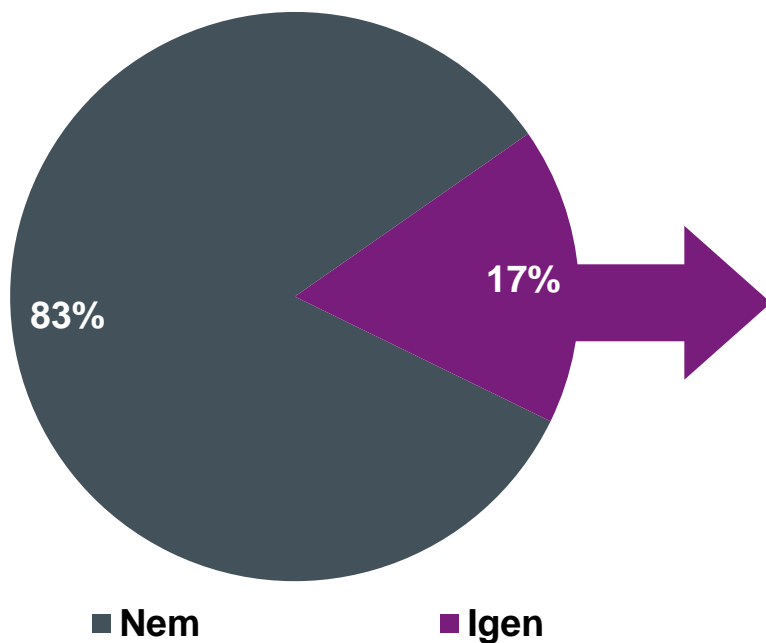
Bázis: Rádiót legalább néha hallgatók (N=5,89 millió fő; n=1455)



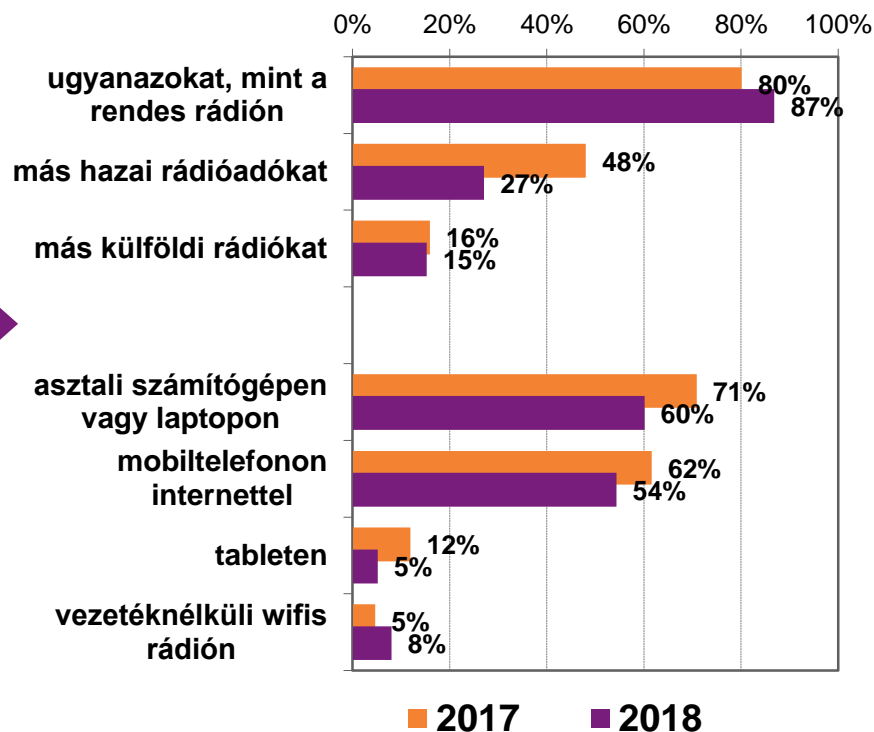


2018-ban az internetezők 17%-a hallgat online rádiót (2017-ben: 15%), jellemzően ugyanolyan műsorokat, mint a „rendes” rádión. Tavalyhoz képest csökkent a más hazai rádióadók hallgatottsága, valamint a számítógépen és a tableten való rádióhallgatás aránya. Az online rádiózás továbbra is elsősorban a 30 év alatti korosztályra jellemző.

Szokott interneten rádiót hallgatni?



Interneten hallgatott rádióadók és az alkalmazott eszköz



Bázis: Internetet használó személyek (N=6,80 millió fő; n=1438)

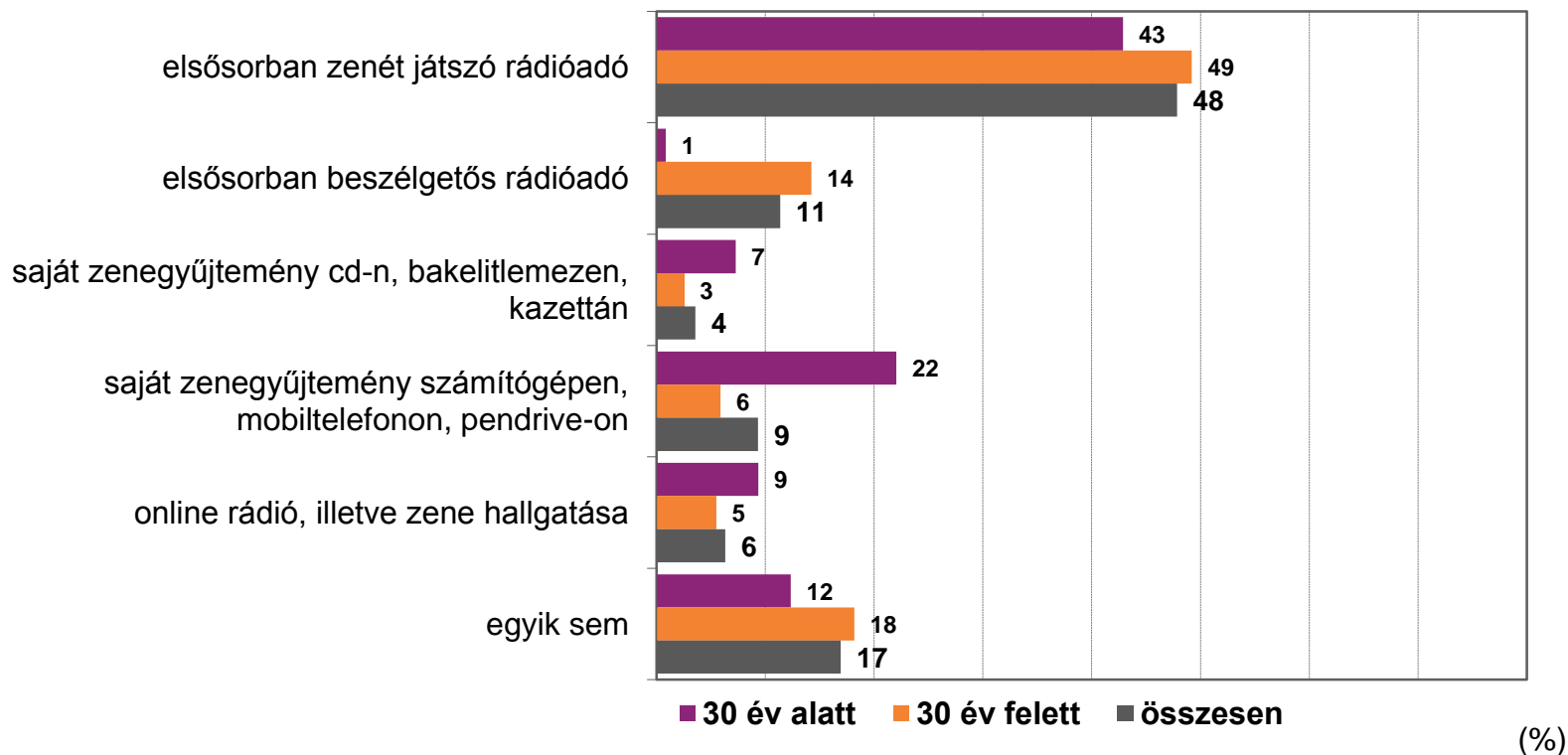
Bázis: Interneten rádiót hallgató személyek (N=1,14 millió fő, n=214)





A 14 éves és idősebb lakosság közel fele legszívesebben zenei rádióadókat hallgat. A beszélgetős rádióadókat szinte csak a 30 éven felüliek preferálják. A saját zenegyűjtemény (főleg elektronikus hordozón) viszont inkább a fiatalabbakra jellemző. A kérdezettek egyhatoda mondta, hogy nem hallgat sem rádiót, sem zenét.

Mit hallgat Ön a legszívesebben:

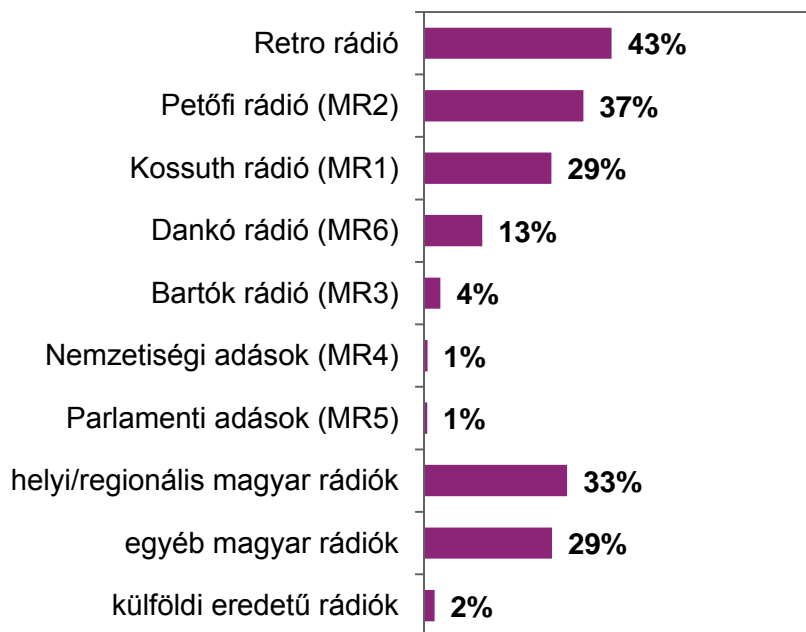


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2016)

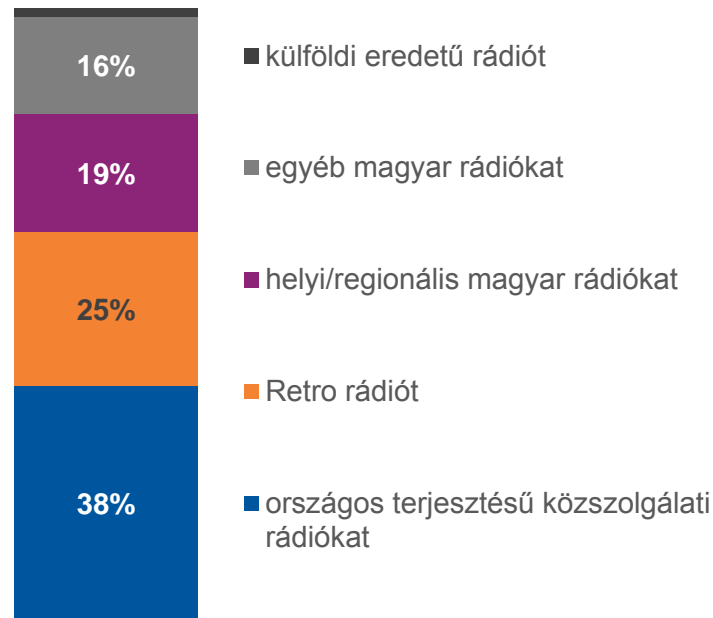


A 14 éves és idősebb rádióhallgatók legtöbbje a Retro rádiót hallgatja. Viszonylag sokan hallgatják még a Petőfit, illetve a regionális adókat. A rádióhallgatási időt tekintve összességében a legtöbbet az országos közszolgálati rádióadókat hallgatják.

Szokta hallgatni:



Az összes rádióhallgatási idő hány százalékában hallgatja:



Bázis: rádióhallgatók (N=5,89 millió; n=1455)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

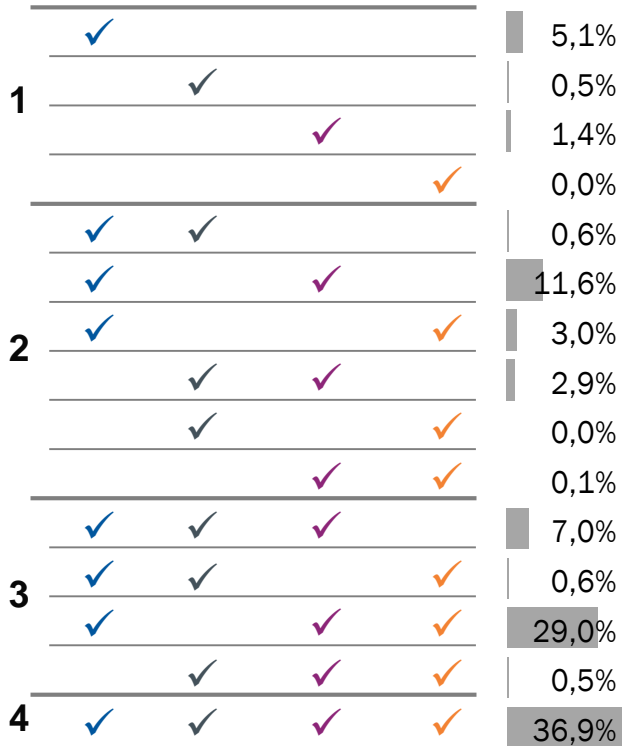
BUNDLING



A háztartások kétharmada 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.



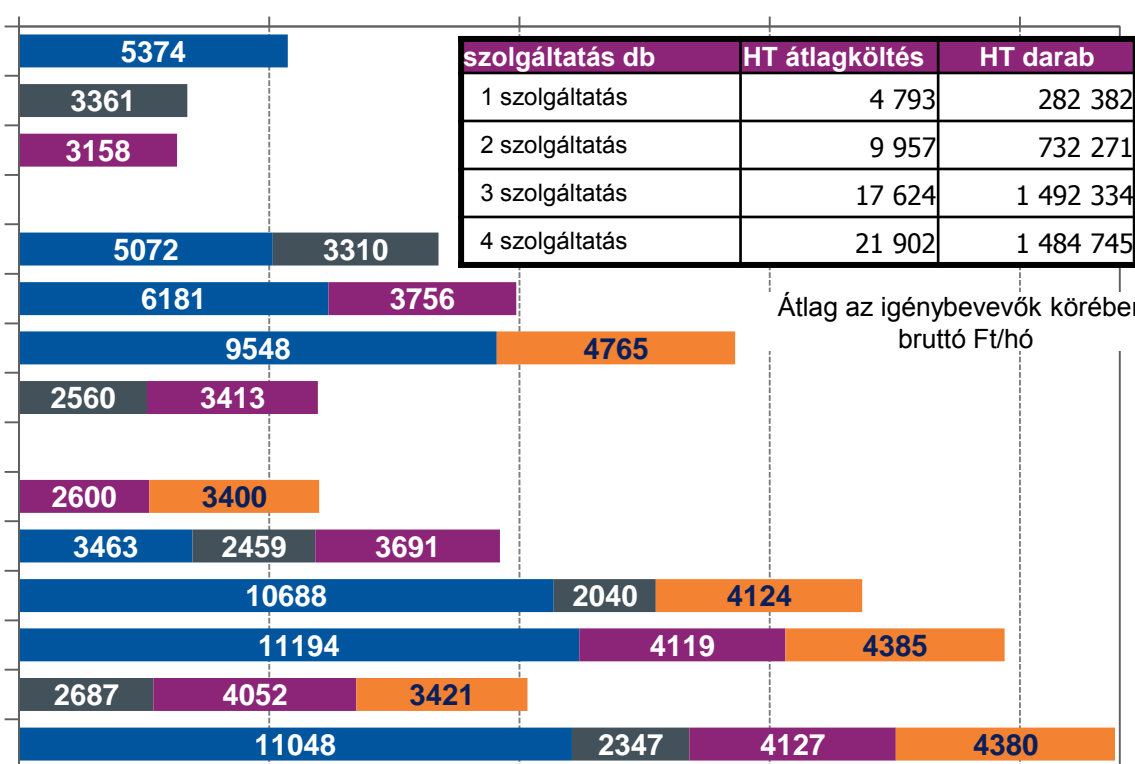
Csoport-nagyság



9530 2398 4002 4388

A háztartások 1%-ának semmilyen távközlési szolgáltatása nincs.

■ Mobiltelefon* ■ Vezetékes telefon ■ Fizetős tévé ■ Internet**



szolgáltatás db	HT átlagköltség	HT darab
1 szolgáltatás	4 793	282 382
2 szolgáltatás	9 957	732 271
3 szolgáltatás	17 624	1 492 334
4 szolgáltatás	21 902	1 484 745

Átlag az igénybevevők körében, bruttó Ft/hó

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

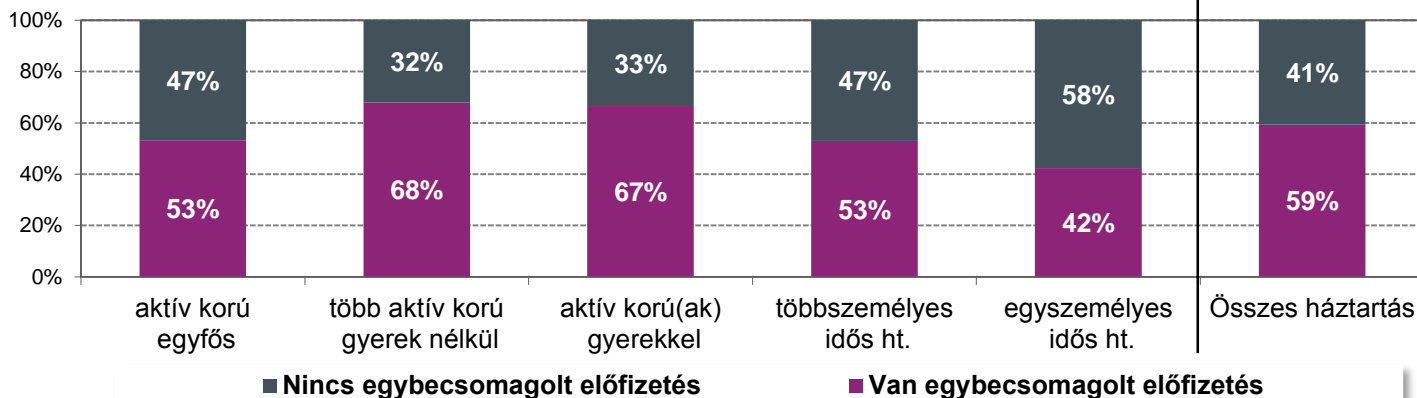
**Helyhez kötött + „Large Screen” MBB

Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)

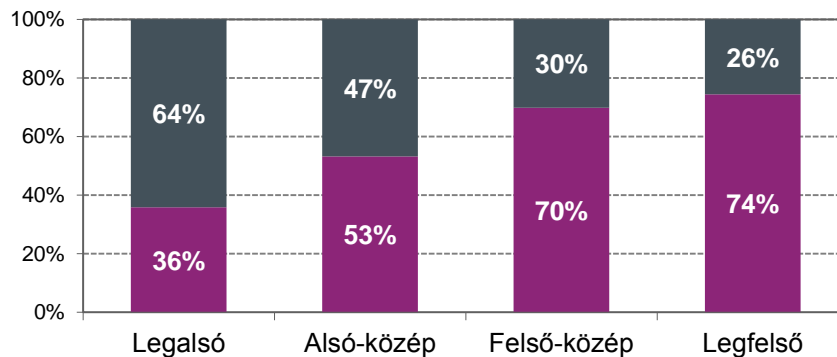


A háztartások közel 60%-a vesz igénybe egybecsomagolt távközlési szolgáltatásokat. Jóval gyakoribb a bundled-igénybevétel a jobb jövedelmi helyzetű családoknál, a nagyobb településeken és az aktív korúak háztartásaiban. Tavaly óta nem változott számottevően a csomagolt szolgáltatásokat igénybe vevők aránya.

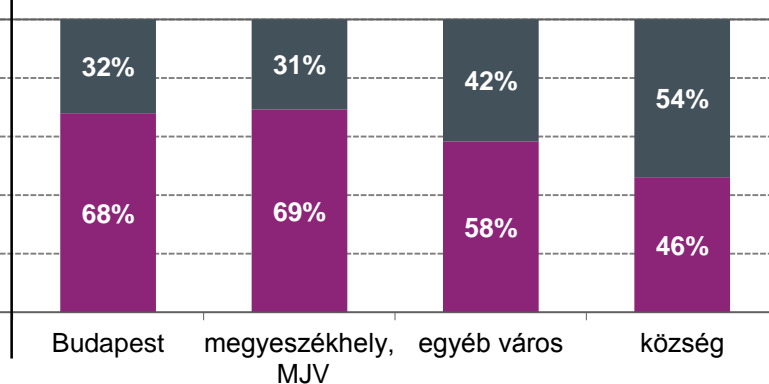
Ellátottság a háztartások összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



Településtípus szerint

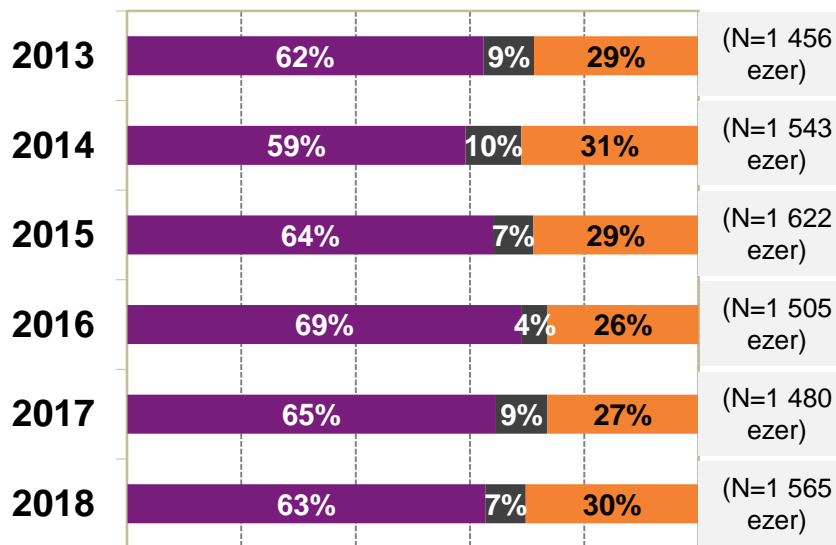


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT; n=2016)



2013 óta nőtt a 3 vezetékes szolgáltatást igénybe vevő háztartások száma, és köztük egyre többen csomagban fizettek elő a tévére, internetre és telefonra. Az utóbbi egy évben ez a bővülés megállt.

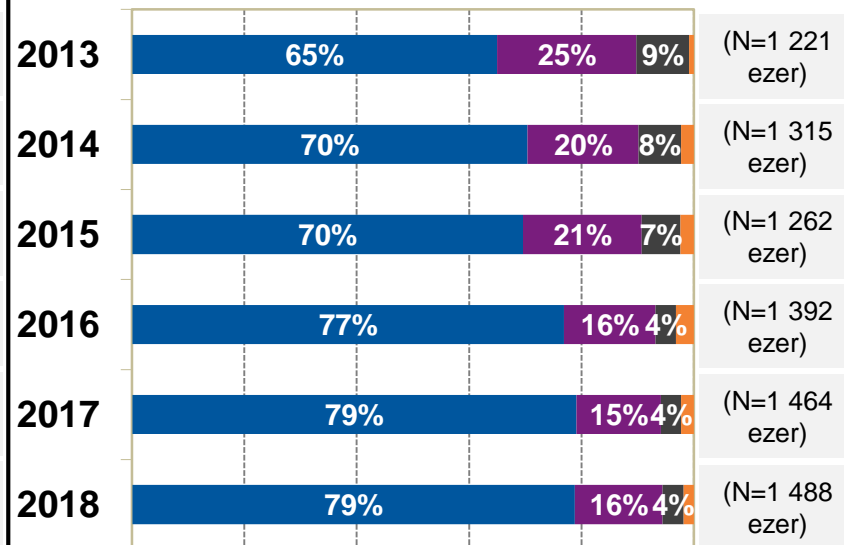
Csomagok a 2 helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartásokban



- 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



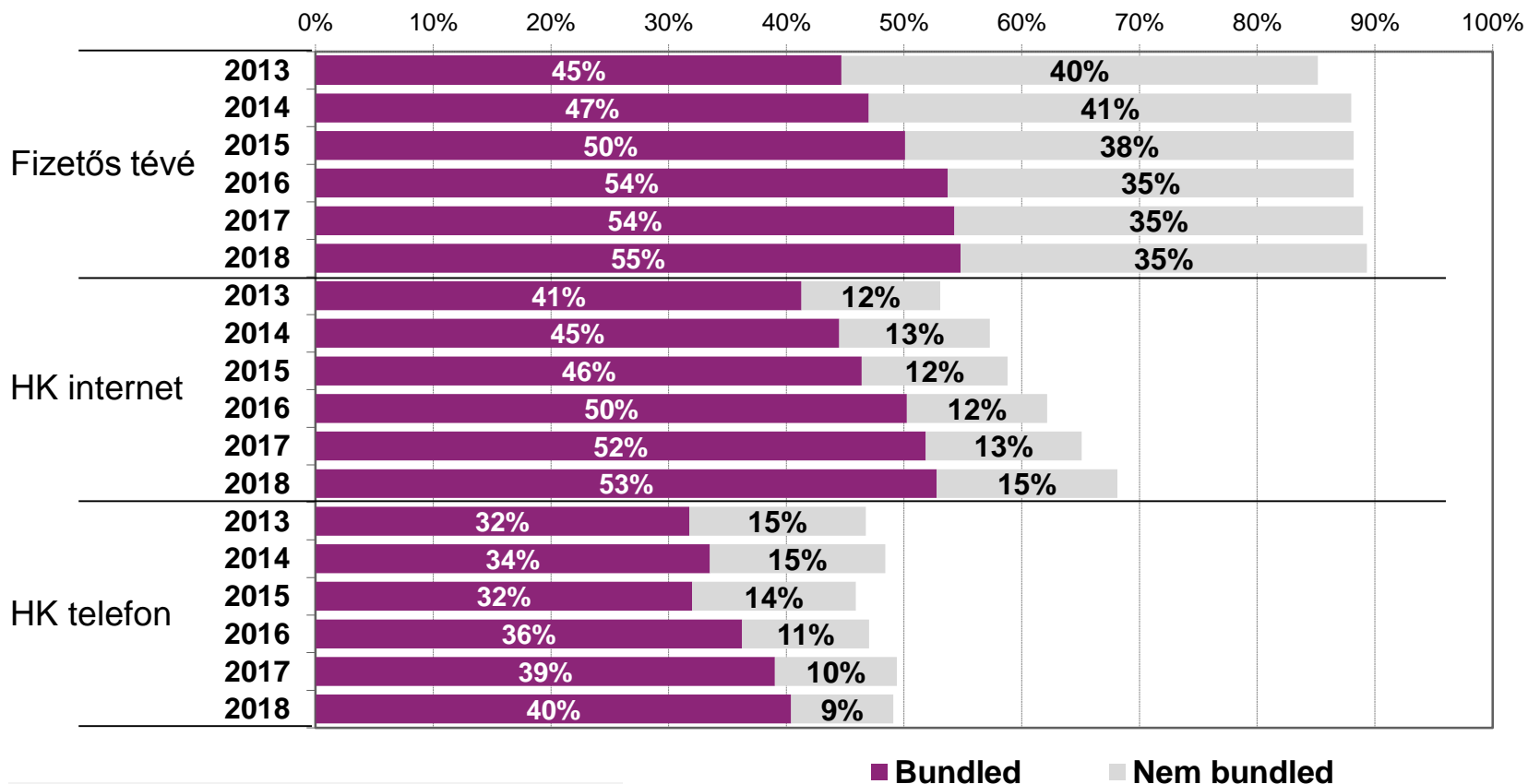
- 3 bundled szolgáltatás
- 2 bundled szolgáltatás
- Van azonos szolgáltató, de nem bundled
- Nincs azonos szolgáltató

Bázis: 3 helyhez kötött szolgáltatással rendelkező háztartások



A tévé-előfizetések 61%-a bundled. A helyhez kötött internetes előfizetések 77%-a, a helyhez kötött telefonos előfizetések 82%-a van becsomagolva. A bundled-előfizetések aránya nőtt az elmúlt öt évben.

Bundled és nem bundled helyhez kötött szolgáltatások a háztartásokban

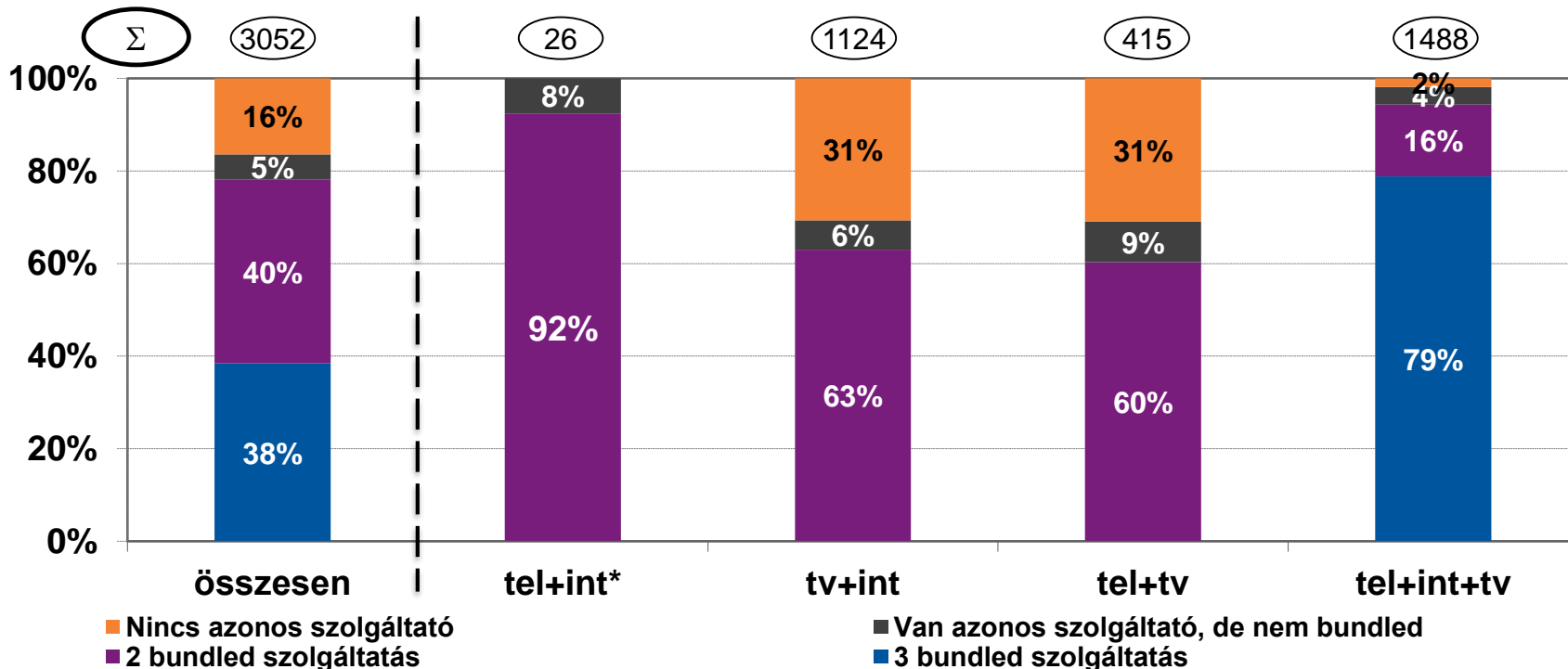


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)



A többfajta helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő 3 millió háztartás 84%-a egy szolgáltatónál több szolgáltatásra is előfizet, 38%-a pedig három szolgáltatást is azonos szolgáltatónál és csomagban vesz igénybe. A mindhárom vezetékes szolgáltatással rendelkező közel 1,5 millió háztartásnak csak 6%-ában nincs bundled-szolgáltatás, 79%-ukban viszont összecsomagolt 3-play található.

Bundled-szolgáltatás igénybevétele az előfizetett szolgáltatáskombinációk szerint



Bázis: Több helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartások (N=3,052 millió HT; n=1493)

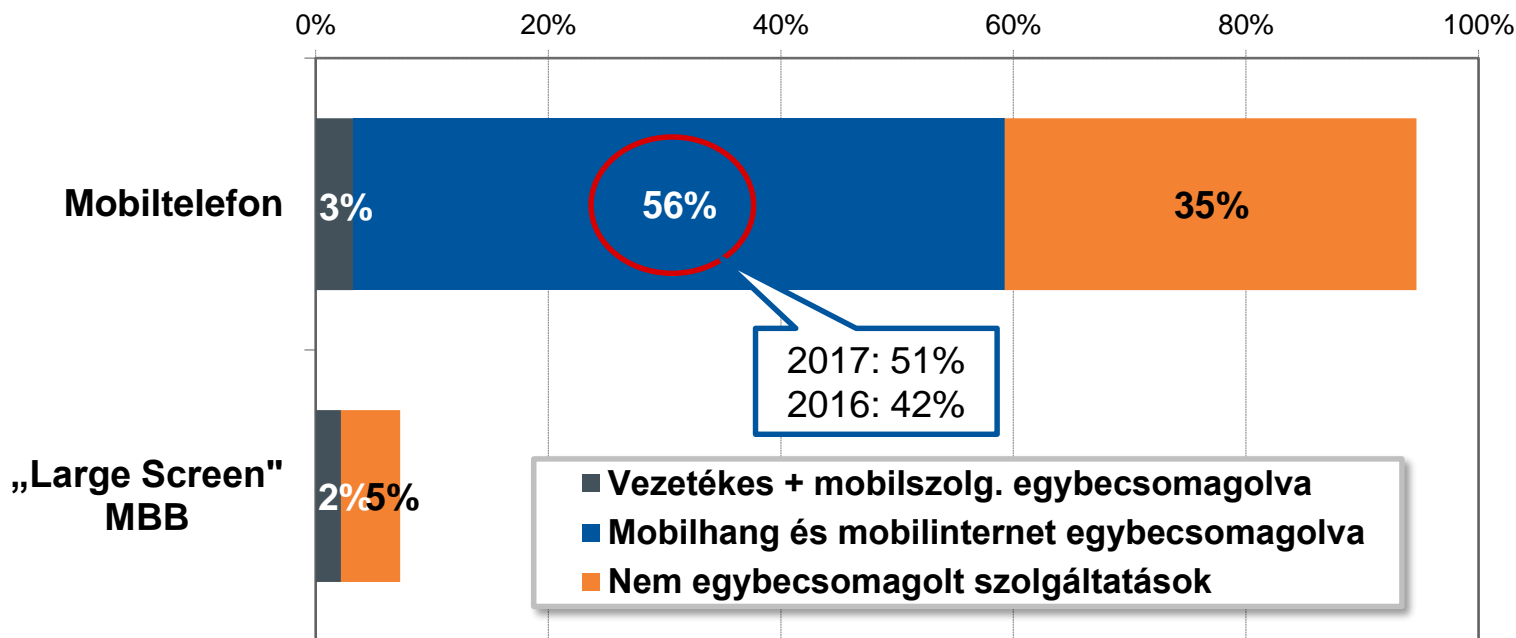
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek



A 14 éves és idősebb lakosság elenyésző része (3%) fizet elő úgy a mobiltelefon-szolgáltatásra, hogy az egy vezetékes szolgáltatással vagy „Large Screen” mobilinternettel van összecsomagolva, viszont 56%-uk (a mobil-előfizetők 59%-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 közel 30%-a „becsomagolt” MBB-előfizetést vesz igénybe (ez a lakosság 2%-a).

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

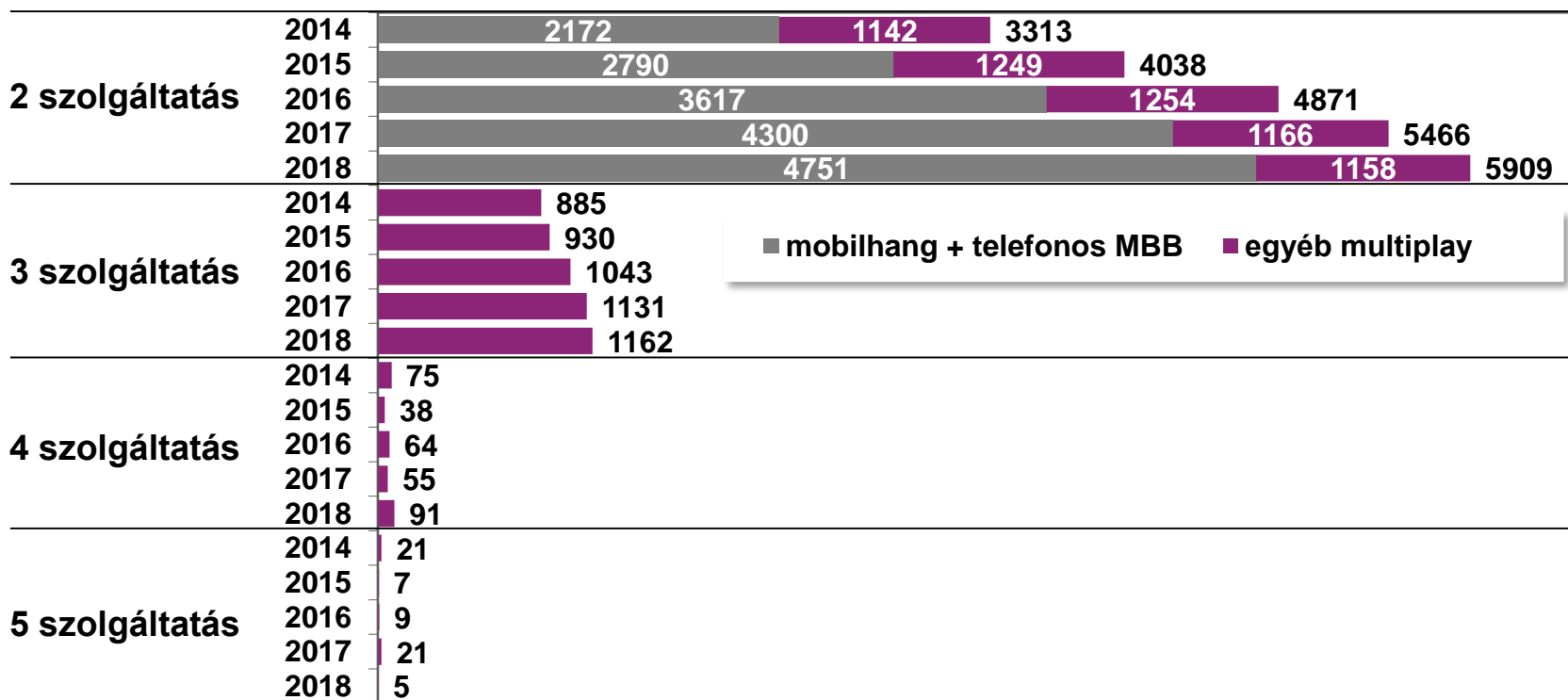


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2016)

2018-ban a teljes távközlési piacon 7,2 millió bundled-előfizetést regisztráltunk. Ennek kétharmada (4,75 millió) 2-play mobiltelefonon használt hang-mobilinternet kombinációt jelentett, amely 2014 óta a duplájára nőtt.

Szinte ugyanolyan gyakori a (mobilhang+MBB-n kívüli) két és három szolgáltatás (1,16-1,16 millió) egybecsomagolása, és elenyésző a 4- vagy 5-play.

Csomagolt előfizetések száma (ezer db)



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



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

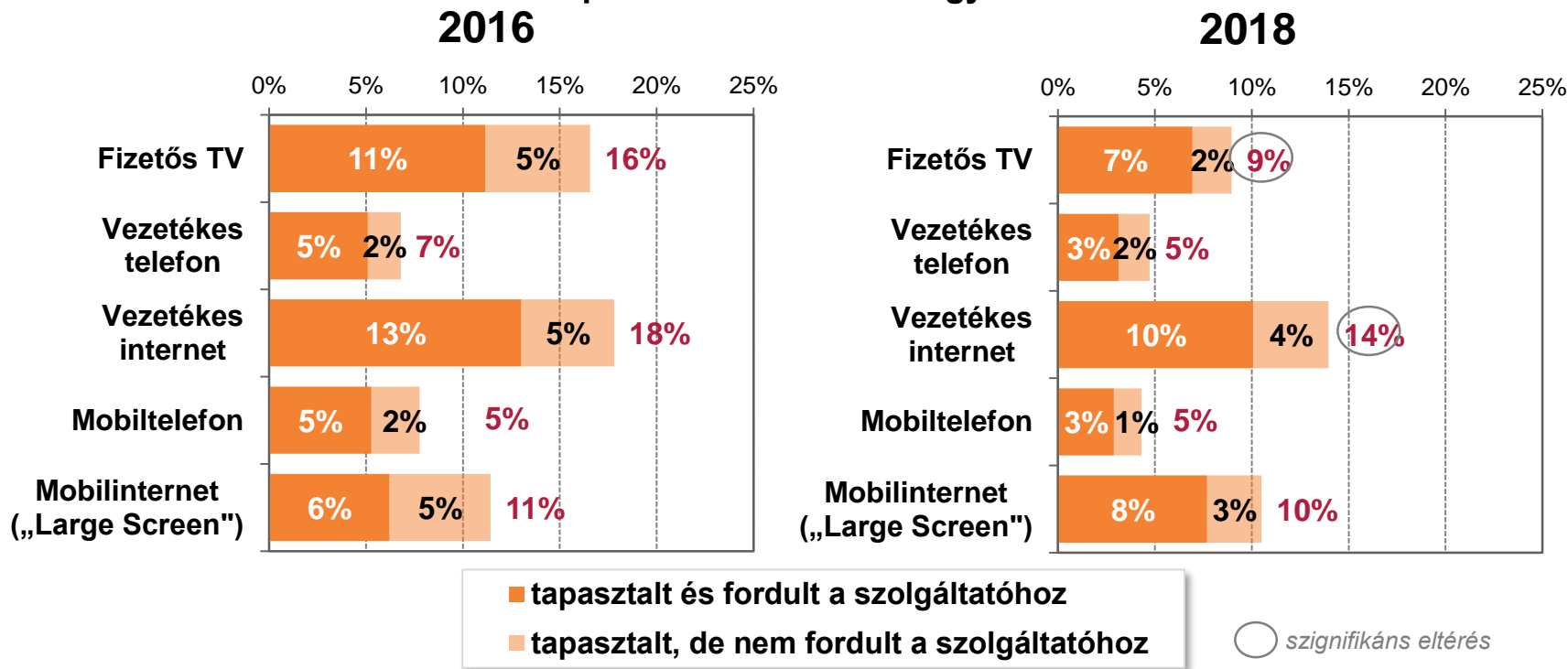
FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG, FOGYASZTÓVÉDELEM

- **Problémák előfordulása, kezelése**
- Hűség szerződés
- Egyéb



2018-ban a háztartások 17%-a találkozott távközlési vagy telekommunikációs szolgáltatással kapcsolatos problémával az elmúlt egy évben (2016-ban 19%.) Kevesebb gondjuk volt a fogyasztóknak a tévével és a vezetékes nettel, mint két évvel ezelőtt. A legtöbb probléma a vezetékesinternet-szolgáltatás 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?

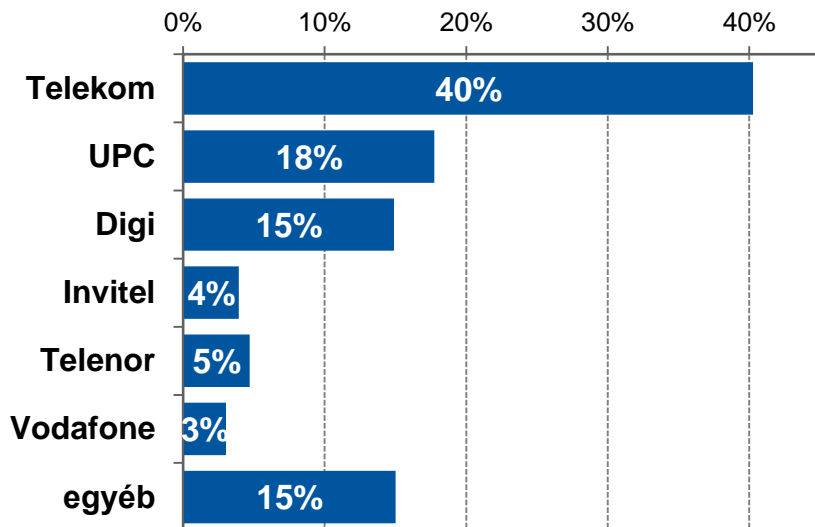


Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások

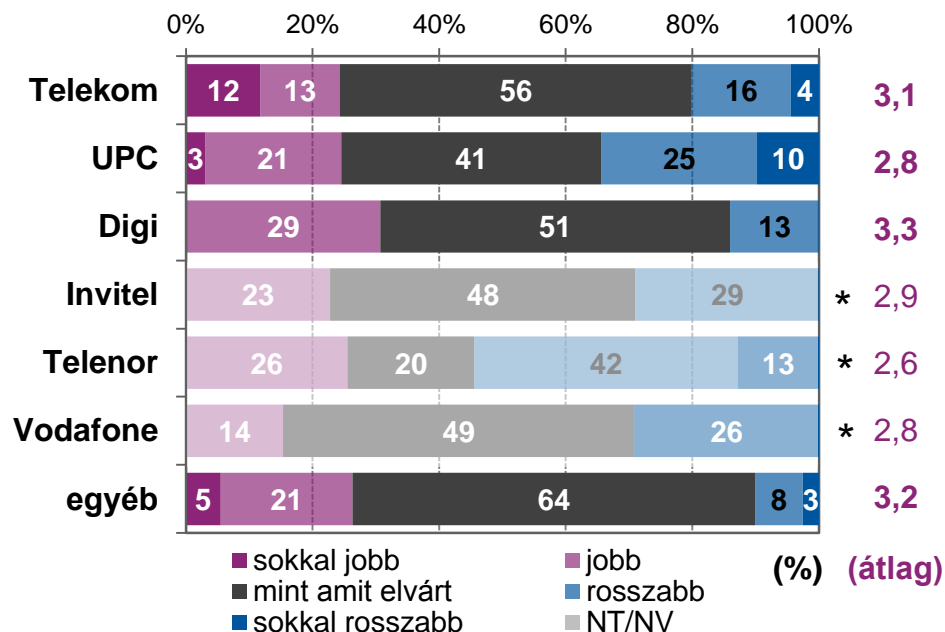


A szolgáltatók közül legtöbben a Telekomhoz fordultak problémával, ezt követte a UPC és a Digi. A csak mobilszolgáltatást nyújtó két szolgáltatót és az Invitelt csak 3-5%-nyian említették. A legutóbbi problémakezelés során az ügyfelek nagy része (51%) azt kapta, amit elvárt, 22%-uk ennél rosszabb, 26% pedig jobb elbánásban részesült.

Melyik szolgáltatóhoz fordultak problémával?



Mennyire voltak elégedettek a problémakezeléssel?



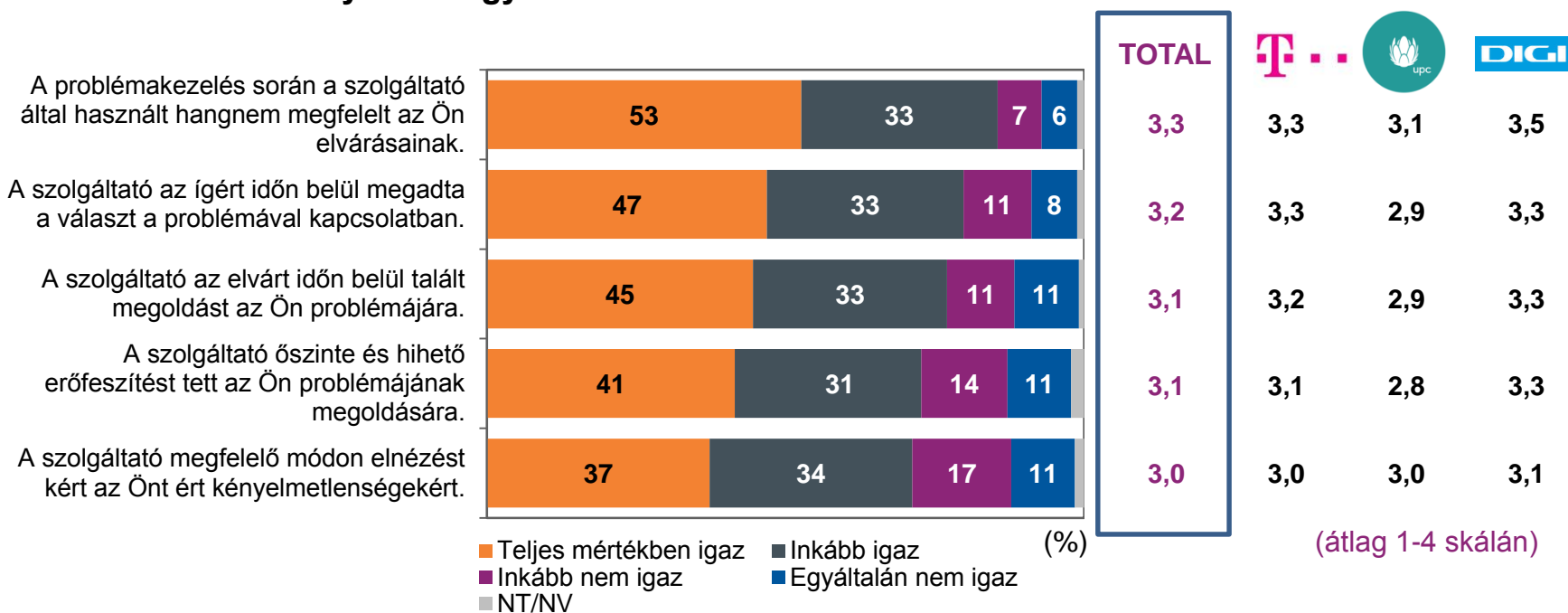
Bázis: akik problémával fordultak szolgáltatójukhoz (N=513 ezer HT; n=255)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek



A problémájukkal a távközlési szolgáltatóhoz fordulók többsége meg volt elégedve a legutóbbi problémakezelés módjával. Különösen az ügyféllel való kommunikációban használt megfelelő hangnem tekintetében teljesítettek jól a szolgáltatók. A legtöbb elégedetlenség abból fakadt, hogy a szolgáltató nem kért megfelelő módon elnézést az ügyfelet ért kényelmetlenségekért (28%), hogy nem tett őszinte és hihető erőfeszítést a probléma megoldására (25%), illetve hogy nem az elvárt időn belül talált megoldást a problémára (22%).

Mennyire ért egyet a következő állításokkal?



Bázis: akik problémával fordultak szolgáltatójukhoz (N=513 ezer HT; n=255)



NMHH

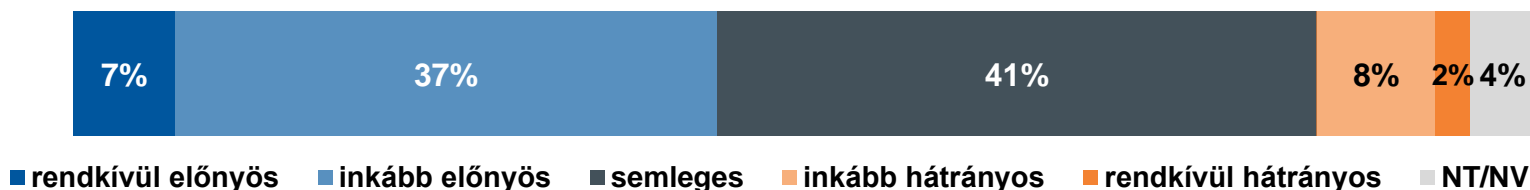
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG, FOGYASZTÓVÉDELEM

- Problémák előfordulása, kezelése
- **Hűség szerződés**
- Egyéb

A hűség szerződéseknél a háztartások 44%-a lát előnyt és csak 10% tartja hátrányosnak. Az általunk felsorolt előnyöket és hátrányokat azonban nagyjából ugyanannyian érezték igaznak a hűség szerződésre. Legnagyobb előnynek az anyagi kedvezmények mellett azt tartják, hogy mivel sokszor összecsomagolt szolgáltatásokra vonatkozik, csak egy számlát kell befizetni. Legnagyobb hátrány a hosszú időre való elköteleződés.

A hűség szerződés előnyösségének értékelése összességében



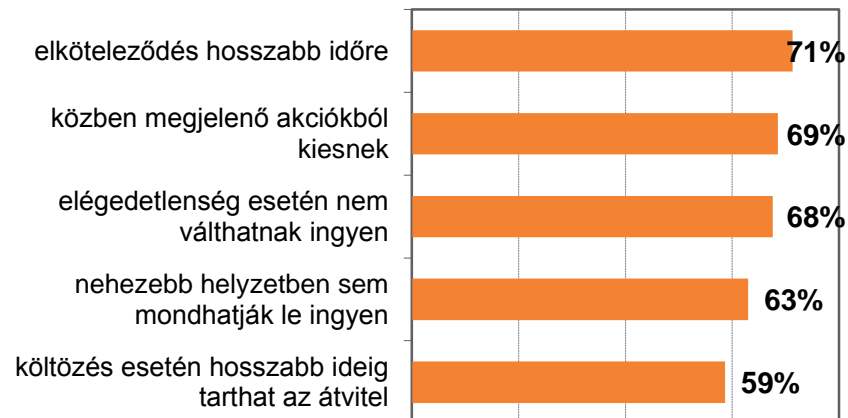
A hűség szerződés előnyei

(5-ös skálán top-2-box-arány)



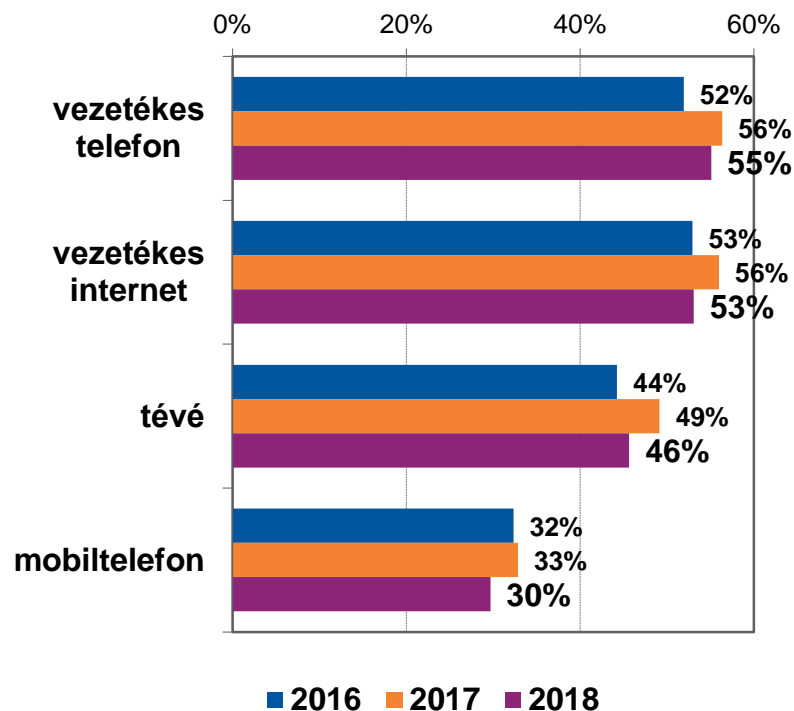
A hűség szerződés hátrányai

(5-ös skálán top-2-box-arány)



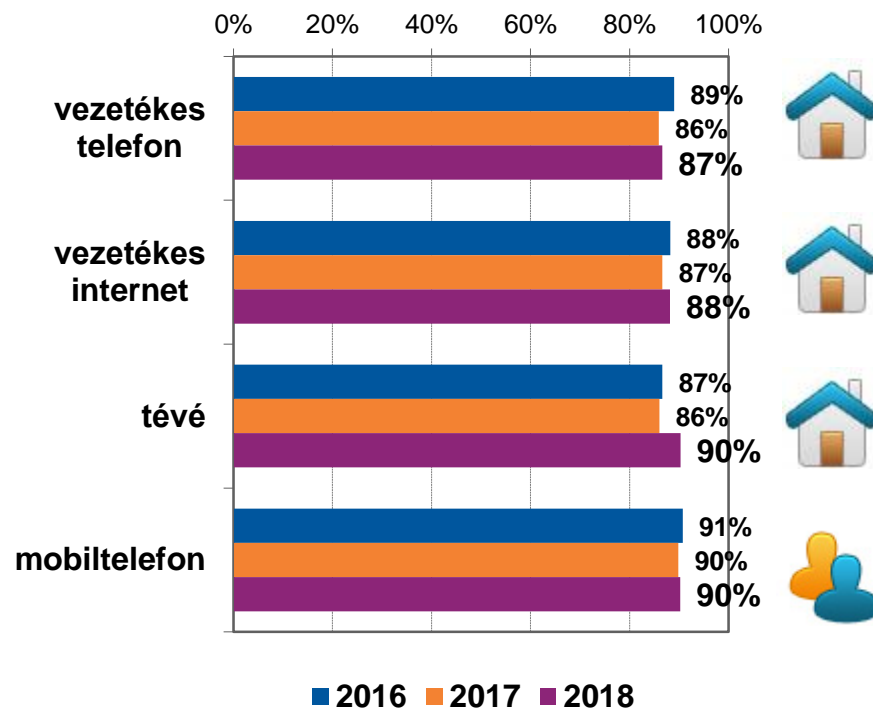
A vezetékes szolgáltatások nagyjából felénél hűség szerződés kapcsolódik a szerződéshez, a mobilszolgáltatás esetében egyharmados ez az arány (csak a havidíjas előfizetésekre vetítve 46%). A nagy többség szerint érdemes volt hűséget vállalni.

Hűség szerződések gyakorisága az egyes részpiacokon



Bázis: Adott szolgáltatással rendelkező háztartások, illetve személyek

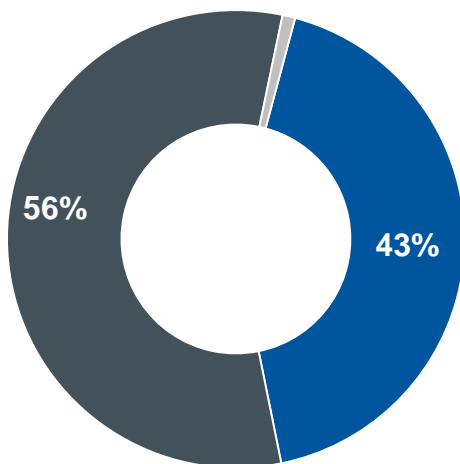
Azok aránya, akik szerint megérte megkötni a hűség szerződést



Bázis: Hűség szerződéssel rendelkező háztartások, illetve személyek

A háztartások 43%-a kötött hűségszerződést az elmúlt 1-2 évben távközlési szolgáltatásra. Az ez idő tájt kötött hűségszerződések 59%-a még mindig két évre szól. Bár a szabályozásváltozás után már több egyéves szerződést kötöttek, mint kétéveset. A hűségszerződést kötők 24%-a állította, hogy nem tájékoztatták arról, mennyibe kerülne a szolgáltatás 1-2 éves hűséggel és anélkül.

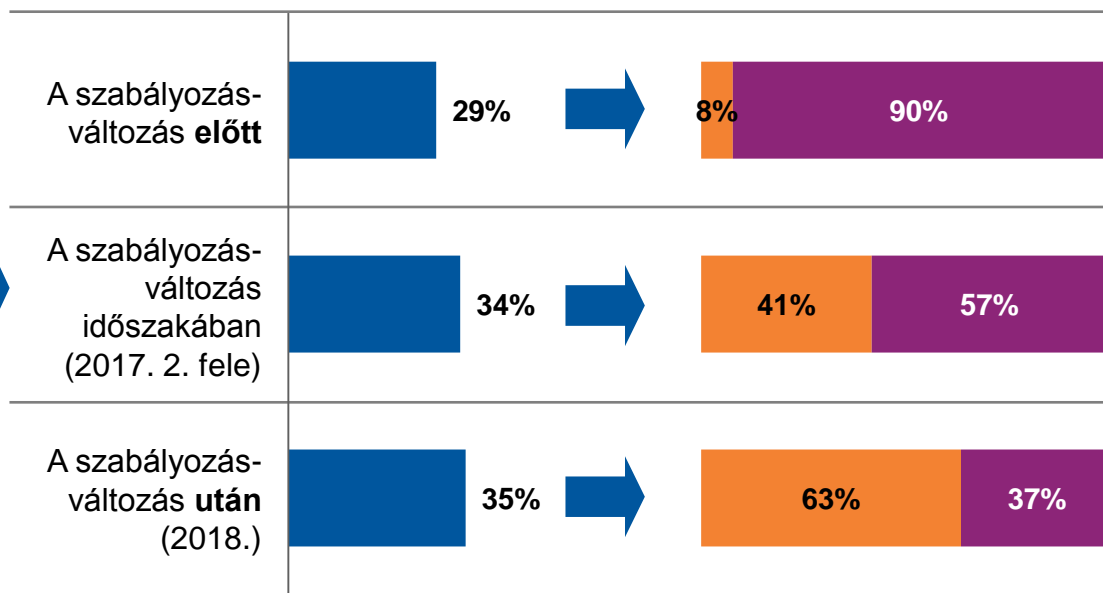
Kötöttek-e hűségszerződést valamelyik távközlési szolgáltatásra az elmúlt 1-2 évben?



■ Igen ■ Nem ■ NT/NV

Mikor kötötték a szerződést?

Mennyi időre kötötték?



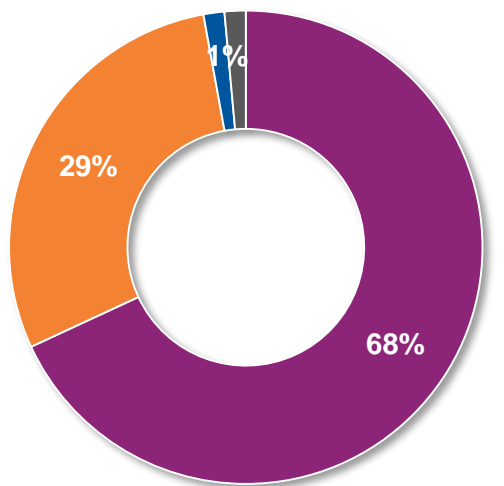
■ egy évre ■ két évre

Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)

Bázis: Az elmúlt 1-2 évben hűségszerződést kötött háztartások (N=1,72 millió; n=840)

Az elmúlt egy-két évben hűség szerződést kötők kétharmada személyesen kötötte meg a szerződést a szolgáltató ügyfélszolgálatán, 29%-uk pedig telefonon. Az online ügyintézés még nagyon ritka. A hűség szerződés aláírásának legfontosabb oka az érintettek kétharmada számára az, hogy így olcsóbban kapták meg a szolgáltatást. A szerződést kötők 72%-át tájékoztatta a szolgáltató előzőleg, hogy mennyibe kerülne a szolgáltatás hűség szerződéssel, illetve anélkül.

Hogyan kötötték Önök ezt a hűség szerződést? Mi volt a fő oka, amiért ezt a hűség szerződést Önök megkötötték?



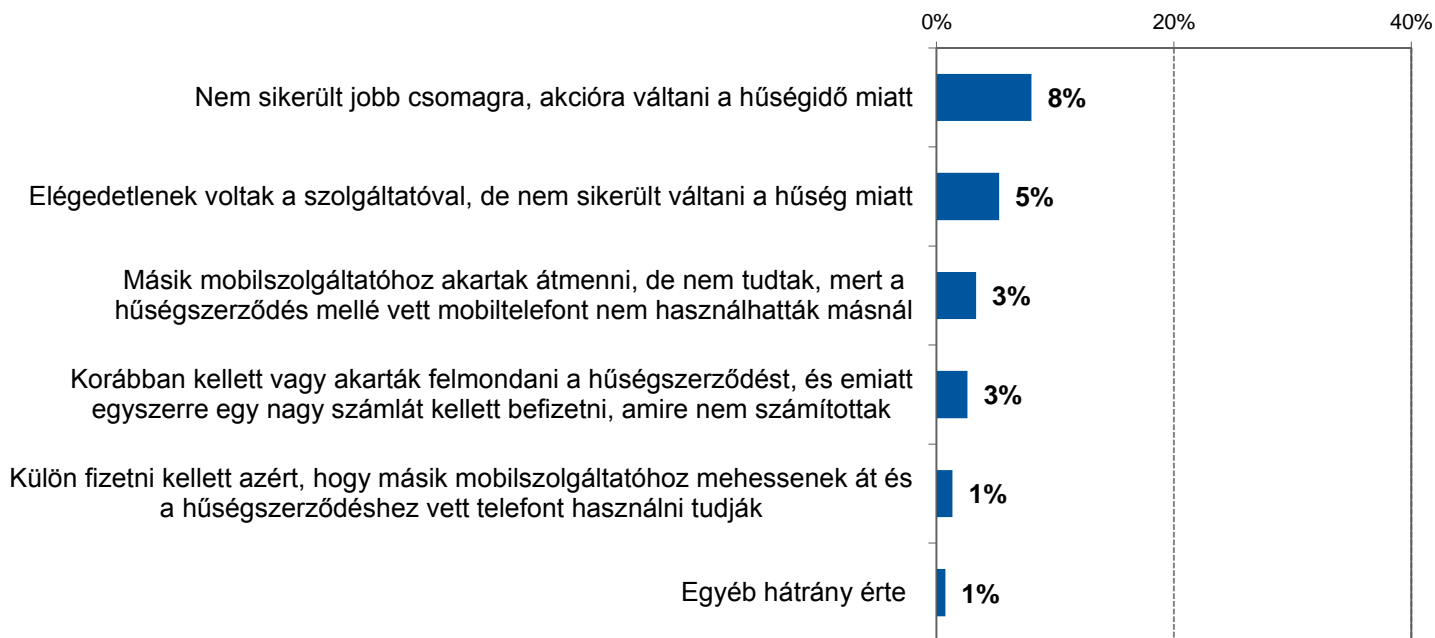
- személyesen az ügyfélszolgálaton
- telefonon
- online, interneten
- egyéb módon



Bázis: Az elmúlt 1-2 évben hűség szerződést kötött háztartások (N=1,72 millió; n=840)

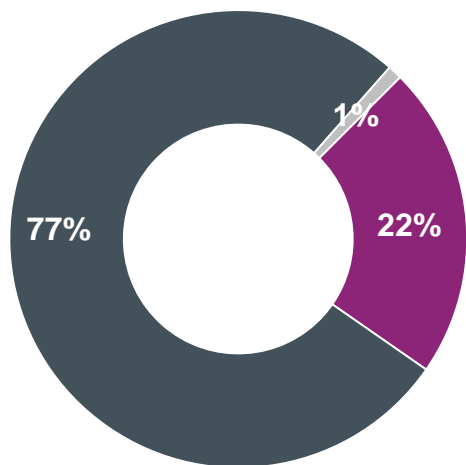
A háztartások 13%-a számolt be arról, hogy korábban valamilyen hátrány érte a hűség szerződés miatt. Az átlagosnál nagyobb arányban említettek ilyen problémát a dél-alföldiek, a magasabb jövedelműek, a gyermekes családok, illetve, ahol többféle távközlési szolgáltatásra fizetnek elő. Legtöbbször arra panaszkodtak, hogy nem sikerült előnyösebb csomagra váltaniuk a hűségidő alatt.

Előfordult-e, hogy korábban valamilyen hátrány érte Önöket a hűség szerződés miatt?



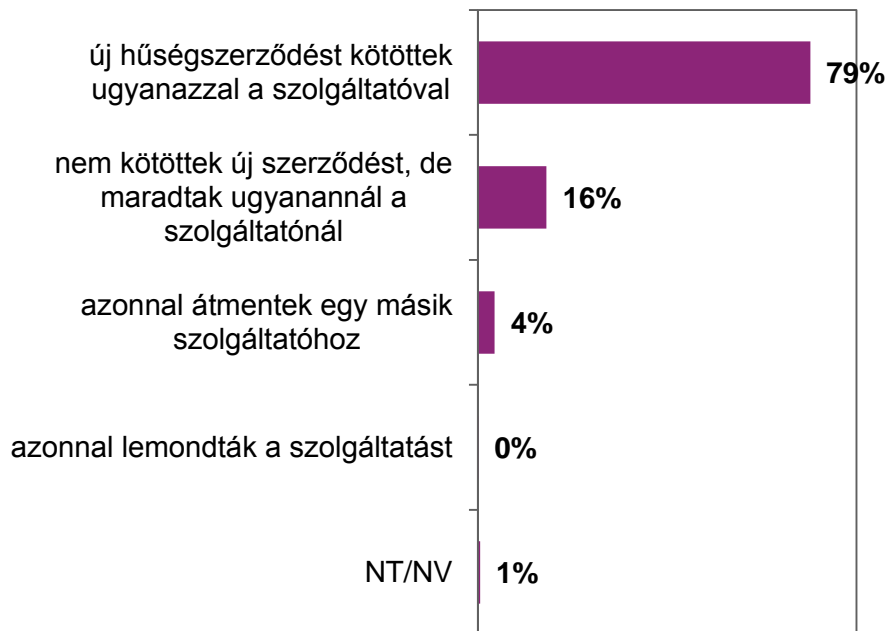
A háztartások 22%-ának járt le az elmúlt egy évben valamelyik hűségrszerződése. Döntő többségük (79%) ekkor új hűségrszerződést kötött a szolgáltatójával. Egyhatodik nem kötött új szerződést, de maradt a régi szolgáltatónál, 4%-uk pedig rögtön átment egy másik szolgáltatóhoz.

Volt-e olyan hűségrszerződésük, ami az elmúlt egy évben járt le?



■ Volt ■ Nem volt ■ NT/NV

Mi történt ennek a hűségrszerződésnek a lejártakor?



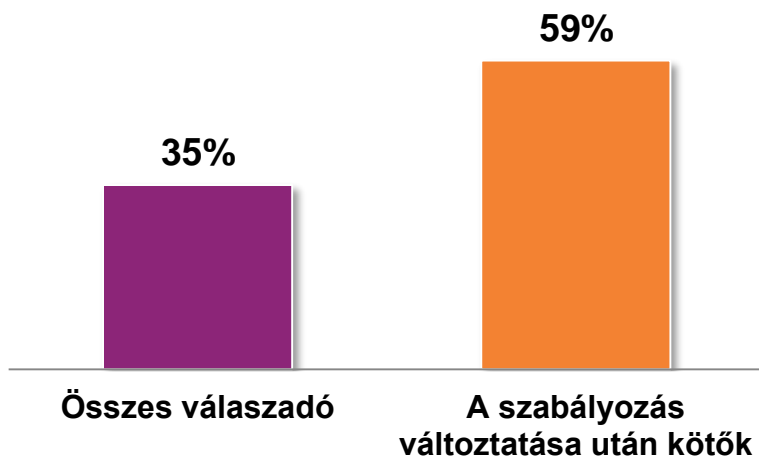
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2016)

Bázis: Akiknek az elmúlt egy évben járt le a hűségrszerződésük (N=891 ezer; n=436)

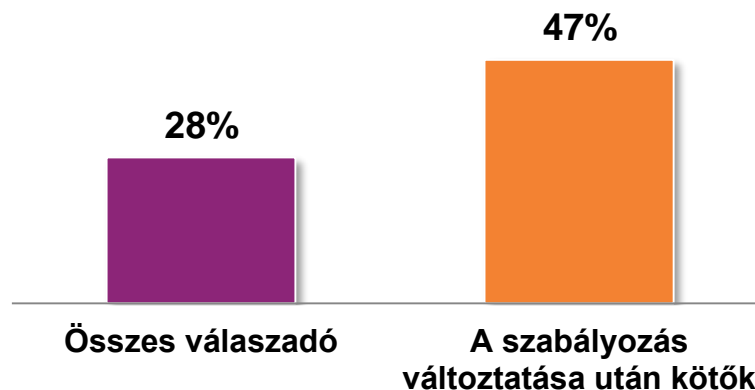
A kérdezettek egyharmada (35%) hallott arról, hogy tavaly október óta megváltozott a kétéves hűség-szerződés lehetősége. Azt valamivel kevesebben tudják, hogy a két éves hűségidő lejártakor a szolgáltatónak kártyafüggetlenné kell tennie a hűség-szerződéssel vásárolt mobiltelefont. Jóval magasabb a szabályozás változásának ismertsége azok között, akik az elmúlt egy évben (a szabályozás változása után) kötöttek hűség-szerződést.

Hallott Ön arról, hogy tavaly október óta megváltozott a kétéves hűség-szerződés lehetősége?

Most már csak készülékvásárlással együtt ajánlhat ilyet a szolgáltató. Egyébként csak egy éves lehet a hűségidő, és miután lejár, akkor sem számlázhat magasabb áron a szolgáltató vagy nem adhat kedvezőtlenebb feltételeket.



És arról hallott-e, hogy a kétéves hűségidős mobilcsomaggal együtt vett mobiltelefon esetében a hűségidő lejárta után a szolgáltatónak ingyenesen át kell állítani az ügyfél mobiltelefonját, hogy a másik szolgáltatónál is használni tudja ugyanazt a készüléket?





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

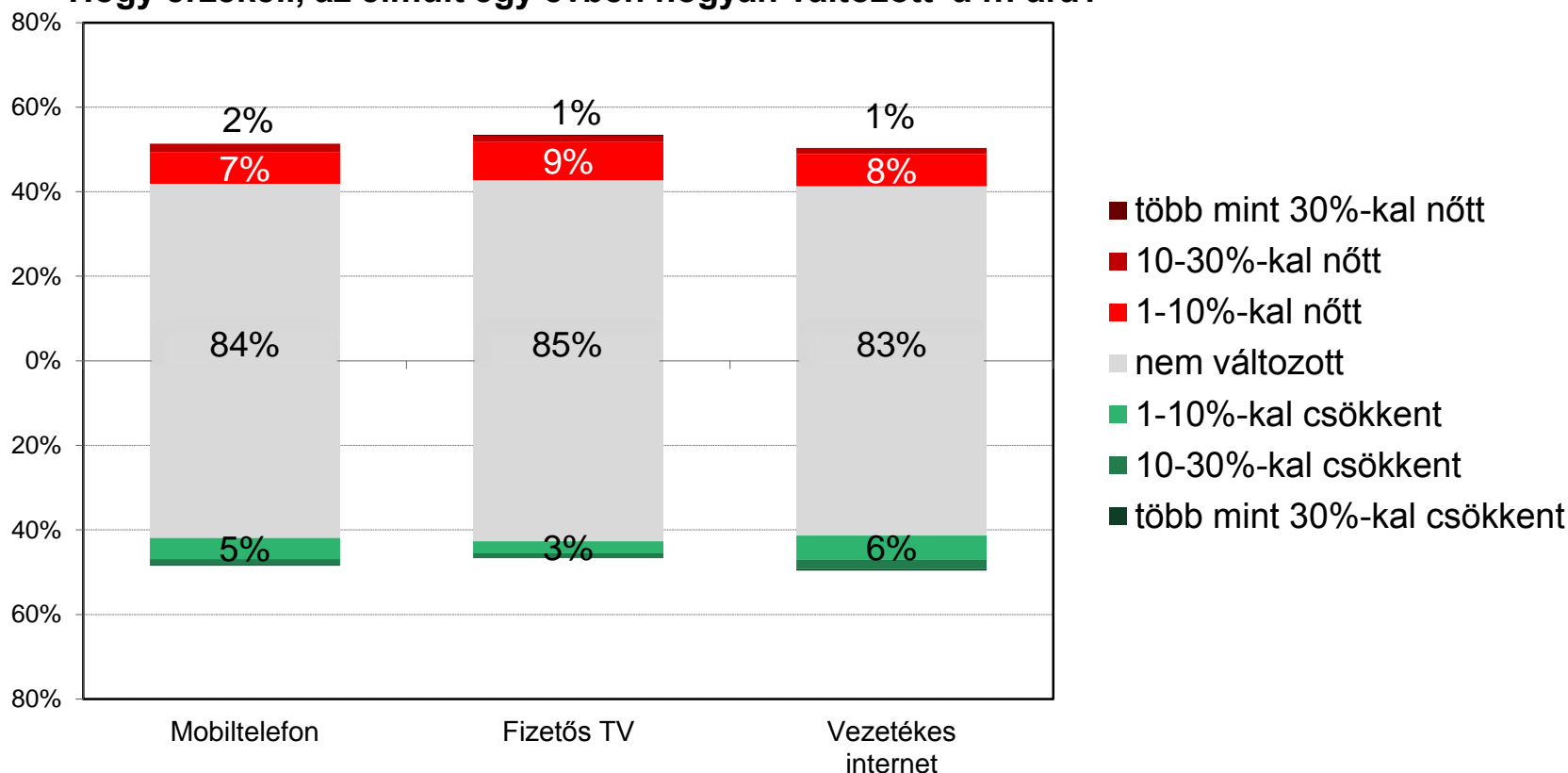
FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG, FOGYASZTÓVÉDELEM

- Problémák előfordulása, kezelése
- Hűség szerződés
- **Egyéb**



A fogyasztók nagy része (83-85%) a távközlési piacokon lényegében változatlanoknak érzékeli az árakat. A tévépiacon drágulást érzékelők aránya a tavalyi évhez képest csökkent, az árcsökkenést érzékelők száma viszont egyik területen sem változott. Úgy tűnik, hogy az internetáfa csökkenését a lakosság nem különösebben érzékelte.

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



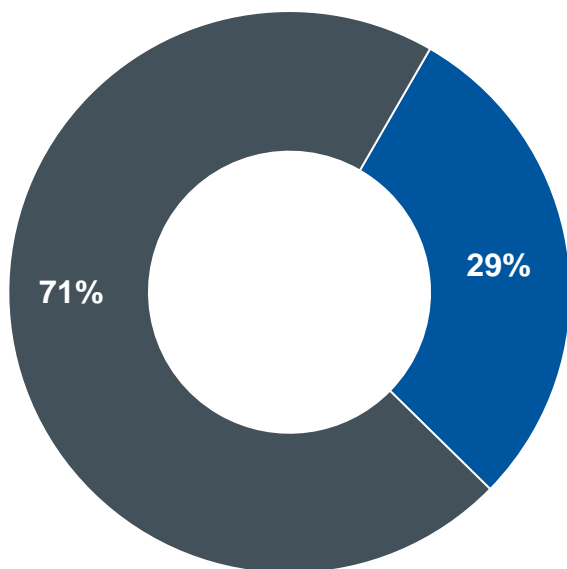
Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások



A mobillal rendelkezők közel 30%-a (2,3 millió fő) járt külföldön az elmúlt 3 évben, 84%-uk használta is a mobilját külföldön (1,95 millió fő). Az előző évhez képest jelentősen nőtt a külföldi mobilhasználat (2017: 69%).

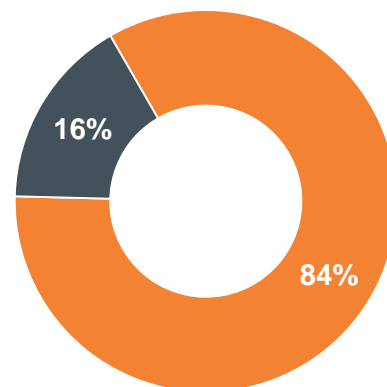
A külföldi mobilhasználatban (csakúgy, mint 2017-ben) a telefonálás dominál, de a mobilnetezés aránya 2018-ban erőteljesen emelkedett.

Járt-e külföldön az elmúlt 3 évben?



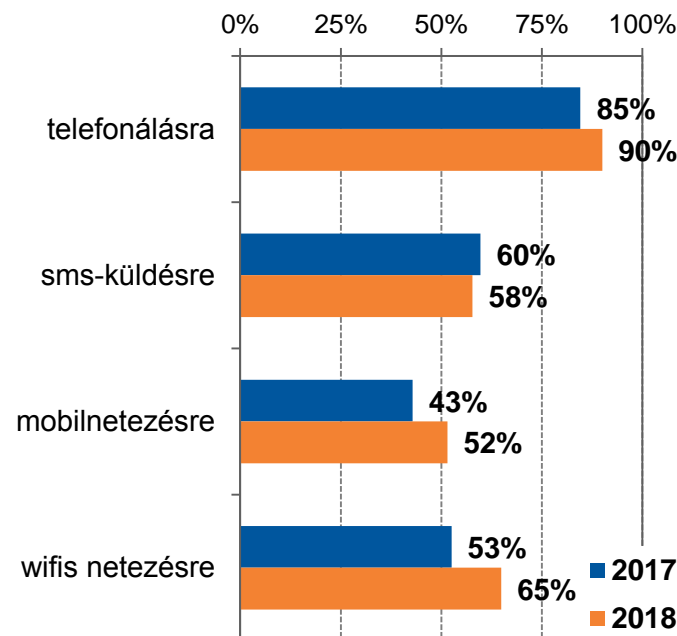
Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek
(N=8,03 millió fő; n=1852)

Használta-e a mobilját külföldön?



Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek, akik jártak külföldön
(N=2,33 millió fő; n=500)

Mire használta?

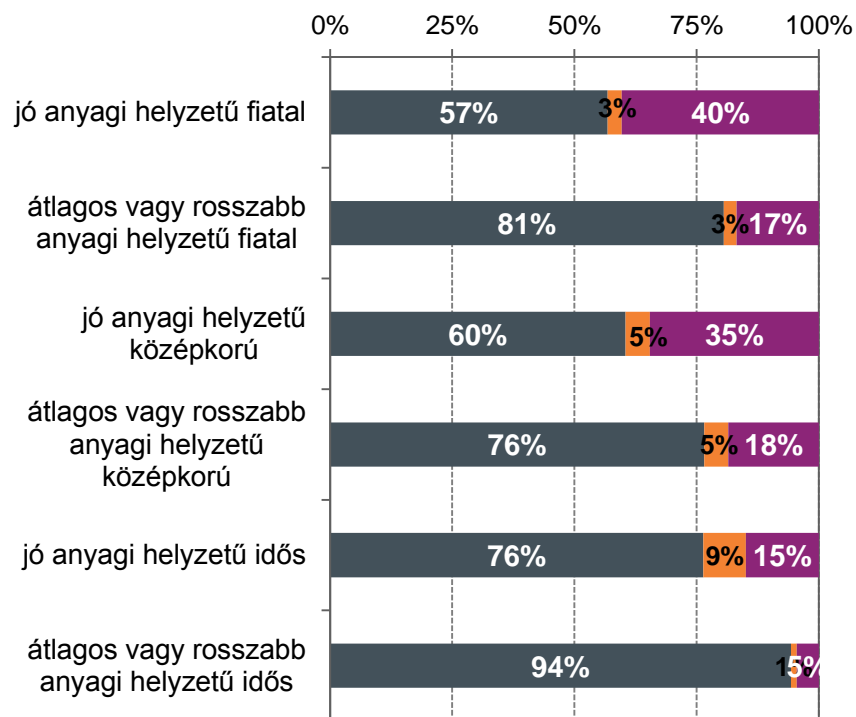
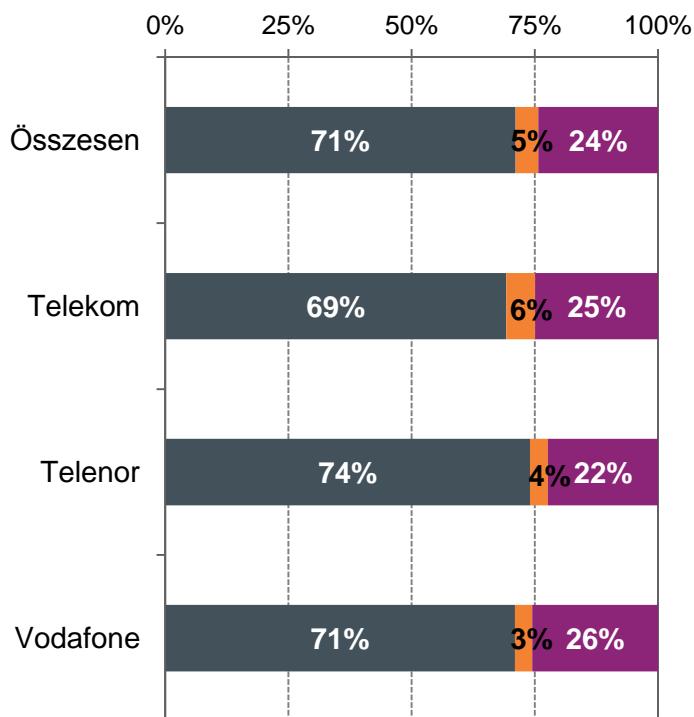


Bázis: Akik használták a mobiljukat külföldön
(N=1,95 millió fő; n=394)





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

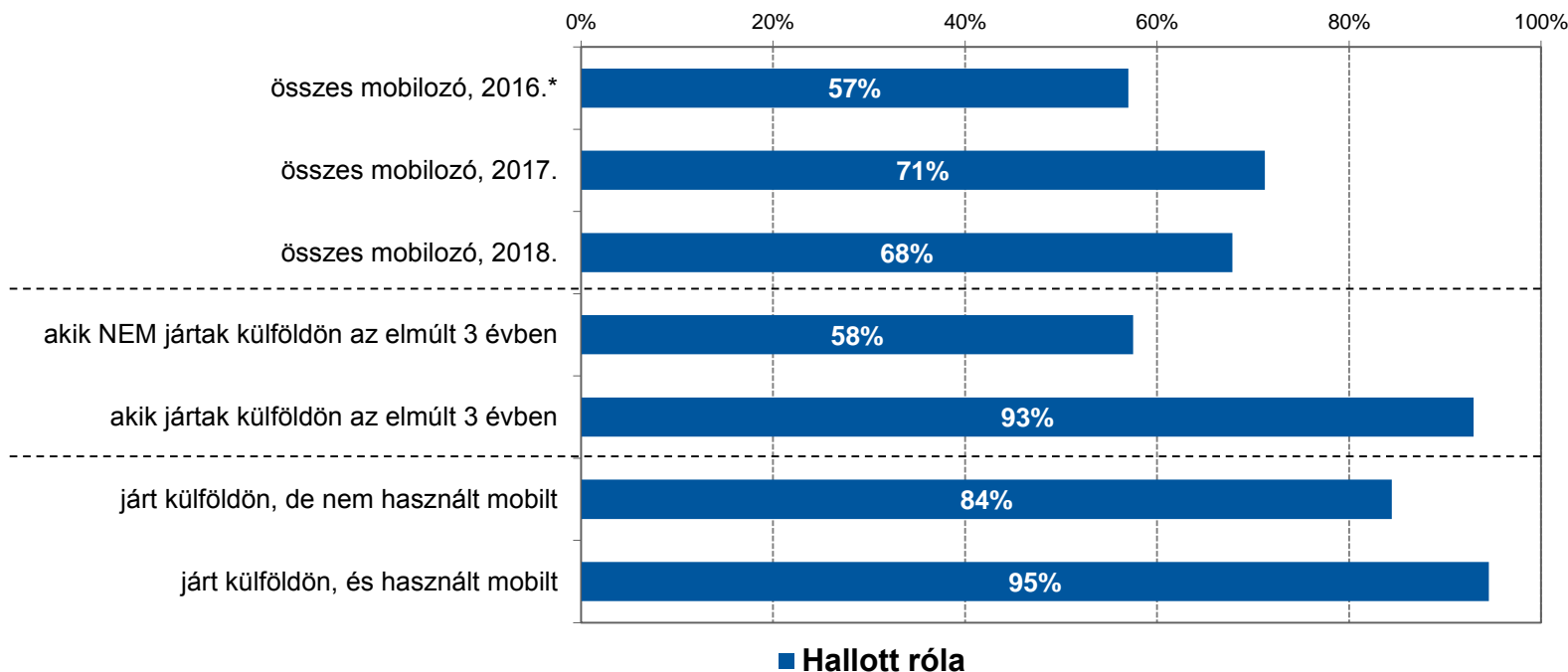
Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek (N=8,03 millió fő; n=1852)





A mobilosok 68%-a hallott az EU-s roamingdíjak megszüntetéséről (2016-ban, a bevezetés előtt még csak 57% hallott róla). Az érintettek körében (akik az elmúlt 3 évben jártak külföldön) 93% az ismertség. Azoknál, akik használták is külföldön a mobiljukat, szinte teljeskörű a tájékozottság (95%).

Hallott róla, hogy az Európai Unió az elmúlt években csökkentette és nemrég meg is szüntette a roamingdíjakat a néhány hetesnél nem hosszabb külföldi utazások idejére, vagyis egyre olcsóbb külföldről hazatelefonálni vagy sms-ezni?



Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek (N= 8,03 millió fő; n=1852)

*2016-ban még csak a díjcsökkentésről és a tervezett megszüntetéséről kérdeztünk.



Az okosautók bevezetésével szemben továbbra is többen éreznek aggályokat, mint amennyien bizakodva tekintenek rájuk. Különösen a vezetés szabadságának és a saját autó intimitásának elvesztésétől tartanak, ugyanakkor elismerik, hogy a rászorulóknak hasznos segítség lehet.

Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel?



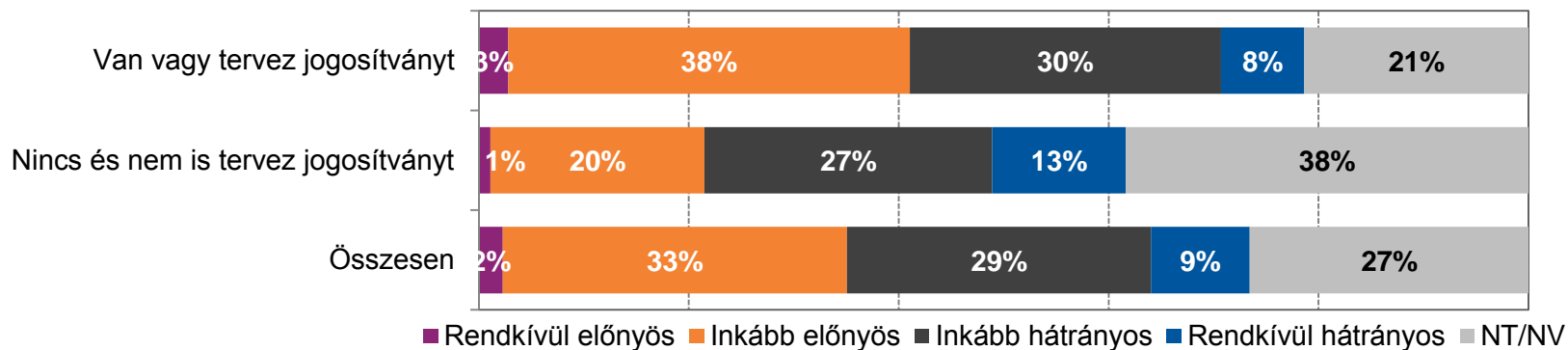
■ Teljes mértékben egyetért ■ Inkább egyetért ■ Inkább nem ért egyet ■ Egyáltalán nem ért egyet ■ NT/NV

Bázis: összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)

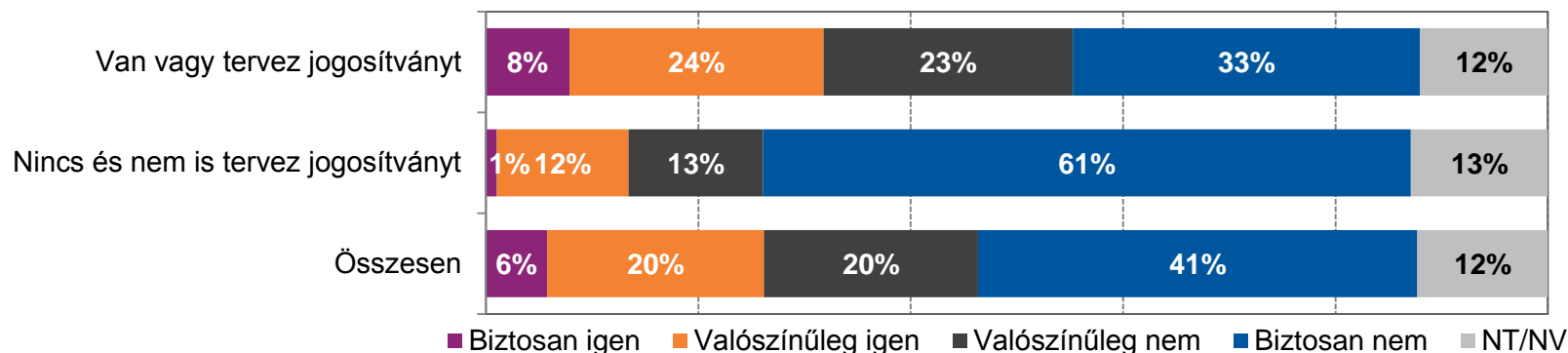


Az okosautók elterjedését közel ugyanannyian tartják előnyösnek, mint hátrányosnak, de nagyon sokan még nyilatkozni sem tudtak ebben a kérdésben (főleg a jogosítvánnyal nem rendelkezők). Ugyanakkor a (jelenlegi és potenciális) autóvezetőknek is csak alig egyharmada használna önvezető autót, ha lehetősége lenne rá.

Ha a sofőr nélküli önvezető autók általánosan elterjednek, ez összességében inkább előnyös vagy inkább hátrányos lesz az emberek számára?



Ha lehetősége lenne rá, Ön használna ilyen sofőr nélküli önvezető okosautót?



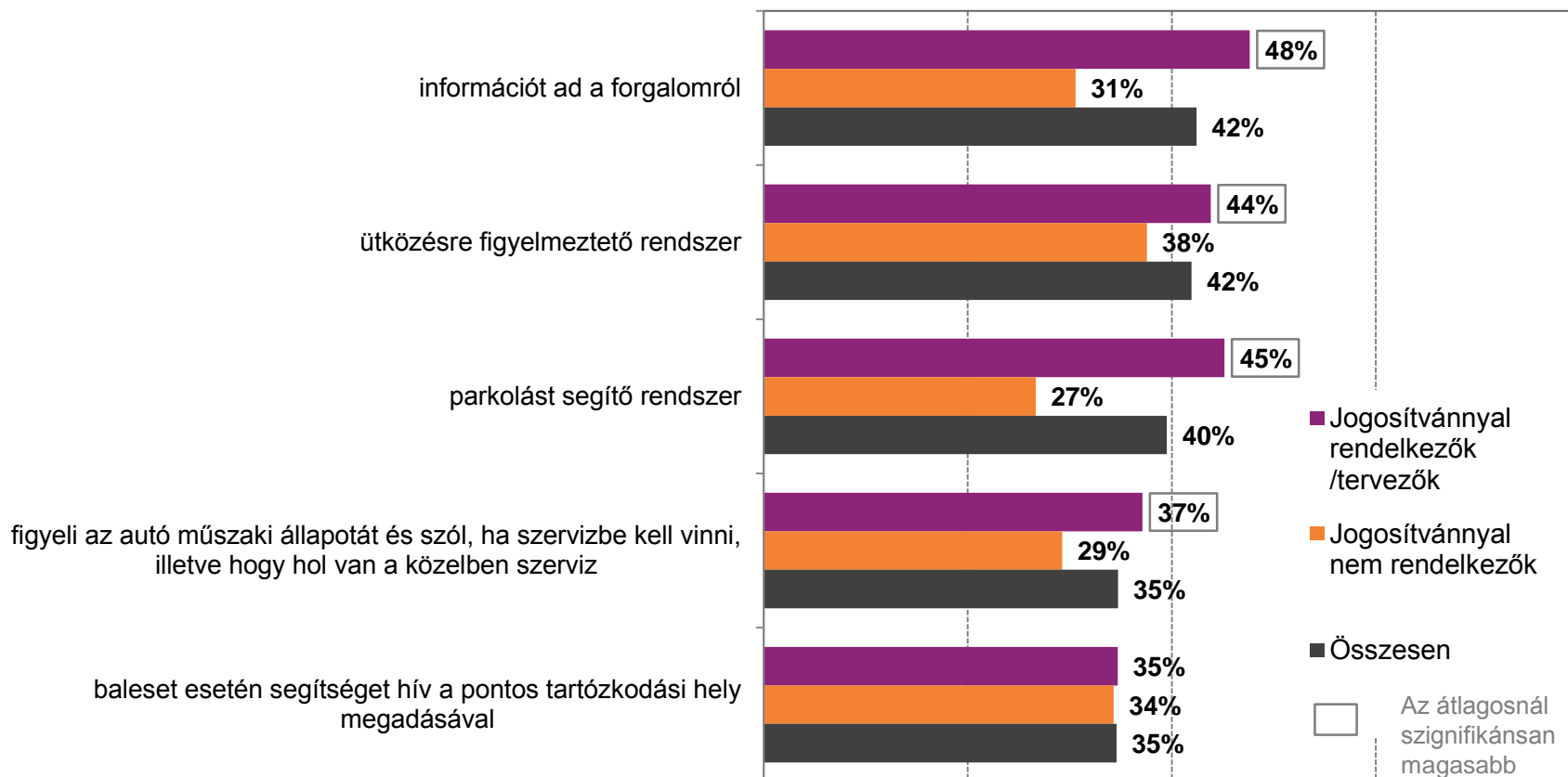
Bázis: összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)

OKOSAUTÓ – ÖT LEGFONTOSABB FUNKCIÓ



Az okosautókkal kapcsolatos 20 funkció közül a kérdezetteknek ki kellett választaniuk az általuk legfontosabbnak tartott ötöt. A leghasznosabbnak a válaszadók a forgalomról adott információt, az ütközésre figyelmeztető rendszert, illetve a parkolást segítő rendszert tartják. A kényelmi funkciók és maga az önvezetőképesség kevésbé bizonyultak fontosnak.

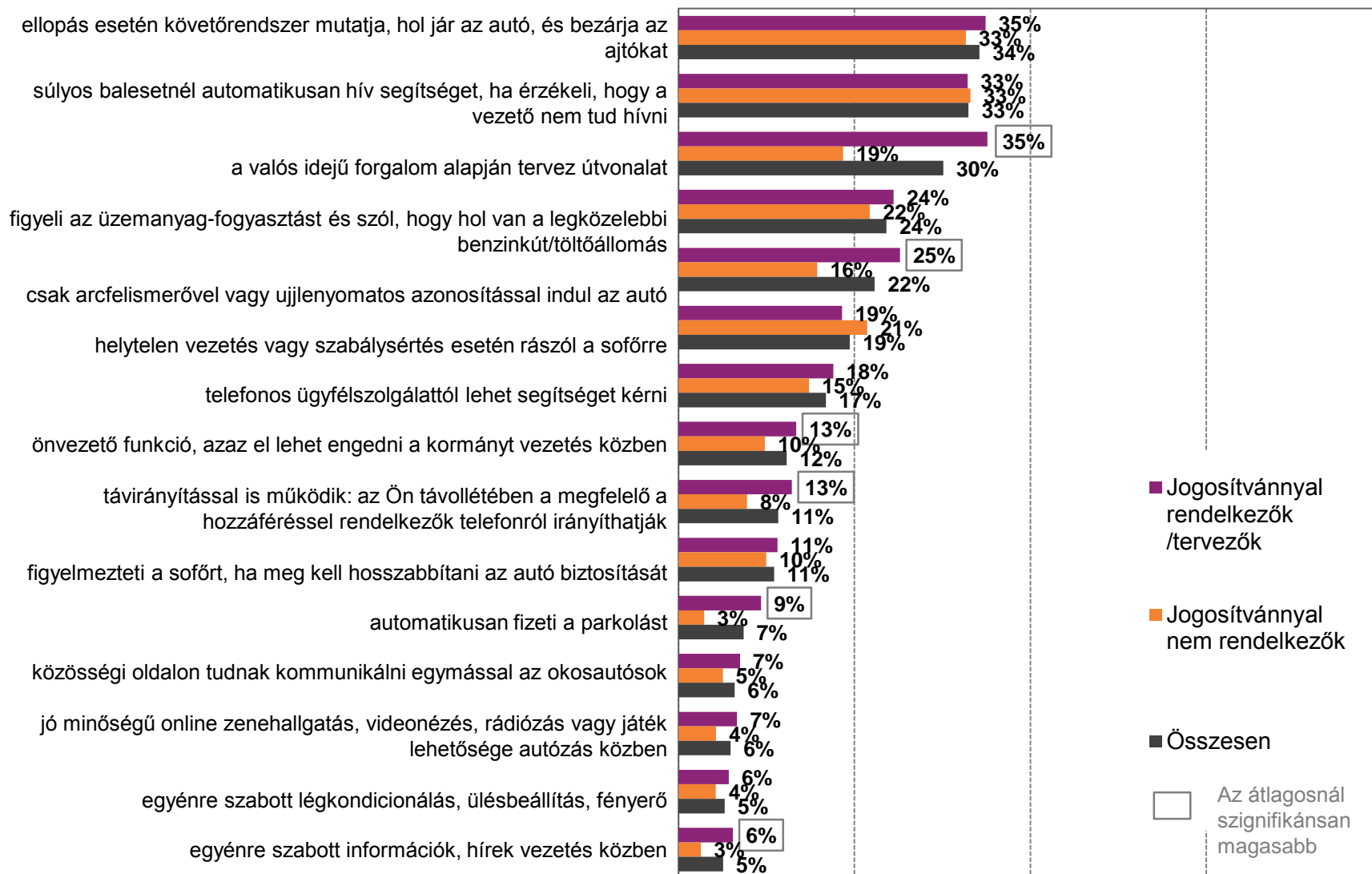
Öt legfontosabb funkció az okosautókkal kapcsolatban



Bázis: összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2016)



További jellemzők fontossága az okosautókkal kapcsolatban



Az okosautók speciális tulajdonságaiért a 14 éves és idősebb lakosság mindössze 16%-a lenne hajlandó fizetni (de nekik is a kétharmaduk legfeljebb 500 ezer forintot). A jogosítvánnyal rendelkezők (vagy tervezők) körében nagyobb a fizetési hajlandóság (21%), de még közülük is 50% azt mondta, hogy semennyivel nem fizetne többet egy okosautóért.

Mennyivel lenne hajlandó többet fizetni egy autóért, hogy tudja ezt az előbb kiválasztott öt dolgot?

