



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata, 2022 | Üzleti felmérés

Kutatási jelentés a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság részére

BellResearch Kft.

2023. január

- **A kutatás háttere:**

- Az NMHH a BellResearch Kft.-t bízta meg az üzleti elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálatával. A piaci körülményekhez igazodva a kutatás fókuszja 2019-től a piacméretekről áthelyeződött a **használatra és a fogyasztói attitűdökre [U&A]**.



- **A kutatás célcsoportja:**

- Legalább **10 alkalmazottat foglalkoztató társas vállalkozások**, ill. egy kis kiegészítő mintán a közszféra és nonprofit szervezetek.

- **A kutatás módszertana:**

- Létszám, gazdálkodási forma, iparág és régió szerint arányosan rétegzett, az egyes alszegmenseken belül egyszerű véletlen mintavétel történt.
- Az interjúk **lappal támogatott személyes interjúk [CAPI]** formájában készültek el.
- A célszemély a szervezetek pénzügyi, informatikai vagy távközlési vezetője volt.
- Interjúk száma: **1 745 db**. Az adatfelvétel **2022. július 18.** és **2022. október 5.** között zajlott.



- **Teljes alapsokaság:**

- A 10+ alkalmazottat foglalkoztató, a kutatás tárgykörébe tartozó üzleti szervezetek száma **38 928**, a kutatás során ezt tekintettük alapsokaságnak, illetve a mintavételi terv kialakítása és a feldolgozás során is e sokaság optimális reprezentációjára törekedtünk.



	Alapsokaság [N]	Minta [n]	Max. hibahatár [±%]*
Business (működő vállalkozások 10+ alkalmazottal)	38 928	1 638	2,37
250 + fő	1 032	146	7,52
50-249 fő	5 181	232	6,29
10-49 fő	32 715	1 260	2,71
GOV+NP (állami és nonprofit intézmények)	9 790	107	9,42

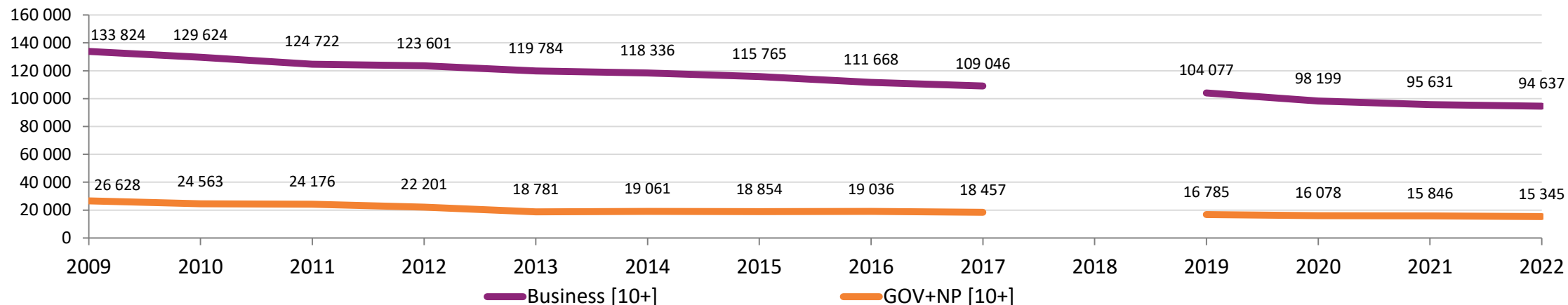
* 95%-os megbízhatósági szinten, feltételezve a (szóródás szempontjából) legrosszabb, 50%-os eloszlást

Teljes piaci áttekintés

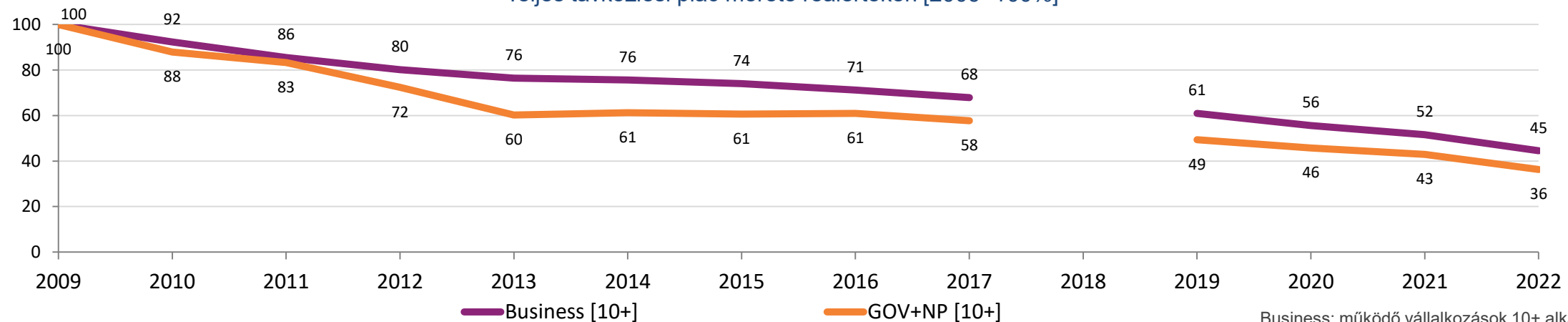


A teljes üzleti, távközlési piac mérete éves szinten körülbelül 94,6 Mrd forintra tehető. Ez az előző évhez képest mintegy 1,0 Mrd forintos csökkenést jelent.

Teljes távközlési piac mérete [millió Ft/év]



Teljes távközlési piac mérete reálértéken [2009=100%]

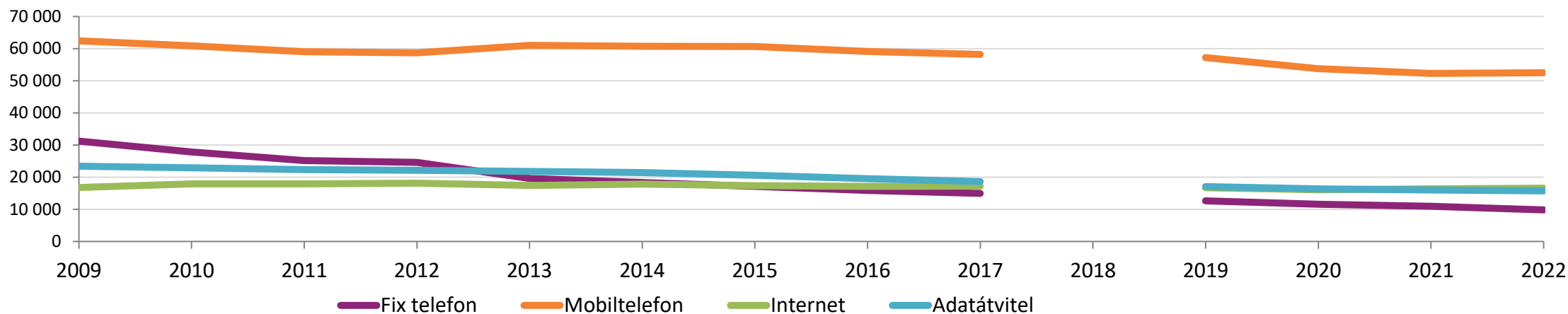


Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
GOV+NP: állami és nonprofit intézmények

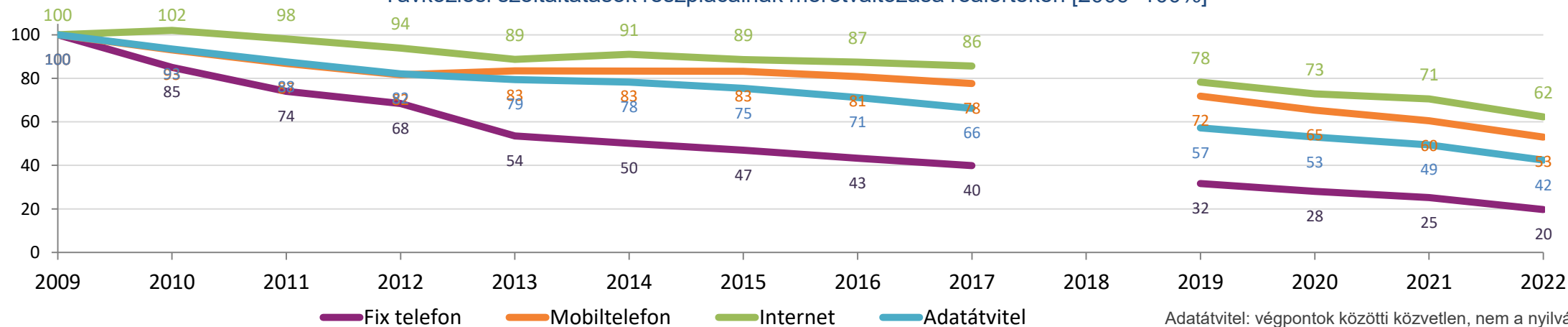


Reálértéken számítva minden részpiacon jelentős esést tapasztalunk, de a mértékek különbözőek: az internet szolgáltatások piaca harmadát veszítette el az értékének, a fix telefoné viszont négyötödét.

Távközlési szolgáltatások részpiacainak mérete [millió Ft/év]



Távközlési szolgáltatások részpiacainak méretváltozása reálértéken [2009=100%]



Adatátvitel: végpontok közötti közvetlen, nem a nyilvános interneten zajló, minőséggarantált, szimmetrikus adatkapcsolat

- A teljes, nem lakossági távközlési piac hosszú távú alakulását alapvetően a költségek – ugyan piaconként eltérő ütemű, de tendenciózus – csökkenése formálja. Ezen a tendencián egyedül a kiemelkedően magasnak ígérkező 2022-es és 2023-as infláció változtathat, melynek hatására a szolgáltatók áremelésekre kényszerülhetnek. Ennek hatása azonban vélhetően nem lesz tartós, a korábbi csökkenő trend előbb-utóbb vissza fog térni.
- Több szolgáltató már előkészítette az áremeléseket idénre. Ettől függetlenül kérdés, hogy mennyit fognak a lehetőségekből valóságosan érvényesíteni, és mennyit engednek el. Az eddigi lépések arra utalnak, hogy a lehetőségekhez mérten erőteljesebb áremelésre számíthatunk.
- A legalább 10 fős vállalatok körében a teljes üzleti távközlési piac 2007-től még nominálisan is folyamatosan csökkenő tendenciát mutat, reálértéken számítva pedig a piac 10 év alatt kevesebb mint felére zsugorodott.
- A részpiacok közül a legnagyobb (az elmúlt évtizedben konzisztens módon) a mobiltelefon, és a hozzá kapcsolódó kisképernyős mobilinternet piaca, amelynek éves értéke még most is 50 Mrd forint feletti.
- Reálértéken szemlélve a piacméretek változásait, az internet-szolgáltatások piaca esett a legkevesebbet, a fix telefónia piaca viszont ötödére zuhant össze.



- **Digitalizáció, Ipar4.0:** Átalakuló gazdaság - a kis- és közepes vállalatok digitális fejlettségében, a döntéshozók digitális írástudásában további pozitív irányú változások várhatóak.
- **COVID (utó)hatások:** Felgyorsultak az üzleti, ügyfélszolgálati és működési modellváltások (pl. elektronikus értékesítés, elektronikus ügyfélkezelés, távmunka), ez jövőben is támogatást adhat az üzleti távközlési piacoknak.
- **Hálózatfejlesztések:** Szupergyors Internet Program, valamint önerős optikai fejlesztések vezetékcsatlakozáson, 5G fejlesztések mobiloldalon - kínálatbővítő és keresletösztönző hatás.
- **Technológiai fejlődés:** felhő, gépek közötti internet, mesterséges intelligencia ... → új kihívások, de egyben új üzleti lehetőségek.
- **Mobilitás:** A pandémiás helyzet enyhülésével újra nő a gazdasági szervezetek mobilitás iránti igénye, ami pozitív hatást gyakorol a mobil adat/internet, mobil payment és roaming bevételekre.
- **„Üzleti konverzió”:** Továbbra is jelentős a potenciál a jelenleg magánszemély néven lévő előfizetést használók „átfordításában”.
- **Konjunktúra:** Amennyiben a makrogazdasági környezet kedvező, az pozitív hatást gyakorol a szervezetek informatikai/távközlési kiadásaira.
- **Költség oldali nyomás:** A teljes gazdaságot érintő infláció, a növekvő bekerülési költségek [pl. energia árak, forint árfolyam, stb.] illetve a távközlési szektort érintő különadók rákényszeríthetik a kínálati oldali szereplőket az árazási gyakorlatuk felülvizsgálatára, az áremelésekre.

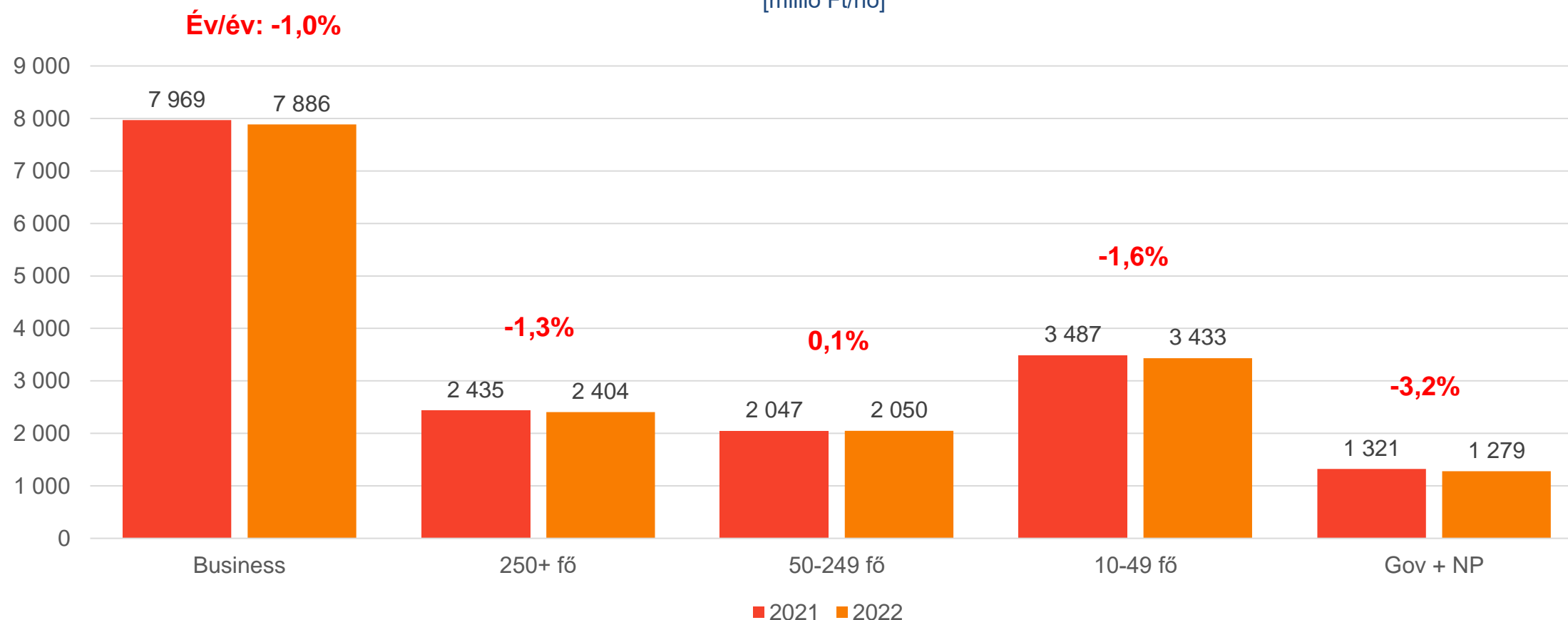


- **Kínálati oldali konszolidáció:** Kevesebb számú piaci szereplő, de a korábbiaknál még intenzívebb verseny.
- **Fix-mobil:** Az integrált vezetékcsatlakozás-mobil ajánlatoknak ugyan lehet keresletélénkítő hatása, de az egy ügyfélre eső bevételt csökkenti.
- **Keresleti oldali konszolidáció:** A társas vállalkozások száma nem fog növekedni, ezen belül bővülő és megerősödő 10+ fős szegmens, zsugorodó 1-9 fős vállalati bázis.
- **Kormányzati szerepvállalás:** Tovább növekvő állami jelenlét a távközlési szektorban.
- **Lakossági csomagok:** Az egyre jobb lakossági csomagok az üzleti fogyasztást kannibalizálhatják.
- **Dekonjunktúra:** Egy esetleges súlyosabb recesszió érdemben visszafoghatja a gazdálkodó szervezetek infokommunikációs kiadásait; a negatív gazdasági folyamatokra (pl. magas infláció, energia árak növekedése, emelkedő kamatok, csökkenő vásárlóerő, adózási szabályok változása/KATA, stb.) a gazdasági szervezetek a költségeik visszafogásával reagálhatnak.



A teljes üzleti, távközlési piac mérete éves szinten körülbelül 94,6 Mrd forintra tehető. Ez az előző évhez képest mintegy 1,0 Mrd forintos csökkenést jelent.

Teljes távközlési piac mérete
[millió Ft/hó]



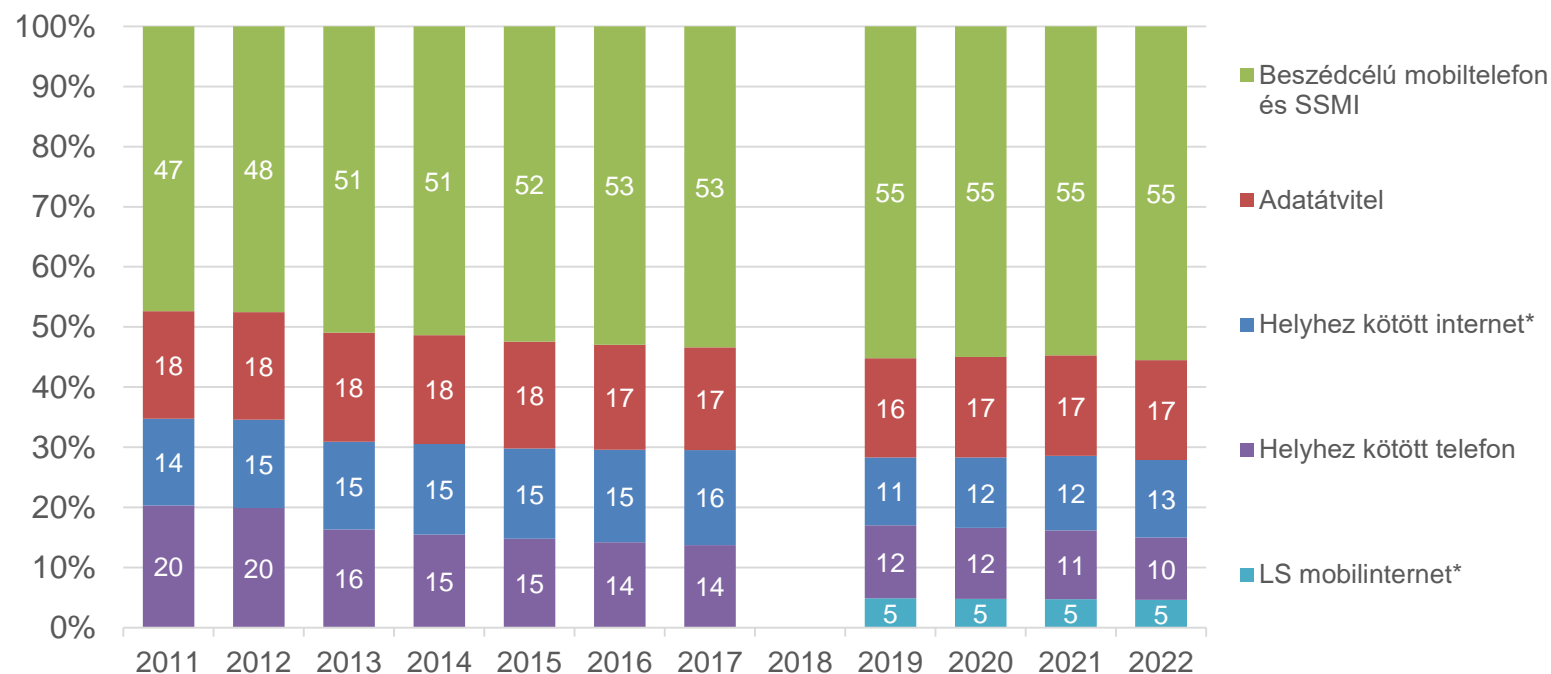
Bázis: közvetlen helyhez kötött és/vagy mobil távközlési szolgáltatást igénybe vevő vállalatok

Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
GOV+NP: állami és nonprofit intézmények



A piac legnagyobb részét a mobiltelefonra és kisképernyős mobilnetre fordított költségek teszik ki.

Teljes távközlési piac kiadásainak megoszlása részpiaconként [%]



Bázis: közvetlen helyhez kötött és/vagy mobil távközlési szolgáltatást igénybe vevő vállalatok

Év/év piacméret változás:

Mobiltelefon: +0,4%
 Adatátvitel: -1,7%
 Helyhez kötött internet: +3,0%
 Helyhez kötött telefon: -10,2%
 LS mobilinternet: -3,6%

*2017-ig a helyhez kötött internetet és az LS mobilinternetet egyben kezeltük, 2019 óta viszont külön részpiacként mérjük őket.

Adatátvitel: végpontok közötti közvetlen, nem a nyilvános interneten zajló, minőséggarantált, szimmetrikus adatkapcsolat

SSMI: kisképernyős (okostelefonos) mobilinternet
 LSI: nagyképernyős mobilinternet

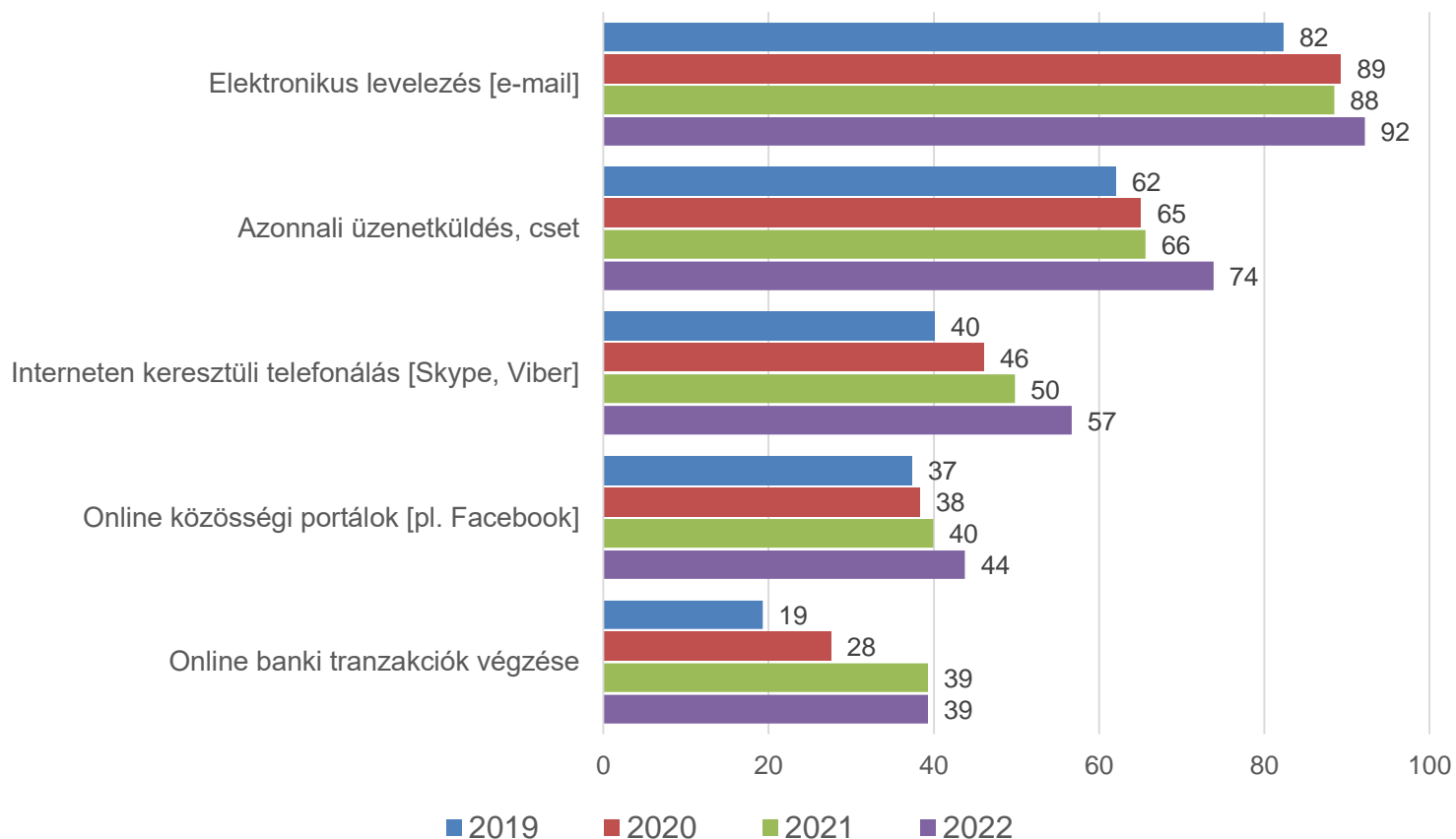
- A teljes üzleti, távközlési piac mérete éves szinten megközelítőleg 94,6 Mrd forintra tehető. Ez az előző évhez képest mintegy 1,0 Mrd forintos csökkenést jelent.
- A csökkenés a kisvállalati és a kormányzati szegmensben volt a legerősebb. Ennek fő oka, hogy háborús válsághelyzet a kisebb cégeket és a kormányzatot erősebben érintette, mint a nagyobbakat.
- A teljes piac méretét legerősebben a mobil hangpiac (beleértve a kisképernyős mobilinternetet) határozza meg, ezért bár a csökkenés több részpiacon is jelentős volt, de mivel a mobilpiac stagnál [+0,4%], ez végeredményben csak minimális csökkenést eredményezett a teljes piacon.
- A teljes piac több mint felét [55%] változatlanul a beszéd célú mobiltelefonra és kisképernyős mobilnetre fordított kiadások adják.
- A helyhez kötött kiadások részaránya a 250 alkalmazott feletti szegmensben, illetve különösen az intézményi és nonprofit jellegű szervezeteknél magas.
- A kormányzati és nonprofit szegmens piacának mérete lényegesen alacsonyabb, mint a cégeké, mindössze 15,3 Mrd forint évente.
- A piacon jelenleg a helyhez kötött internetköltség az egyetlen olyan részpiac, amely növekedő trendet mutat, a mobilpiac stagnál, minden más csökkenő trendben van.

Eredmények áttekintése – kutatási fókuszterületek



Az előző évhez képest [2021: 89% -> 2022: 97%] az SSMI ellátottság tovább növekedett. A kisképernyős mobilnet céges használatának leggyakoribb formája változatlanul az írásos kommunikáció.

Small screen mobilinternet használata – 5 leggyakoribb cél [%]



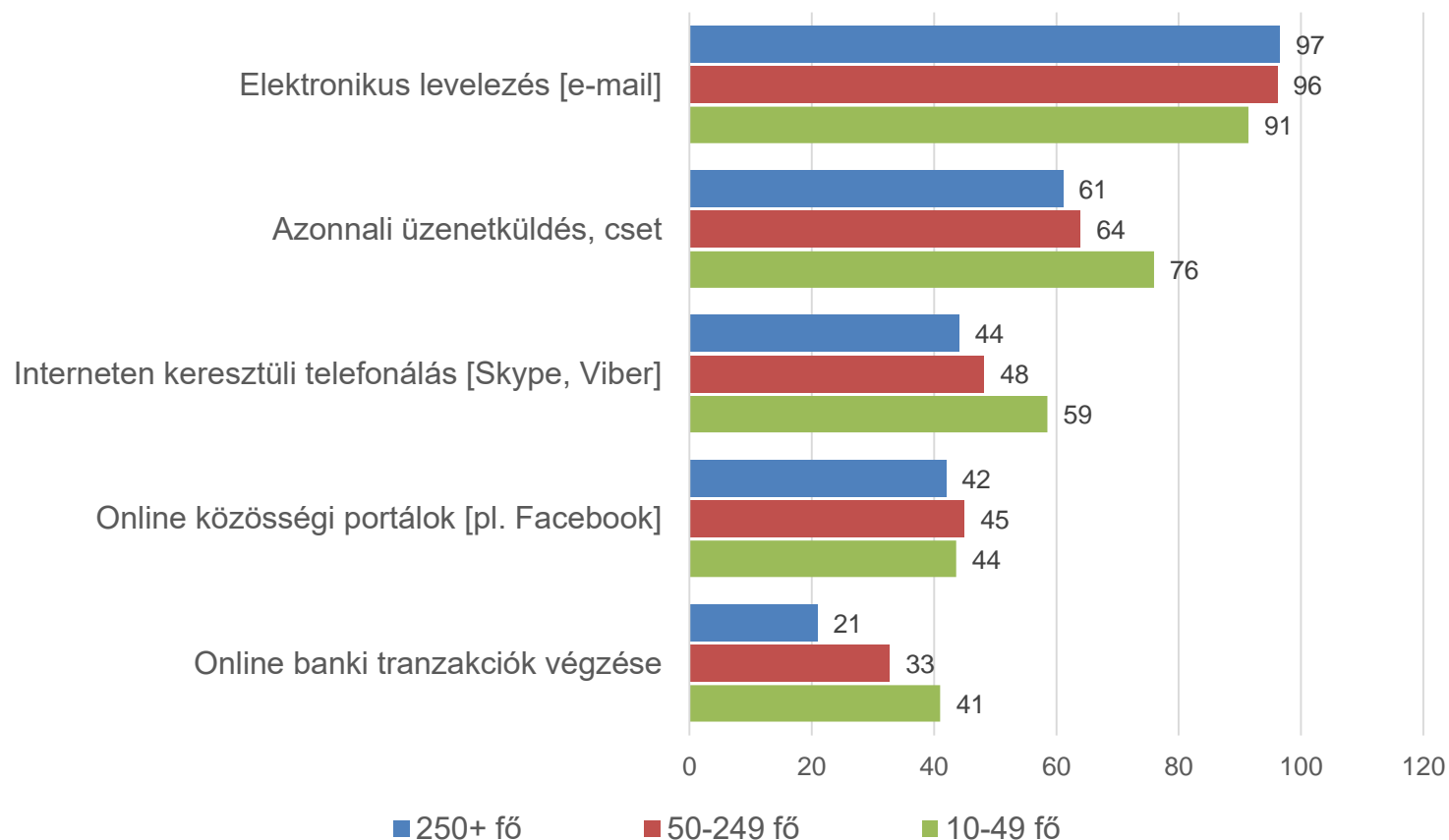
Bázis: közvetlen small screen mobilinternet-előfizetéssel rendelkező vállalatok

SSMI: kisképernyős (okostelefonos) mobilinternet



A nagyvállalati körben gyakori a távmunka, a csoportmunka alkalmazások és a felhő használata is.

Small screen mobilinternet használata – 5 leggyakoribb cél [%]



Bázis: közvetlen small screen mobilinternet-előfizetéssel rendelkező vállalatok

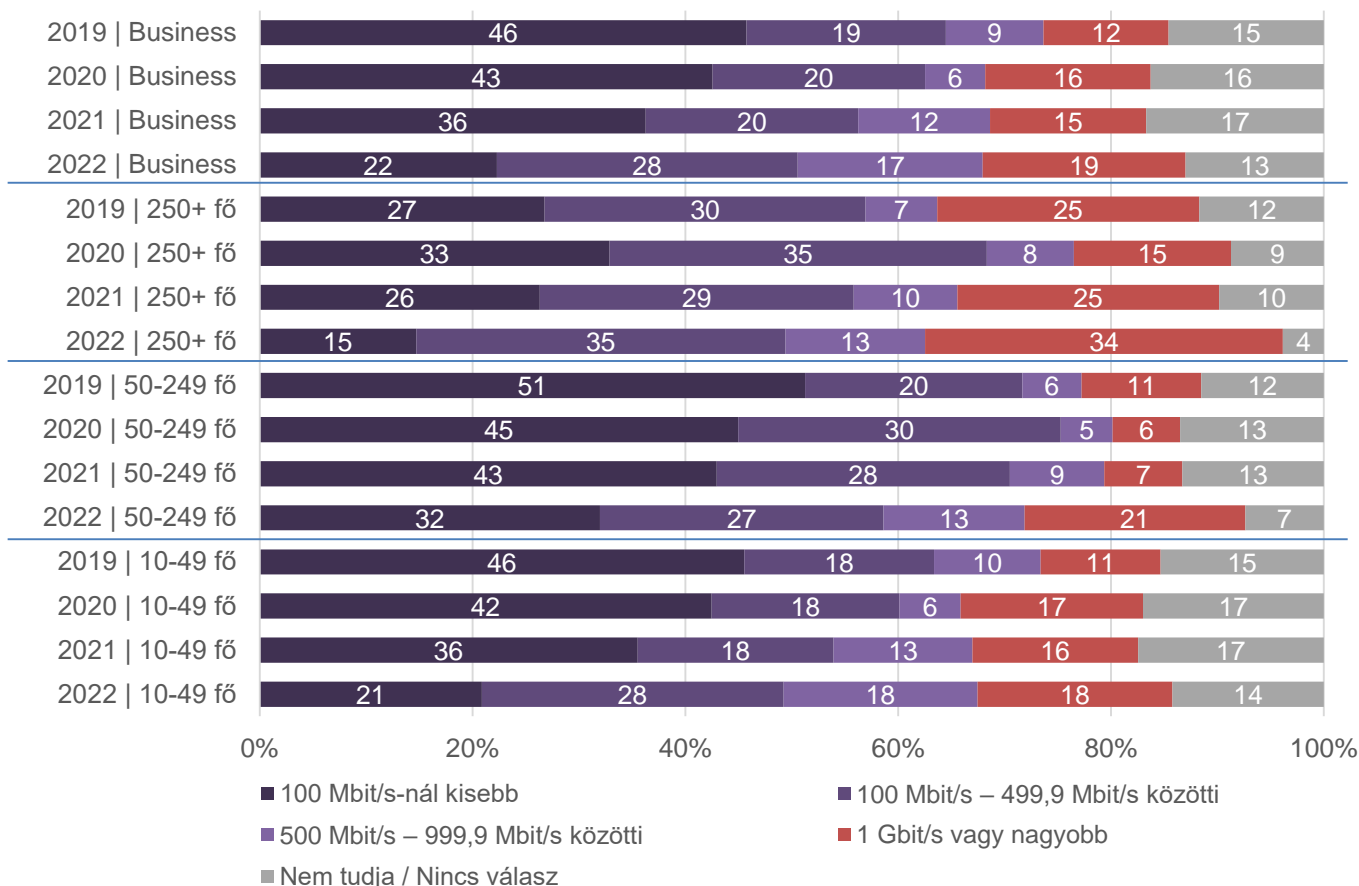
SSMI: kisképernyős (okostelefonos) mobilinternet

- Az előző évhez képest [2021: 89% -> 2022: 97%] az SSMI ellátottság tovább növekedett. A kisképernyős mobilnet céges használatának leggyakoribb formája változatlanul az írásos kommunikáció.
- Ez a kommunikáció jelenthet elektronikus leveleket [92%], de meglehetősen elterjedt az azonnali üzenetküldés használata is [74%].
- A vállalatok 57%-a használja internetes telefonálásra a mobilinternet kapcsolatokat, illetve hasonló arányú a közösségi portálok használata is [44%].
- A bonyolultabb, komplexebb használati funkciók közül az online bankolás, az online ügyintézés és az internetes ügyintézés a legjellemzőbbek.
- Leginkább az online ügyintézés és az azonnali üzenetküldés aránya nőtt az előző évhez képest, megközelítőleg 8-10 százalékponttal.
- Az elektronikus levelezés valamivel jellemzőbb az 50 fő feletti cégekre, mint a kisebbekre.
- A cset és az interneten keresztüli telefonálás viszont inkább kisvállalati műfaj: a vállalatmérettel fordítottan arányos az előfordulás gyakorisága.
- Ugyanez igaz a mobiltelefonos online banki tranzakciókra is, ezek is a kisebb cégeknél gyakoribbak.
- Vannak olyan komplexebb használati célok, amelyek a nagyvállalatokra jellemzőbbek [pl. file-ok távoli elérése, távoli szerverszámítógépen futó felhőalkalmazások, csoportmunkát támogató megoldások] de ezek összességében kevésbé gyakoriak, így nem kerültek bele az első ötbe.



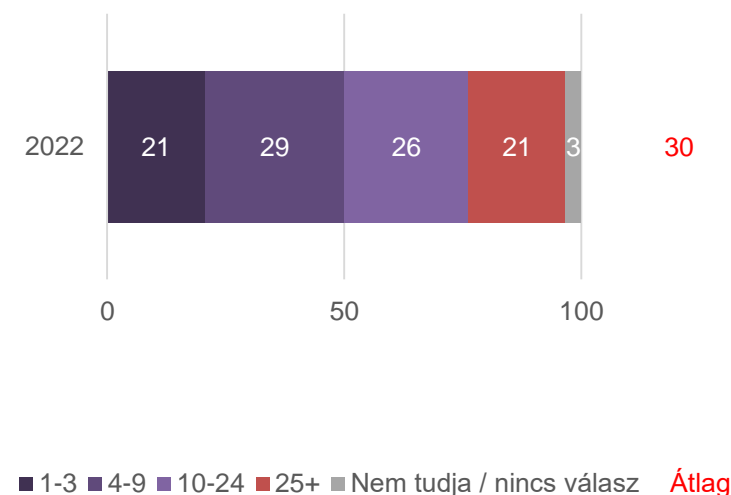
Az internet sávszélessége rendkívül széles skálán mozog, az 1 Gb/sec-et meghaladó sávszélesség még viszonylag ritka. WiFi-t már tízből kilenc cég használ az internet továbbosztására.

Helyhez kötött internet sávszélessége [%]



Bázis: közvetlen helyhez kötött internet-előfizetéssel rendelkező vállalatok

WiFi hálózathoz csatlakozó eszközök száma [%]

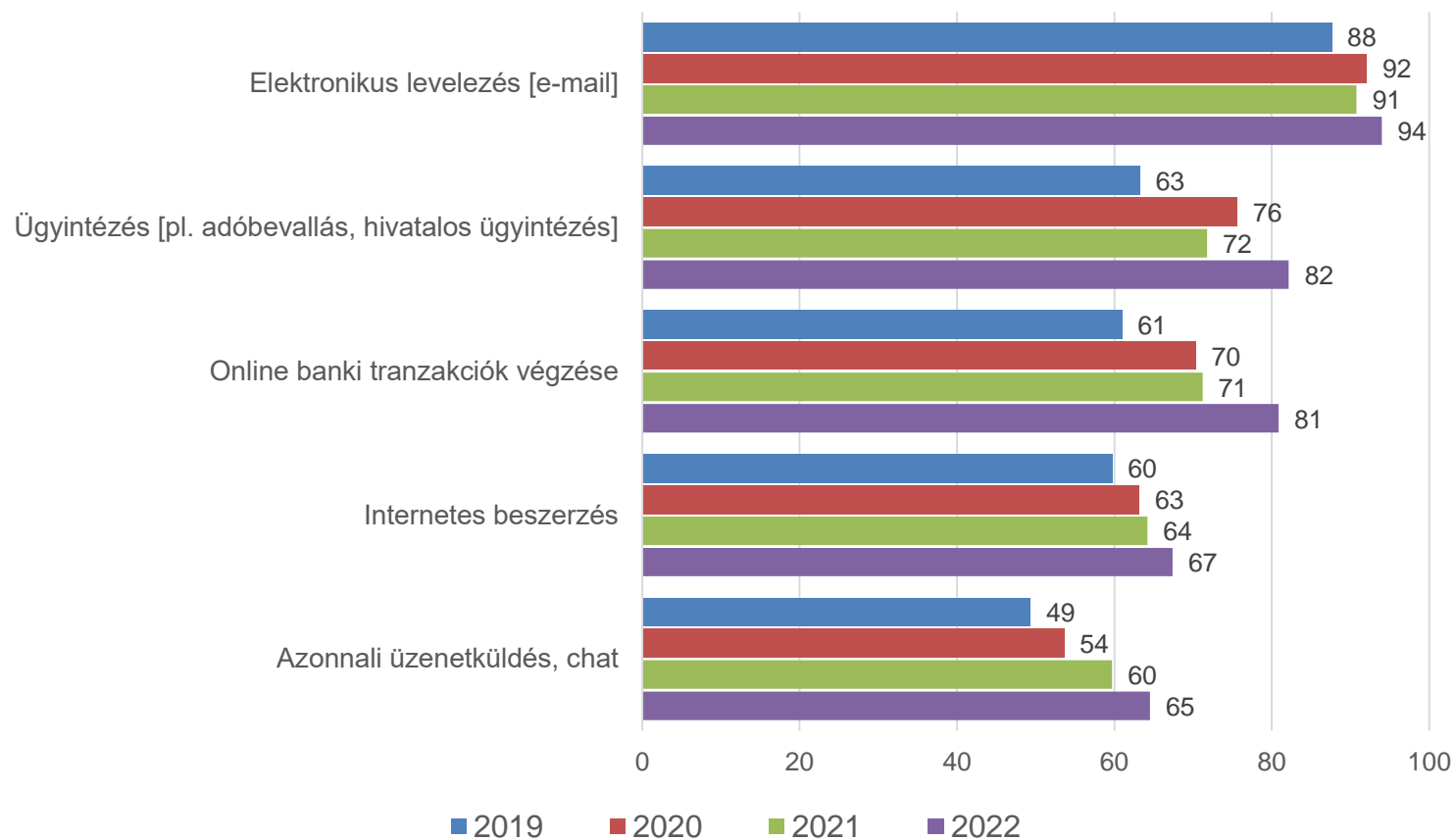


Bázis: Helyhez kötött internetet és WIFI-t használó vállalatok



A helyhez kötött internetet a cégek jellemzően elektronikus levelezésre és tranzakciók végzésére [pl. ügyintézés, beszerzés, banki ügyek stb.] használják.

Helyhez kötött internet használata – 5 leggyakrabban említett cél [%]



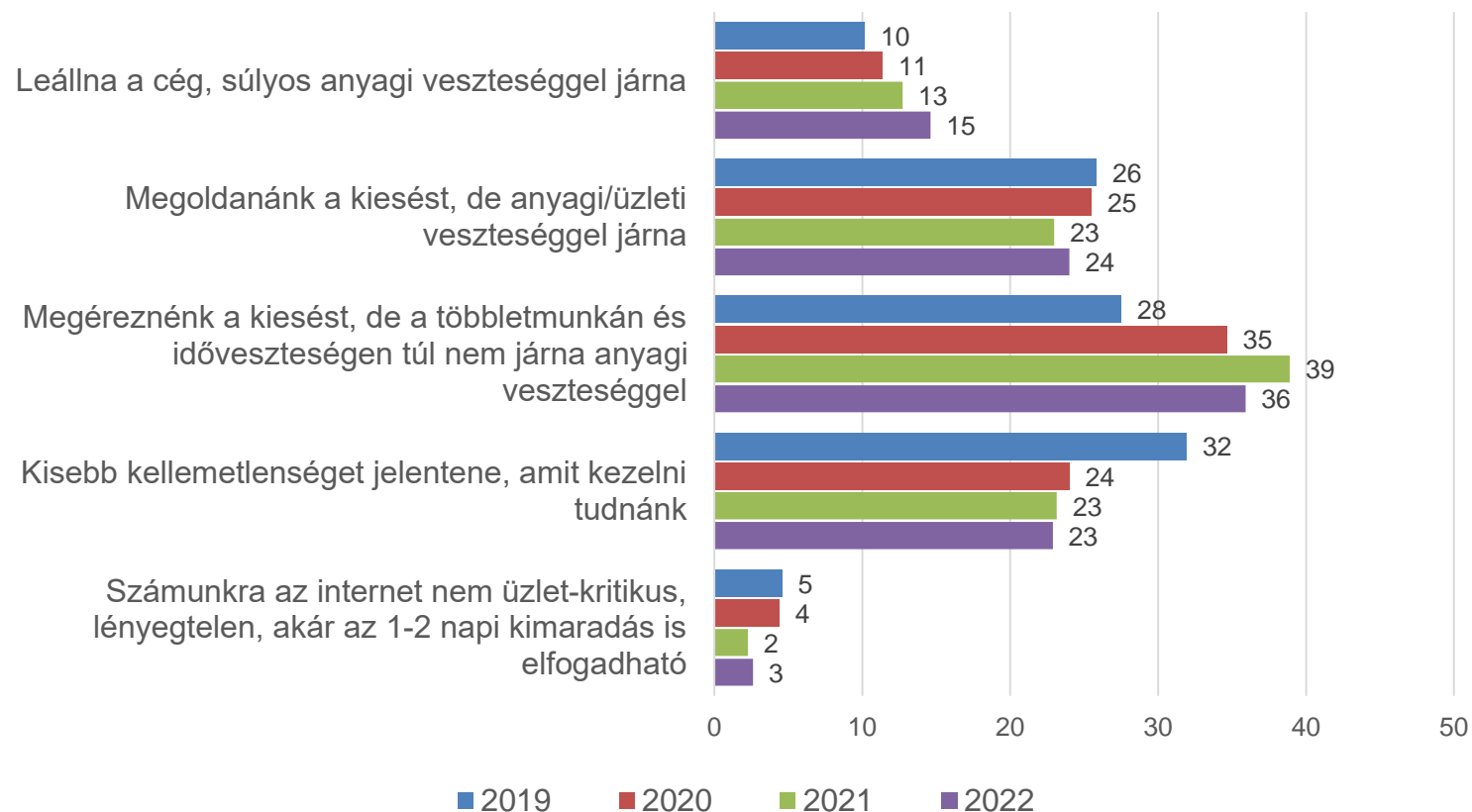
Bázis: közvetlen helyhez kötött internet-előfizetéssel rendelkező vállalatok

- Az internet sávszélessége rendkívül széles skálán mozog. Az 1 Gb/sec-et meghaladó sávszélesség már a vállalatok ötödrészában megjelenik. A vállalatok 3%-nál a sávszélesség még mindig nem éri el a 30 Mb/sec-ot, de az arány érezhetően folyamatosan csökken [12% → 3%].
- Ötödrészüket számolt be 30-99 Mb/sec közti sávszélességről, valamint 13% bizonytalan. A tercier [szolgáltató] szektorban érezhetően magasabb a sávszélesség, mint a többi ágazatban. 100 Mb/sec feletti, nagy sávszélességű internete a vállalatok 65%-nak van, ez szintén jelentős emelkedés. [2021: 47%].
- Az egyes létszám-szegmenseket külön megvizsgálva kirajzolódik, hogy a 100 Mb/sec alatti letöltési sebesség minden szegmensben érezhetően kevésbé jellemző, mint 3 évvel ezelőtt, az 500 Mb/sec feletti letöltési sebességek pedig gyakoribbakká váltak. Ebben az időtávban a tendencia már a kisebb minta-elemszámmal mért 50 fő feletti vállalatoknál is felfedezhető, a leginkább megbízhatóan mért 10-49 fő feletti szegmensben pedig egyértelmű, hogy a sávszélesség évről-évre emelkedett.
- WiFi-t már tízből kilenc cég használ az internet vezeték nélküli megosztására. Átlagosan 30 eszköz kapcsolódik így a hálózatra.
- A helyhez kötött internet fő használati céljai a kommunikáció [levelezés, chat], valamint az online tranzakciók végzése [ügyintézés, banki tranzakciók, beszerzés].
- A digitalizáció fejlődési üteme a 2021-es enyhébb növekedés után 2022-ben újra erősebb volt, különösen az online ügyintézés és a digitális banki tranzakciók váltak gyakoribbá.



A többség számára a helyhez kötött internet leállása már érezhető veszteség lenne, a cégek több mint harmadának anyagiakban is. Az arányok az előző évihez hasonlóak.

Hogyan érintené Önökét a helyhez kötött internet szolgáltatásban egy félnapos kimaradás? [%]

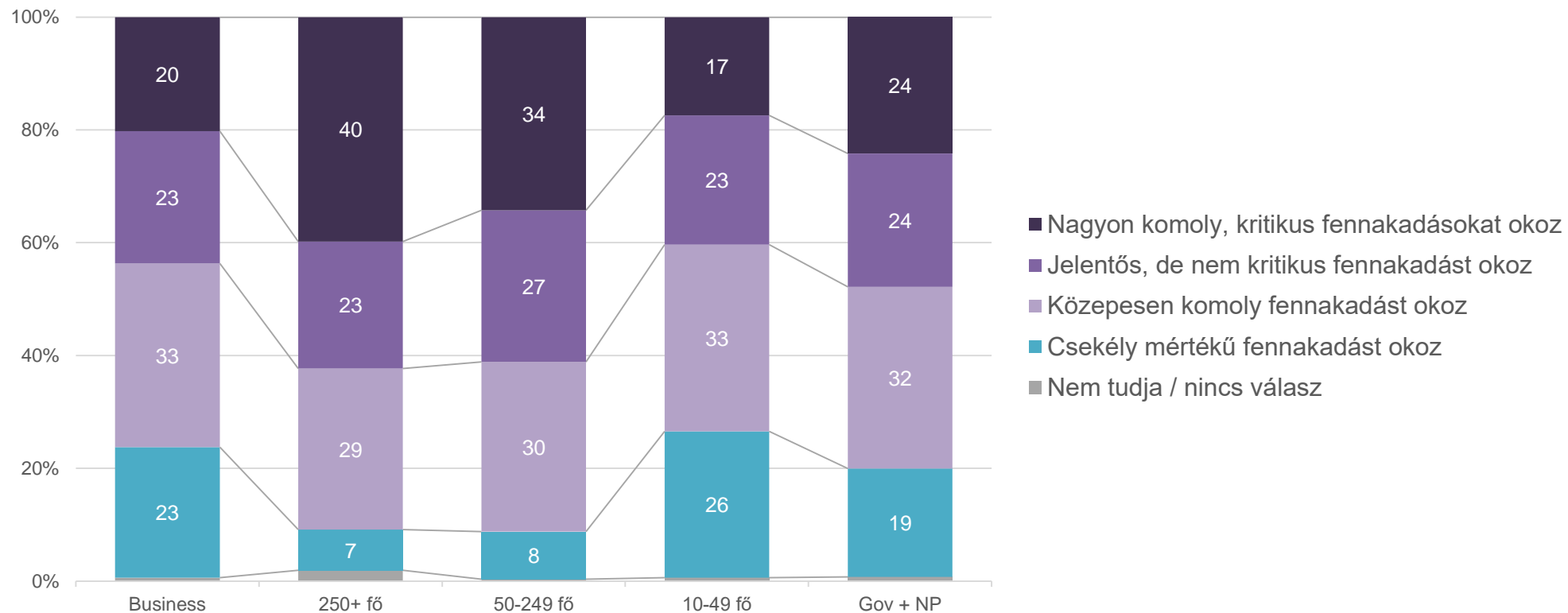


Bázis: közvetlen helyhez kötött internet-előfizetéssel rendelkező vállalatok



A telekommunikációs és / vagy IT-szolgáltatások kiesésére a vállalati szféra rendkívül érzékeny, különösen az 50 fő feletti cégek.

Milyen fennakadást okoz szervezetüknél a hírközlési és/vagy informatikai szolgáltatások kiesése? [%]



Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
GOV+NP: állami és nonprofit intézmények

- A többség számára a helyhez kötött internet leállása már érezhető veszteség lenne, a cégek több mint harmadának anyagiakban is. Az arányok az előző évihez hasonlóak.
- A vállalatok hetedrésze teljesen leállna a helyhez kötött internet nélkül, súlyos anyagi veszteség keletkezne.
- Összességében a vállalatok háromnegyede számára komoly kellemetlenséget okozna egy ilyen leállítás.
- Abban, hogy a vezetékes internet leállása ennyire súlyos következményekkel jár, komoly szerepe van annak, hogy a vállalati IT működése, a szoftverek és szolgáltatások üzemeltetése egyre növekvő mértékben igényli az internetkapcsolatot, és azon belül a nagy sávszélességű internetkapcsolatot is.

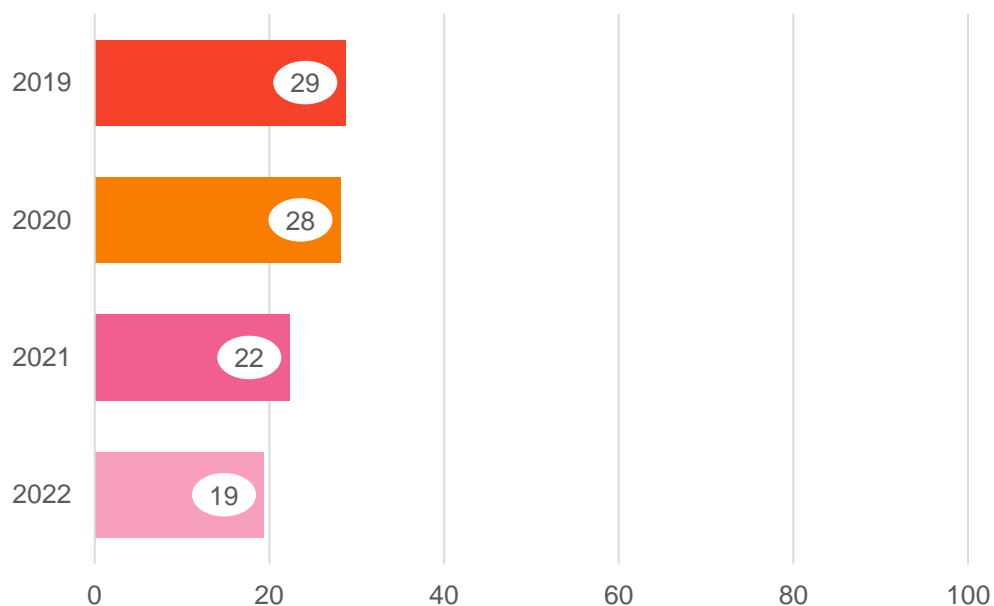
- A távközlési és / vagy IT szolgáltatások kiesésére a vállalati szféra rendkívül érzékeny, különösen az 50 fő feletti cégek esetében.
- A 250 fő feletti cégek 62%-a [2021:62%] jelentős fennakadást szenvedne a működésében, ha a távközlési / IT-szolgáltatások kiesnének. Ennek különös súlyt ad, hogy ezek a vállalatok / intézmények adják a hazai nemzetgazdaság gerincét, ráadásul 40% esetében a fennakadás kifejezetten kritikus lenne.
- Csekély mértékű fennakadásokkal csak a kisebb vállalatok bő ötöde tudna egy ilyen kiesést átvészelni.
- A vállalatok és az intézmények között nincs jelentős különbség ebben a tekintetben.
- Mindez mutatja, hogy a telco és az IT-szolgáltatások az üzleti alapinfrastruktúra részét képezik, ilyen módon a megfelelő rendelkezésre állási mutatók garantálása egyre erőteljesebben szabályozói feladattá is válik.



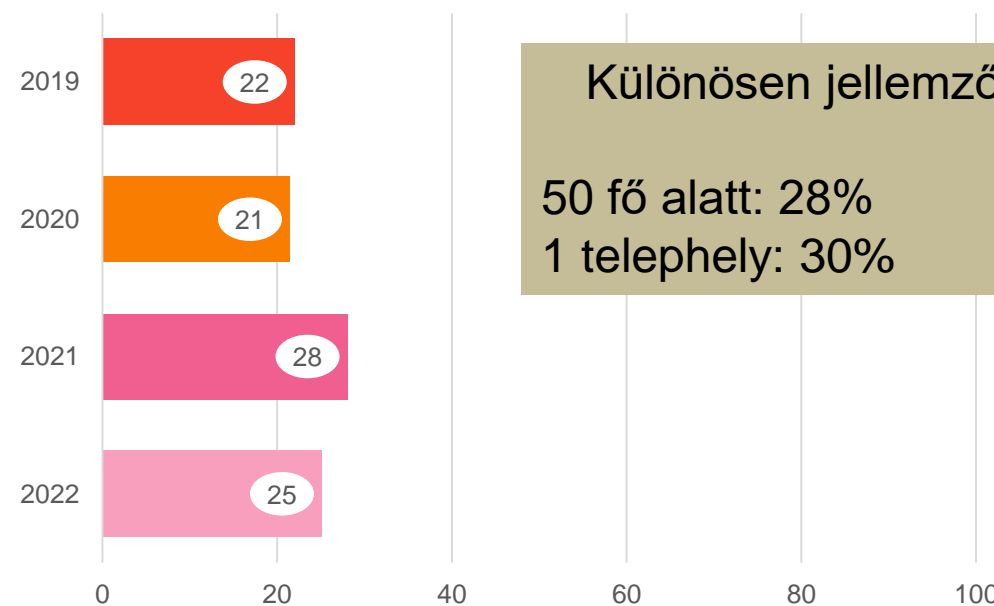
A mobilinternet előnyben részesítők aránya immár második éve folyamatosan eléri, sőt meg is haladja a helyhez kötött internetet előnyben részesítők arányát.



Helyhez kötött internetet preferálók aránya [%]



Mobilinternetet preferálók aránya [%]



Különösen jellemző

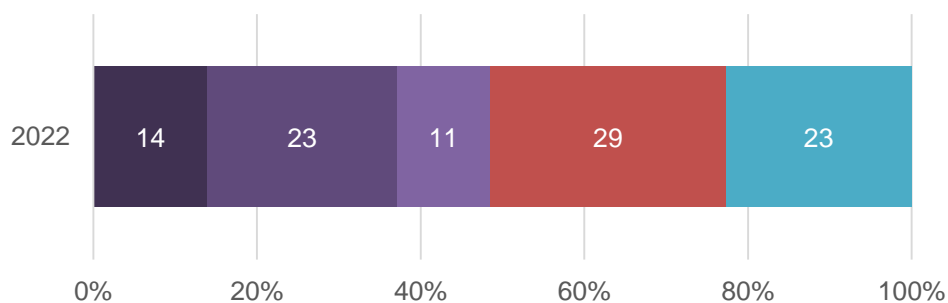
50 fő alatt: 28%
1 telephely: 30%

- A mobilinternetet előnyben részesítők aránya immár második éve folyamatosan eléri, sőt meg is haladja a helyhez kötött internetet előnyben részesítők arányát.
- A mobilinternet technológiával kapcsolatos kételyek a sebesség és a megbízhatóság terén a legélesebbek, de az árak tekintetében is inkább a vezetékes technológia a preferált.
- Ennek ellenére a mobiltelefon lefedettségi előnye egyre inkább nyilvánvaló és sokszor olyanokat is megmozdít a mobil alapú megoldások irányába, akik maguktól inkább a vezetékes technológiát preferálnák. Ebben szerepe van annak is, hogy a helyhez kötött szolgáltatók bizonyos területeken nem szívesen fejlesztenek, míg a mobilinternet sokkal közelebb áll az országos lefedettséghez.
- Összességében tehát már többen elégedettek a mobilinternettel, mint amennyien visszavágynak a helyhez kötött internethez.

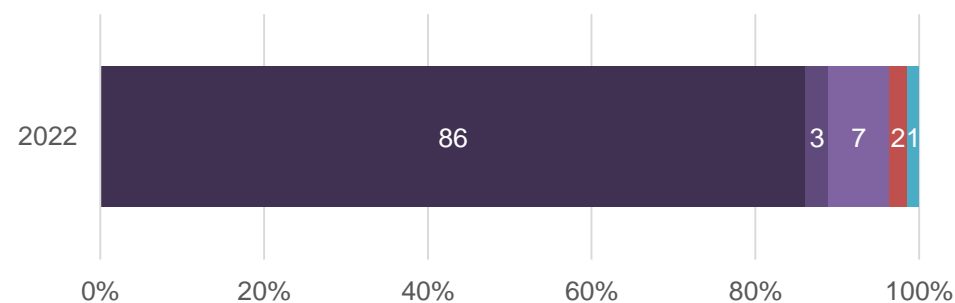


A vállalati mobiltelefon-előfizetések száma széles skálán ingadozik, átlagosan mintegy 30 darabra tehető. Ebből a flottás előfizetések részaránya megközelítőleg 7% körül van.

Beszédcélú mobilelőfizetések száma [%]



Ebből flottás előfizetések száma [%]



■ 1-2 ■ 3-5 ■ 6-9 ■ 10-24 ■ 25+

■ Nincs flottás előfizetés ■ 1 ■ 2-5 ■ 6-25 ■ 25+

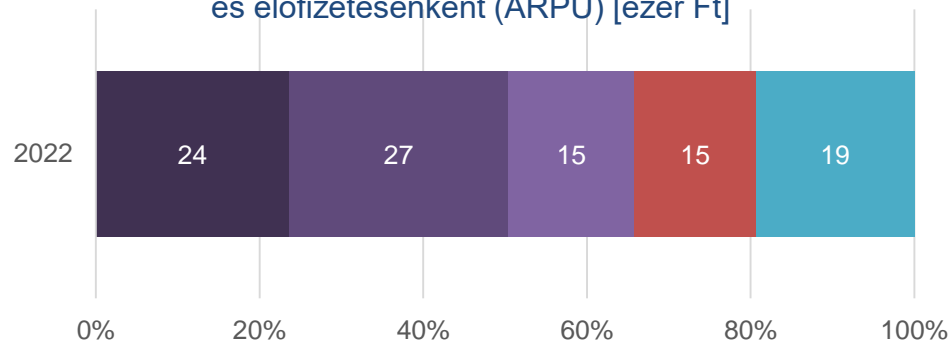
Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező vállalatok

Flottás előfizetés: olyan céges flottához tartozó előfizetés, amelynek díját a cégben alkalmazottként nem dolgozó magánszemélyek térítik meg a cég vagy a szolgáltató felé.

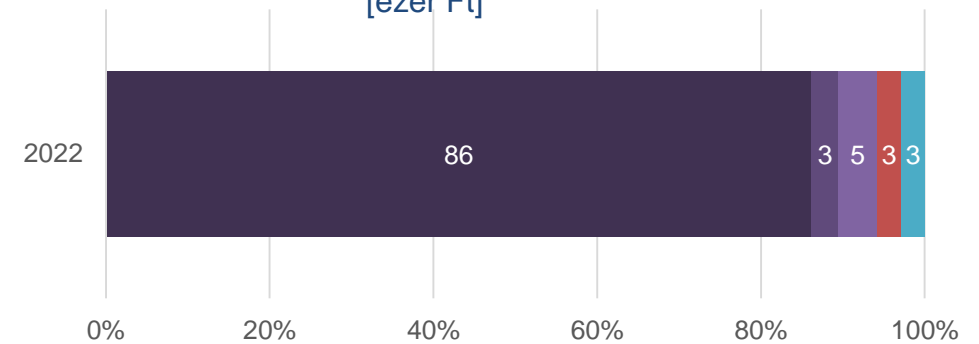


A vállalatok átlagos havi költése mintegy 121 ezer forintra tehető, ez előfizetésenként megközelítőleg 4 077 Ft-os kiadást (ARPU) jelent. A flottás előfizetések részaránya a költsékből mindössze 5% körüli.

Beszédcélú mobilelőfizetésekre fordított összeg havonta és előfizetésenként (ARPU) [ezer Ft]



Flottás előfizetésekre fordított összeg havonta [ezer Ft]



■ 4 eFt vagy kevesebb ■ 4,1-6 eFt ■ 6,1-8 eFt ■ 8,1-10 eFt ■ 10+ eFt ■

■ Nincs flottás előfizetés ■ <10 eFt ■ 10-24 eFt ■ 25-49 eFt ■ 50+ eFt

	Összes	Flottás	Arány
Átlagos mennyiség [db előfizetés]	30	2	7%
Átlagos költés [ezer Ft/hó]	121	6	5%
Átlagos mennyiség [db előfizetés] – csak flottások!	34	13	38%
Átlagos költés [ezer Ft/hó] – csak flottások!	133	44	34%

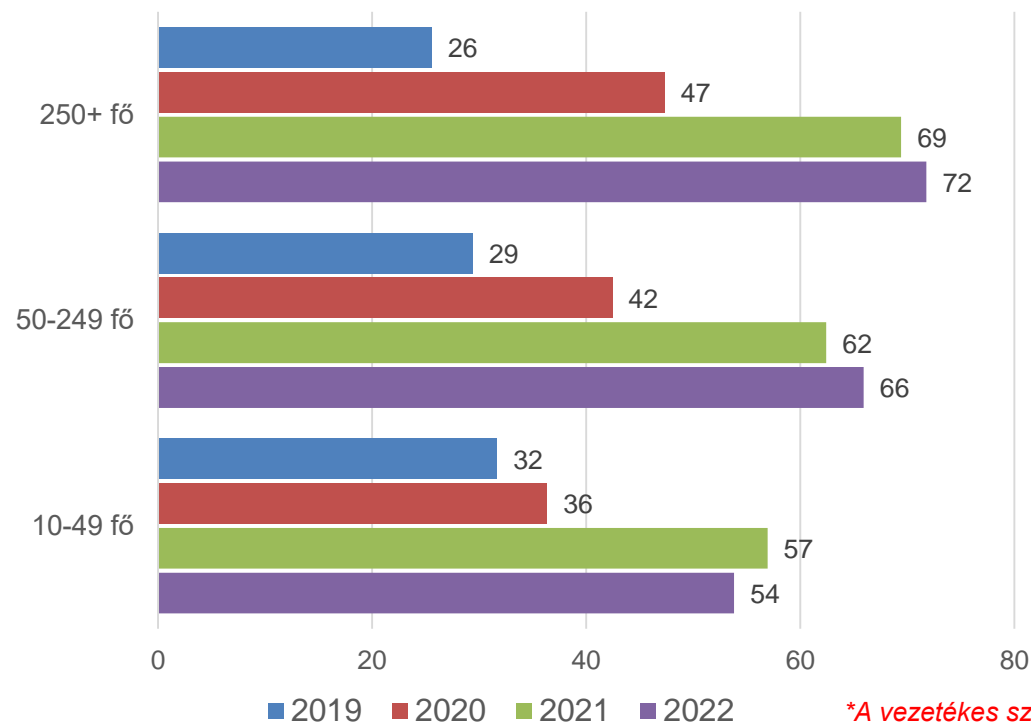
Bázis: közvetlen mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező vállalatok

- A vizsgált vállalati csoportban a cégek mintegy felének van 10 vagy több mobiltelefon előfizetése.
- A flottás előfizetés csak korlátozottan elterjedt, a cégek mindössze hetedrészénél van olyan előfizetés, mely ugyan a cég nevére van, de egy nem ott dolgozó magánszemély fizeti a költségeit.
- A vállalati mobiltelefon-előfizetések száma széles skálán ingadozik, átlagosan mintegy 30 darabra tehető. Ebből a flottás előfizetések részaránya megközelítőleg 7% körül van.
- A vállalatok átlagos havi költsége mintegy 121 ezer forintra tehető, ez előfizetésenként megközelítőleg 4 077 Ft-os kiadást (ARPU) jelent. A flottás előfizetések részaránya a költsékekből mindössze 5% körüli.



VoIN megoldásokat – ideértve minden nem távközlési szolgáltató által biztosított helyhez kötött és mobil VoIN megoldást együttesen – a vállalatok 56%-a használ. [2021: 58%]

VoIN megoldásokat használók aránya szegmensenként [%]



Inkább használják:

250 fő felett: 72%
 Külföldi tulajdonrész: 67%
 Fejlődő cégek: 68%
 Szolgáltató cégek: 61%

**A vezetékes szolgáltatói VoIP-ot és a voLTE-t nem értettük bele a VoIN-ba!*

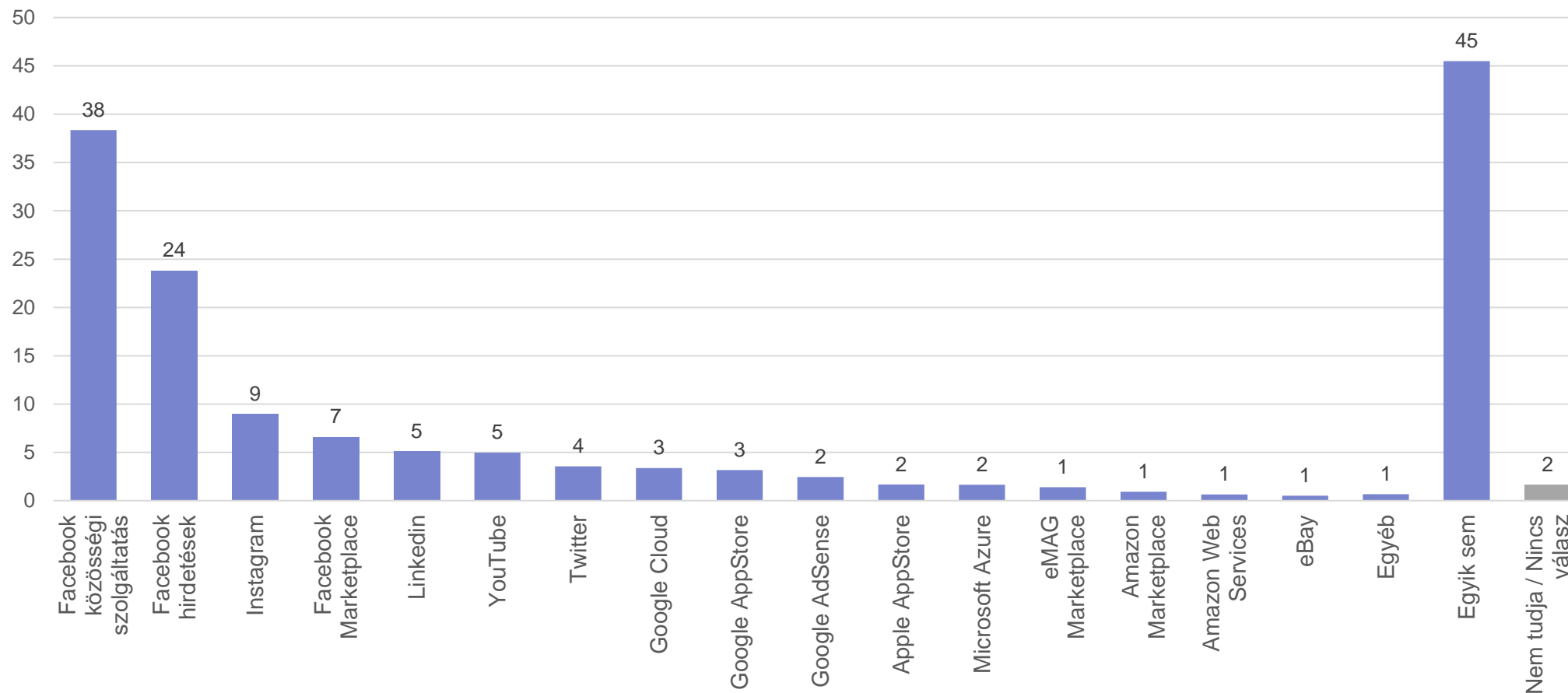
VoIN megoldások: olyan internetes telefonálási megoldások, mint a Skype stb. A VoIN esetében nem szükséges a szolgáltatóval való direkt szerződéskötés, a szolgáltatást bárki tudja aktiválni a saját internetes számítógépén / telefonján, a szolgáltató nem vállal minőségi garanciákat az internetalapú hangszolgáltatásra.

- VoIN megoldásokat – ideértve minden nem távközlési szolgáltató által biztosított helyhez kötött és mobil VoIN megoldást együttesen – a vállalatok 56%-a használ. [2021: 58%]
- Abban, hogy az előző évhez képest nem látunk további növekedést, nagy szerepe van annak, hogy a koronavírus-járvány nem határozza már meg a felhasználói szokásokat. Ez a VoIN penetrációban átmenetileg hozott egy minimális visszaesést, de hosszú távon ez nem fog így maradni, inkább további emelkedés várható.
- Méret alapján a különbségek nem nagyok, de azért érzékelhetőek, 50 fő felett pl. idén is növekedést látunk.
- A jövőt tekintve a VoIN további terjedése várható, mivel a lakossági szokások az üzleti piacra is begyűrűznek, és az sem várható, hogy a sokszor drága és időigényes utazásokat helyettesítő videokonferenciák kimenjenek a divatból.



A leggyakrabban használt online platformok egyértelműen a közösségi oldalak, azon belül is kiemelkedően a Facebook és annak különböző alfunkciói.

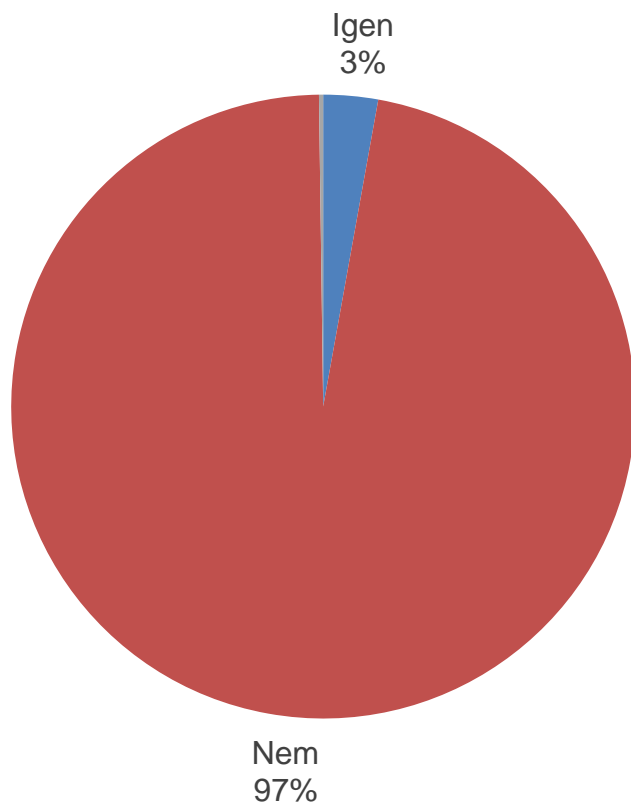
Online platformok használata [%]



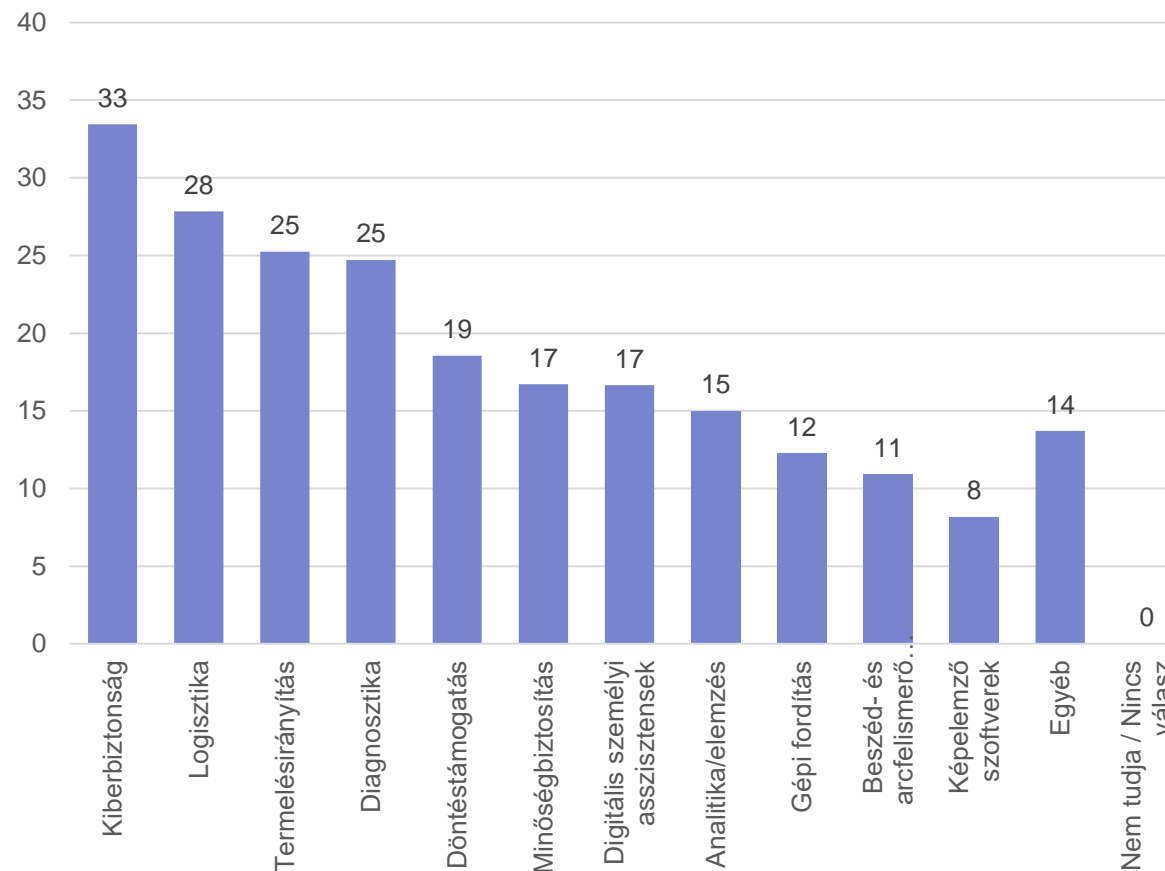


Mesterséges intelligenciát jelenleg még csak a vállalatok mindössze 3%-a használ, de a nagyvállalati szegmensben már a 10%-ot is eléri a penetráció. Leggyakoribb használati célok a kiberbiztonság, a logisztika, a termelésirányítás és a diagnosztika.

Mesterséges intelligencia alkalmazása [%]



Milyen célból használják a mesterséges intelligenciát? [%]



Bázis: mesterséges intelligenciát használó vállalatok

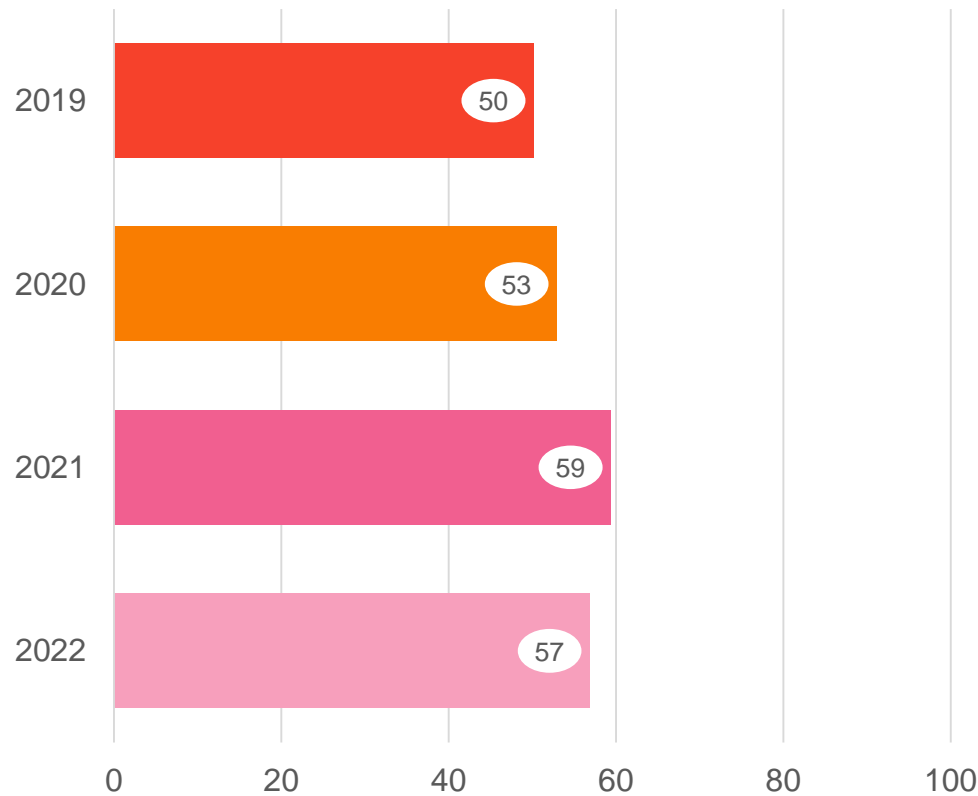


- A leggyakrabban használt online platformok egyértelműen a közösségi oldalak, azon belül is kiemelkedően a Facebook és annak különböző alfunkciói.
- Mind a kereskedelmi [59%], mind a szolgáltató cégek [60%] átlag feletti mértékben használják ezeket a platformokat, a termelő szektorokban [mezőgazdaság, ipar] viszont kevésbé gyakori [41%] a használatuk. Cégméret szerint összességében a 250 fő feletti cégekre jellemző az erőteljesebb használat, de a komolyabb üzleti szolgáltatások iránt [pl. LinkedIn, Microsoft Azure, Google AdSense, AWS] már 50 fő felett kimutatható az erősebb kereslet. 50 fő alatt inkább csak a FB szerepe erős.
- Mesterséges intelligenciát jelenleg még csak a vállalatok mindössze 3%-a használ, de a nagyvállalati szegmensben már a 10%-ot is eléri a penetráció. Leggyakoribb használati célok a kiberbiztonság, a logisztika, a termelésirányítás és a diagnosztika.

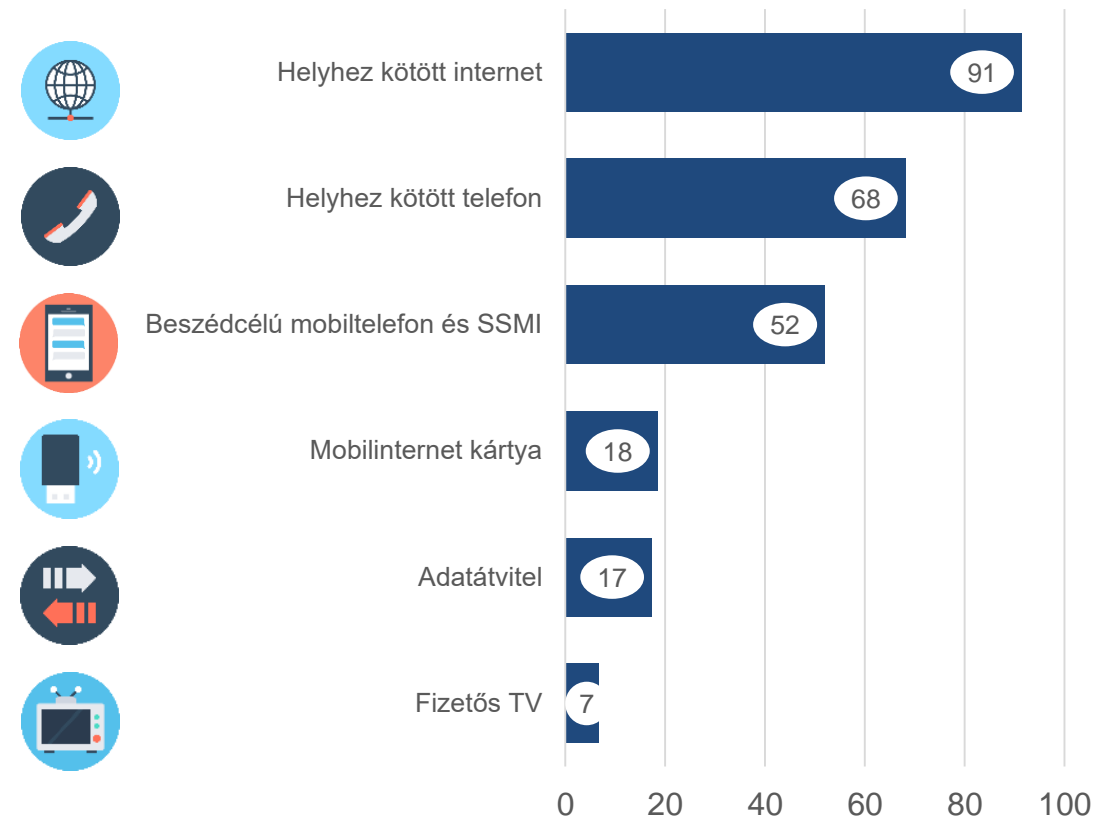


Az integrált távközlési csomagra előfizetők aránya az alapsokaságban mintegy 57%.

Előfizetés integrált távközlési csomagra [%]



Csomagban igénybe vett távközlési szolgáltatások [%]



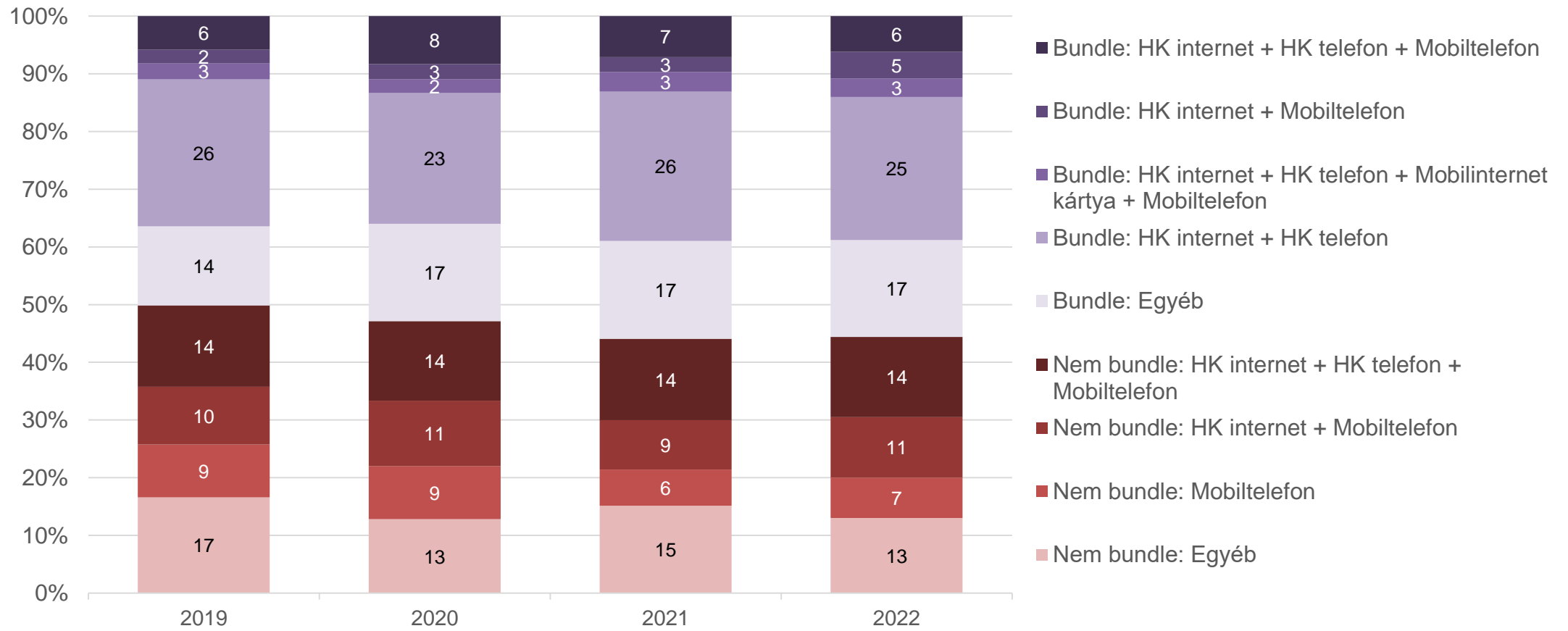
*Bundling: amikor egy távközlési szolgáltató csomagban kínálja a szolgáltatásait, amely így olcsóbb, mint ha külön-külön fizetnének elő rá, és többnyire csak egy számla érkezik.

Bázis: integrált távközlési szolgáltatást igénybe vevő vállalatok



NHH Igénybe vett szolgáltatások kereszthasználata

Igénybe vett távközlési szolgáltatások [%]



*Bundling: amikor egy távközlési szolgáltató csomagban kínálja a szolgáltatásait, amely így olcsóbb, mint ha külön-külön fizetnének elő rá, és többnyire csak egy számla érkezik.

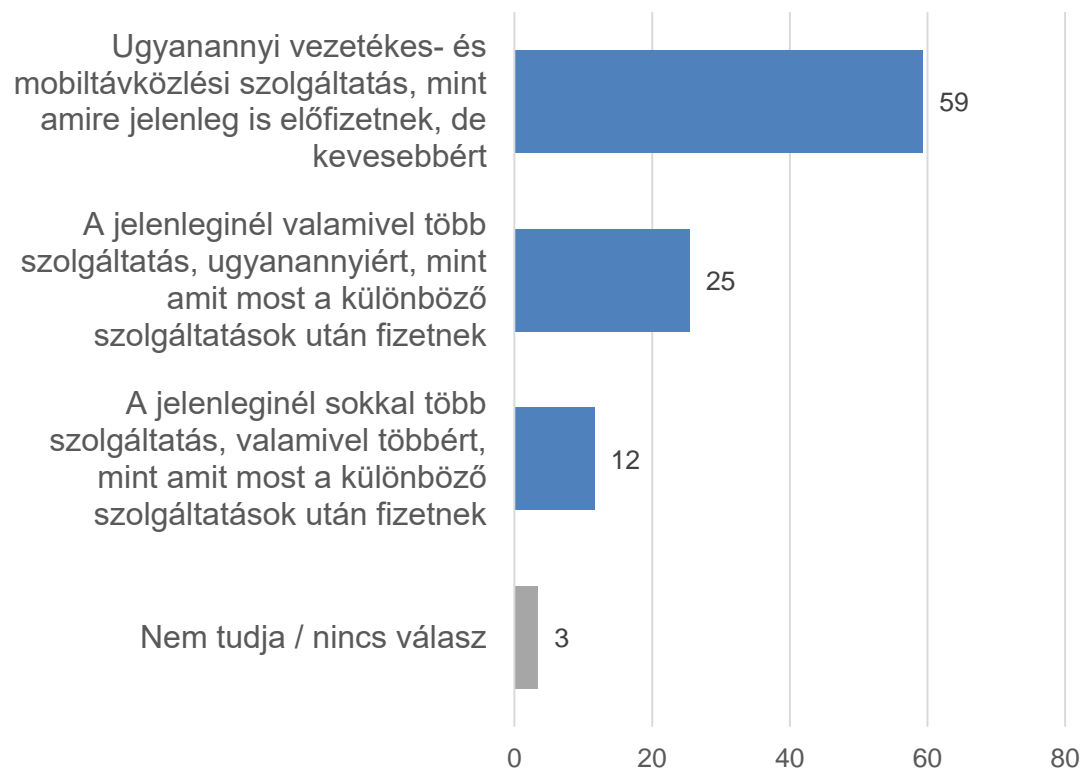
- Az integrált távközlési csomagra előfizetők aránya az alapsokaságban mintegy 57%.
- Az integrált távközlési csomagokat még mindig a helyhez kötött szolgáltatások, azon belül is különösen a helyhez kötött internet és a helyhez kötött telefon dominálják.
- Ennek ellenére mostanra már gyakori a csomagokban a mobiltelefon [51%→52%] és a kártyás mobilinternet megjelenése is.
- Hosszabb távon a csomagba foglalt mobilszolgáltatások részarányának növekedése várható, mert egyre több szolgáltató kínál üzleti fix-mobil kombinált csomagot.

- A válaszokból kitűnik, hogy a legelterjedtebb bundle még mindig az, amelyik csak helyhez kötött internetet és helyhez kötött telefont tartalmaz, de a csomagok egy tekintélyes részében már mobiltelefon is van.
- A nem bundle használók körében a helyhez kötött internet, a helyhez kötött telefon és a mobiltelefon egyidejű használata a leginkább jellemző.

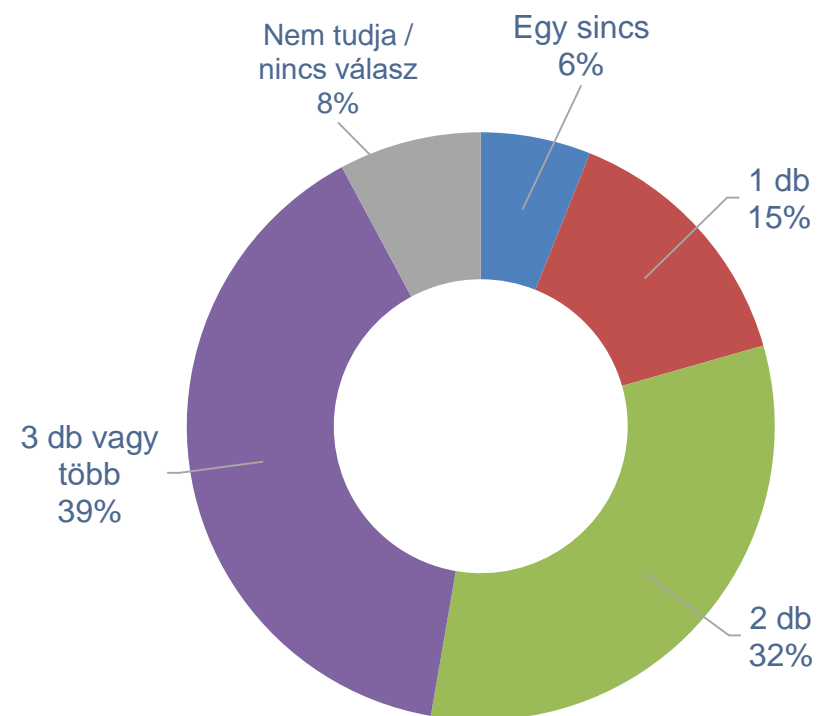


A vállalatok többsége nem vevő a jelenleginél nagyobb FMC csomagra, inkább árkedvezményt szeretne látni helyette. További nehézség, hogy FMC csomagokban a verseny még mindig korlátozott és a helyzet csak lassan javul.

Egy „integrált vezetékes-mobil távközlési szolgáltatás-csomag” esetében melyik lenne az Ön fő elvárása? [%]



Hány olyan távközlési szolgáltató van, amely minden telephelyüket lefedő szolgáltatás-csomagot lenne képes biztosítani [%]



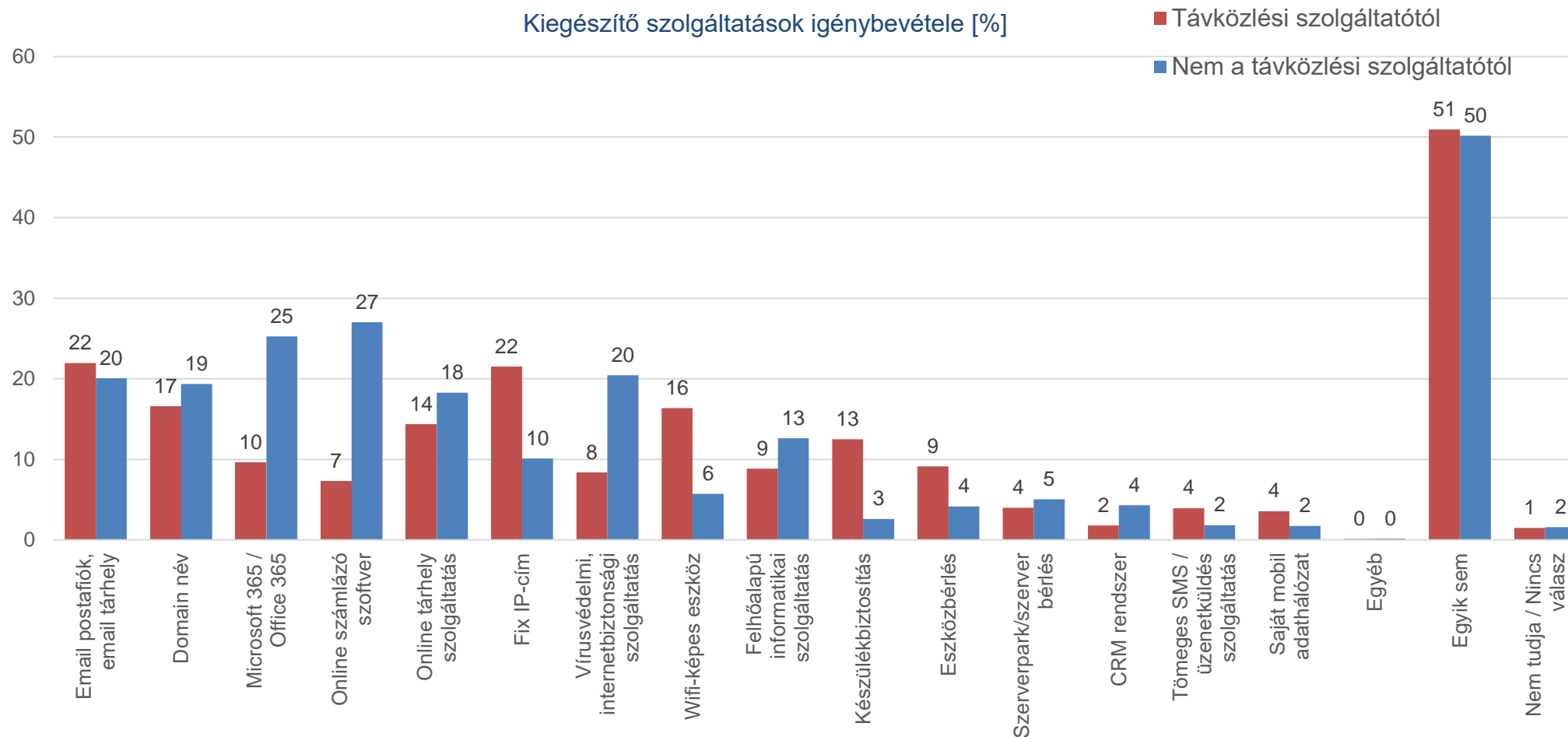
Bázis: Több belföldi telephellyel rendelkező vállalatok



- A vállalatok többsége (59%) nem vevő a jelenleginél nagyobb FMC csomagra, inkább árkedvezményt szeretne látni helyette. További nehézség, hogy FMC csomagokban a verseny még mindig korlátozott.
- A „more-for-more” koncepciót, tehát hogy több pénzért sokkal több szolgáltatást kapjanak, csak 12% preferálja.
- Mintegy egynegyede a szervezeteknek változatlan díjak mellett szeretné a lehető legjobb szolgáltatást.
- Nagyon eltérőek a lehetőségek: a több telephellyel rendelkezők 40%-a 3 vagy több integrált szolgáltatóból is választhat, 21%-a előtt viszont nincs választási lehetőség egyáltalán [ebből 6% számára egyáltalán nem is elérhető a fix-mobil bundling, senkinél].
- Ezzel együtt, ahogy egyre több szolgáltató kínál ilyen típusú csomagokat, folyamatosan csökkenhet majd azoknak az aránya, akik monopolhelyzettel kénytelenek szembesülni.



A távközlési szolgáltatóktól leggyakrabban igénybe vett kiegészítő szolgáltatások az email és a fix IP-cím. Ezzel szemben egyéb szolgáltatóktól jellemzően online számlázóprogramot, MS 365-öt és vírusvédelmi programokat vásárolnak.



Kiegészítő szolgáltatások igénybevétele [%]

	TSZI* Business	TSZI* 250+ fő	TSZI* 50-249 fő	TSZI* 10-49 fő	NTSZI* Business	NTSZI* 250+ fő*	NTSZI* 50-249 fő	NTSZI* 10-49 fő
Email postafiók, email tárhely	22,0	13,7	24,6	21,8	20,1	21,0	27,0	18,9
Domain név	16,6	31,8	28,7	14,2	19,3	26,3	29,6	17,5
Microsoft 365 / Office 365	9,6	8,4	11,7	9,3	25,3	45,6	39,5	22,4
Online számlázó szoftver	7,3	6,0	6,0	7,5	27,0	26,7	33,9	25,9
Online tárhely szolgáltatás	14,4	13,6	17,7	13,9	18,3	27,3	25,3	16,9
Fix IP-cím	21,5	43,3	42,9	17,4	10,1	10,5	14,8	9,4
Vírusvédelmi, internetbiztonsági szolgáltatás [pl. MDM=Mobile Device Management]	8,4	8,9	8,2	8,4	20,4	35,4	37,1	17,3
Wifi-képes eszköz	16,4	12,1	13,3	17,0	5,7	8,1	10,0	5,0
Felhőalapú informatikai szolgáltatás	8,9	5,8	6,8	9,3	12,6	24,6	19,2	11,2
Készülékbiztosítás	12,5	6,5	9,0	13,3	2,6	6,3	3,6	2,3
Eszközbérlés	9,1	6,3	2,9	10,2	4,2	4,9	4,2	4,1
Szerverpark/szerver bérlés	4,0	5,7	7,2	3,4	5,0	8,5	8,1	4,4
CRM rendszer	1,8	4,4	3,2	1,5	4,3	6,3	7,1	3,8
Tömeges SMS / üzenetküldés szolgáltatás	4,0	11,4	4,4	3,7	1,9	2,3	1,1	2,0
Saját mobil adathálózat [narrowband, privát 5G]	3,6	4,7	3,2	3,6	1,8	0,5	0,2	2,0
Egyéb	0,1	0,0	0,3	0,1	0,2	0,0	0,6	0,1
Egyiket sem	51,0	40,6	39,0	53,2	50,2	35,2	31,2	53,6
NT/NV	1,5	0,8	2,2	1,4	1,6	1,5	1,8	1,6

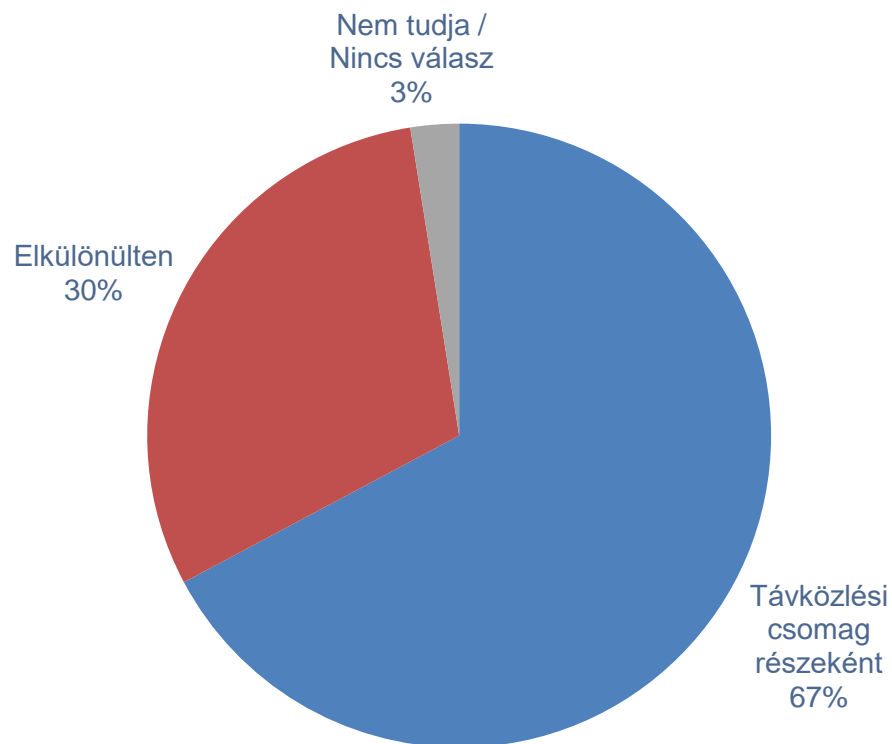
*TSZI – Távközlési szolgáltatótól igénybe vett kiegészítő szolgáltatások

*NTSZI – Nem a távközlési szolgáltatótól igénybe vett kiegészítő szolgáltatások

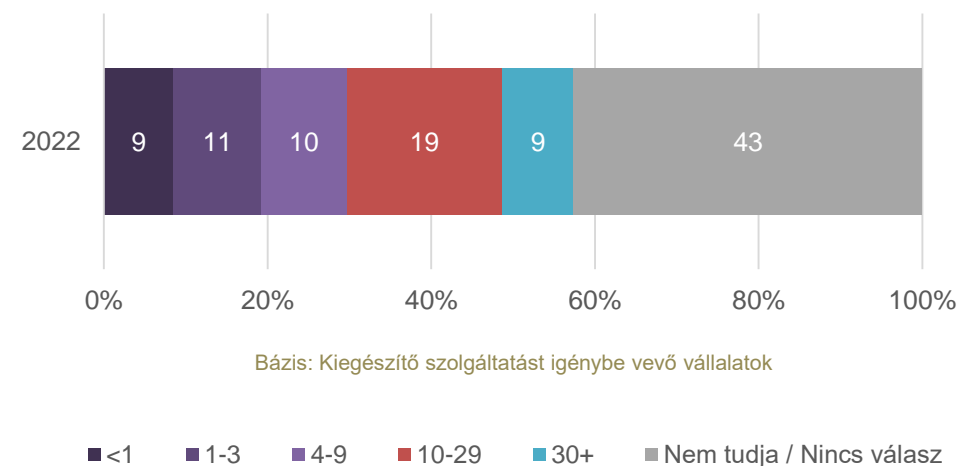


Ezeket a kiegészítő szolgáltatásokat többnyire a távközlési szolgáltatáscsomagok részeként veszik igénybe [67%], de az elkülönült használat sem ritka. A tipikus költség 10-29 ezer forint közötti.

Kiegészítő szolgáltatások igénybevétele [%]



Kiegészítő szolgáltatásokra fordított összeg havonta [ezer Ft]



	Ezer Ft
Átlagos telco költség [ezer Ft/hó]	78,45
Átlagos kiegészítő / IT szolgáltatás költség [ezer Ft/hó]	176,91

Bázis1: Távközlési szolgáltatásra közvetlenül előfizető vállalatok
 Bázis2: Kiegészítő szolgáltatást igénybe vevő vállalatok



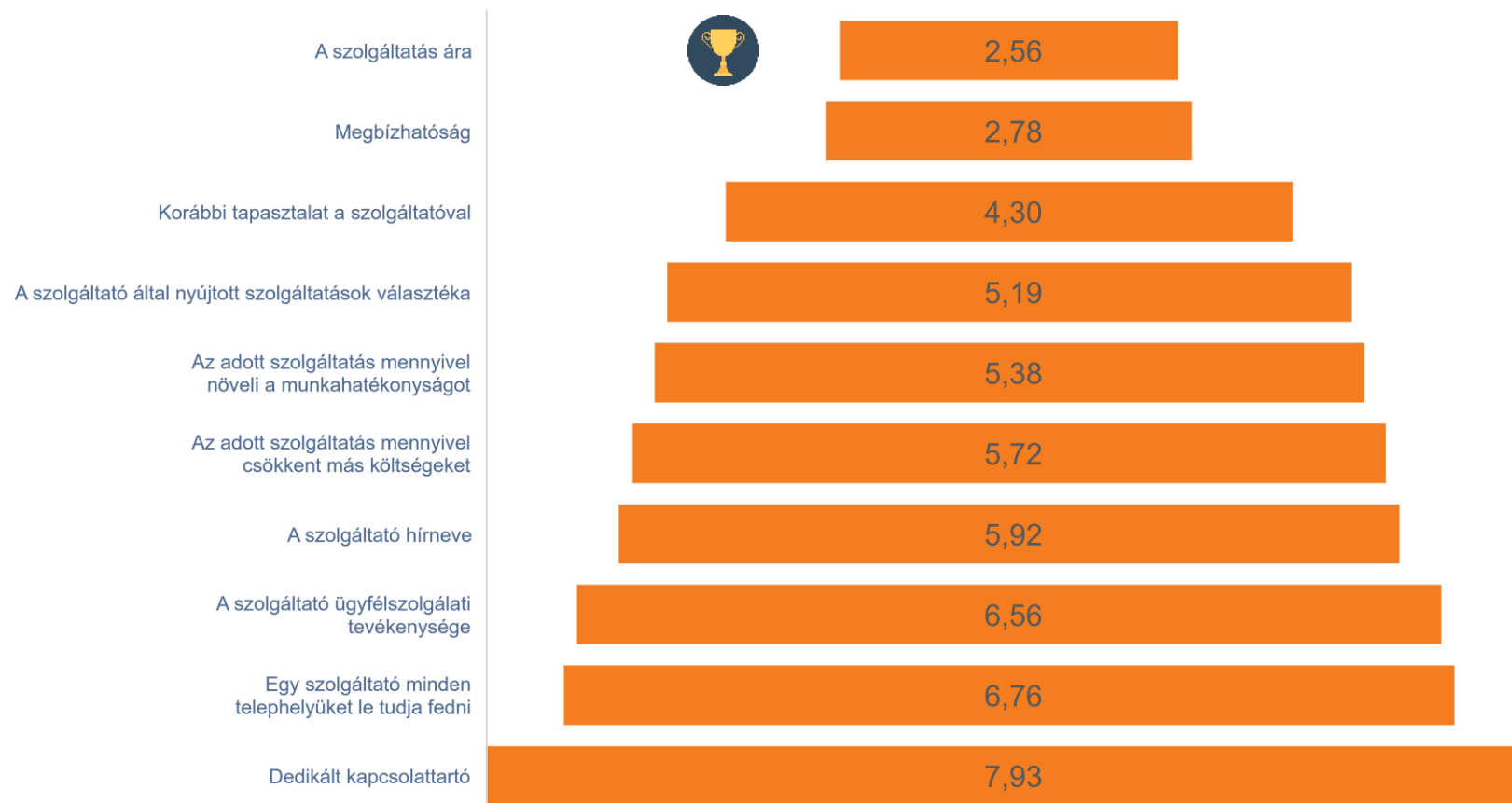
- A távközlési szolgáltatóktól leggyakrabban igénybe vett kiegészítő szolgáltatások az email és a fix IP-cím. Ezzel szemben egyéb szolgáltatóktól jellemzően online számlázóprogramot, MS 365-öt és vírusvédelmi programokat vásárolnak.
- Ezeket a kiegészítő szolgáltatásokat többnyire a távközlési szolgáltatáscsomagok részeként veszik igénybe [67%], de az elkülönült használat sem ritka. A tipikus költség 10-29 ezer forint közötti.
- A kiegészítő szolgáltatásokra fordított átlagos költség magas, de a tipikus költség csak 10-29 ezer Ft. A kettő közötti különbség a nagyvállalati kör egy részének kiemelkedő IT költségeivel magyarázható, amely jelentősen felfelé mozdítja el az átlagot.
- Bár a tipikus költség még nem magas, a területben rejlő növekedési perspektíva miatt jelenleg is a távközlési szolgáltatók érdeklődésének homlokterében van.
- Ráadásul ez várhatóan a jövőben sem fog változni: mivel a szolgáltatói bevételek reálértéken érezhetően csökkennek, minden távközlési szolgáltató erősen motivált lesz olyan, a távközlési szolgáltatásokat IT megoldásokkal ötvöző komplex csomagok bevezetésére, melyekkel magasabb árbevételt realizálhat.



A legfontosabb kiválasztási szempont még mindig a szolgáltatás ára, amit a megbízhatóság követ. Az ár különösen fontos a kisebb méretű cégeknél, tekintettel a kedvezőtlen gazdasági körülményekre.

Szolgáltatás kiválasztásakor az egyes tényezők fontossága

[rangsor átlagok, 1=Legfontosabb, 10=Legkevésbé fontos]

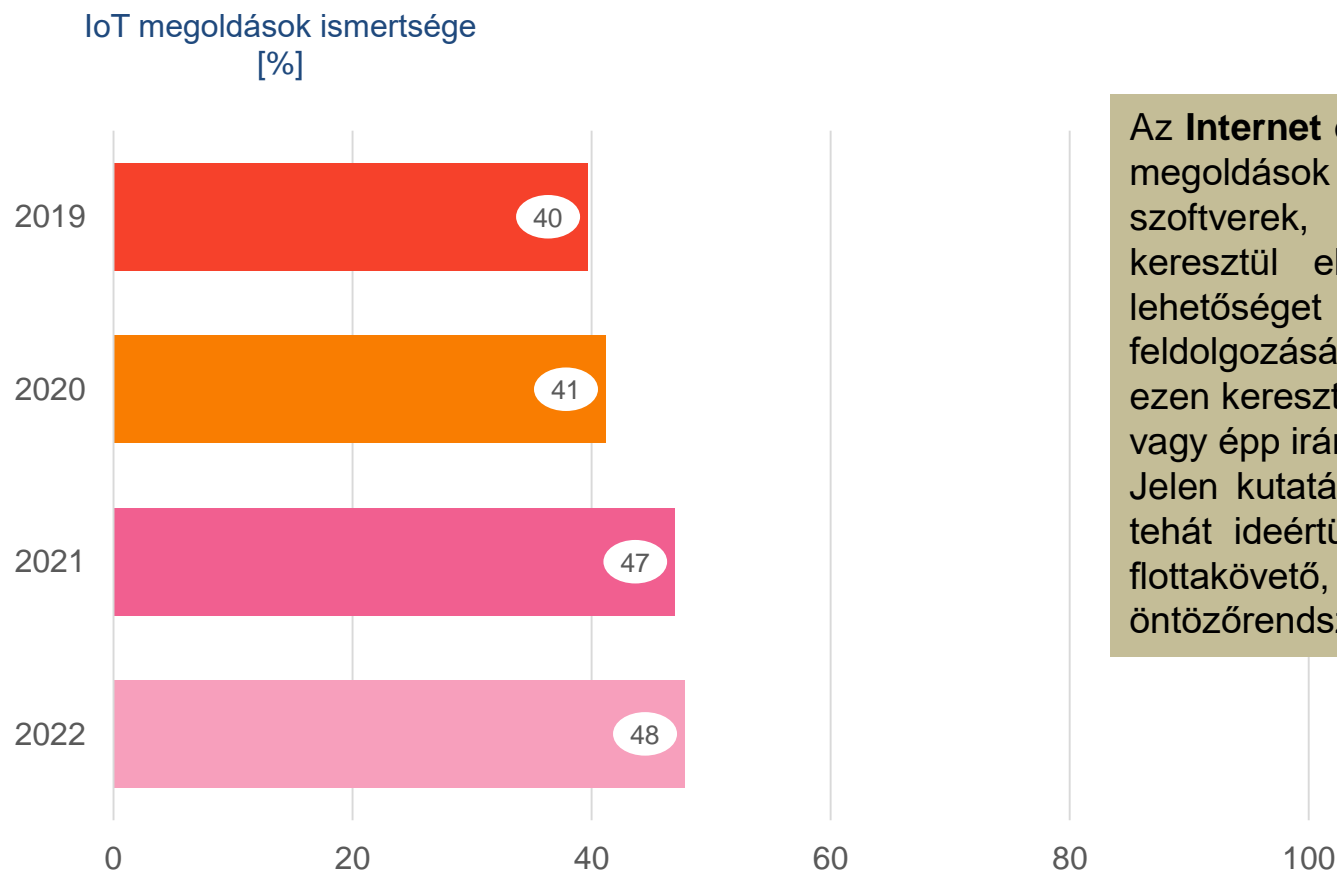




- A legfontosabb kiválasztási szempont még mindig a szolgáltatás ára, amit a megbízhatóság követ. Az ár különösen fontos a kisebb méretű cégeknél, tekintettel a kedvezőtlen gazdasági körülményekre.
- Fontos a szolgáltató korábbi teljesítménye, és a nyújtott szolgáltatások választéka is.
- Az üzletmenet szempontjából a legfontosabbak a mobiltelefon és a helyhez kötött internet. Emiatt szabályozói oldalról is ezekre érdemes a legnagyobb figyelmet fordítani.
- A legkevésbé fontos szerep a televíziós szolgáltatásnak jut, amely az üzleti szegmensben kevésbé számít kritikusnak.



Az IoT megoldások ismerete terén változatlanul éles a szakadék a nagyobb és a kisebb vállalatok között, de összességében bővültek az ismeretek.

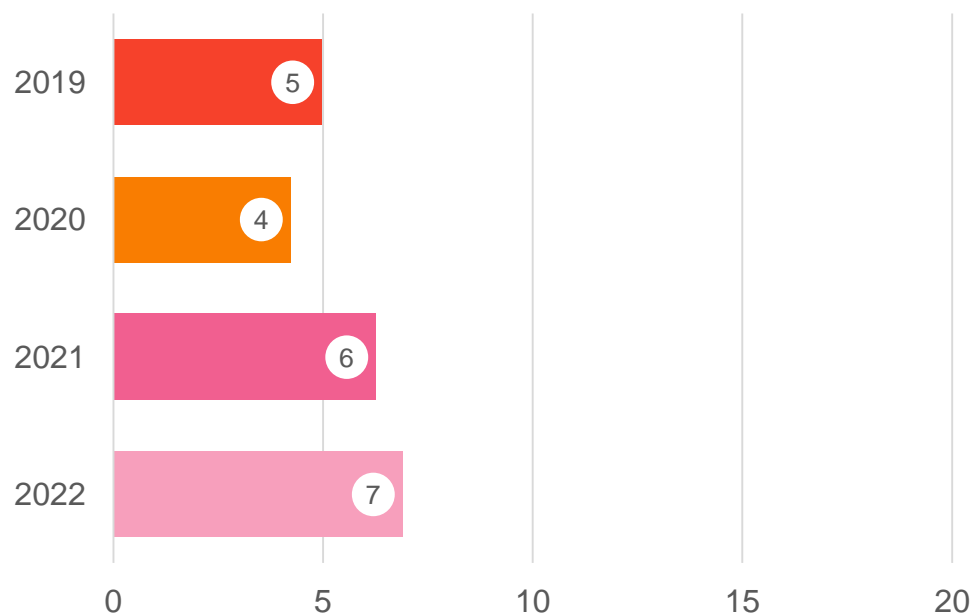


Az **Internet of Things**, avagy a „dolgok internete”, olyan megoldások gyűjtőneve, melyekkel az okoseszközök, szoftverek, szenzorok és érzékelők az interneten keresztül elérhetőek, és az IP-hálózaton keresztül lehetőséget biztosítanak az adatok gyűjtésére, feldolgozására valamint azok egymás közötti cseréjére, ezen keresztül pedig fejlett információs, döntéstámogató, vagy épp irányító funkciók létrehozására. Jelen kutatás során ezt a fogalmat tágan értelmezzük, tehát ideértünk minden olyan rendszert - például egy flottakövető, egy döntéstámogató, vagy egy okos öntözőrendszert is - ami a definíciónak megfelel.



Az IoT megoldásoknak egyelőre még nagyobb a füstje, mint a lángja: a vállalatok 87%-a [még] nem használja és nem is tervezi bevezetni. A használat mértékét legerősebben a vállalatméret befolyásolja, de számít az árbevétel, a cég általános gazdasági helyzete és a külföldi tulajdonos jelenléte is.

IoT megoldások alkalmazása [%]



IoT megoldások felhasználási területei [Top10]

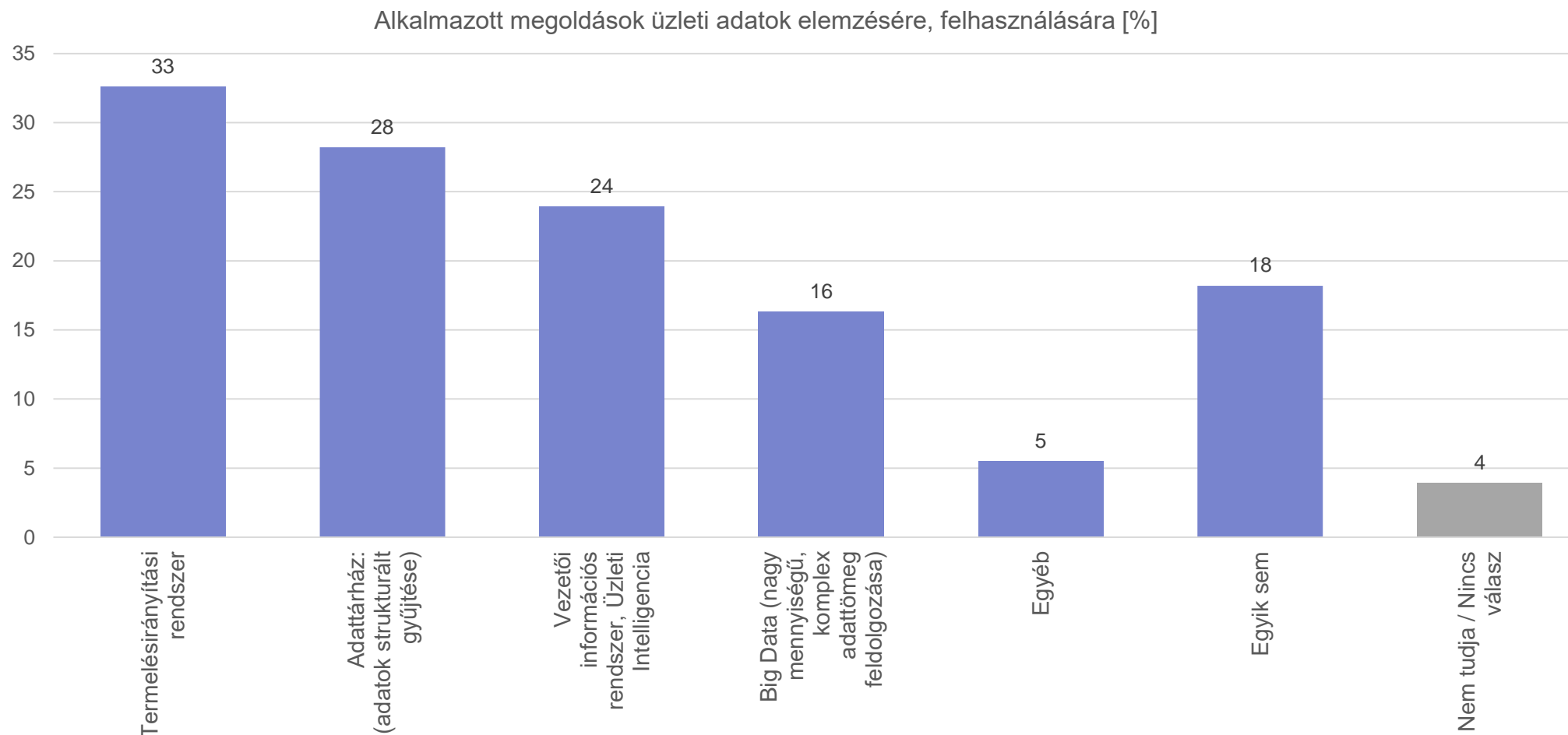
- Termelésirányítás, minőségbiztosítás [29%]
- Pénzügy, számvitel, kontrolling [29%]
- Logisztika [28%]
- Értékesítési folyamat, számlázás [25%]
- Anyaggazdálkodás-beszerzés, készletvezetés [21%]
- Értékesítés-automatizálás [14%]
- Vevői-szállítói törzsadatok nyilvántartása és kezelése [13%]
- Ügyfélkapcsolati rendszer [13%]
- Bérszámfejtés, munkaerő-gazdálkodás [12%]
- Projektek követése, projektmenedzsment [12%]

Bázis: IoT megoldást alkalmazó vállalatok

- Az IoT megoldások ismerete terén változatlanul éles a szakadék a nagyobb és a kisebb vállalatok között, de összességében bővültek az ismeretek.
- Saját bevallásuk szerint az 50 fő feletti cégek döntéshozóinak kétharmada már hallott az IoT-ről, az 50 fő alattiaknak viszont csak 44%-a. A teljes ismertség kevesebb mint 1 százalékponttal nőtt egy év alatt [47% → 48%].
- A mennyiség mellett a minőségben is látható a különbség: a nagyobb [főleg az 50 fő feletti] szervezetek telco / IT döntéshozóinak sokkal részletesebb, bővebb ismeretei vannak.
- Mindezzel együtt elmondható, hogy az IoT-val kapcsolatban van egy jelentős tanácstalanság mind szolgáltatói, mind felhasználói oldalon: bár mindenki tudja, hogy az IoT egyszer majd nagyon hasznos lesz, de jelenleg még nem világos, hogy pontosan milyen alkalmazási lehetőségek mentén, milyen kézzelfogható üzleti előnyöket lehet vele elérni az egyes iparágakban.
- Az IoT megoldásoknak egyelőre még nagyobb a füstje, mint a lángja: a vállalatok 87%-a [még] nem használja, és nem is tervezi bevezetni (vagy nem tudja, hogy bevezetné-e). A használat mértékét legerősebben a vállalatméret befolyásolja, de számít az árbevétel, a cég általános gazdasági helyzete és a külföldi tulajdonos jelenléte is. A használók aránya jelenleg mindössze 7%, de további 4% már tervezi a bevezetést.
- Az IoT használata jelentősen gyakoribb a nagyobb méretű [250 fő felett: 29%] cégek körében, mint a kisebbeknél. Ez jól mutatja, hogy elsősorban még mindig nagyvállalati termékről beszélhetünk. A kisebb cégeknél többnyire csak kivételes esetekben vannak meg azok a feltételek [mind informatikai, mind ügyviteli, mind pedig HR oldalon], amelyek lehetővé tennék az IoT eredményeinek olyan mértékű kiaknázását, ami kompenzálná a sokszor magas bekerülési költségeket.
- A legfontosabb felhasználási területek a logisztika, a termelésirányítás, az értékesítés, valamint a pénzügyi terület.



IoT megoldásokat a vállalatok mindössze 7%-a alkalmaz. Ennek egyik részterületét jelentő üzleti adatelemzési megoldások közül a legelterjedtebbek a termelésirányítási rendszer, az adattárház és a vezetői informatikai rendszer.



Bázis: IoT megoldást alkalmazó vállalatok

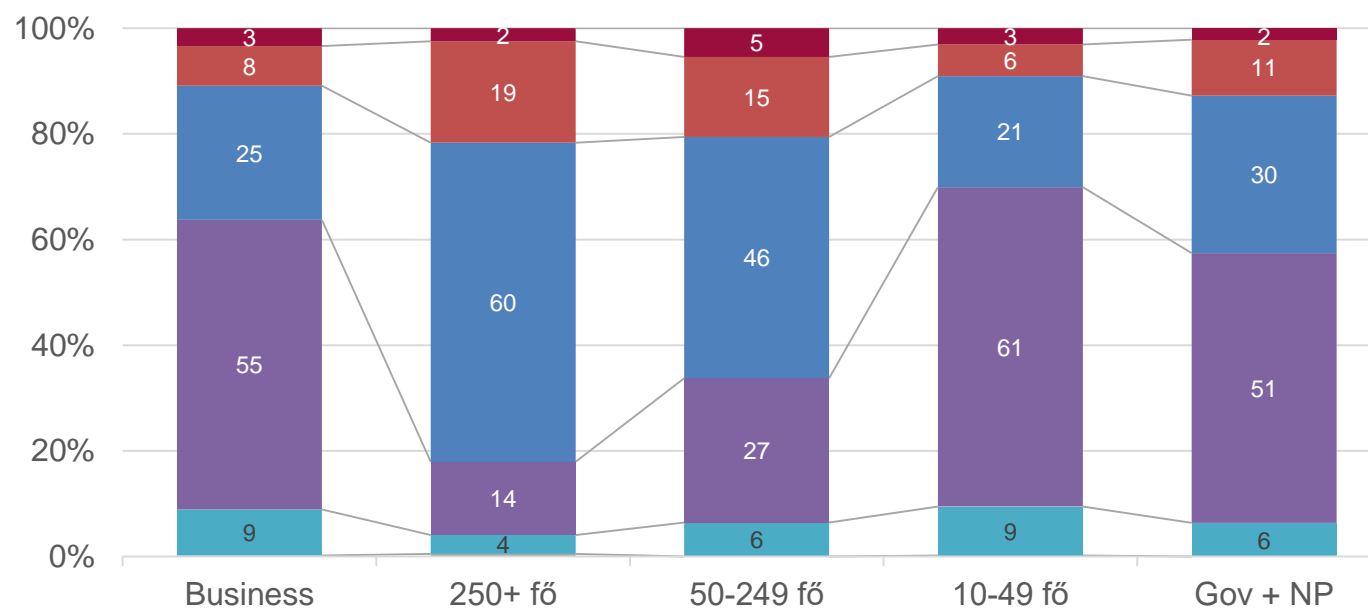


- Az üzleti adatok elemzése és felhasználása, az adatvagyon kiaknázása egyre inkább az üzleti döntéshozók érdeklődésének homlokterébe kerül.
- Ennek számos oka van: a vállalati adatvagyon megfelelő felhasználásával, növelhetők az eladások, biztosabban jelezhetők előre a vállalat profitabilitását érintő veszélyek [pl. ügyfelek lemorzsolódása], személyre / ügyféltypusra szabott, jobban az igényeikhez igazodó kiszolgálást kaphatnak az ügyfelek, naprakészen monitorozhatók a vállalati bevételek, a kapcsolódó költségszintek, és gyakorlatilag bármilyen egyéb kiemelt mutató. Ezek az üzleti előnyök minden vállalatot – de különösen a nagyobb méretű cégeket – nagyon erőteljesen ösztönöznék az adatvagyon professzionális felhasználására.
- Mindazonáltal IoT megoldásokat a vállalatok mindössze 7%-a alkalmaz. Ennek egyik részterületét jelentő üzleti adatelemzési megoldások közül a legelterjedtebbek a termelést elősegítő termelésirányítási rendszerek [33%], melyek mögött nem sokkal maradnak le az adattárházak [28%], valamint a vezetői információs rendszerek és üzleti intelligencia megoldások. Összességében ezek a megoldások még egyértelműen a korai felfutó fázisban vannak, de az is látszik, hogy azért egyre több cégben, és a napi működésbe egyre mélyebben integrált módon használják.



Bár a távmunka megítélése és médiareprezentációja nagy változáson ment keresztül, a valóságban változatlanul csak a cégek kisebb része tud élni vele, és csak a dolgozók kisebb részének biztosítják.

Az Önöknél dolgozók legalább egy részének van lehetősége távmunkára? [%]



- Igen, minden dolgozónak
- Igen, a dolgozók többségének
- Igen, a dolgozók egy kisebb részének
- Nem, és a munkakörök olyanok, hogy nem is lehetne bevezetni
- Nem, de a munkakörök olyanok, hogy be lehetne vezetni
- Nem tudja / nincs válasz

Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
 GOV+NP: állami és nonprofit intézmények

- Bár a távmunka megítélése és médiareprezentációja nagy változáson ment keresztül, a valóságban csak a cégek kisebb része tud élni vele, és csak a dolgozók kisebb részének biztosítják.
- A pandémia kapcsán számos ágazatban komolyan előtérbe került a távmunkára történő átállás, ez a gyakorlatban közel sem lehet univerzális, ráadásul egy enyhe visszarendeződés is megindult.
- Tavaly óta enyhén. kb. 2 százalékponttal csökkent azoknak a cégeknek az aránya, ahol engedik a távmunkát. Ez összhangban van azzal, hogy világszerte egyre inkább tendencia, hogy a cégek "bekeményítsenek" és próbálják legalább részben visszavinni a dolgozókat az irodákba. Ennek sok oka van, de a két legjellemzőbb a dolgozók feletti kontroll elvesztése miatti félelem, valamint hatékonyabb, közvetlenebb kommunikációra, csoportmunkára való törekvés. Egyre több helyen látják úgy, hogy bár a távmunkát rövid távon meg tudták oldani, hosszabb távon olyan negatív mellékhatások jelentkeztek, amelyek indokolják az irodai, vagy minimum a hibrid munkavégzést.
- A 10-49 fős cégekre különösen igaz, hogy a munkaköröket nem olyannak látják, amit távmunkába is át lehetne helyezni, de még a nagyobb cégeknél - ahol a távmunka kevésbé akadályozott – is csak a dolgozók egy kisebb része számára bevezethető.

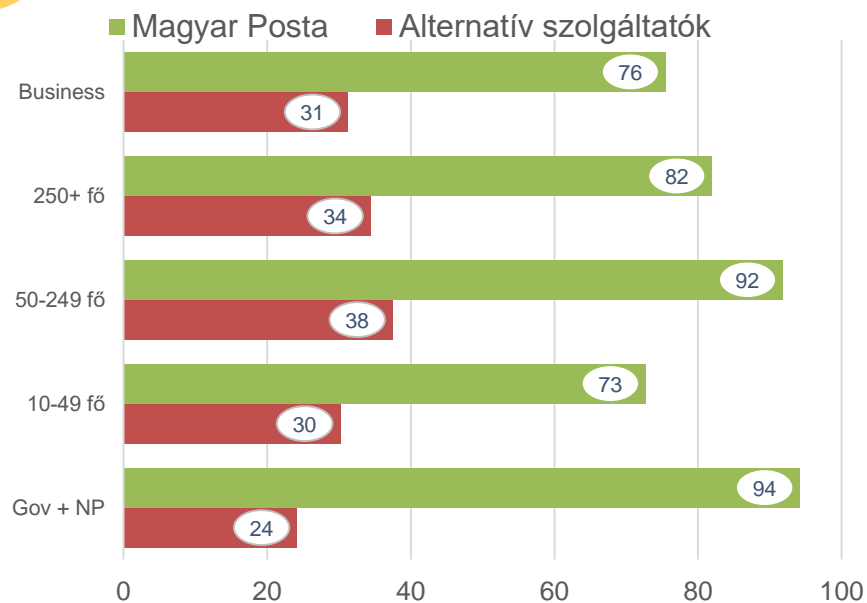
Postai kézbesítés



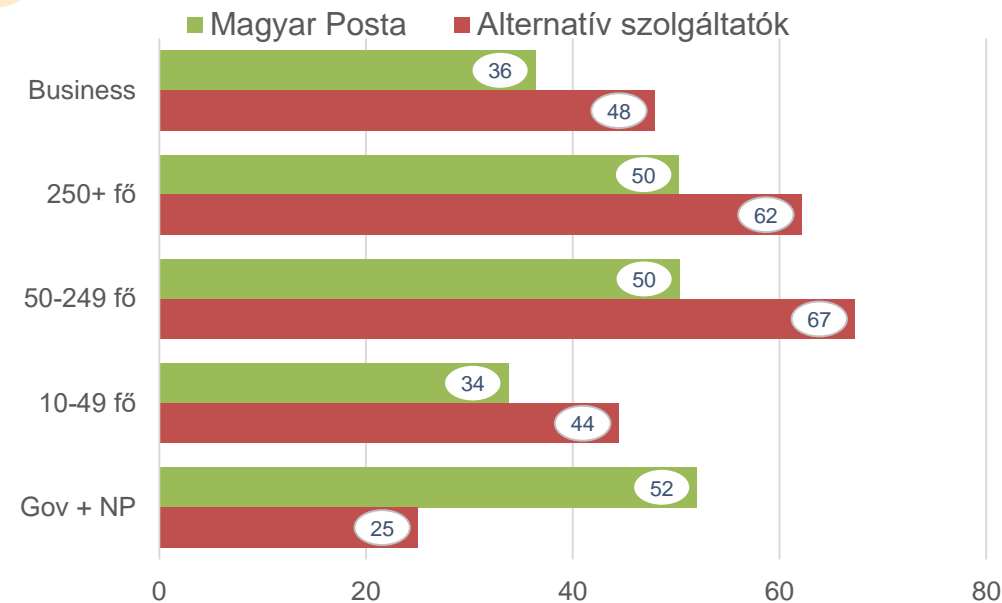
A vállalatok nagy többsége [76%] adott fel levelet az elmúlt évben a postán, csomagot viszont alig harmaduk [36%]. Az alternatív szolgáltatóknál fordított az arány: levelet 36%, csomagot viszont 48% adott fel a versenytársaknál.



Az elmúlt 1 évben adtak fel postán vagy más szolgáltatók útján olyan küldeményt, ami **belefér a postaládába?** [%]



Az elmúlt 1 évben adtak fel postán vagy más szolgáltatók útján olyan küldeményt, ami **NEM fér bele a postaládába?** [%]



Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
GOV+NP: állami és nonprofit intézmények

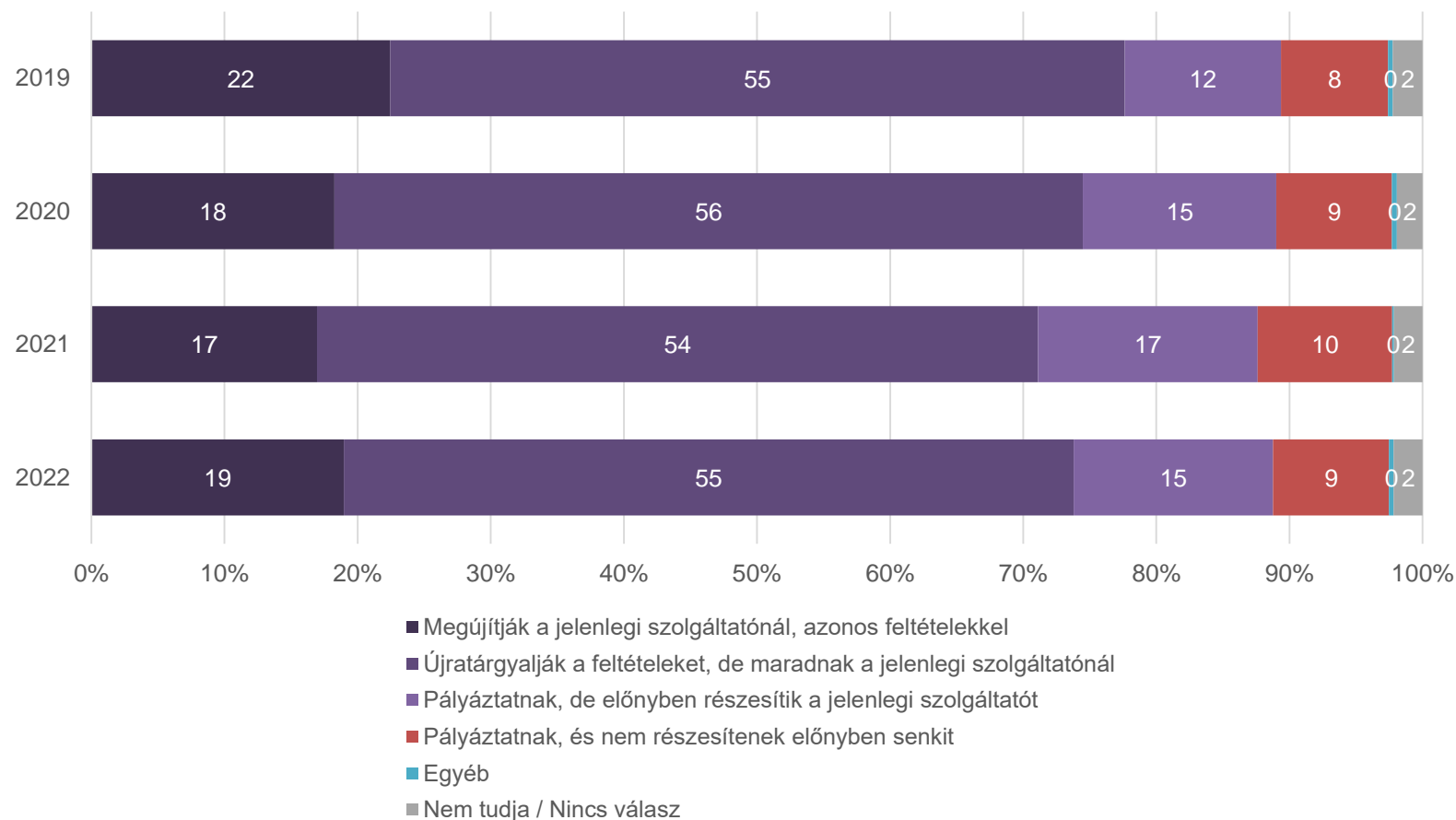
- A vállalatok nagy többsége [76%] adott fel levelet az elmúlt évben a postán, csomagot viszont csak kb. a harmaduk [36%].
- Az alternatív szolgáltatóknál ugyanezek az arányok 31%, illetve 48%.
- A levélfeladás gyakrabban történik a postán, a csomagpiacon viszont összességében már az alternatív szolgáltatókat bízzák meg többen.
- Penetrációs változások enyhe csökkenést mutatnak a postánál és az alternatív szolgáltatóknál is az üzleti szegmensekben, egyedül a kormányzati és nonprofit szférásban látunk növekedést.
- Elégedettségben minimális különbség van az alternatív szolgáltatók javára.

Szerződések, szolgáltatóváltás,
elégedettség



A hazai távközlési szerződések tipikus időtartama változatlanul 2 év [63%], de többnyire a lejáratkor sem történik szolgáltatóváltás.

Ha lejár a szerződésük, jellemzően mit tesznek? [%]



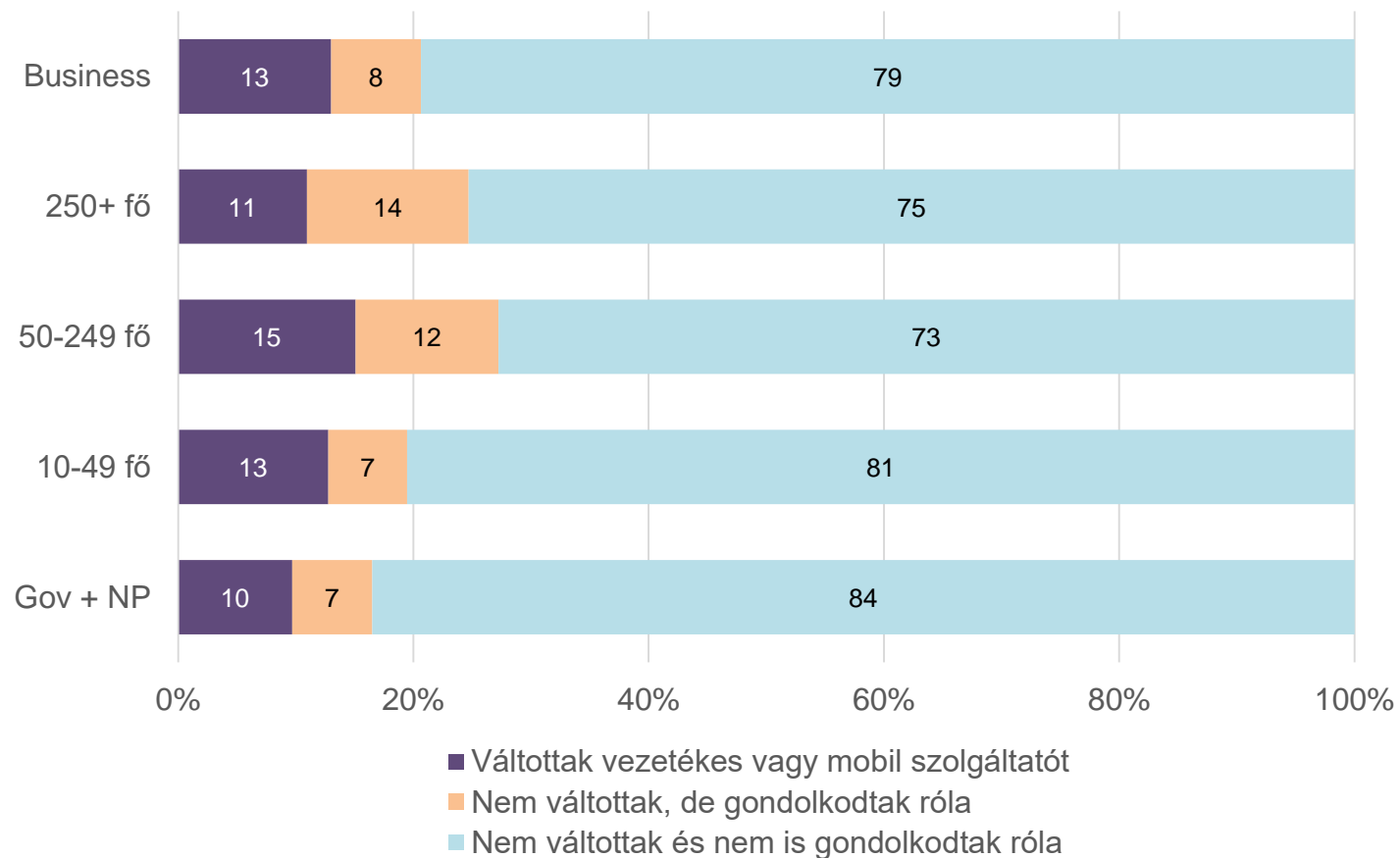


- A hazai távközlési szerződések tipikus időtartama változatlanul 2 év [63%], de többnyire a lejáratkor sem történik szolgáltatóváltás. A 2 éves időtartam alakulásában kulcsszerepet játszanak és játszottak a mobil távközlési szolgáltatásra vonatkozó szerződések, ahol hosszú ideig ez volt a tipikus hűségidő.
- Az üzleti életben a szerződés kifutása esetén sem jellemző a szolgáltató cseréje, mert egy ilyen lépésnek jelentős kockázata van. Már egy rosszul sikerült mobilszolgáltató-csere is – mint minden kellemetlen változás – érzékelhető szervezeti elégedetlenséget okozhat, míg pl. egy adatkommunikációs szolgáltató cseréje technológiai értelemben is jelentős kihívások elé állíthatja az IT-t.
- Emellett erősödik a távközlési szolgáltatások „commodity”-jellege is. Mivel reálértéken súlyuk egyre alacsonyabb a céges költségekben, könnyen kikerülnek a döntéshozói fókuszról.
- A vállalatok alig tizedrésze pályáztat részrehajlás nélkül egy lejáró távközlési szolgáltatásnál, [2021: 10%] de a nagyvállalatoknak már lényegesen nagyobb része, mintegy a 17%-uk jár el így.



A vállalatok mintegy 13%-a váltott helyhez kötött és / vagy mobilszolgáltatót az elmúlt 3 évben. További kb. 8%-uk gondolkozott rajta, de a váltás végül elmaradt. A szolgáltatóváltások valamivel ritkábbá váltak, mint egy évvel ezelőtt, mind a helyhez kötött internet, mind a mobiltelefon tekintetében.

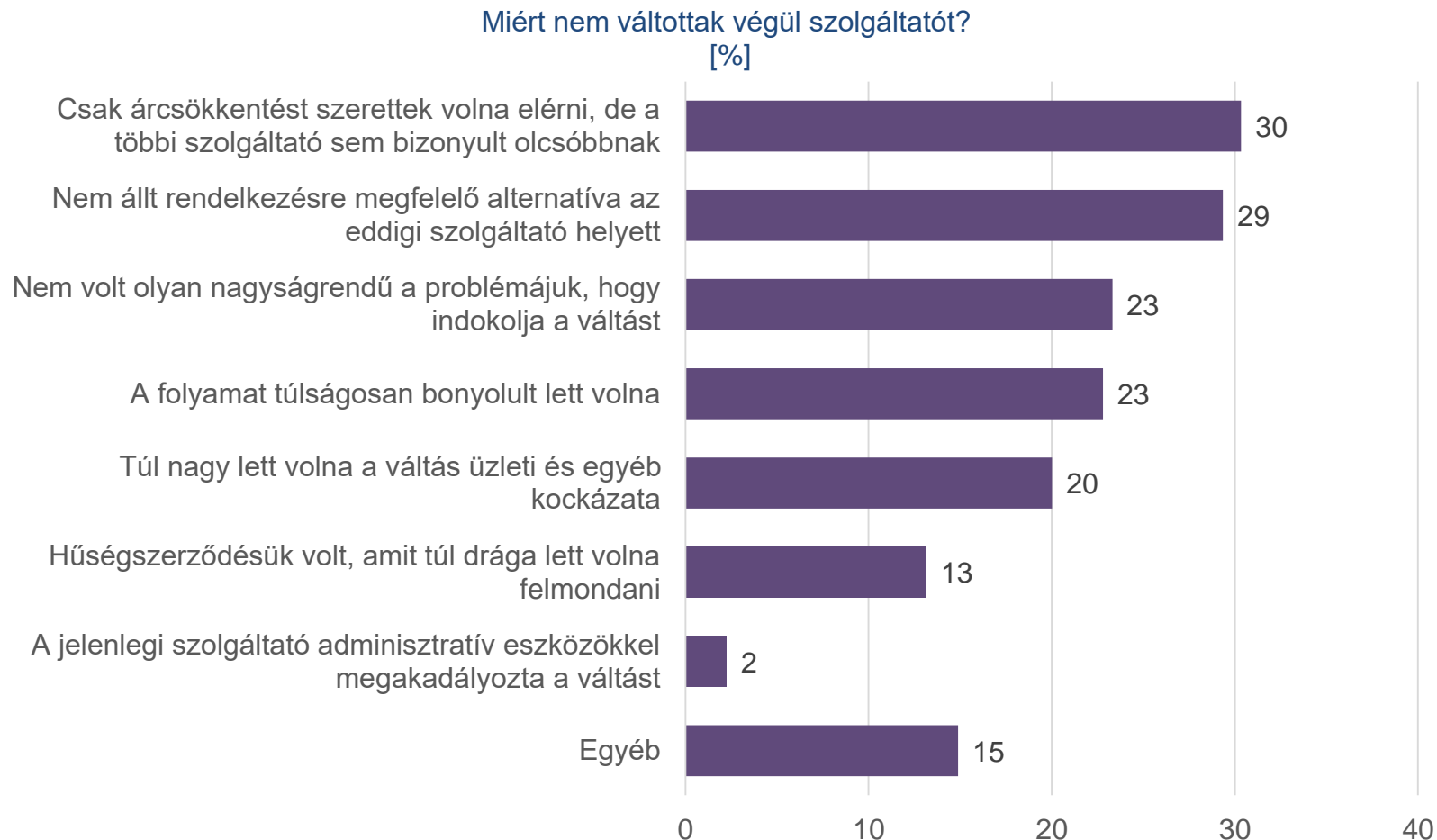
Szolgáltatóváltás az elmúlt 3 évben [%]



Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
 GOV+NP: állami és nonprofit intézmények



A váltásról a többség azért tett le, mert nem volt megfelelő, könnyen hozzáférhető alternatíva, vagy a váltási szándék eleve nem volt annyira komoly, és inkább csak árcsökkentést akartak a jelenlegi szolgáltatónál.



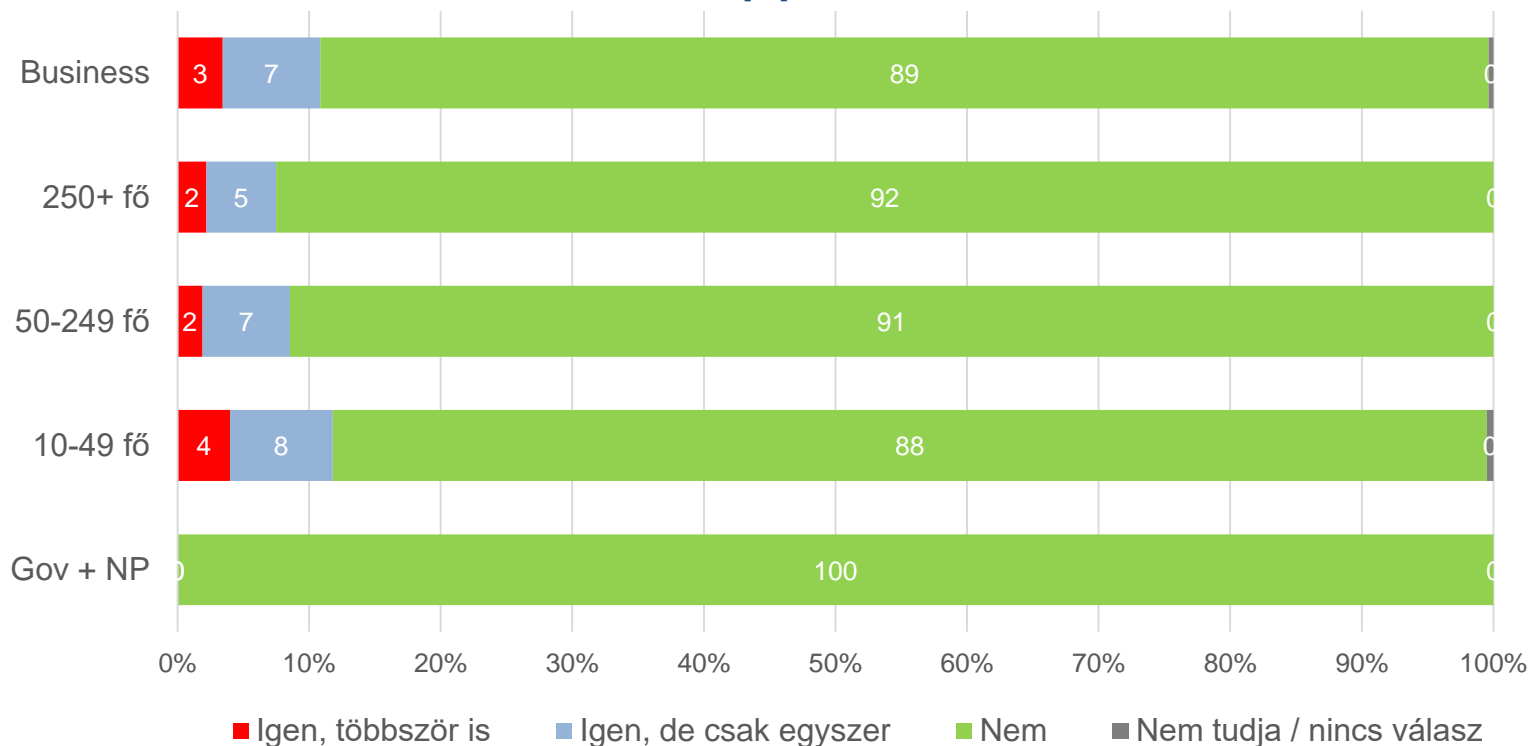
Bázis: Vállalatok, akik az elmúlt 3 évben szolgáltatóváltáson gondolkodtak, de végül letettek róla

- A vállalatok mintegy 13%-a váltott helyhez kötött és / vagy mobilszolgáltatót az elmúlt 3 évben. További kb. 8%-uk gondolkozott rajta, de a váltás végül elmaradt. A szolgáltatóváltások valamivel ritkábbá váltak, mint egy évvel ezelőtt, mind a helyhez kötött internet, mind a mobiltelefon tekintetében.
- A szolgáltatóváltás inkább jellemző a kis- és középvállalati szektor cégeire, mint a legnagyobbakra. Ennek fő oka, hogy a szektor cégei „mozgékonyabbak”, náluk egy szolgáltatóváltás csak ritkábban érint kritikus infrastruktúrákat.
- A tényleges váltást végül nem eredményező elgondolkodás viszont az 50 fő feletti cégekre jellemzőbb, mint a kisebbekre. Ennek fő oka, hogy középvállalati szinttől fölfelé már jellemzően tudatosabban kezelik a szolgáltatóváltás témakörét: sokan időről időre megvizsgálják a lehetőséget, esetleg ajánlatokat is bekérnek több szolgáltatótól, majd döntenek.
- A döntésnél viszont már sokszor előfordul, hogy hiába a több ajánlat, végül mégis a jelenlegi szolgáltató mellett maradnak. Ennek okrendszere nagyon szerteágazó lehet, tipikusan keverednek benne a praktikus [pl. a váltás tranzakciós költségei] és az érzelmi [már mindenki megszokta, megszerette a mostani szolgáltatót, kapcsolattartót] megfontolások.
- A váltásról a többség azért tett le, mert nem volt megfelelő, könnyen hozzáférhető alternatíva. Más esetekben a váltási szándék eleve nem volt annyira komoly.
- Annak, hogy egy cég nem vált szolgáltatót, számos oka lehet, de ezek közül a leggyakrabban a kényelmi jellegűek: nincs alternatíva, nem nagy a probléma, bonyolult lenne lépni, nagyok az üzleti, technikai és egyéb kapcsolódó kockázatok.
- Az is kifejezetten gyakori viszont, hogy csak azért néz egy cég új szolgáltató után, mert árazási problémája van a jelenlegivel. Amint kiderül, hogy a többi szolgáltató sem olcsóbb, ezek jellemzően visszakoznak. Az is előfordul, hogy taktikai húzásként bekérnek ajánlatot több szolgáltatótól, de azt csak az áralkuhoz használják fel fenyegetésként, komolyan nem fontolják meg a váltást.



A mobilinternet kimaradásai a megkérdezettek mindössze tizedrészét érintették.

Előfordult a mobilinternet-szolgáltatásban legalább félnapos kimaradás az elmúlt évben?
[%]



Bázis: Közvetlen large screen mobilinternet-előfizetéssel rendelkező vállalatok

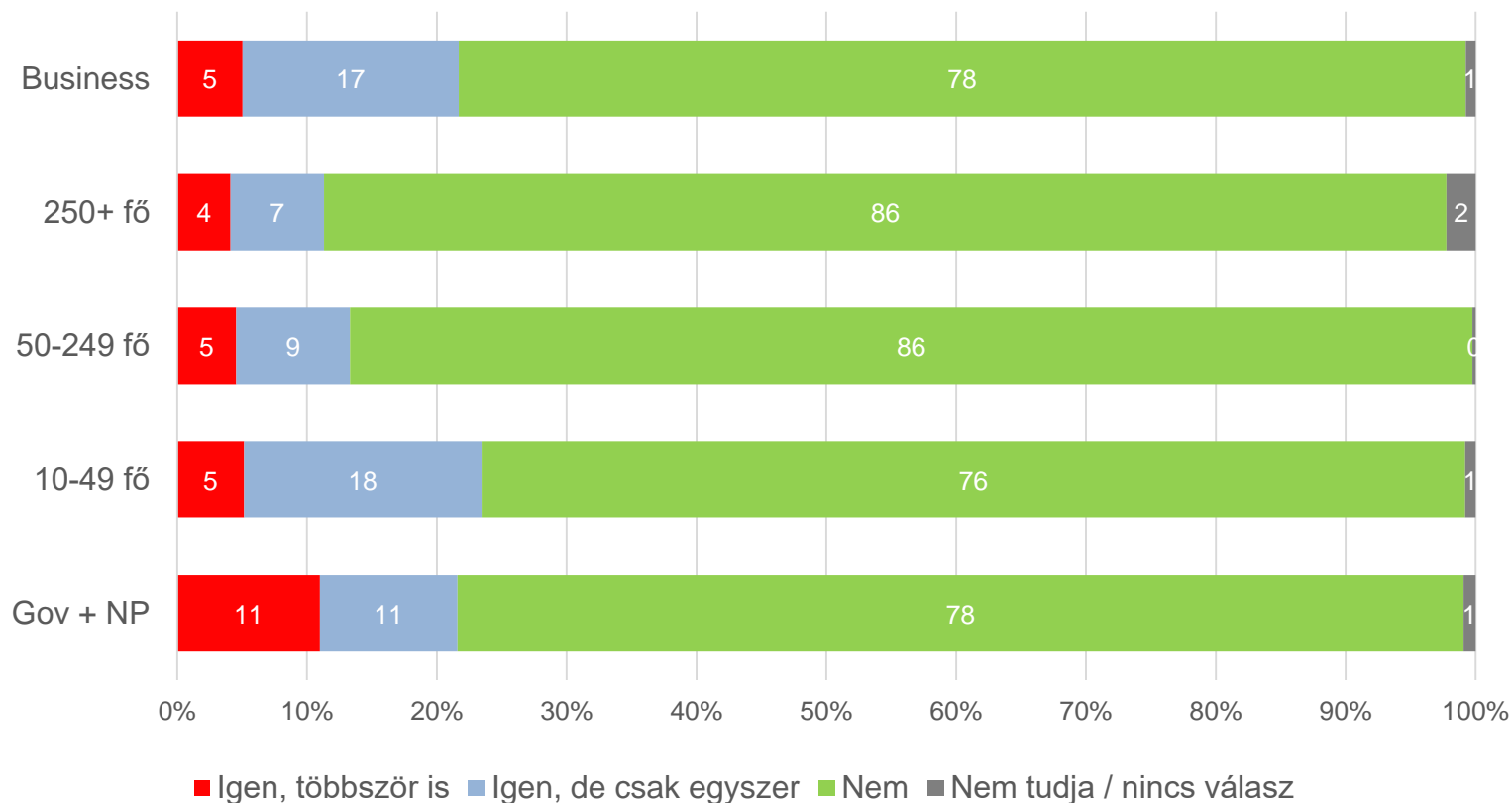
** Az alacsony elemszámok miatt az eredmények fokozott óvatossággal értelmezendők!*

Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
GOV+NP: állami és nonprofit intézmények



A helyhez kötött internet kimaradásainak gyakorisága nagyobb, mint a mobilinterneté és a kisebb cégeket érinti erőteljesebben.

Előfordult a helyhez kötött internet szolgáltatásban legalább félnapos kimaradás az elmúlt évben?
[%]



Bázis: Közvetlen helyhez kötött internet-előfizetéssel rendelkező vállalatok

Business: működő vállalkozások 10+ alkalmazottal
GOV+NP: állami és nonprofit intézmények

- A mobilinternet kimaradásai a megkérdezettek kb. 10%-át érintették. Ez az előző évhez képest [2021: 28%] jelentős mértékű csökkenést jelent.
- A kisebb vállalatoknál gyakrabban fordul elő a mobilinternet-szolgáltatás kimaradása, mint a nagyobbaknál, legalábbis a felhasználók percepciója szerint.
- Ez részben annak köszönhető, hogy a kisebb vállalatok működése sokszor erőteljesebben épül a mobil technológiákra, jobban megérik a kiesését. Emiatt, bár nyilván minden vállalat ugyanazt a mobilhálózatot használja, a kisebb cégek inkább számolnak be hálózati kimaradásról.
- Hasonlóan számít az is, hogy a kisebb cégeknél gyakran személyesen az ügyvezető a döntéshozó, aki más attitűdökkel viszonyul egy kieső szolgáltatáshoz, mint egy IT-szakember.

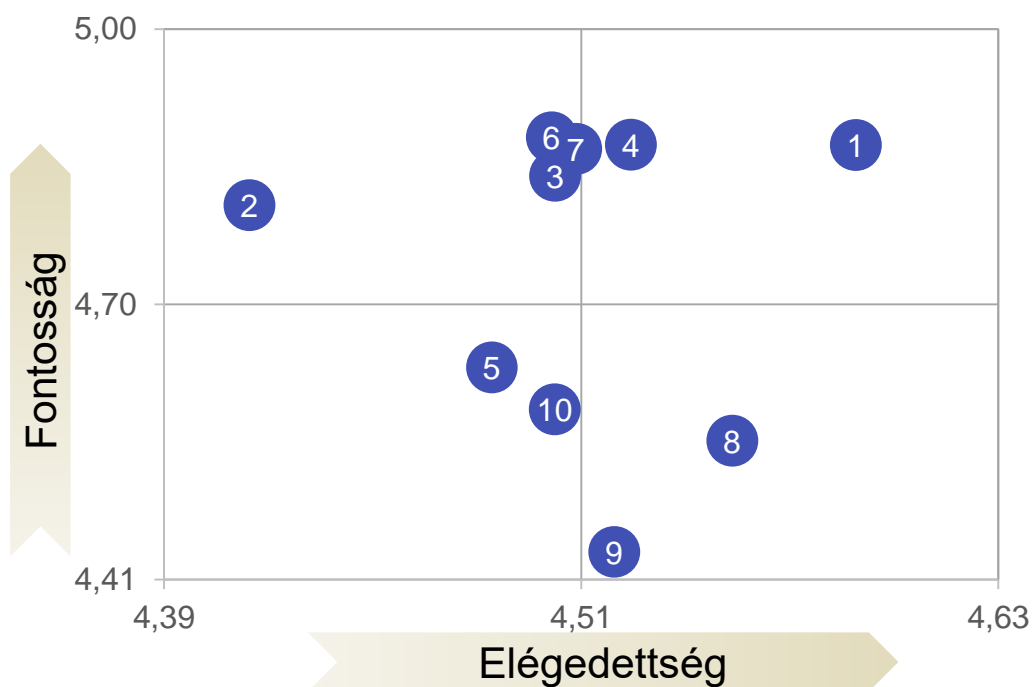
- A helyhez kötött internet kimaradásainak gyakorisága az előző évben magasabb volt a mobilinternethez képest, önmagához (2021: 28%, 2022: 22%) képest viszont ez is csökkent.
- Hasonlóság a mobilnettel, hogy ennek kimaradása szintén a kisebb cégeket érinti erőteljesebben.
- Ez részben annak köszönhető, hogy a nagyobb vállalatok stabilabb, drágább technológiákat is igénybe tudnak venni [pl. bérelt vonali internet], amihez komoly minőségi garanciák járnak [SLA], részben pedig annak, hogy ők jobban tudják diverzifikálni, redundánssá tenni meglévő kapcsolataikat, amivel elkerülhetők a nagyobb kimaradások.
- Mindemellett itt is megfigyelhetők ugyanazok a percepciók eltérések, mint a mobilszolgáltatásoknál.



RS

A helyhez kötött internet kapcsán a legnagyobb fogyasztói problémát a még mindig a magasnak percepcionált havidíjak jelentik.

Helyhez kötött internet fontossága és a hozzá kapcsolódó elégedettség (1-5 skála átlaga)



1	A szolgáltatás elérhetősége, rendelkezésre állása
2	Havi előfizetési díj
3	Sebesség, sávszélesség
4	Stabil, megbízható szolgáltató
5	Különböző sávszélességet kínáló díjcsomagok választéka
6	Internetszolgáltatás hibamentes működése
7	Hibaelhárítás, igény illetve reklamáció kezelésének gyorsasága és hatékonysága
8	Az internet-szolgáltatónál elérhető egyéb szolgáltatások
9	Az internet-szolgáltatónál elérhető tartalom-szolgáltatások köre
10	Hűségidő hossza

Bázis: közvetlen helyhez kötött internet-előfizetéssel rendelkező vállalatok

- A helyhez kötött internet kapcsán a legnagyobb problémát a még mindig a magasnak percepcionált havidíjak jelentik, a legfontosabb viszont a szolgáltatás rendelkezésre állása, a stabilitás, a hibamentes működés és a hibaelhárítás.
- A tavaly elvégzett faktor- és regresszióelemzés szerint az elégedettségi tényezők közül a minőségi- és árjellemzők képeznek egy fontos faktort, míg a hibaelhárítás, a kiegészítő szolgáltatások és a díjcsomagválaszték egy másikat.
- Az összelégedettség mindkét faktortól függ, megközelítőleg hasonlóan erőteljes mértékben.

Digitális transzformáció



Öt különböző digitális fejlettségű szervezettípus különíthető el: kettőben maximum alapszintű digitalizáció van, két másikban jelentős fokú a digitalizáció, de csak egy bizonyos, fókuszált irányban. És van egy olyan szegmens, ahol a digitális transzformáció általánosan, minden tekintetben jelentős mértékű.

Elmaradottak

15%

PC penetráció 91%

E-mail használat 50%

Int. telefon és videóhívás 17%

Távmunka 5%

Honlap 6%

Online üzletmenet

13%

Online ügyintézés 91%

Online banki tranzakciók 99%

Mobil VoIP 6%

Honlap 77%

Felhőszolgáltatás 28%

Online kommunikáció

24%

PC penetráció 95%

Távmunka 33%

Mobil VoIP 100%

Honlap 49%

Felhőszolgáltatás 8%

Alapszint

29%

PC penetráció 95%

E-mail használat 99%

Mobil VoIP 0%

Távmunka 20%

Int. telefon és videóhívás 38%

Digitalizált

19%

Webáruház 37%

Távmunka 80%

Mobil VoIP 96%

Honlap 75%

Felhőszolgáltatás 64%

Mobil VoIP: online cset, hang vagy videóhívás mobilon



	Business	Elmaradottak 15%	Alapszint 29%	Online üzletmenet 13%	Online kommunikáció 24%	Digitalizált 19%
PC penetráció	96 ●●●●●	91 ●●●●●	95 ●●●●●	99 ●●●●●	99 ●●●●●	98 ●●●●●
E-mail használat	91 ●●●●●	50 ●●●●○	99 ●●●●●	99 ●●●●●	99 ●●●●●	98 ●●●●●
Online ügyintézés	77 ●●●●○	6 ○○○○○	93 ●●●●●	91 ●●●●●	82 ●●●●●	93 ●●●●●
Online bankolás	75 ●●●●○	4 ○○○○○	84 ●●●●●	93 ●●●●●	83 ●●●●●	94 ●●●●●
Honlap	51 ●●●●○	7 ○○○○○	48 ●●○○○	77 ●●●●○	49 ●●○○○	74 ●●●●○
Mobil VoIP	46 ●●○○○	16 ●○○○○	0 ○○○○○	6 ○○○○○	100 ●●●●●	96 ●●●●●
Távmunka	36 ●●○○○	5 ○○○○○	20 ●○○○○	48 ●●○○○	33 ●○○○○	80 ●●●●●
Felhőszolgáltatás	19 ●○○○○	5 ○○○○○	2 ○○○○○	28 ●●○○○	8 ○○○○○	64 ●●●●○
Webáruház	17 ●○○○○	4 ○○○○○	12 ●○○○○	14 ●○○○○	15 ●○○○○	37 ●●○○○
50 fő feletti vállalat	16 ●○○○○	8 ○○○○○	12 ●○○○○	23 ●○○○○	13 ●○○○○	25 ●●○○○

Mobil VoIP: online cset, hang vagy videóhívás mobilon

- A hazai 10 fő feletti vállalatok általános digitalizációs szintje bár fejlődik, de az esetek többségében még mindig megáll egy nem túlságosan magas szinten. Teljesen általánosnak még ebben e körben is csak a PC és az email használata számít. Az online ügyintézés és a banki műveletek online kezelése szintén gyakori, de honlapja már csak a vállalatok felének van.
- A telekommunikáció és IT online, munkacélú használata (mobil VoIP, távmunka) már mindössze a cégek felére-harmadára jellemző, a felhőszolgáltatások és a webáruházak elterjedtsége pedig 20% alatt van.
- A fenti általános képpel összhangban az alapsokaságban öt különböző digitális fejlettségű szervezettípus különíthető el: kettőben maximum alapszintű digitalizáció van, két másikban jelentős fokú a digitalizáció, de csak egy bizonyos, fókuszált irányban. És van egy olyan szegmens, ahol a digitális transzformáció általánosan, minden tekintetben jelentős mértékű.
- Az Elmaradottak [15%] esetében mindössze a PC penetráció általános, még az e-mail használat is csak felükre jellemző. Egyéb területeken a digitalizáció mértéke minimális, a lemaradás az összes többi szegmenshez képest jelentős.
- Az Alapszint [29%] ma Magyarországon nagyjából azt jelenti, hogy van PC, e-mail-használat, online ügyintézés és online bankolás. Ezek azok, amik itt és a további szinteken már mindenhol megtalálhatóak, standardnak tekinthetők. Emellett nem ritka a honlapok jelenléte sem.
- Az Online üzletmenet [13%] szegmensben az előzőekhez képest intenzívebben vannak jelen a honlapok, a távmunka és a felhőszolgáltatások is, tehát ők elsődlegesen a vállalati üzletmenetet támogatják meg a digitális transzformáció eszközrendszerével. A kommunikációt viszont kevésbé rendezik át, a mobil VoIP penetráció minimális.
- Az Online kommunikáció [24%] szegmensben épp ellenkező a helyzet, itt az internetalapú kommunikáció [pl. mobil VoIP] már alapvető része a mindennapoknak, de az üzletmenet magasfokú, az alapszintet érdemben meghaladó digitális transzformáltsága nem jellemző.
- Legvégül a Digitalizált [19%] szegmensbe a vállalatok mintegy ötödrésze tartozik. Csak róluk mondható el, hogy mind a kommunikációjuk, mind az üzletmenetük olyan mértékű digitális transzformáción esett át, amely alkalmassá teszi őket az üzleti élet digitális aspektusaiban történő versenyre, az abban való megfelelő helytállásra.