



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében 2017

Piackutatás az NMHH részére
Ariosz Kft.

Készült a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából

Kutatóműhely: Ariosz Kft.

Az adatfelvétel időpontja: 2017.10.03 – 2017.10.31.

Módszer: Személyes megkérdezés standard kérdőívvel

Mintanagyság: 2019 háztartás, illetve személy

Az interjúk átlagos időtartama: 48 perc

Jelölések:
háztartásokra
vonatkozó adat



személyekre
vonatkozó adat



Súlyozás:

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

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

Alkalmazott eljárás: RIM weighting (több szempontú iterációs faktorsúlyozás). A súlyozáshoz a 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 mobil szolgáltatás igénybevétele ugyanannál a szolgáltatónál közös számlával
MBB	mobilinternet-kapcsolat (mobile broadband), beleértve a „Large Screen” és a „Small Screen” használatát is
PSTN	hagyományos rézérpáras hálózatokon nyújtott (analóg vagy ISDN) telefonszolgáltatás
kábeltelefon	kábeltelevíziós hálózatokon nyújtott telefonszolgáltatás
VoIP	IP-alapú (pl.: xDSL, optikai) vezetékes hálózatokon nyújtott telefonszolgáltatás
NT/NV	nem tudja, nem válaszol
n	mintabeli létszám (súlyozás nélkül)
N	becsült létszám az alapsokaságban
HT	háztartás
MJV	megyei jogú város
14+ éves	14 éves és idősebb
Σ	összesen

Személyek (14+)



Háztartások

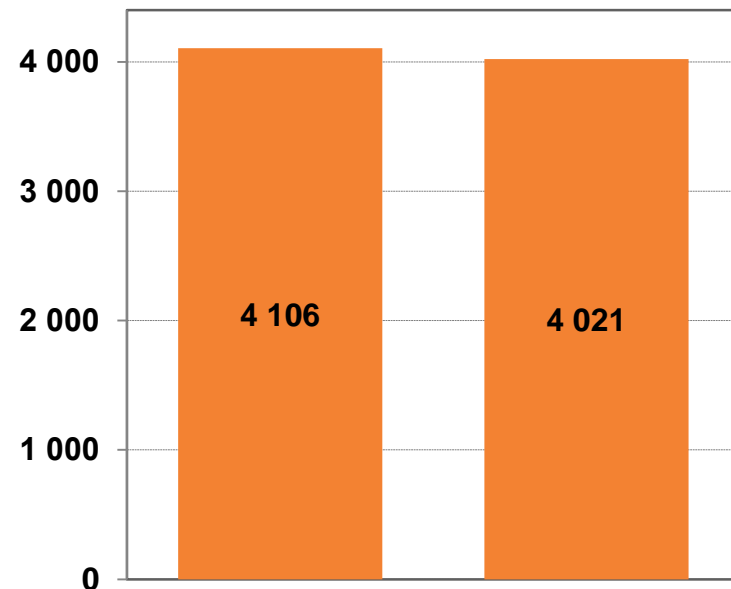
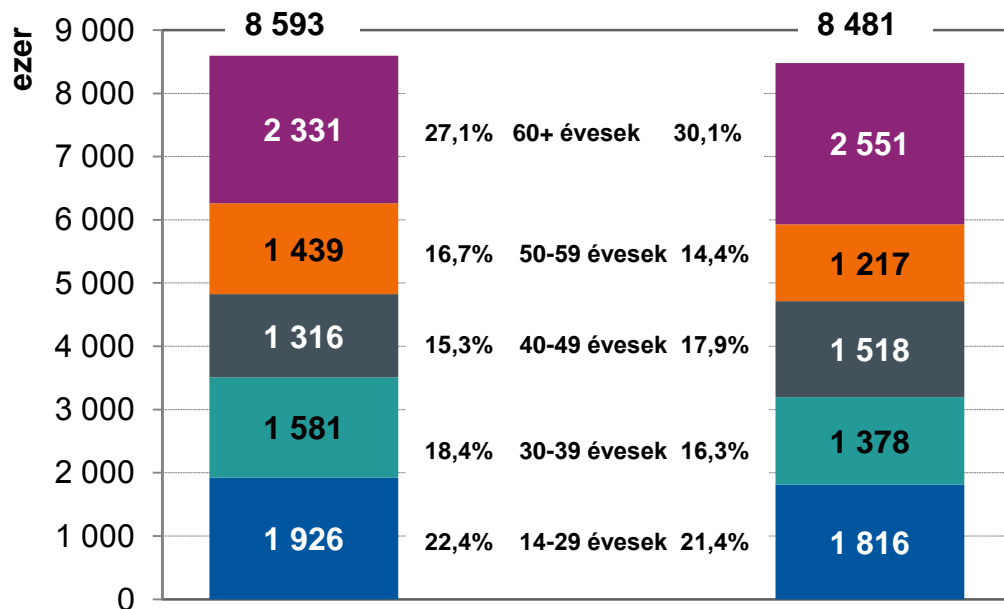


A kutatás éve: **2016**
A súlyozás bázisa: 2011-es
népszámlálás

2017
2016-os
mikrocenzus

2016
2011-es
népszámlálás

2017
2016-os
mikrocenzus



A korösszetétel változásából adódóan elvileg előfordulhat olyan eset, hogy minden korcsoportban növekedést mérünk, a főátlag mégis csökken.

Elvileg előfordulhat olyan eset, hogy százalékosan növekedést mérünk tavalyhoz képest, ami viszont abszolút számban csökkenésként jelenik meg.



NMHH

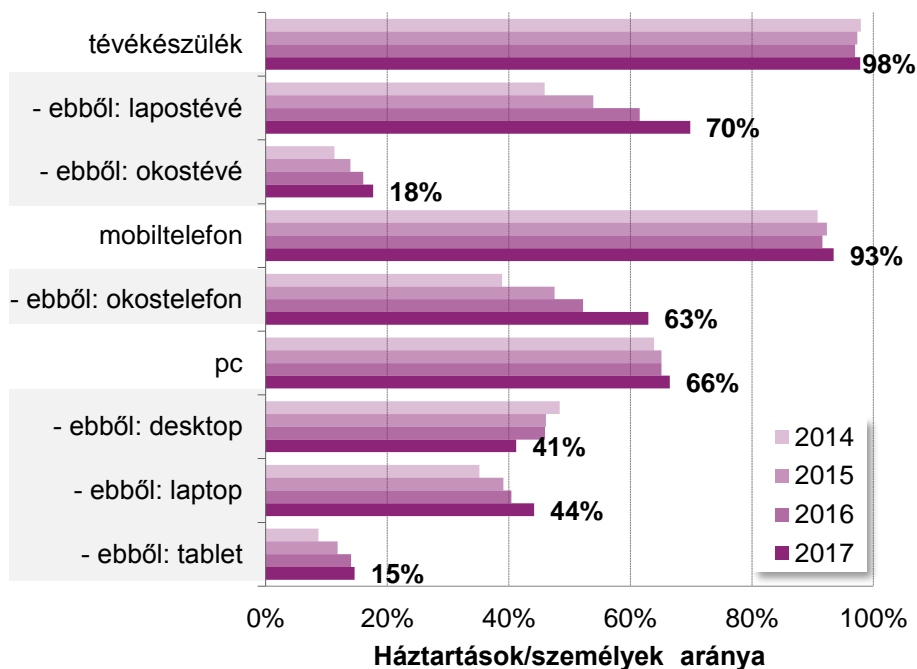
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

ÁTTEKINTÉS

Dinamikusan bővül az okostelefon-használók száma: a lakosság közel kétharmada használ már okostelefont. A válaszadók 19%-a tervez 1 éven belül újabb mobilt vásárolni, és az új készülékek is jellemzően „okosak” lesznek.

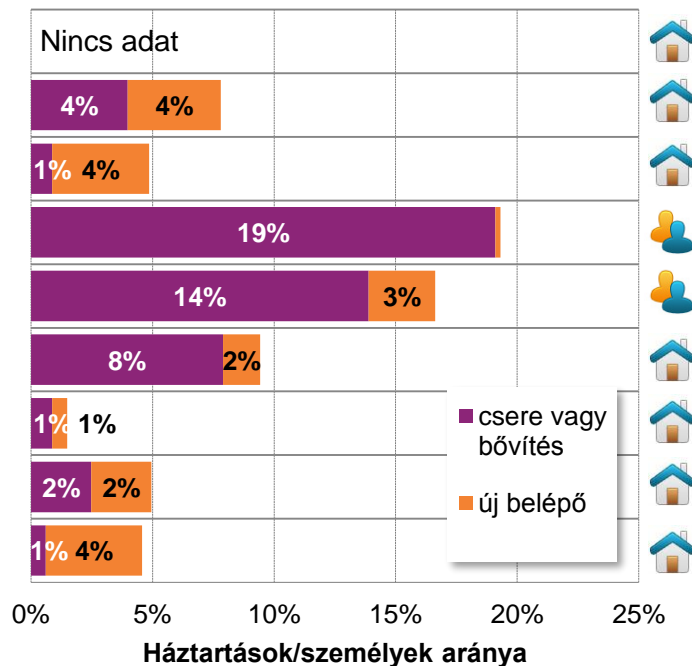
2017-ben a laptopok elterjedtsége már elérte az asztali gépekét. A jövőben várhatóan nőni fog a különbség a laptopok javára. Tablet jelenleg a háztartások 15%-ában található, és ez a szám a tervek alapján jövőre újabb 4 százalékponttal növekedhet.

Ellátottság



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy (N=4,02 millió HT, illetve 8,48 millió fő, n=2019)

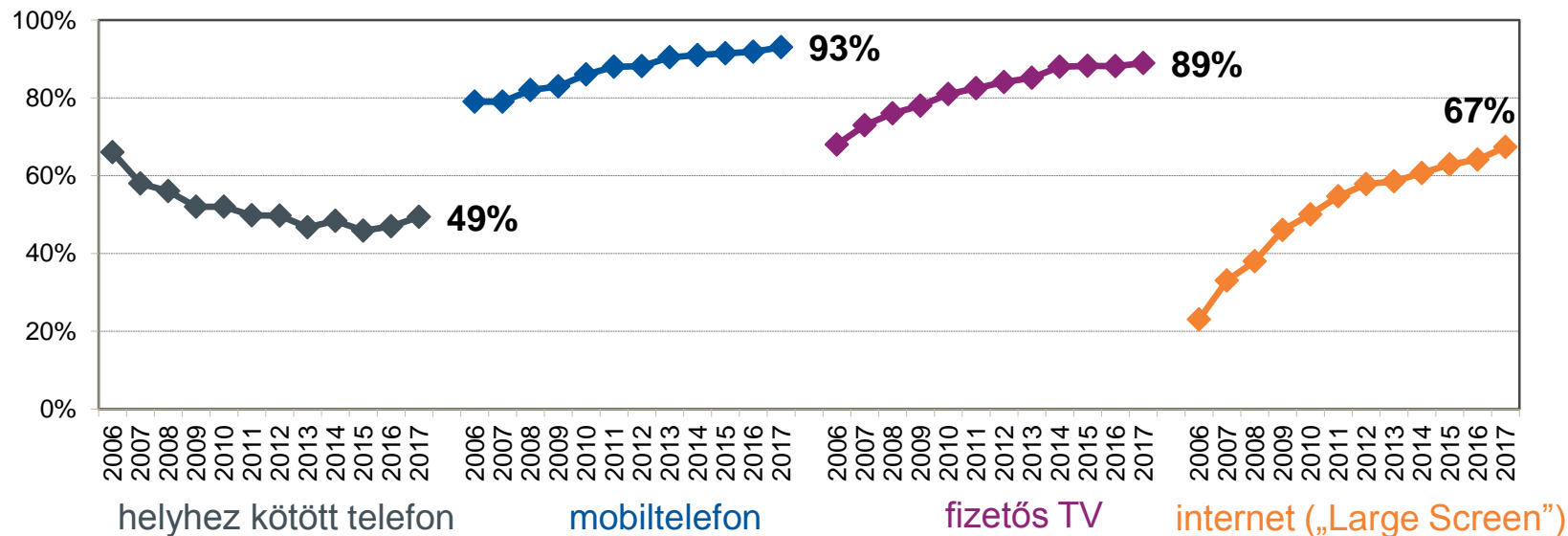
Vásárlási szándékok



Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy (N=4,02 millió HT, illetve 8,48 millió fő, n=2019)



A háztartások fizetős tévés és mobiltelefonos ellátottságának emelkedése gyakorlatilag befejeződött. A vezetékestelefon-előfizetések számának csökkenése is megállt néhány éve. A „Large Screen” internettel rendelkező háztartások aránya 2016-hoz képest statisztikai értelemben nem változott.



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)

háztartások száma millióban	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
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
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
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
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



A háztartások 20%-ában csak egyféle helyhez kötött szolgáltatásra fizetnek elő, ebből leggyakoribb a csak tévére előfizetés (15%). A két helyhez kötött szolgáltatást használók aránya 38%. A háztartások bő egyharmada (37%) rendelkezik mindhárom szolgáltatással – 2 év alatt ez utóbbi csoport nőtt érdemi mértékben.

2015

Helyhez kötött telefon
összesen:

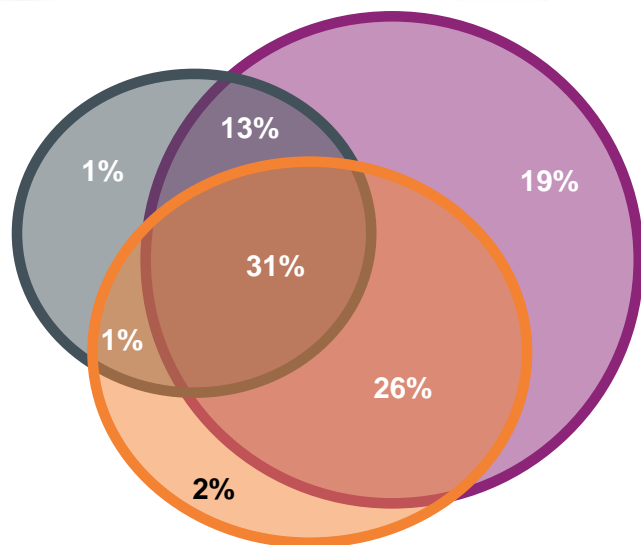


46%

Fizetős TV
összesen:



88%



Internet („Large Screen”)
összesen:



63%

2017

Helyhez kötött telefon
összesen:

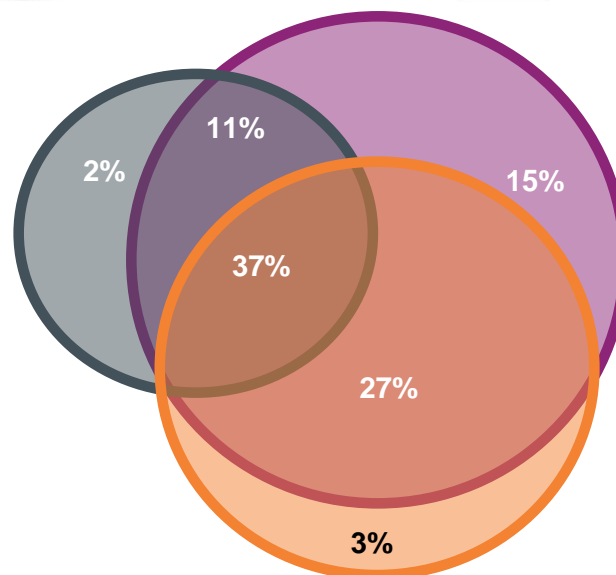


49%

Fizetős TV
összesen:



89%



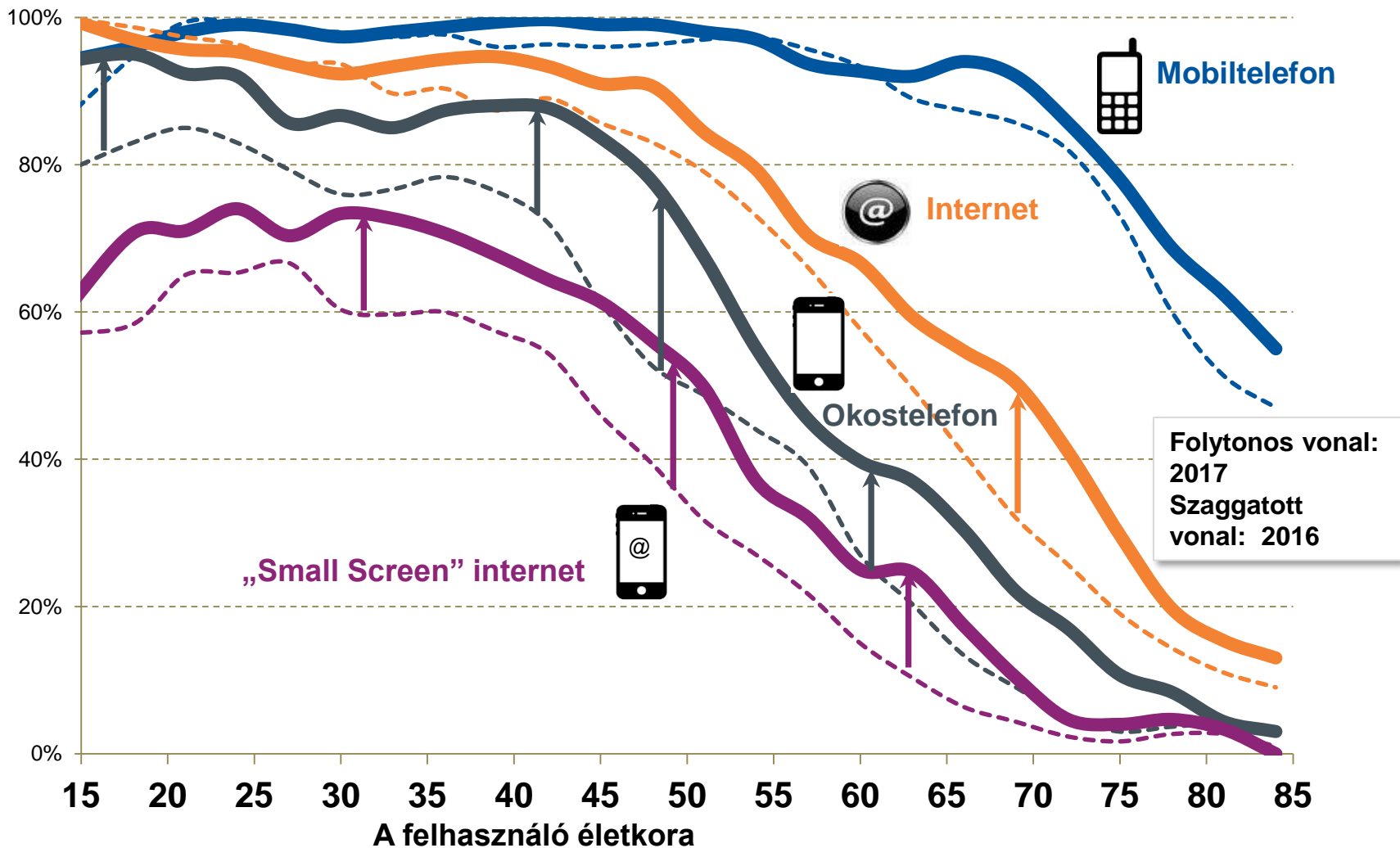
Internet („Large Screen”)
összesen:



67%



A digitális világhoz való hozzáférés főbb eszközeinek – az internet, az okostelefon és a kisképernyős internet – használata fokozatosan zárkózik fel arra a szintre, ahova a mobiltelefon már elért.

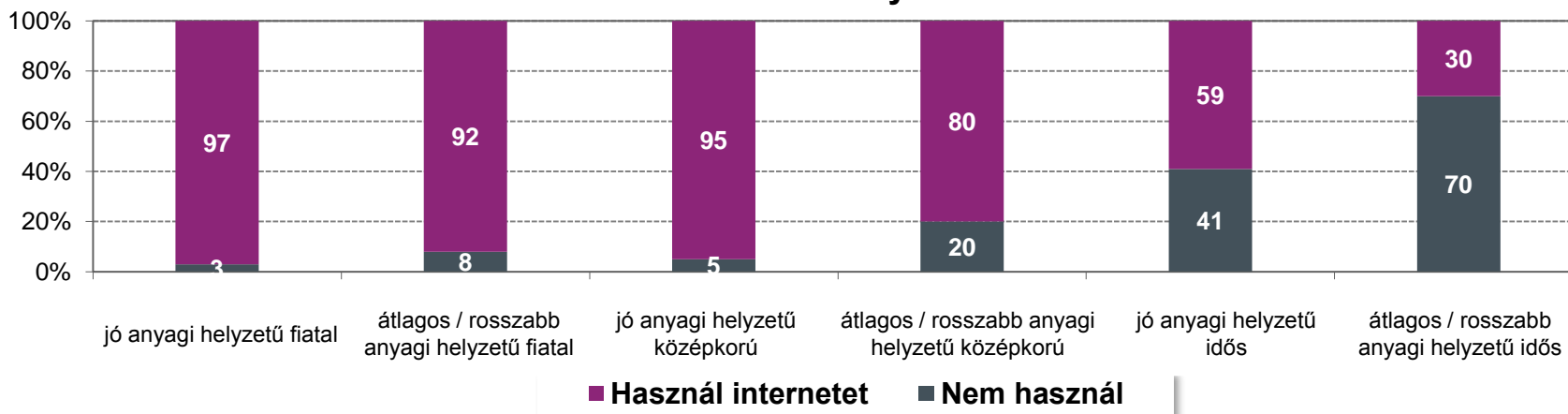


Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2019)



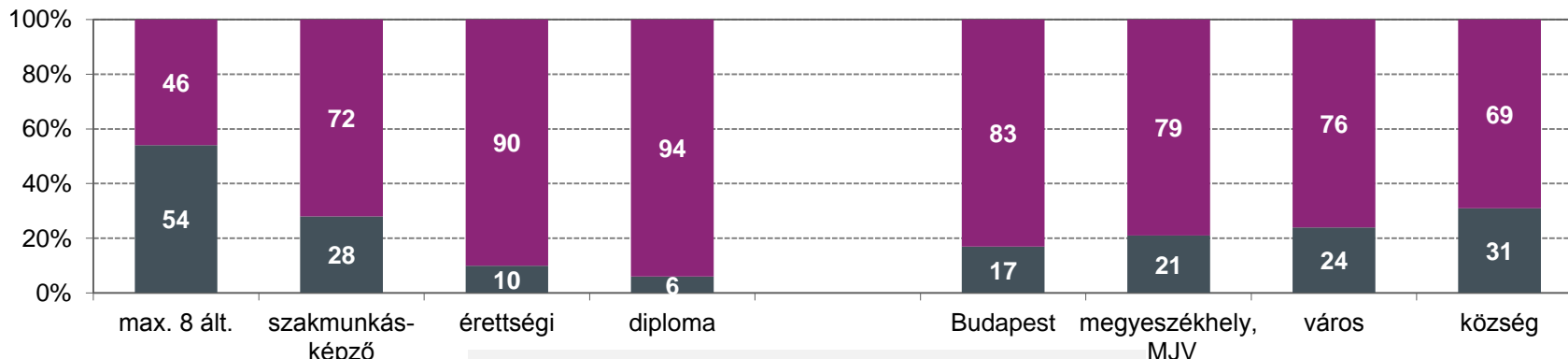
A 14 éven felüli lakosság 24 százaléka nem használ internetet. A kimaradók aránya az átlagos vagy annál rosszabb anyagi helyzetű idősök körében a legnagyobb (66%), a fiatalok, valamint a jó anyagi helyzetű középkorúak körében viszont 10% alatti. Az iskolai végzettség is erősen összefügg az internethasználattal, viszont a településtípus hatása már csekélyebb.

A válaszadó élethelyzete szerint



Iskolai végzettség szerint

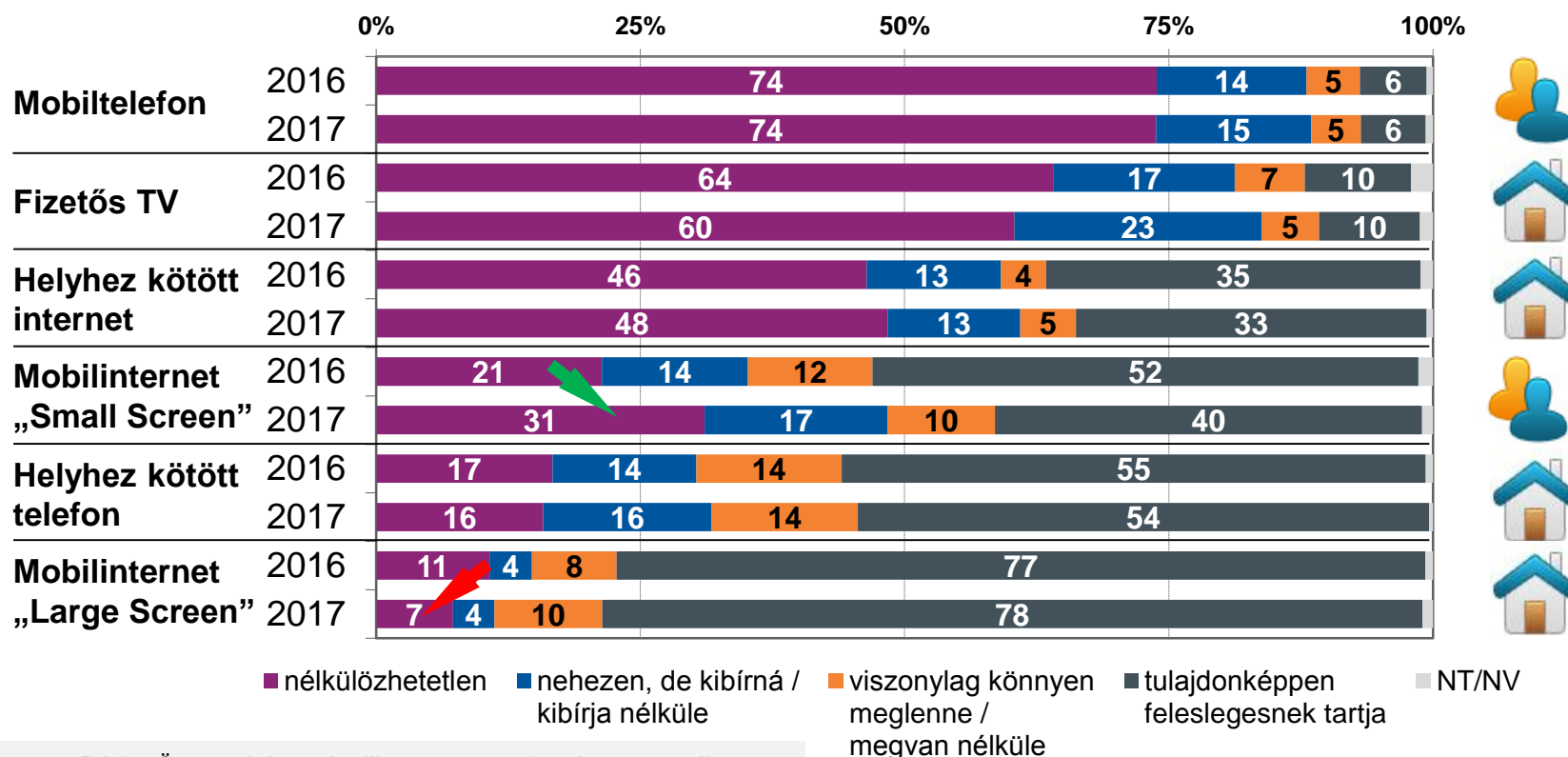
Településtípus szerint



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)

A lakosság továbbra is a mobiltelefont tartja a legfontosabb távközlési szolgáltatásnak – 74% azok aránya, akik nélkülözhetetlennek tartják, további 15% csak nehezen lenne meg nélküle. Jelentősen nőtt a fontossága tavaly óta a „Small Screen” mobilinternetnek, a lakosság egyharmada immár nélkülözhetetlennek tartja.

A „Small Screen” internet a fiatalabb generációk számára jelent nagy vonzerőt: a 14-29 évesek közel fele nélkülözhetetlennek tartja. Ezzel szemben a „Large Screen” mobilinternet úgy tűnik, veszít jelentőségéből.

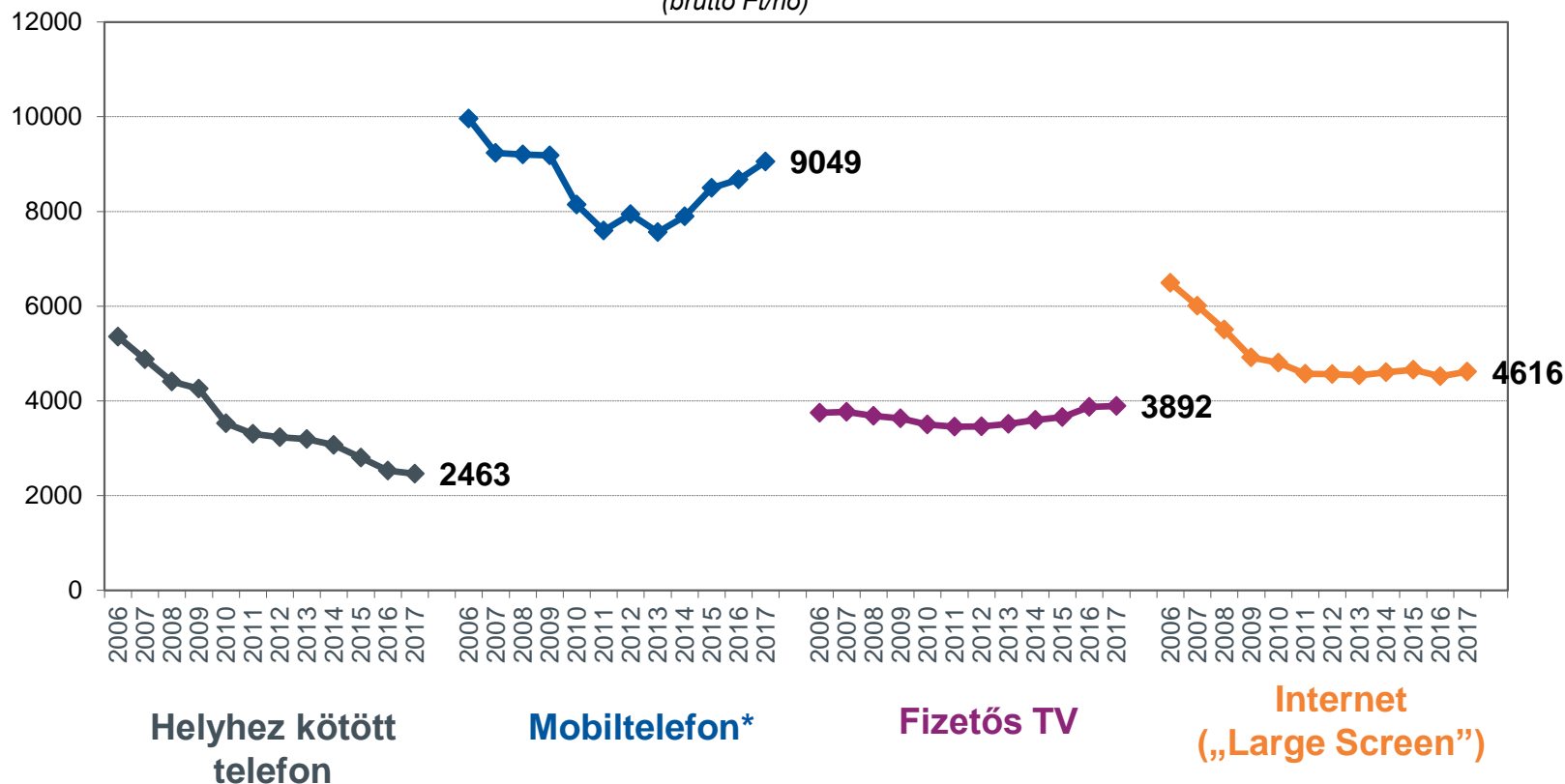


Bázis: Összes háztartás, illetve összes 14+ éves személy
(N=4,02 millió HT, illetve 8,48 millió fő; n=2019)



A háztartások átlagos távközlési kiadásai a helyhez kötött telefon részpiacán nem változtak jelentősen. A fizetős tévé és a nagyképernyős internet esetében is inkább stagnálásról beszélhetünk. Az átlagos mobiltelefon-költségek ugyanakkor 2014 óta folyamatosan emelkednek.

Háztartások átlagos kiadásai részpiacanként (bruttó Ft/hó)

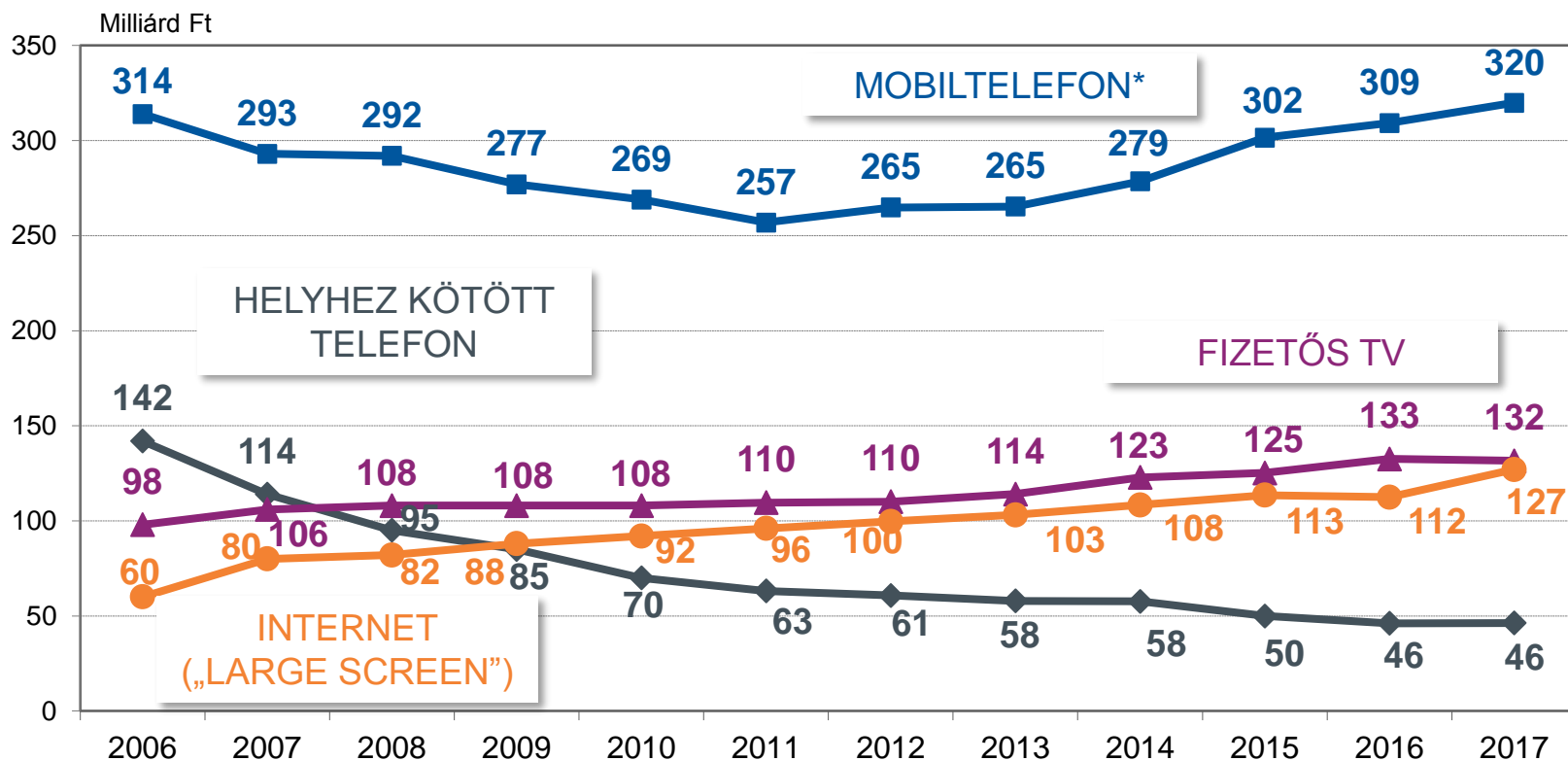


Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások (pontos számok: lásd 7. slide)

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



Amíg a helyhez kötött hang-piac és a fizetőstévé-piac árbevétele stagnált, addig mobiltelefon-piac árbevétele és a nagyképernyős internetes költségek volumene is bővült 2017-ben.



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)

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

A lakossági piac mérete 2017-ben nettó 625 Mrd Ft. (2015: 590, 2016: 600)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

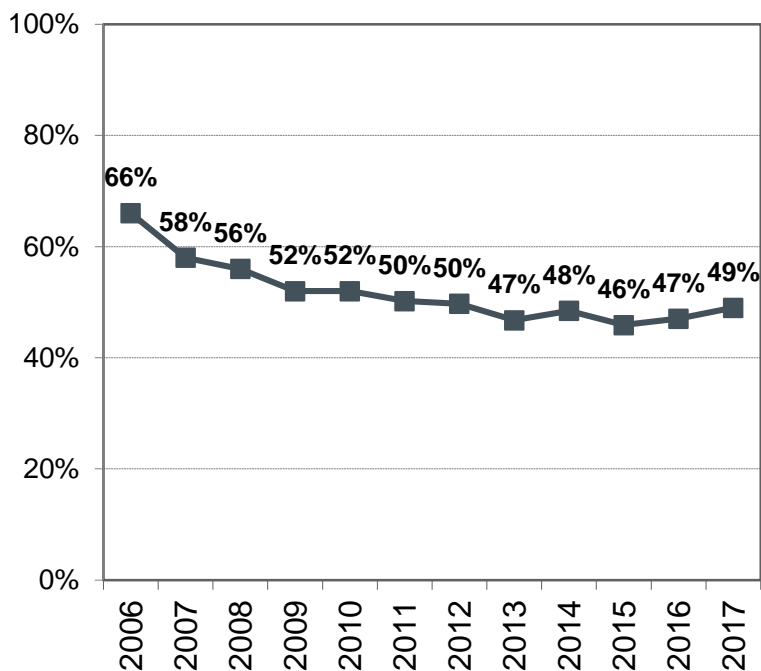
HANGPIAC

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



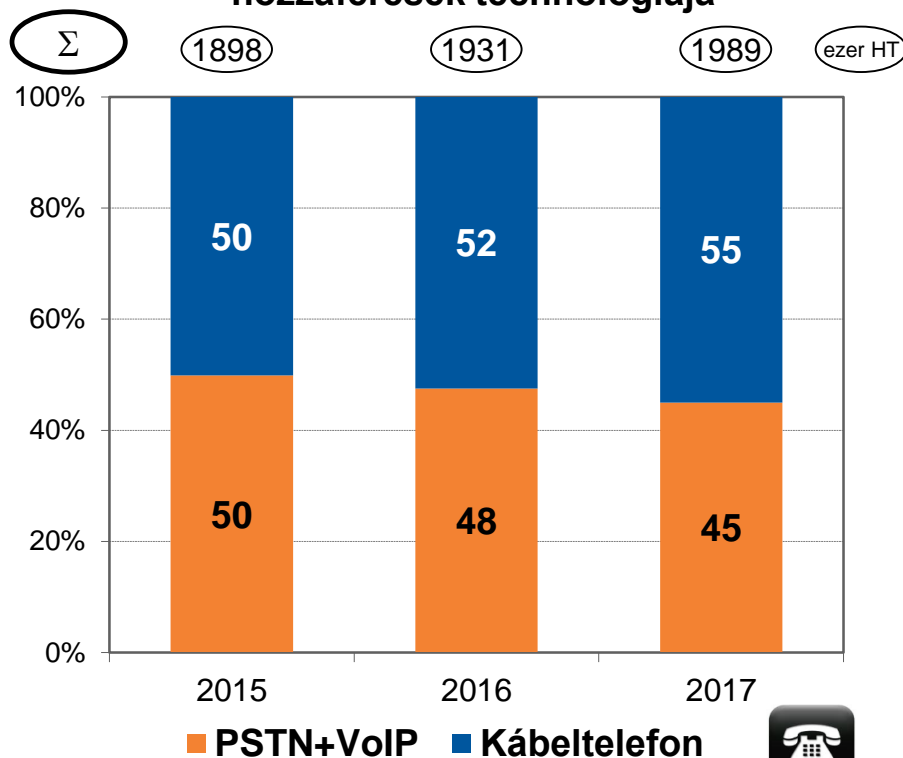
2013 óta nem csökkent tovább a helyhez kötött telefonnal rendelkező háztartások aránya: 2017-ben a háztartások 49%-ában volt helyhez kötött telefon. Az otthoni telefon-előfizetések többsége (55%) már kábeltelefon. A helyhez kötött telefonos előfizetéshez a háztartások 8%-ának nincs is telefonkészüléke (ez tavaly 5% volt). Ez elsősorban a fiatalabb, gyermekes családokra jellemző.

A háztartások helyhez kötött telefontal való ellátottsága



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)

A helyhez kötött telefonos hozzáférések technológiája



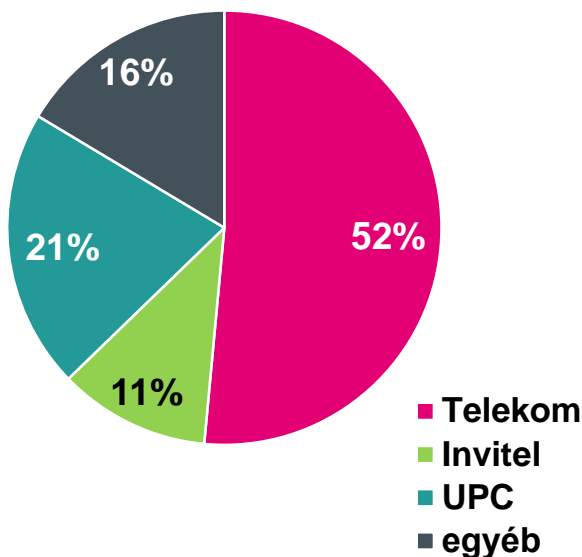
Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetések (N=1,99 millió HT, n=1097)



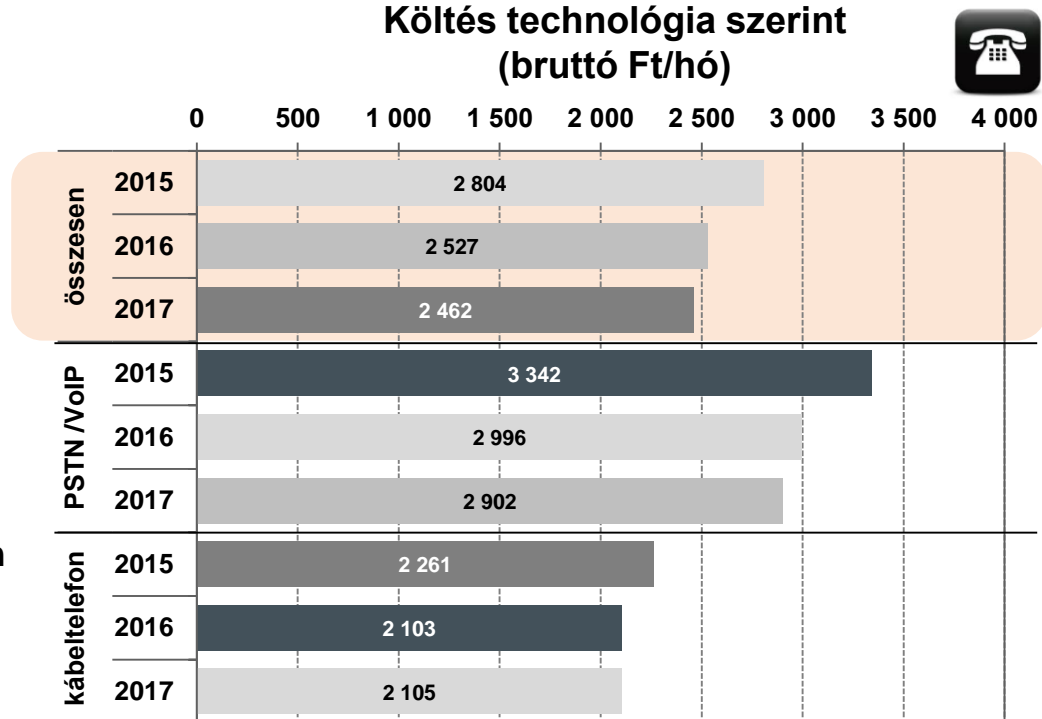
A helyhez kötött hang piacának költség alapú mérete sem változott az utóbbi egy évben. Míg 2015 és 2016 között jelentősebb csökkenést mértünk, 2016-ról 2017-re szinte semmit nem változtak a vezetékes telefonos költségek. A PSTN/VoIP technológiájú előfizetések ára továbbra is magasabb, mint a kábeltelefoné.

A helyhez kötött hang piacán a szolgáltatók részesedése sem változott számottevően 2016 óta.

Szolgáltatói részesedések a lakossági helyhezköthang-piacon, árbevétel alapján



Költség technológia szerint (bruttó Ft/hó)



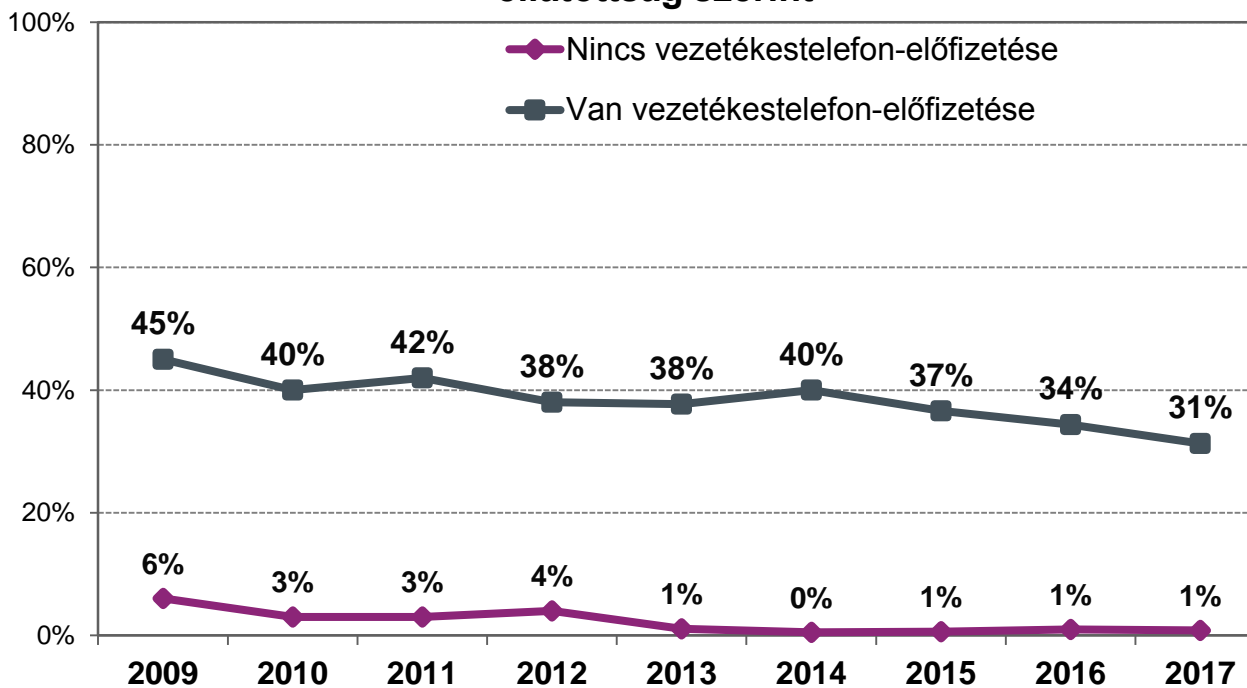
Bázis: Helyhezköthang-előfizetések (N=1,99 millió HT, n=1097)

A lakossági helyhezköthang-piac mérete évi nettó 46 Mrd Ft. (2016: 46 Mrd)



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

A vezetékes telefon-előfizetést nélkülözhetetlennek tartók aránya ellátottság szerint

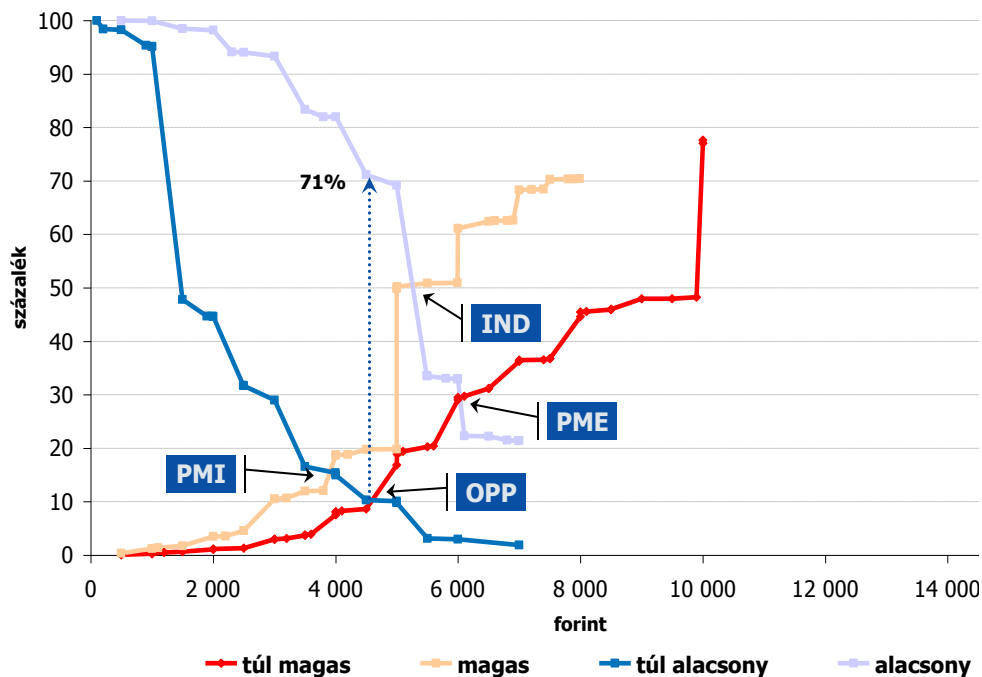


Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (az összes háztartás 49, illetve 51%-a, N=1,99 millió HT, illetve N=2,04 millió HT, n=1097, illetve 922)



A Van Westendorp árteszt kérdései:

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

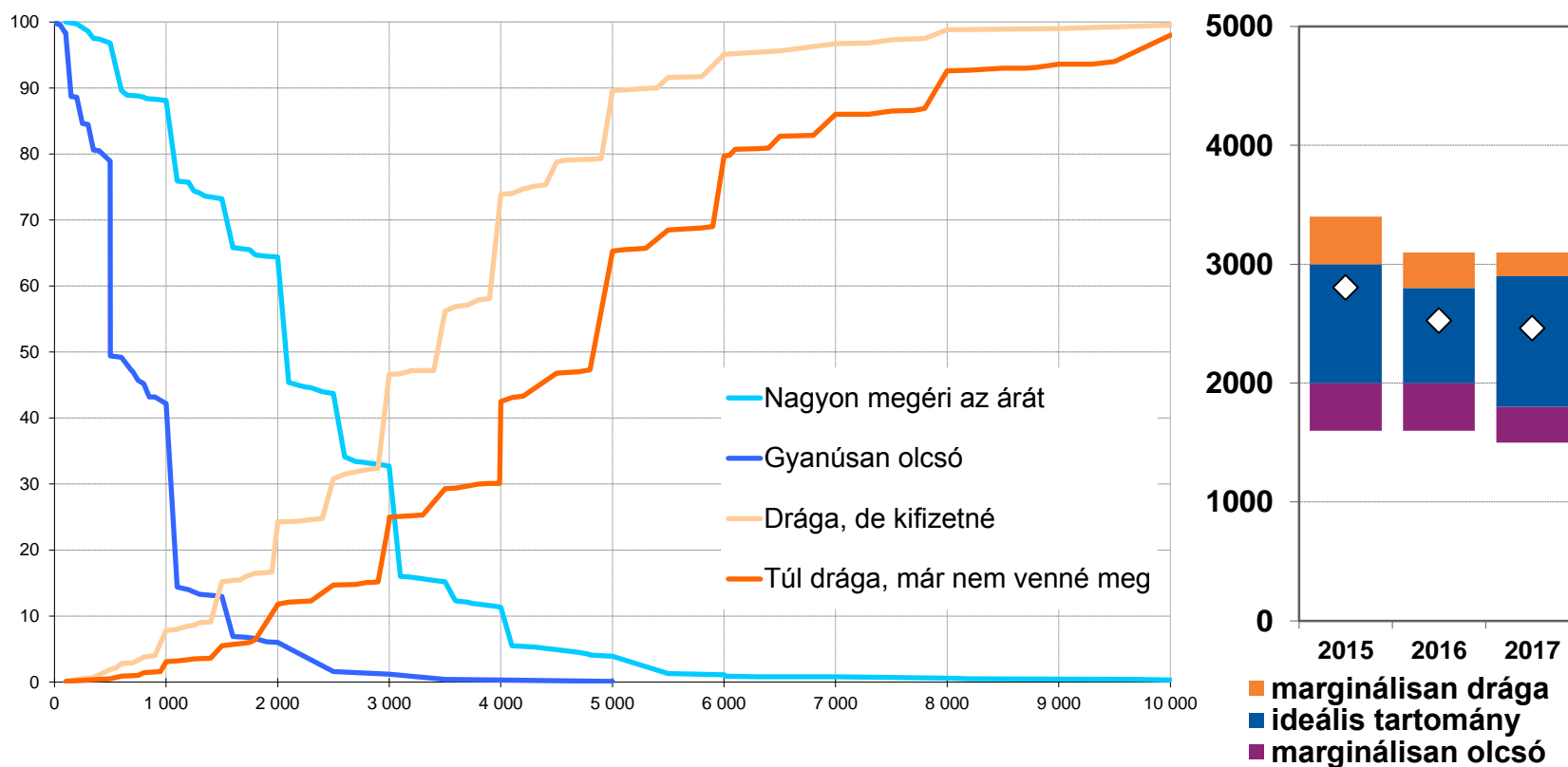


- ▶ PMI (point of marginal inexpensiveness): a szolgáltatást túl alacsony ára (azaz gyenge minősége) miatt elutasítók száma egyenlő az árat még elfogadókéval.
- ▶ IND (point of indifference): a szolgáltatást még megfizethetőnek tartók száma egyenlő a szolgáltatást olcsónak tartó személyek számával.
-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





A helyhez kötött telefonos szolgáltatás ideális ártartománya tavalyhoz hasonlóan valamivel 3000 forint alatt van, tehát a 2015-ről 2016-ra mért alacsonyabb szint megmaradt idén is. Ezzel szemben az alsó határ a tavalyi 2000-ről valamelyest csökkent.



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező vagy arra igényt tartó háztartások (N=2,11 millió HT, n=1152)

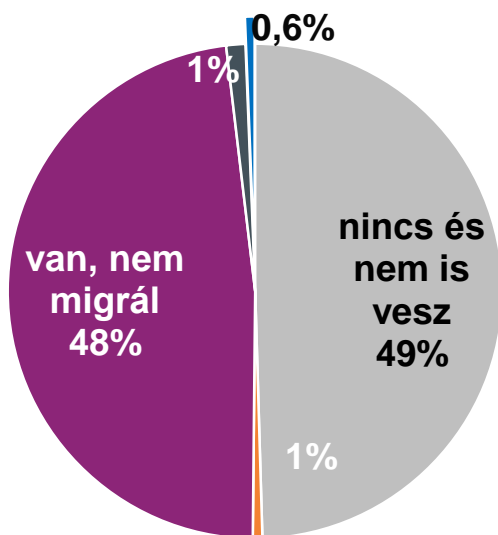
◇ átlagköltség





2016-ban 49 ezer, 2017-ben pedig 25 ezer háztartás tervezte, hogy a helyhez kötött telefonos előfizetését lemondja. Ilyen távközlési szolgáltatás vásárlását ugyanakkor 2017-ben csak 25 ezer háztartás tervezte. A lemondást tervezők közel 60 százaléka kábeles.

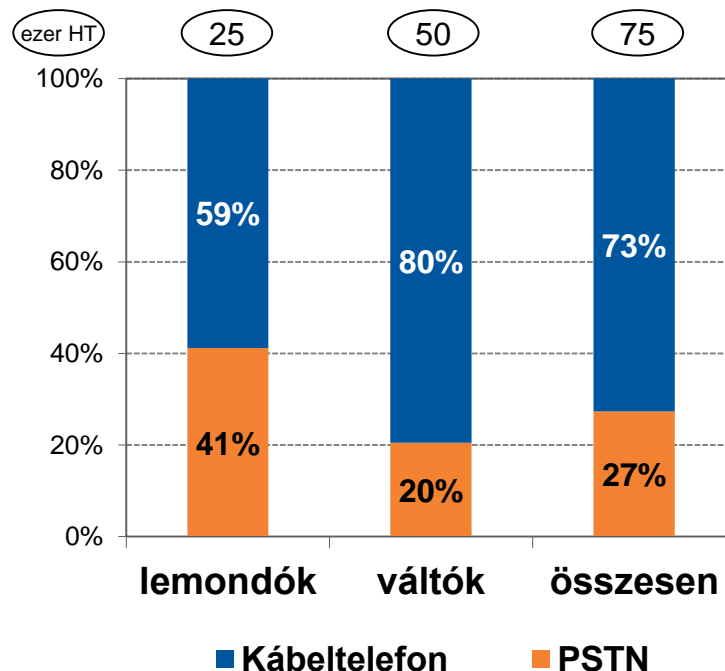
A háztartások migrációs kategóriái



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

Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)

Az elhagyni tervezett technológiák*



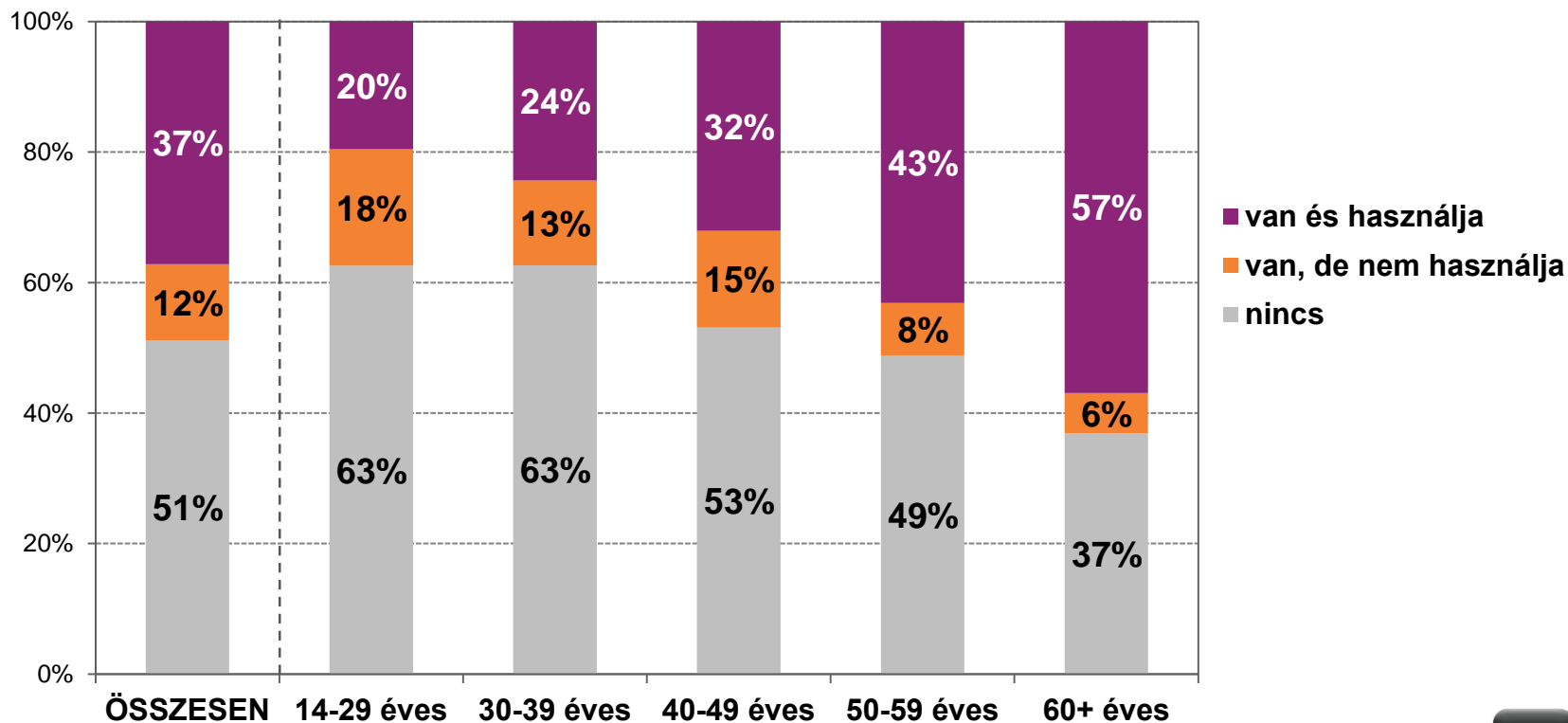
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetéssel rendelkező, migrációt tervező háztartások (N=75 ezer HT, n= 40)





A 14 éven felüliek 51%-a él olyan háztartásban, ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés, 12%-uknál ugyan van, de nem használják. Míg a 30 év alatti telefontal rendelkezőknek kis híján felére (48%-ára) jellemző, hogy bár van otthon helyhez kötött telefon, de azt mégsem használják, a 60 éven felüli telefontal rendelkezőknél már csak 10%-ra jellemző ez a fajta magatartás.



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)

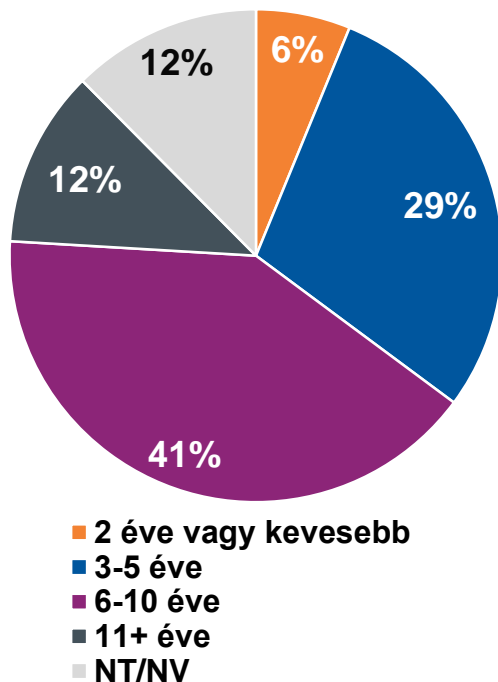


HELYHEZ KÖTÖTT TELEFONNAL NEM RENDELKEZŐK

A magyar háztartások 19%-a mondta le a korábban meglévő helyhez kötött telefonos előfizetést. A lemondások 53%-a már több mint 5 éve megtörtént, a két éven belül lemondók aránya csak 6%. A jelenleg telefonnal nem rendelkezők 61%-ának soha nem is volt telefonja abban a lakásban, ahol jelenleg lakik. A lemondott helyhez kötött telefont továbbra is főképp mobiltelefonnal helyettesítik, de dinamikusan nő az internetet (75%) és a VoIN-t használók (56%) aránya.

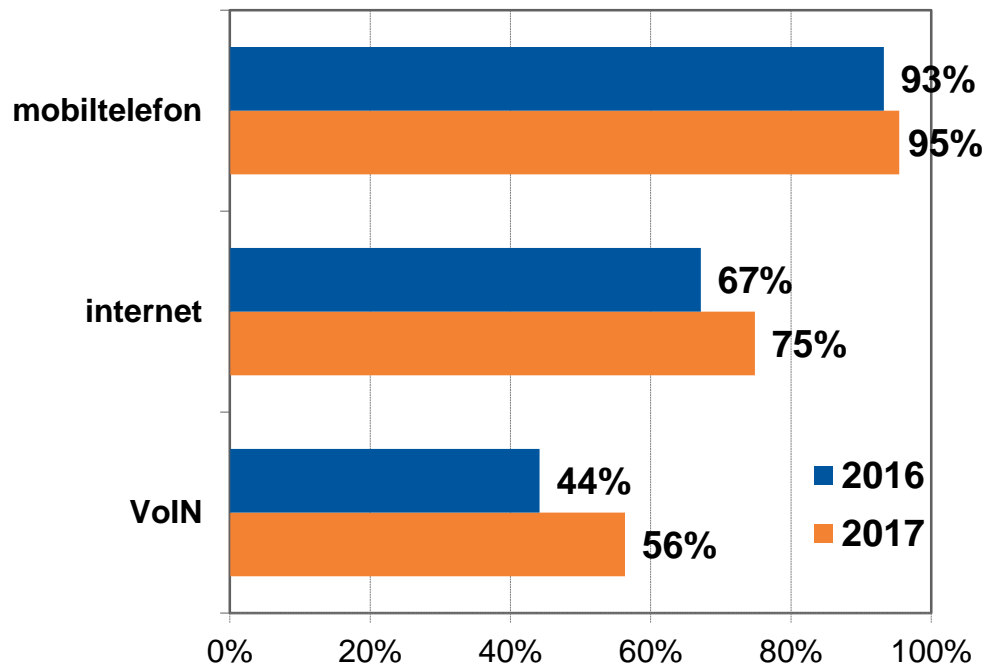


Mióta nincs vezetékes telefon a háztartásban?



Bázis: Helyhez kötött telefonos előfizetést korábban lemondó háztartások (N=772 ezer HT, n=374)

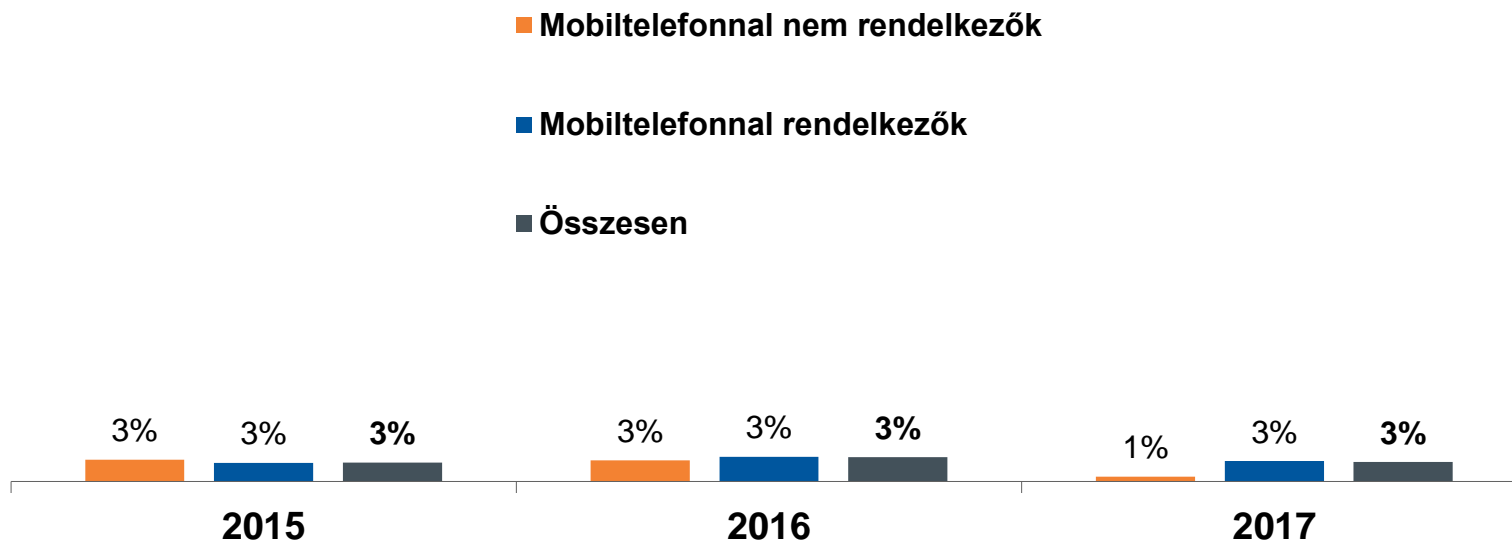
Más telekommunikációs eszközök használata



Bázis: Helyhez kötött telefonnal nem rendelkező háztartásban élő 14+ éves személyek (N=4,34 millió fő, n=922)



Nyilvános telefont a 13 év feletti lakosság 3%-a használt az elmúlt fél évben, ez megegyezik az elmúlt két évben mért arányokkal. Idén sem volt különbség a mobiltelefon-használók és nem-használók között ebben a tekintetben.



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2019)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

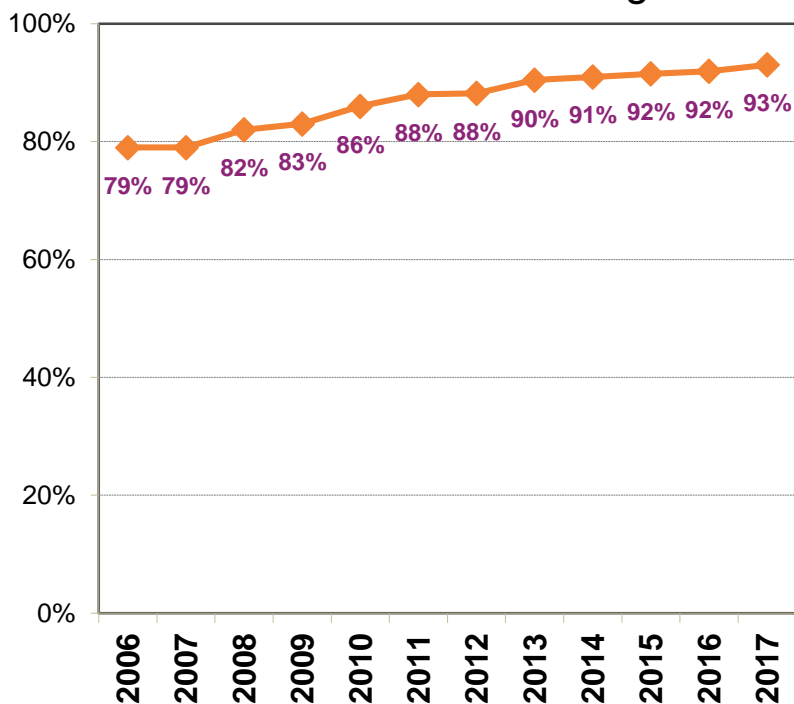
HANGPIAC

- Vezetékeshang-piac
- Mobilhangpiac
- Fix-mobil viszony

A háztartások 93%-ában van mobiltelefon, ami növekedés a négy évvel ezelőtti szinthez képest. A telefonkészülékek egyre nagyobb arányban okostelefonok, 2017-re már az összes mobilhasználó közel kétharmadának van okostelefonja.

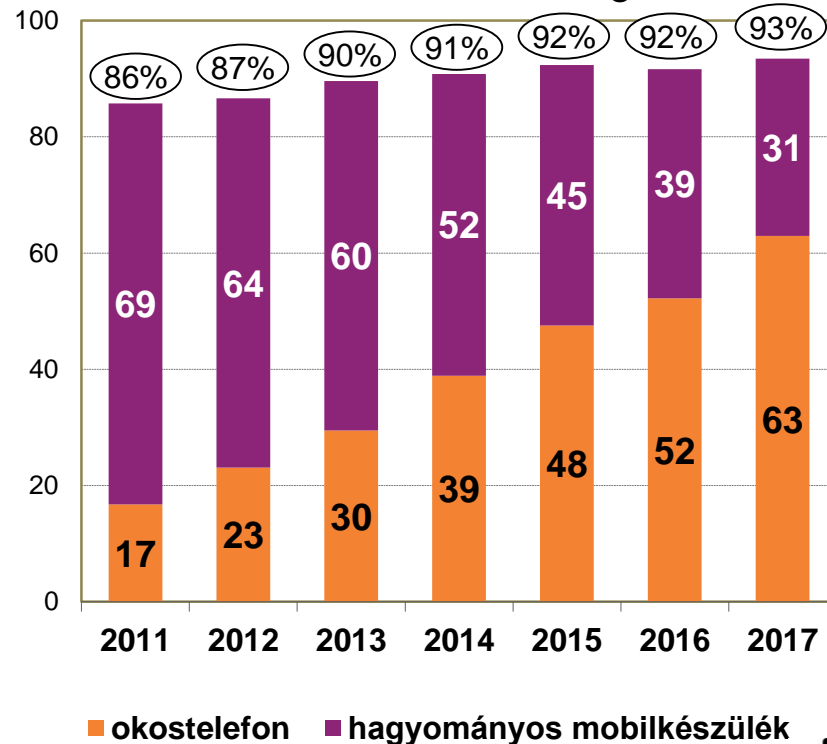


A háztartások mobiltelefon-ellátottsága



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)

A személyek mobiltelefon-ellátottsága



■ okostelefon ■ hagyományos mobilkészülék

Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2019)

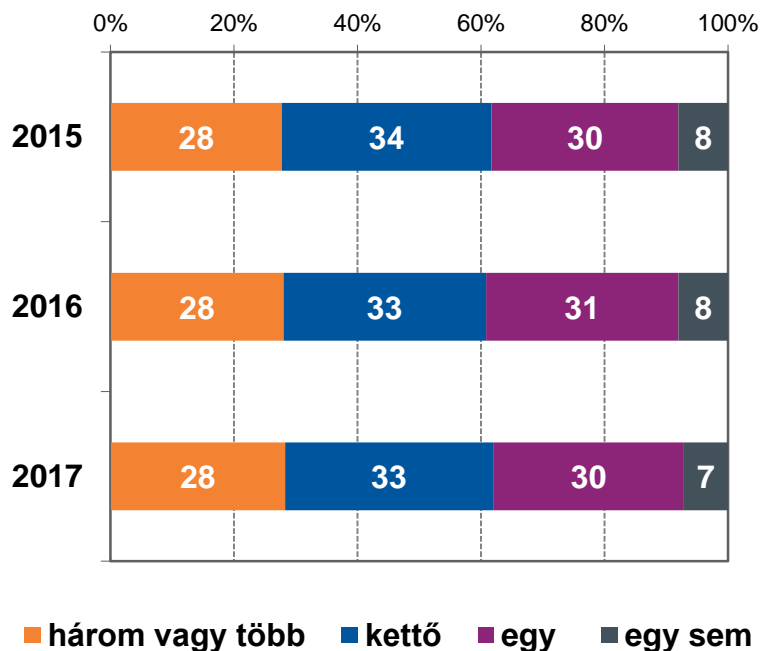




A havidíjas sim-kártyák aránya folyamatosan emelkedett az elmúlt években: a 2015-ös 52%-ról 2017-re 57%-ra nőtt. A 2017-ben lakossági használatban lévő* mintegy 7 millió 950 ezer sim-kártya meghatározó többsége már havidíjas. Fontos megjegyezni, hogy 2017 nyarán megtörtént a prepaid sim-kártyák regisztrációja, így a nem aktív sim-ek megszűntek. A háztartások több mint 60%-ában egynél több sim-kártya van.

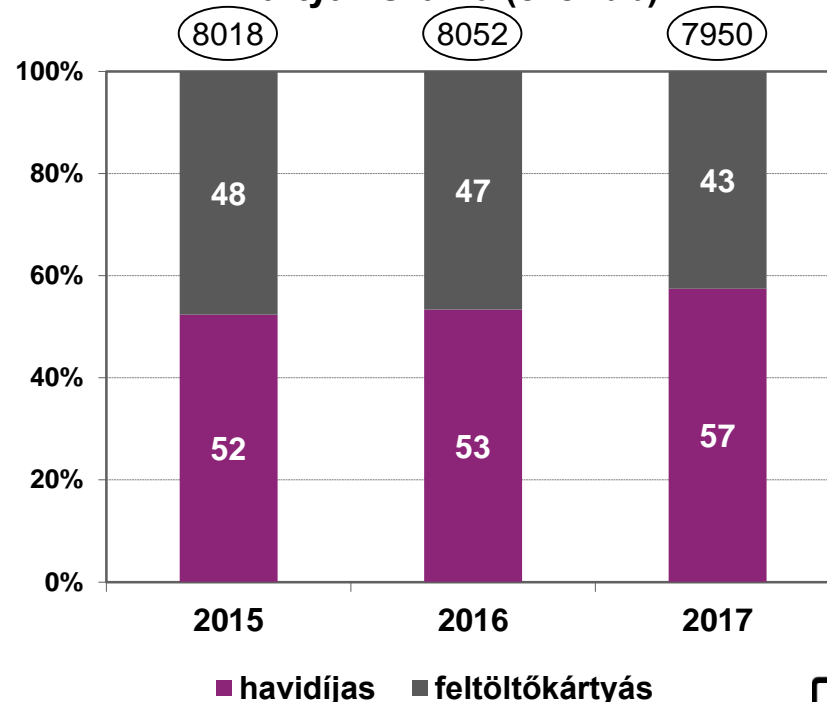
*A kutatásban a valóban használt sim-eket vettük számba, így nem szerepelnek az ipari felhasználású adatkártyák.

A háztartások megoszlása sim-szám szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)

Havidíjas és prepaid sim-kártyák száma (ezer db)



Bázis: Mobiltelefon-előfizetések (N=7,95 millió db)

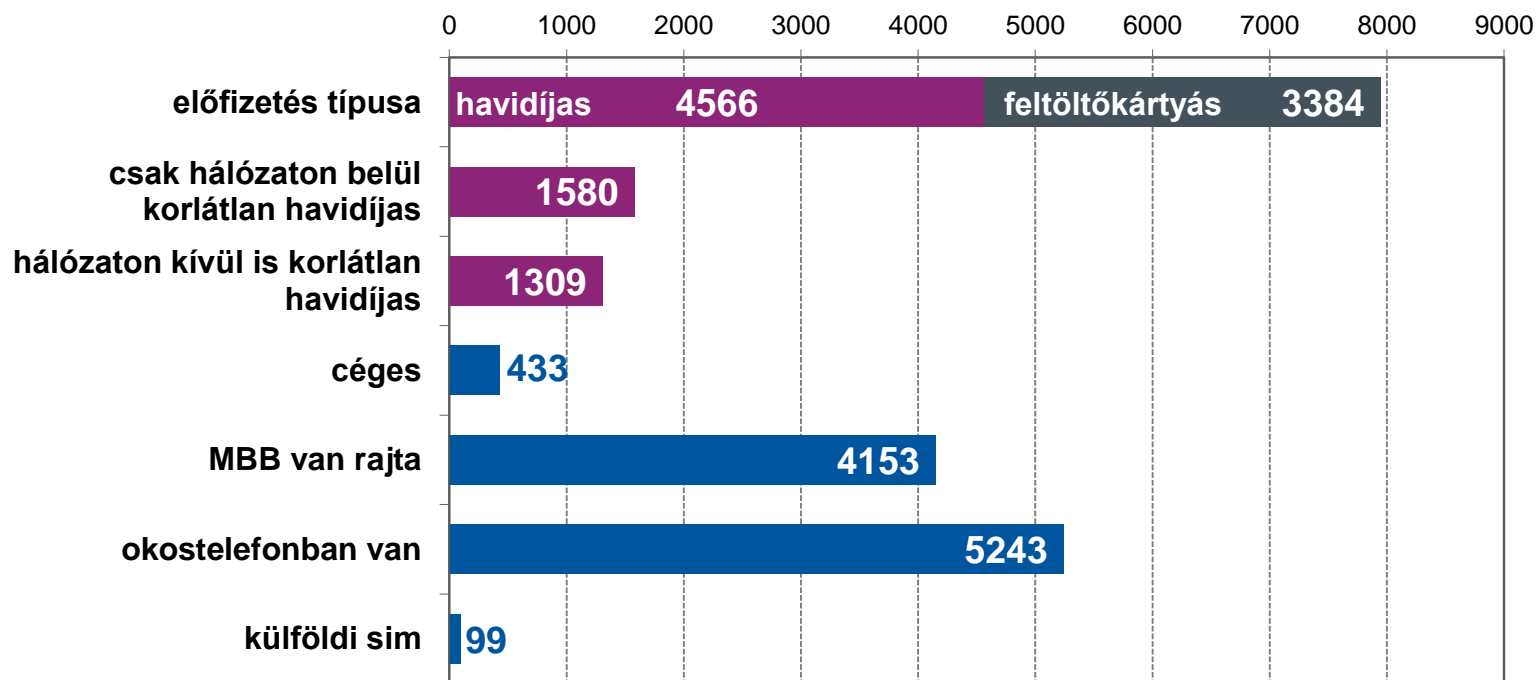


MOBILTELEFON-ELŐFIZETÉSEK JELLEMZŐI



A 4,6 millió havidíjas sim-kártya közül 1,3 millióhoz tartozik korlátlan mobilhang-előfizetés. Ezen felül további 1,6 millió csak hálózaton belül nyújt korlátlan beszélgetési lehetőséget. 4,15 millió sim-en van small screen MBB, 2017-re pedig már 5,2 millió sim működik okostelefonban. A céges sim-kártyák száma 433 ezer. A külföldi sim-kártyák száma Magyarországon nagyjából 100 ezer.

Mobiltelefon-előfizetések száma (ezer db)



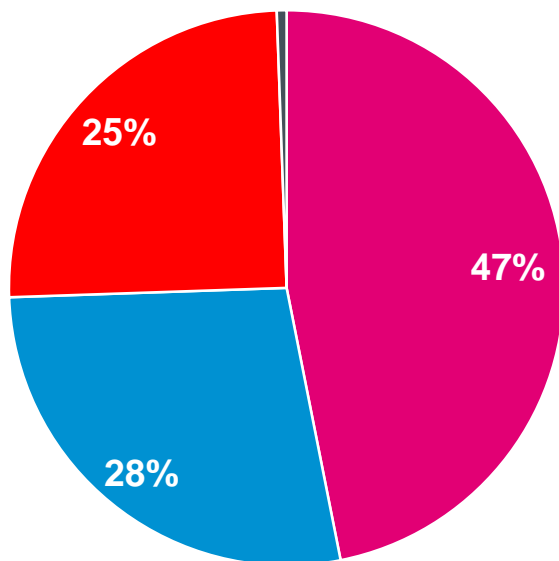
Bázis: Mobiltelefon-előfizetések (N=7,95 millió db)



Folytatódott a mobilpiaci árbevétel növekedése, hiszen 2017-re 320 Mrd-ra emelkedett a piac teljes árbevétele. Az egy sim-kártyára fordított havi lakossági költség valamelyest nőtt a tavalyi évhez képest.



A mobiltelefon-piaci részesedések sim-kártyák száma alapján

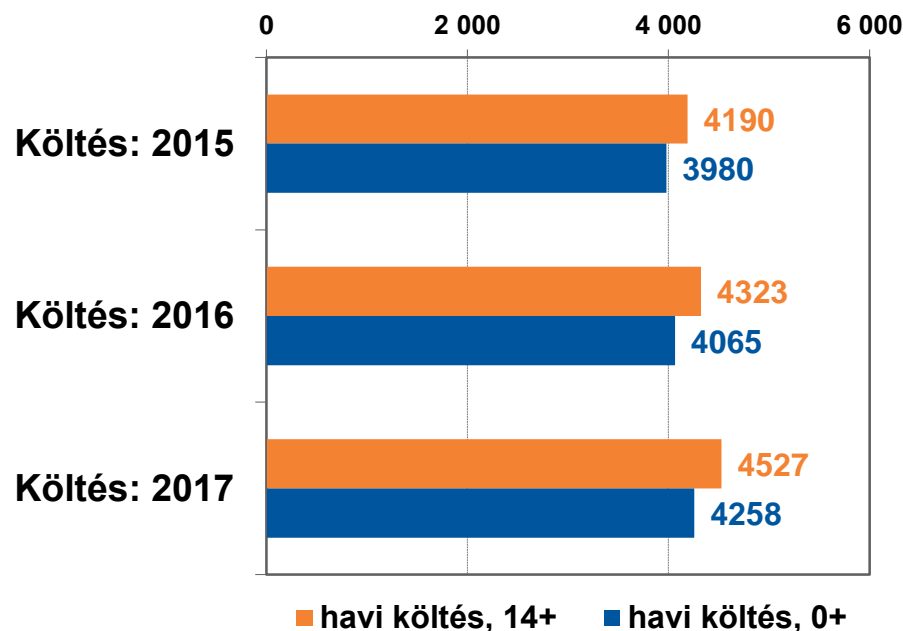


- Telekom
- Telenor
- Vodafone
- egyéb (UPC, Blue, Mol)

Bázis: A háztartásokban lévő összes mobiltelefon-előfizetés (N=7,95 millió db)



Költség sim-kártyánként* (bruttó Ft/hó)



- Bázis: Mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező 14+ éves személyek (N=7,93 millió fő)
- Bázis: A háztartásokban lévő összes mobiltelefon-előfizetés (N=7,95 millió db)



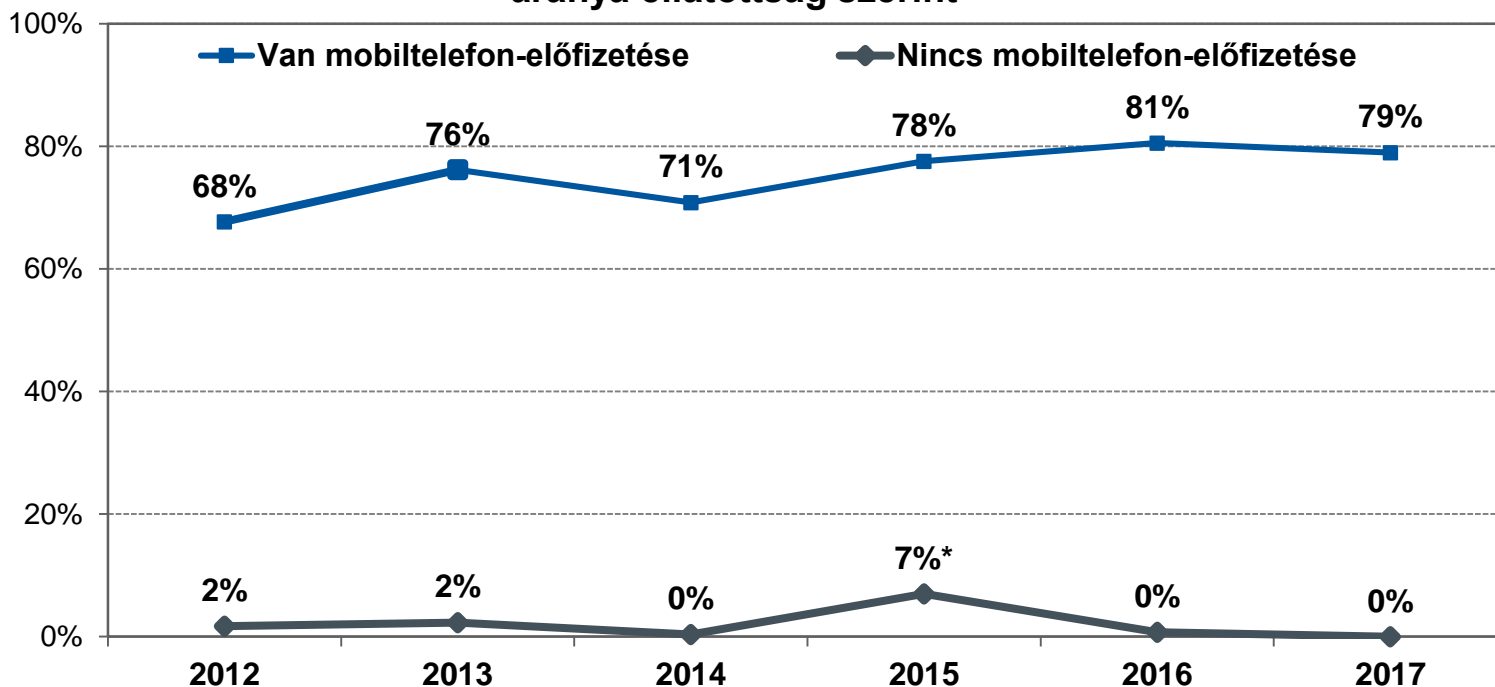
*A háztartások 1 sim-kártyára jutó mobilszámláinak átlaga, ezért ahol a fogyasztók nem tudták különválasztani, mobilhang mellett „Small Screen”-mobilinternet-költséggel együtt

A lakossági mobilpiac mérete 2017-ben nettó 320 Mrd Ft. (2016: 309 Mrd)



A mobiltelefon-előfizetéssel rendelkezők közel négyötöde tartja nélkülözhetetlenek ezt a kommunikációs eszközt. A mobiltelefont nélkülözhetetlenek tartók aránya nem változott az elmúlt két évben.

A mobiltelefon-előfizetést nélkülözhetetlenek tartók aránya ellátottság szerint



Bázis: 14+ évesek

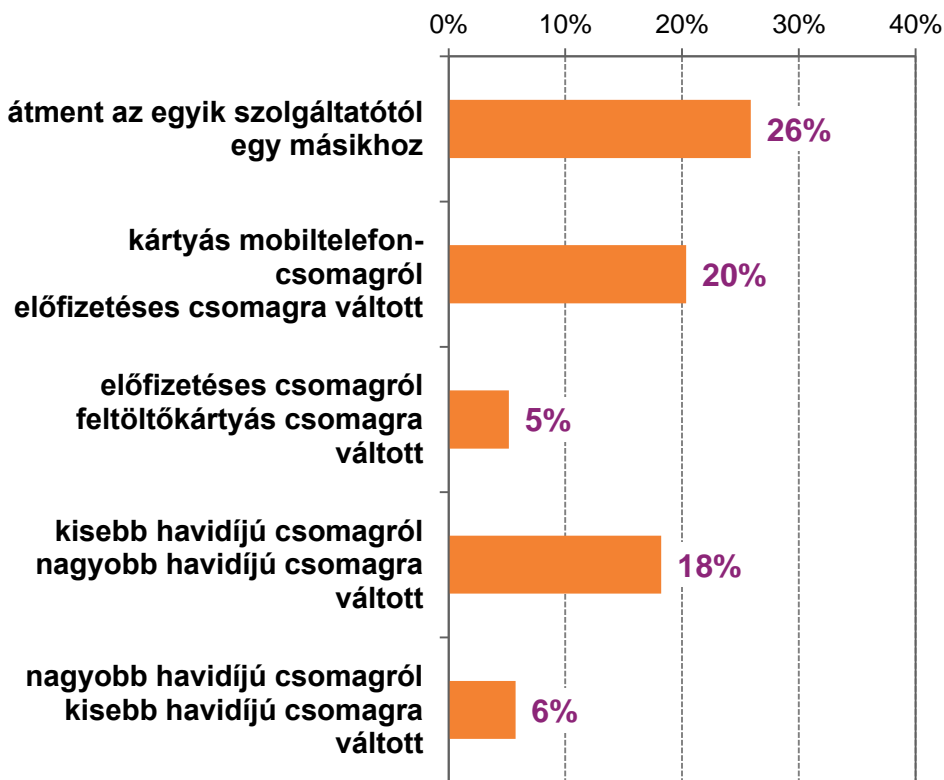
* Az alacsony elemszám miatt nem érdemi eltérés

Van mobil-előfizetés	87%; N=7,38 millió fő	90%; N=7,70 millió fő	91%; N=7,80 millió fő	92%; N=7,93 millió fő	92%; N=7,87 millió fő	93%; N=7,93 millió fő
Nincs mobil-előfizetés	13%; N=1,14 millió fő	10%; N=0,89 millió fő	9%; N=0,79 millió fő	8%; N=0,66 millió fő	8%; N=0,72 millió fő	7%; N=0,56 millió fő

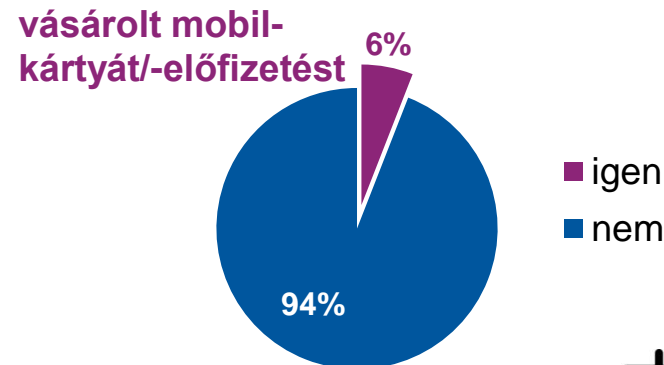
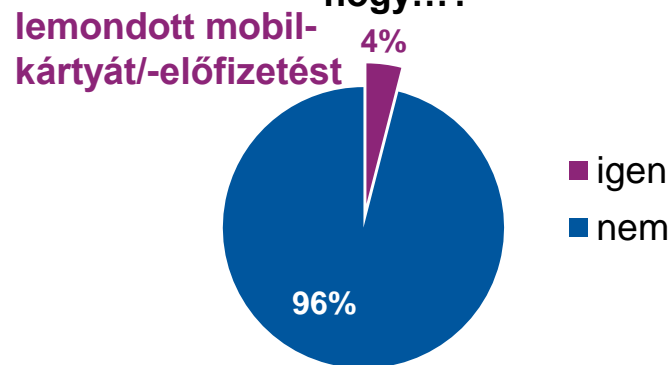


A mobiltelefont használók mintegy kétötöde változtatta meg már valaha a díjcsomagját – leggyakrabban szolgáltatóváltással párosulva. A gazdaságilag aktív, átlagosnál magasabb iskolai végzettségű, valamint nagyobb településeken élők nagyobb váltási aktivitás jellemzi. A mobiltelefont használók 4%-a mondott le sim-et, és 6%-uk vásárolt új sim-kártyát egy éven belül.

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



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

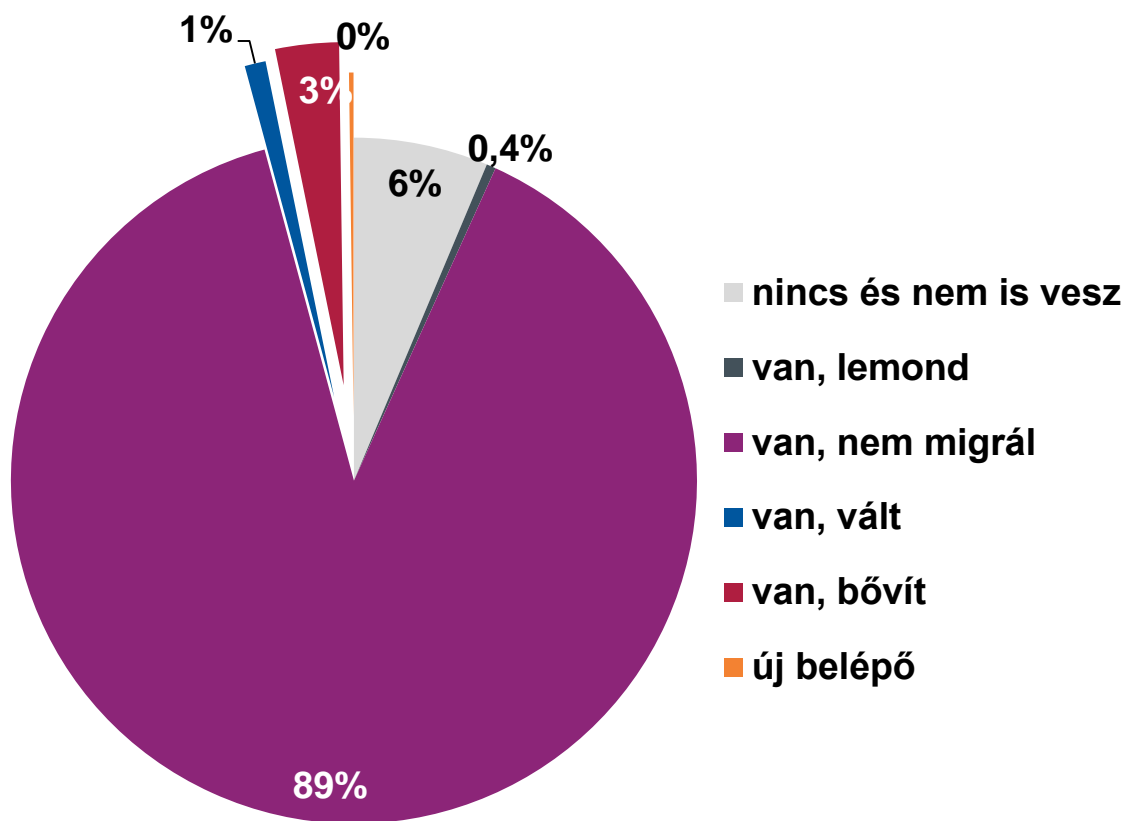


Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=7,93 millió fő; n=1899)





2016-ban még 60 ezer, 2017-re viszont már csak 18 ezer leendő előfizető tervezett belépni az egyre telítődő mobilpiacra. 2017-ben további 254 ezren vannak azok, akiknek már volt mobiljuk, de újabb előfizetés beszerzését tervezik. Idén 37 ezren vannak, akik le akarják mondani mobiltelefon-előfizetésüket úgy, hogy nem is terveznek újat helyette. Összességében elmondható, hogy a mobilpiac telített.



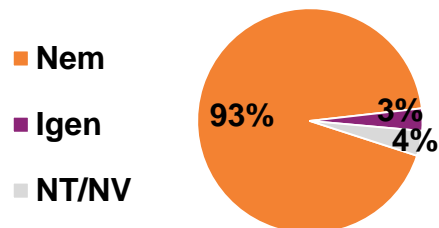
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2019)





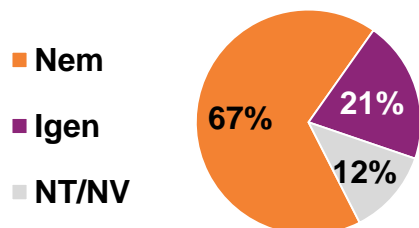
A lakosság 3%-a, azaz 272 ezer ember tartja elképzelhetőnek egy éven belül új mobiltelefon-előfizetés beszerzését. Új mobilkészülék beszerzését 1,62 millióan (20%) tartják elképzelhetőnek, ami lényeges növekedés a 2016-os 1,28 millióhoz képest. Az új készülékek döntő többségét már meglévő előfizetésekhez vennék.

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



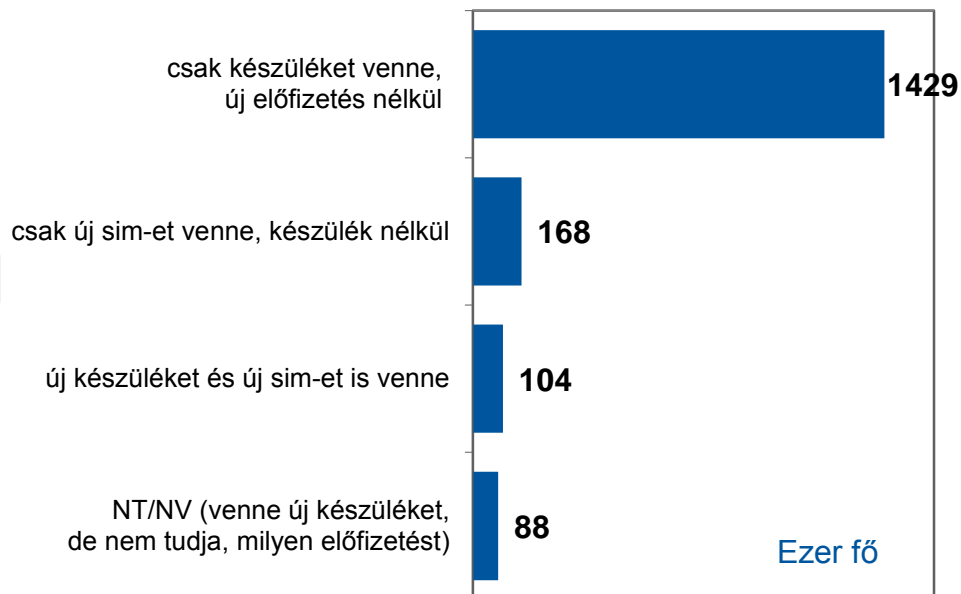
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2019)

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



Bázis: Mobilhasználó 14+ éves személyek (N=7,93 millió fő; n=1899)

Új mobilelőfizetés- és új mobilkészülék-igények



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2019)





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

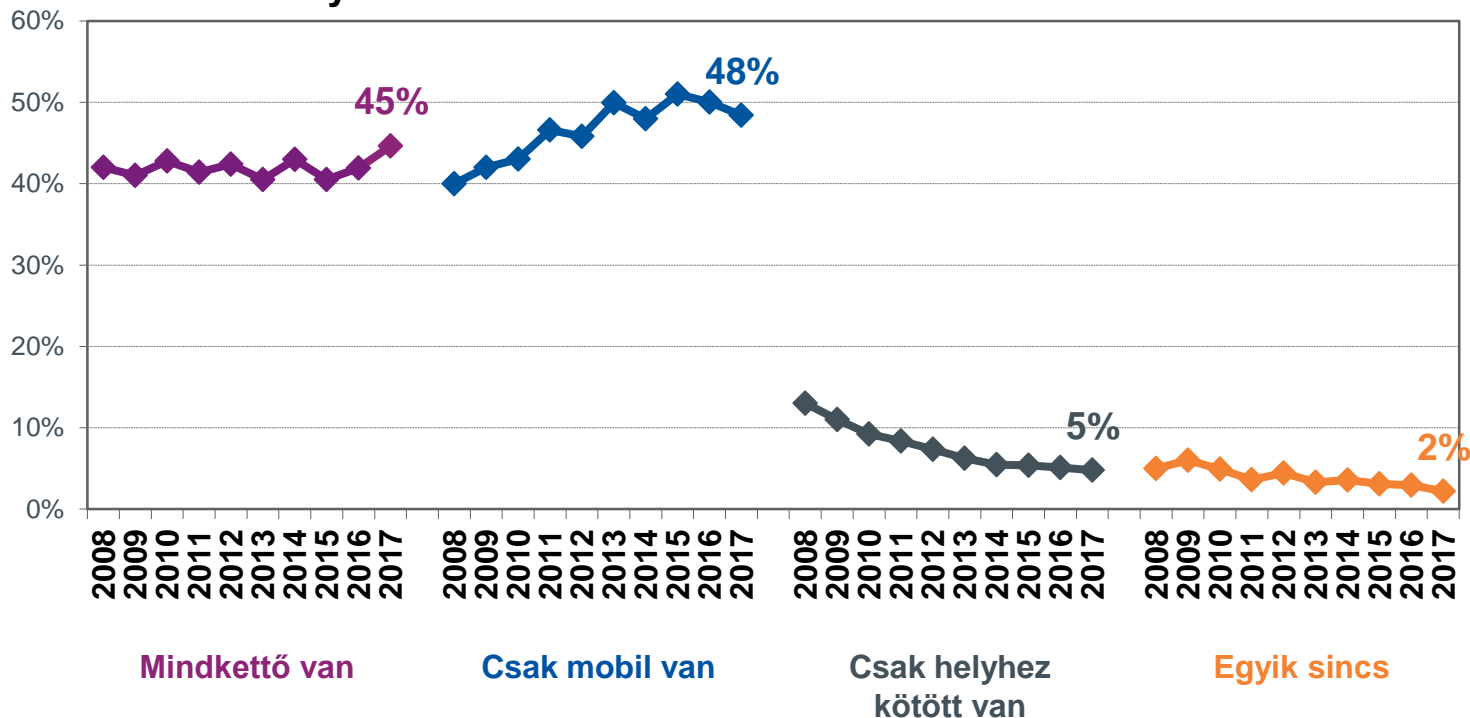
HANGPIAC

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



Jelenleg 48% a csak mobiltelefon-előfizetéssel rendelkező háztartások aránya, ami az elmúlt években nem változott jelentősen. A csak helyhez kötött telefonra előfizetők arányának csökkenése az 5%-os szinten négy éve megállt. Ezzel szemben a mindkét fajta telefontal rendelkező háztartások aránya 2015 óta fokozatosan növekszik.

Helyhez kötött és mobiltelefonnal rendelkező háztartások



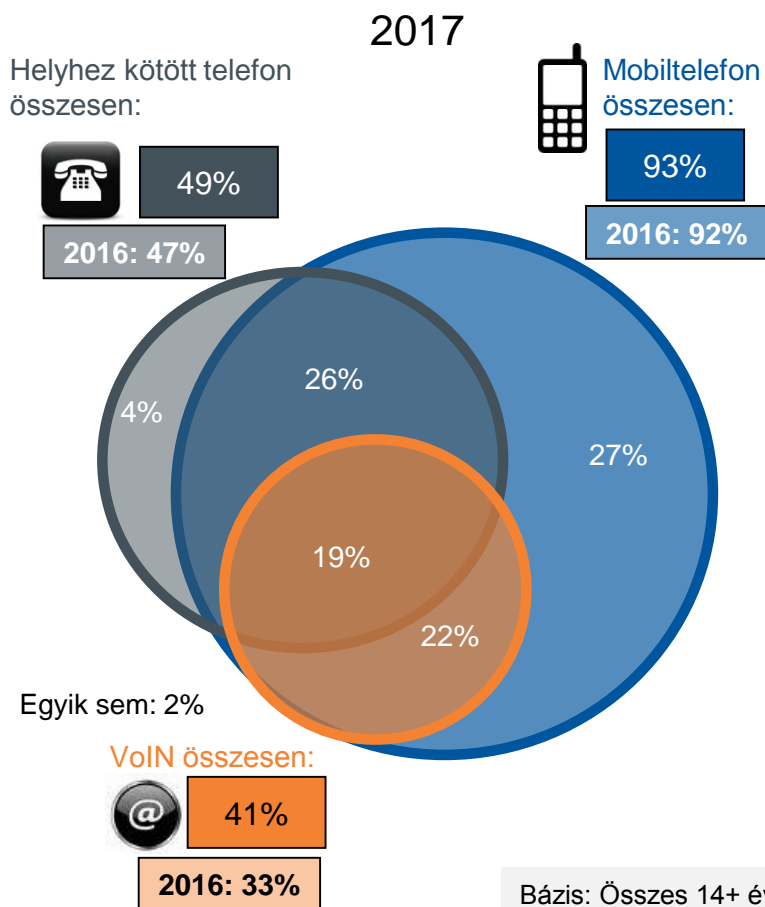
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)



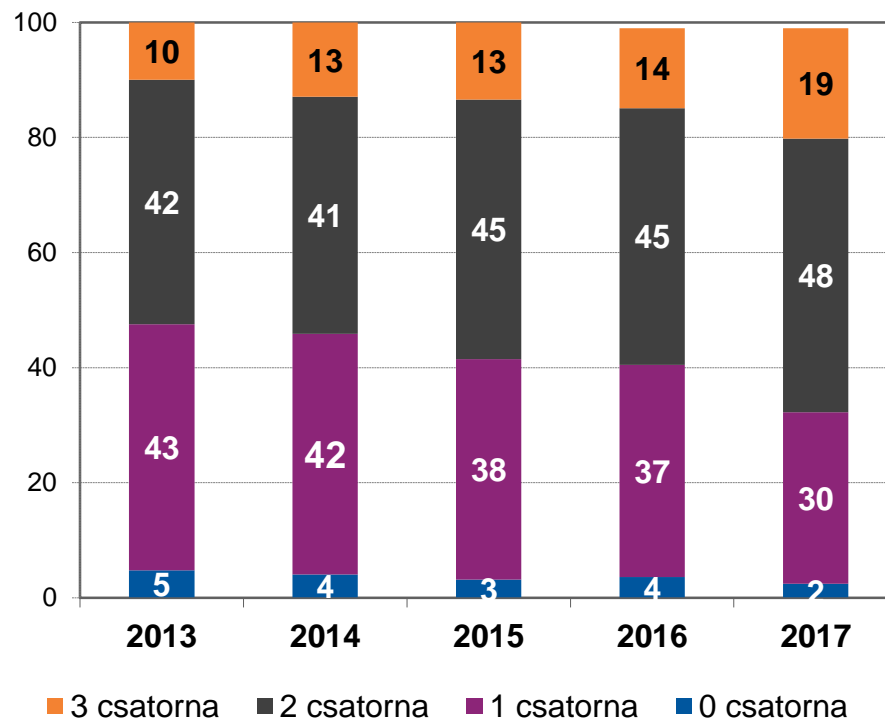
HANGPIACI SZOLGÁLTATÁSOK KOMBINÁCIÓJA



Az elmúlt évben jelentősen növekedett a kettő vagy három hangkommunikációs csatornát használók aránya. A növekedés háttérében főleg a VoIN-használat elterjedése áll. Idénre a lakosság egyötöde már mind a három kommunikációs csatornát használja.



Hangpiaci szolgáltatások kombinációja



Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő, n=2019)

A vezetékestelefon-szolgáltatásnál a szolgáltató kiválasztásának legfontosabb szempontja a havi előfizetési díj, a belföldi hívások percdíja és az ingyenes hívásirányok megléte. A mobilszolgáltató kiválasztásánál a legfontosabb két szempont a hálózaton belüli, valamint hálózaton kívüli hívások díja. Fontos még az is, hogy az ismerősök, gyakran hívott személyek melyik szolgáltatóhoz tartoznak, valamint a havi előfizetési díj nagysága. A fontossági rangsorban sem a mobil-, sem a vezetékes telefon esetében nem történt lényeges változás 2016-hoz képest. A telefonjukon mobilinternetezőik körében az adatkorlát kérdése előtérben van, 80%-uk számára ez fontos szempont



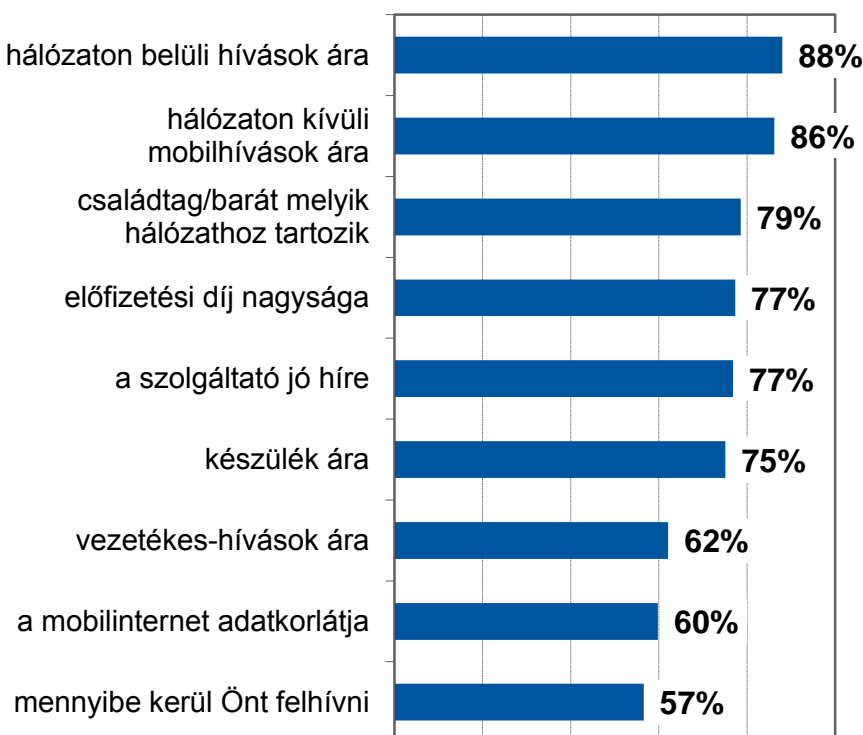
Vezetékes-szolgáltató kiválasztásának okai (top-2-box)



Bázis: Helyhez kötött telefonos háztartások (N=1,99 millió HT, n=1097)



Mobilszolgáltató kiválasztásának okai (top-2-box)

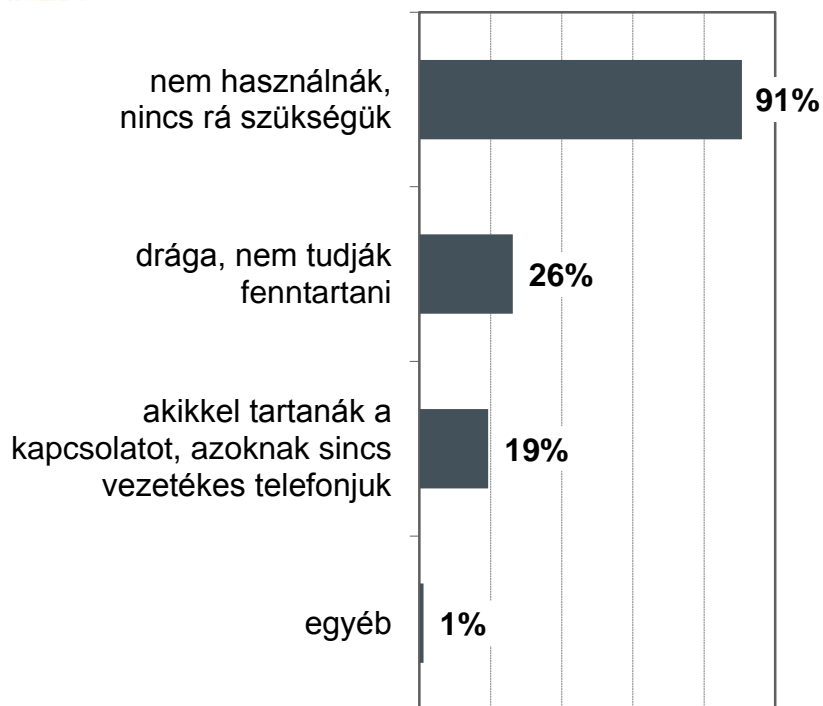


Bázis: Mobiltelefont használó 14+ éves személyek (N=7,93 millió fő; n=1899)

A helyhez kötött telefonnal nem rendelkező háztartások 91%-ának azért nincs ilyen szolgáltatása, mert egyszerűen nincs rá szüksége. Csak a negyedük mondja azt, hogy azért nincs vezetékes telefonja, mert az drága. A „nem mobilozó” személyek 76%-ának azért nincs ilyen eszköze, mert nincs szüksége mobilra. Itt azonban jóval magasabb arányban szerepel a magas költség, mint a vezetékes telefontól.



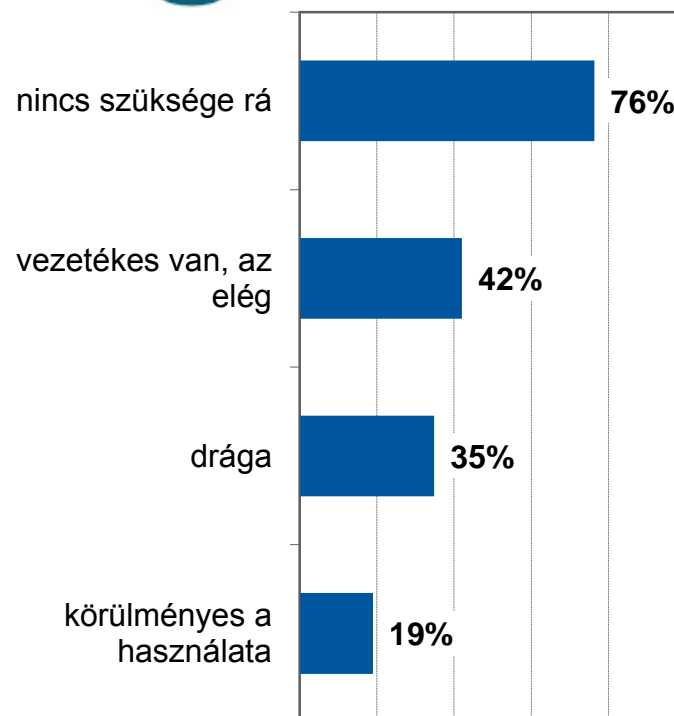
Miért nincs helyhez kötött telefonjuk?



Bázis: Ahol nincs helyhez kötött telefonos előfizetés és nem is tervezik (N=1,97 millió HT, n=894)



Miért nincs mobiltelefonja?



Bázis: Akiknek nincs mobiltelefon-előfizetésük (N=721 ezer fő, n=220)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

INTERNETPIAC

- Internethasználat
- Helyhez kötött internet
- Mobilinternet
- Digitális Jólét Alapcsomag

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

Az internetezés technológiája lehet:

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

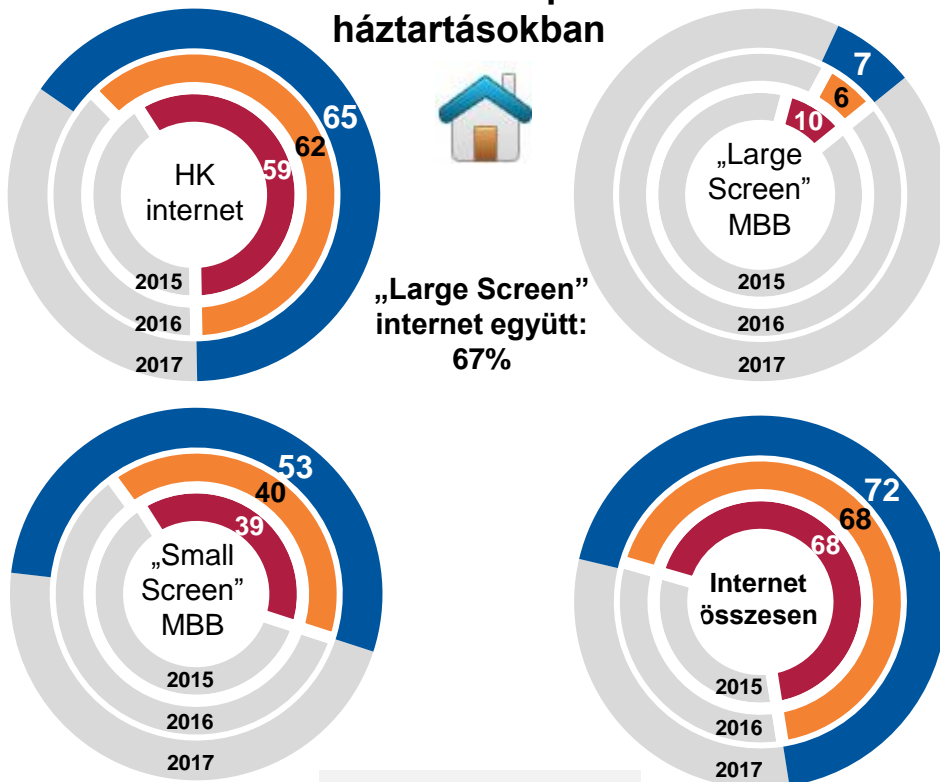
Az internetezés eszköze lehet:

„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.

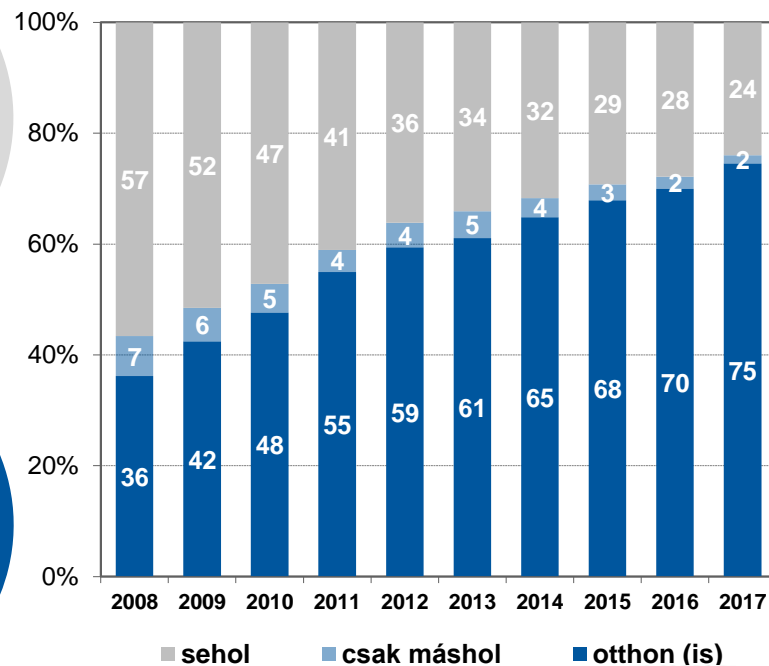
A háztartások internetes ellátottsága nőtt az elmúlt évben: 2017-ben a háztartások 72%-ában tudnak hozzáférni valamilyen eszközön (számítógépen vagy okostelefonon) keresztül az internethez, ebből 65%-nak van helyhez helyhez kötött internete. A „Small Screen” mobilinternet penetrációja már 53%, ami szintén jelentős növekedés 2016-hoz képest. Ennek oka lehet az is, hogy az új havidíjas csomagok döntő többségéhez mobilinternet is tartozik. Az internethasználó személyek aránya továbbra is növekszik, idén 76% ez az arány. A tendencia egyre inkább a több-képernyős internethasználat felé mutat.

Különbéféle internetkapcsolatok a háztartásokban



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)

Az internethasználók aránya a használat helye szerint



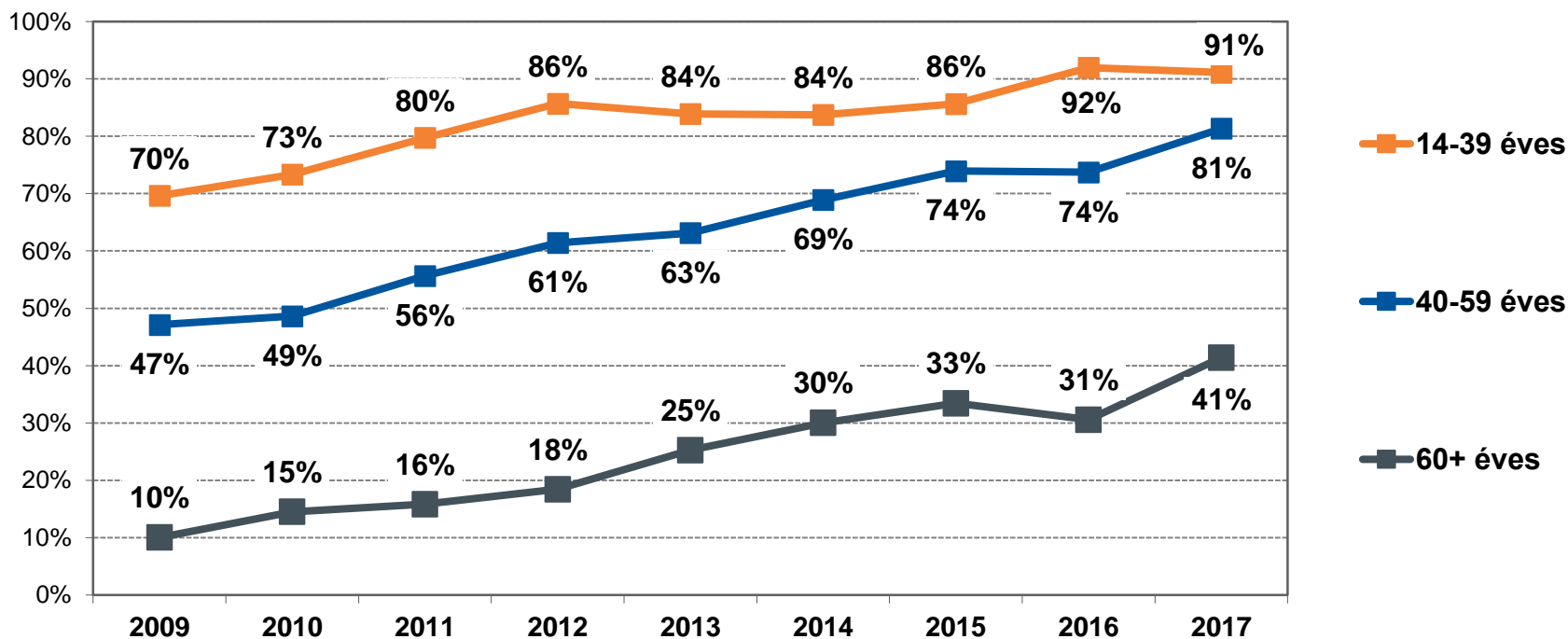
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2019)





Az internetet legalább hetente használók aránya a 14-39 évesek között 91%. A 40-59 éves korosztályban a rendszeresen internetezők aránya elérte a 81%-ot (a növekedés statisztikailag is jelentős). A legnagyobb mértékű emelkedés azonban a 60 év felettek körében tapasztalható: immár a korosztály 41%-a heti rendszerességgel használja az internetet.

A legalább heti rendszerességgel internetet használók aránya a különböző korcsoportokban



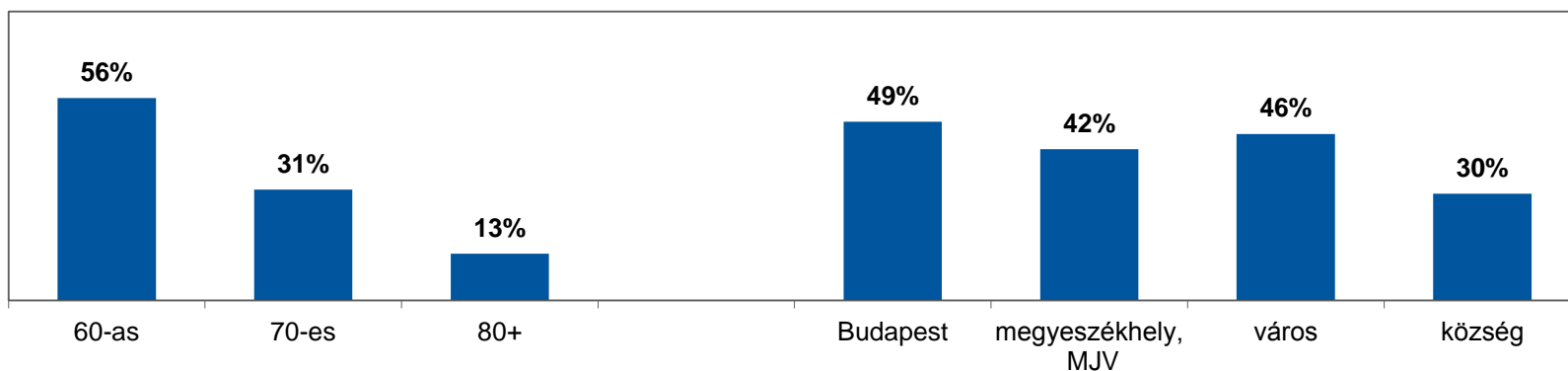
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2019)



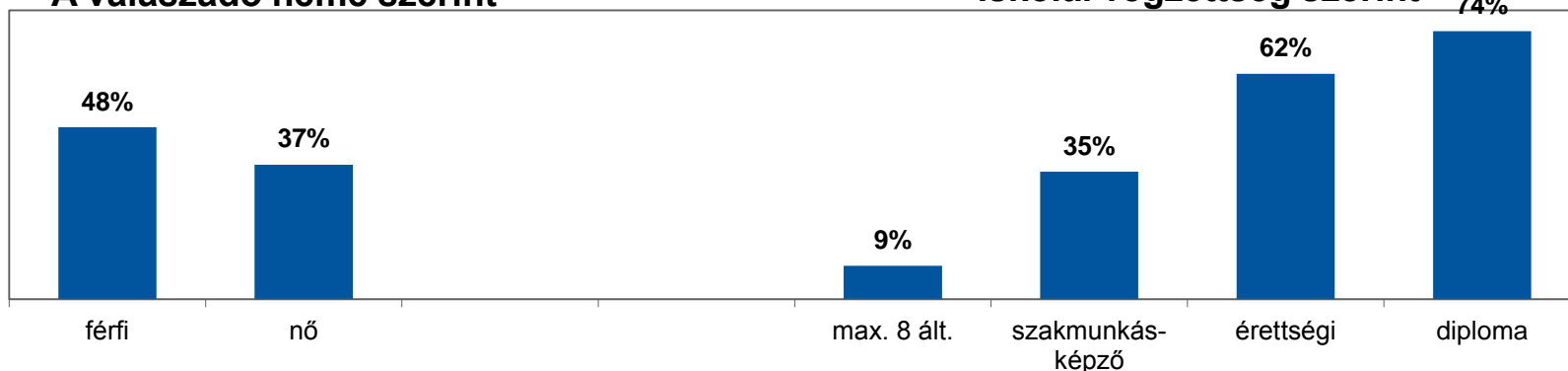


Az internethasználatot a 60 évesek és idősebbek körében leginkább az életkor és az iskolai végzettség befolyásolja. Legnagyobb arányban a 60-69 évesek és a magasabb végzettségűek neteznek közülük. A férfiak és nők közötti különbség az internethasználatban 70 éves kor fölött fokozódik.

A válaszadó kora szerint



A válaszadó neme szerint

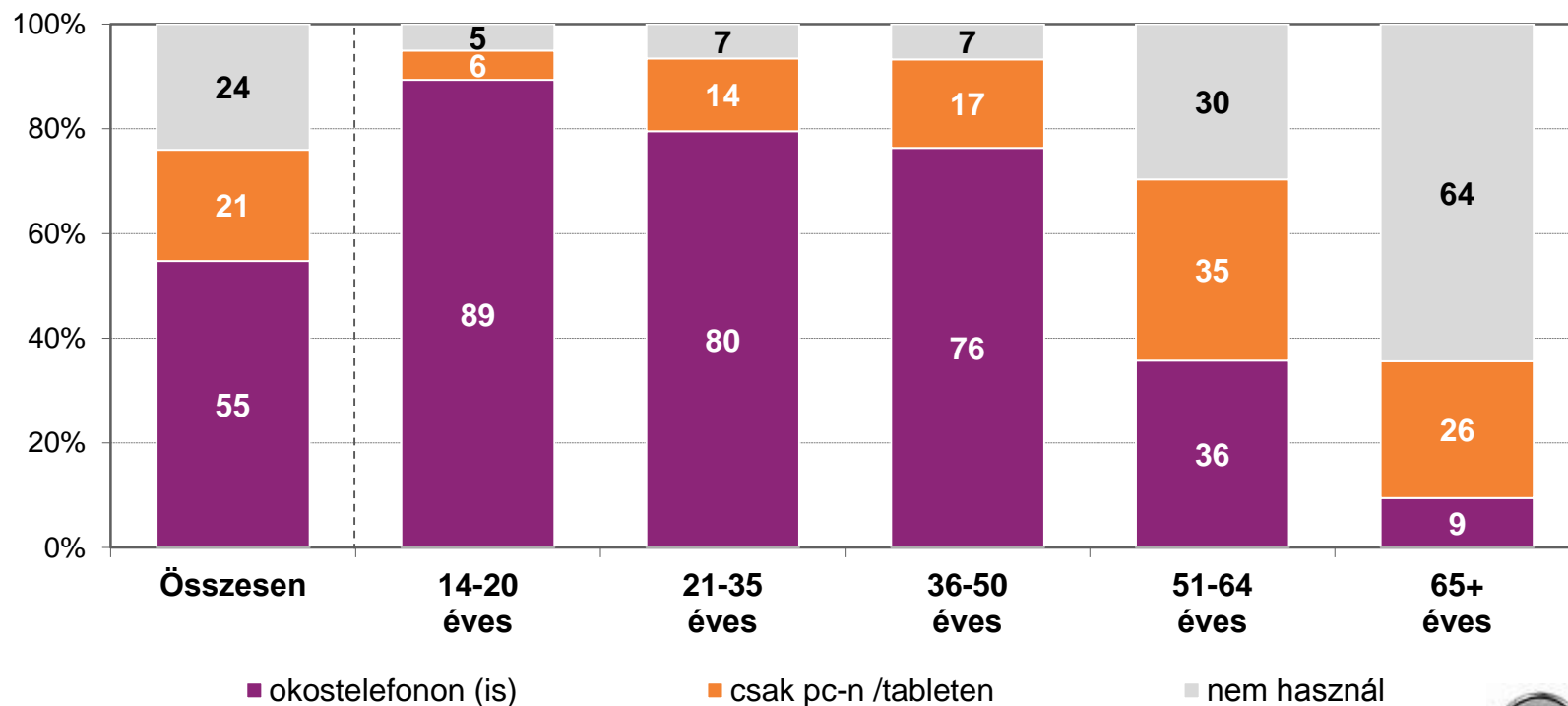


Bázis: 60+ éves személyek (N=2,55 millió fő; n=942)

INTERNETHASZNÁLAT OKOSTELEFONON ÉS SZÁMÍTÓGÉPEN KORCSOPORTONKÉNT



A 13 éven felüli lakosság 55%-a használ okostelefonon internetet, közülük szinte mindenki (99%) használ más eszközön (pc-n, tableten) is netet. 21% 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.



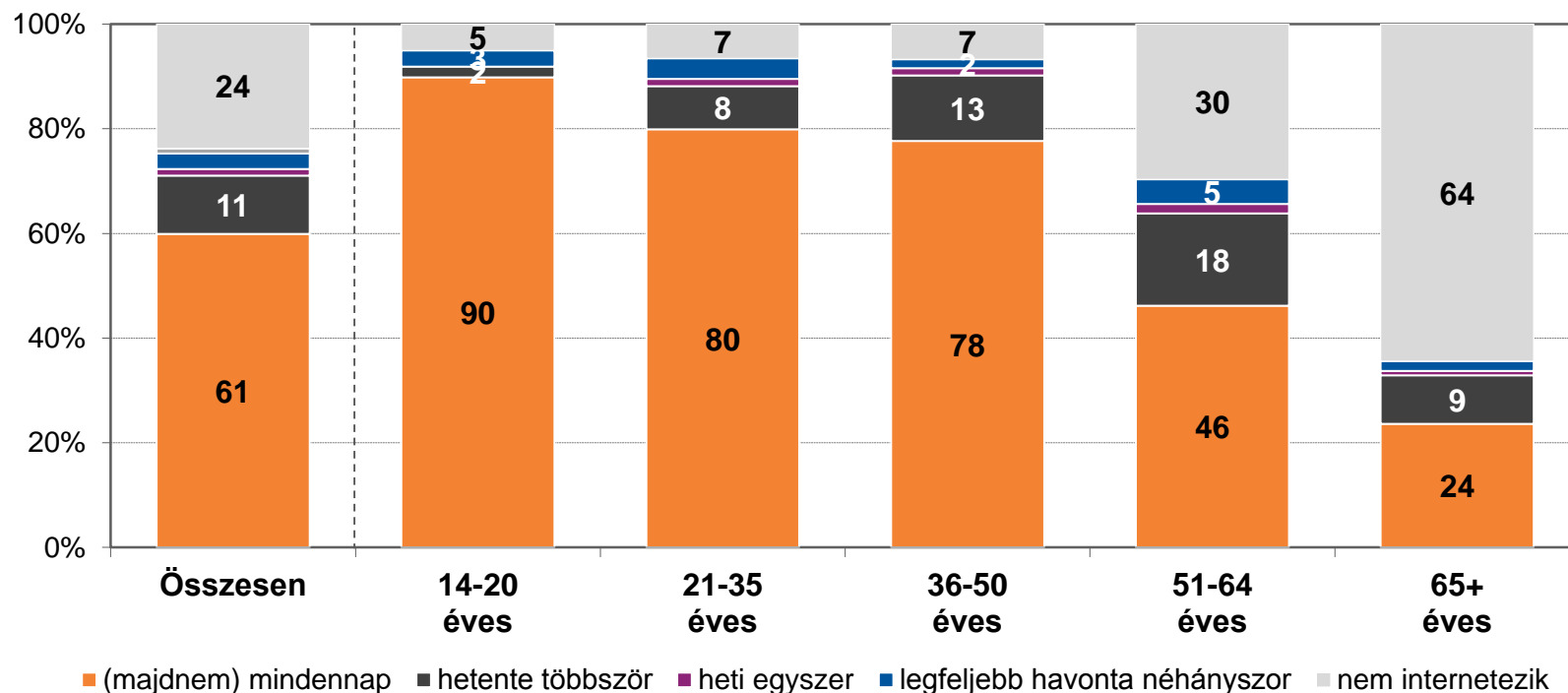
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)



INTERNETHASZNÁLAT GYAKORISÁGA



Tavalyhoz képest nőtt a majdnem mindennap internetezők aránya (2016: 57%), bár ez statisztikai értelemben elhanyagolható. Az internetezés gyakorisága erőteljesen függ az életkortól. A fiatalabb korosztályoktól az idősebbek felé haladva egyre csökken nemcsak az internethasználók aránya, de a használók közül a használat intenzitásának mértéke is. Azaz az idősek között nemcsak kevesebb a netező, de a netező idősek is kevesebbet neteznek, mint a fiatalabbak. A 20 év alattiak 90%-a mindennap internetezik, míg az 51-64 éveseknek csak 46%-a, az ennél idősebbeknek pedig 24%-a netezik minden nap. Utóbbi jelentős növekedés a tavalyi 12%-hoz képest.



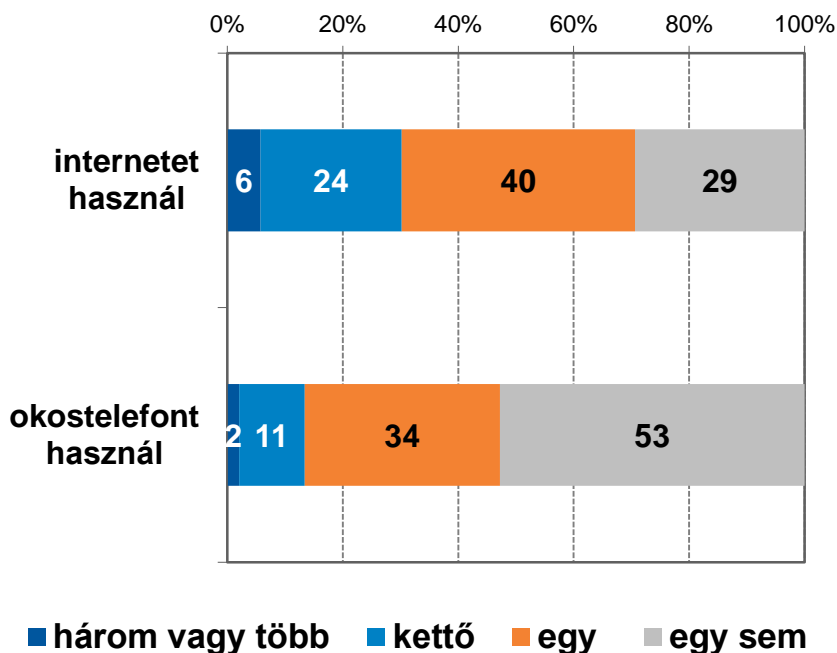
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2019)



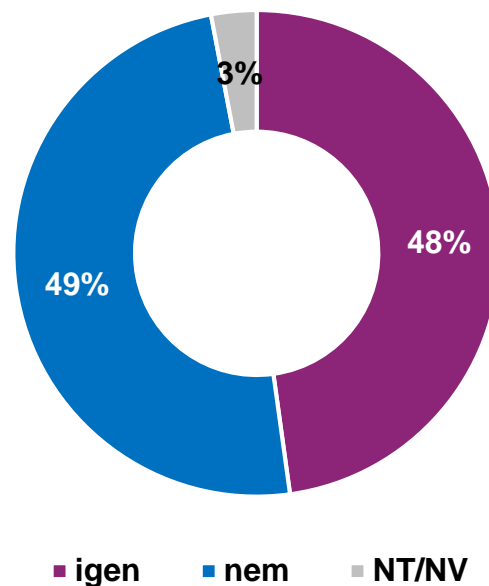


A gyermekes háztartások 71 százalékában internetezik valamelyik gyerek valamilyen eszközön, és 47%-ukban van a gyerek(ek)nek okostelefonja. Az összes 18 éven aluli 63%-a használ internetet (1,165 millió), 37%-a okostelefont (684 ezer gyerek). A gyermekes háztartások 48 százalékában használ valamelyik gyerek mobiltelefonon (nem feltétlenül a sajátján) internetet.

Hány gyerek használ internetet / okostelefont a háztartásban?



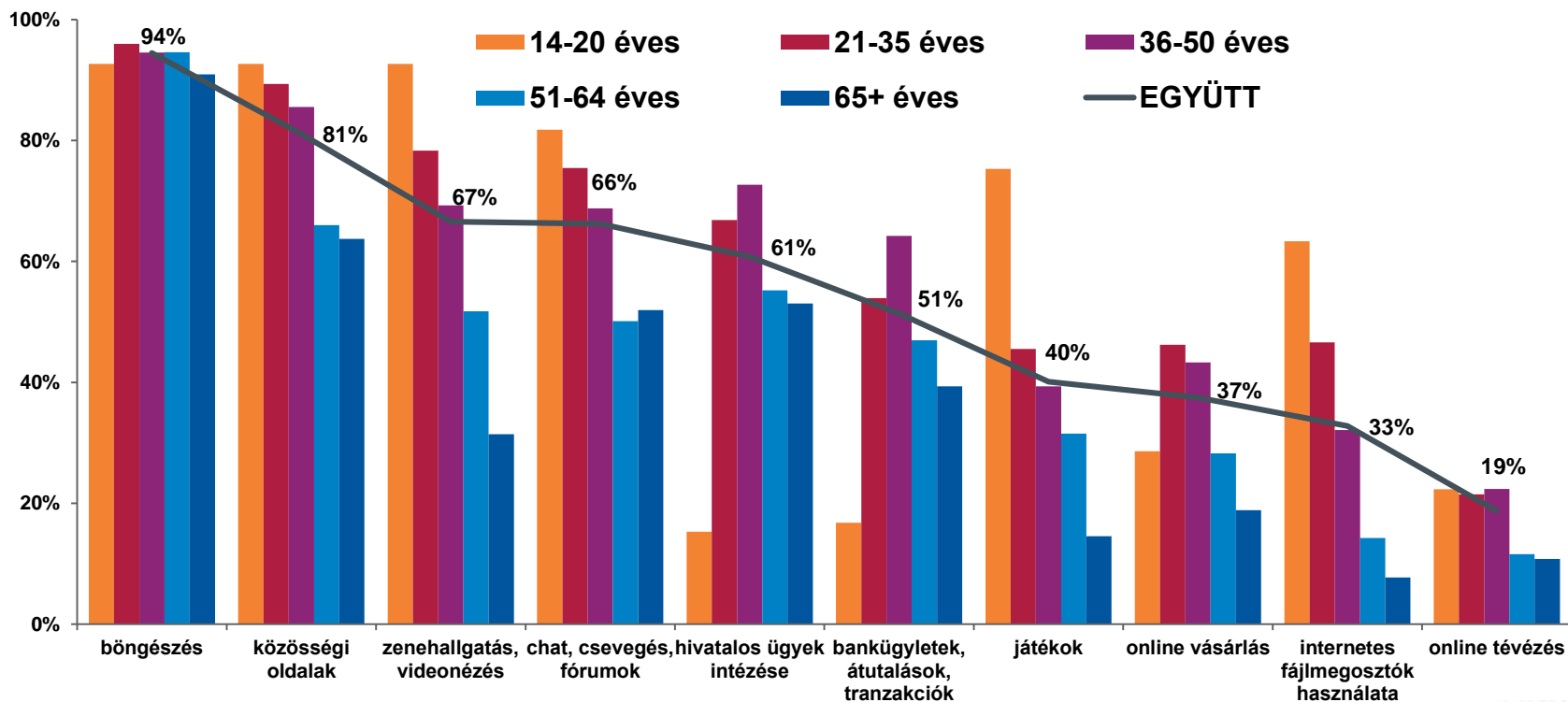
Internetezik valamelyik gyerek mobiltelefonon?



Bázis: gyermekes háztartások (N=1,074 millió HT, n=427)



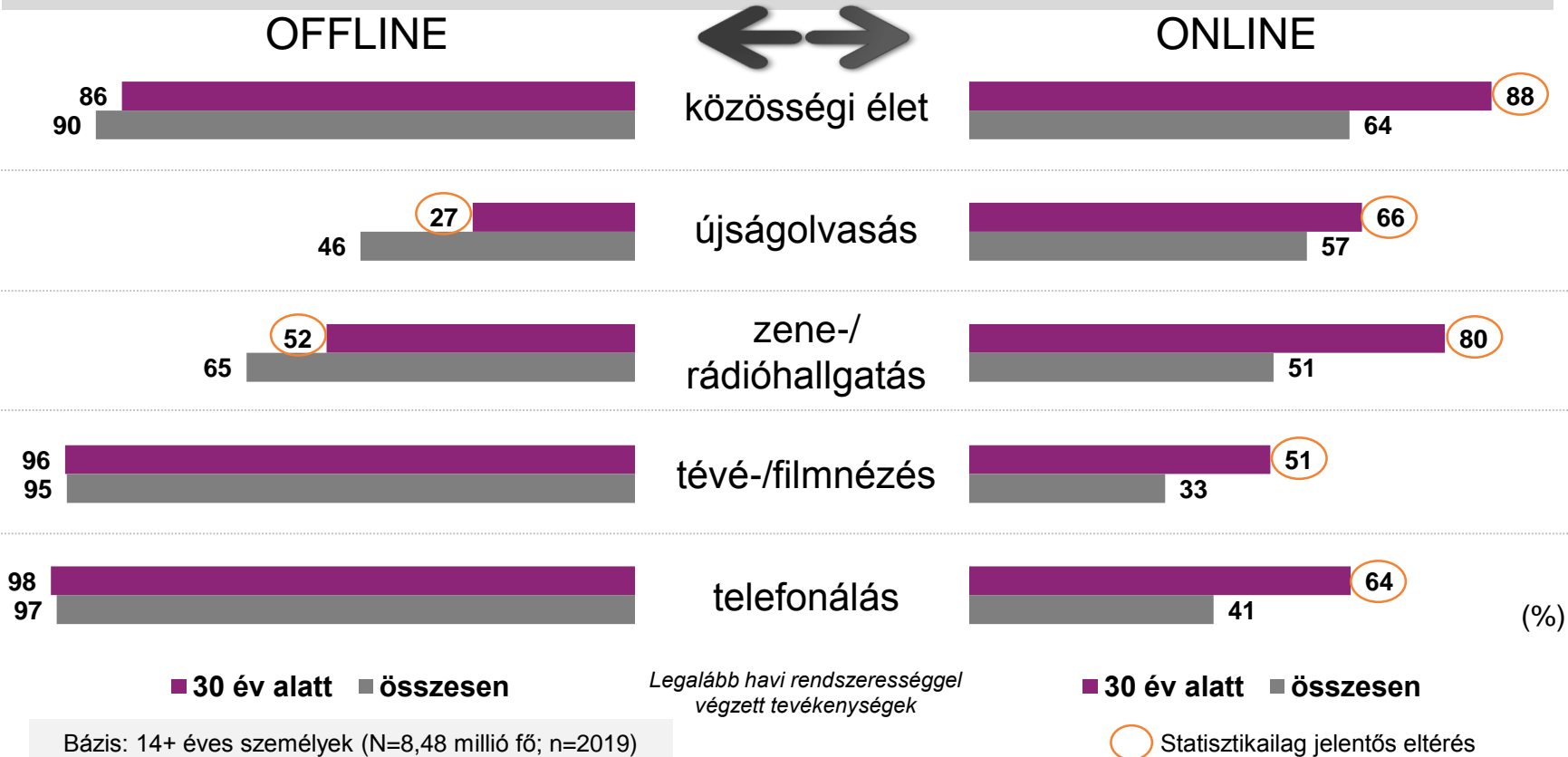
A fiatalok és az idősebbek internethasználati szokásaiban jellemzően eltérő mintázatok vannak. A legfiatalabbakra az átlagosnál sokkal jellemzőbb a fájlmegosztók, az online játékok használata és az online zenehallgatás. A hivatalos ügyek online intézése és az online bankolás pedig értelemszerűen éppen rájuk nem jellemző, hanem inkább az aktív korúakra. Az 50 év alattiaknál gyakoribb a közösségi oldalak használata és a csetelés, mint az idősebbeknél. Ugyanakkor a böngészésben már nincs semmilyen különbség a korcsoportok között.



Bázis: 14+ éves, otthon internetet használó személyek (N=6,32 millió fő; n=1275)



A 13 év feletti lakosság nagy része már használ olyan internetes lehetőségeket, amelyekkel helyettesíteni tudják a hagyományos távközlési szolgáltatásokat (az internet postát helyettesítő szerepét lásd a 124. slide-tól). A közösségi média (főleg a Facebook) elterjedtsége a legszélesebb körű, talán a sokoldalúsága miatt (hírek, csevegés, apróhirdetések, filmek, zenék megosztása). Online híroldalakat már többen olvasnak, mint nyomtatott újságot, és az online zenehallgatás aránya is megközelíti az offline rádióhallgatását. Legkevésbé a telefonbeszélgetést és a tévét helyettesítik online módon. A 30 évnél fiatalabbak minden online kommunikációs formát jóval nagyobb arányban használnak, mint az idősebbek.





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

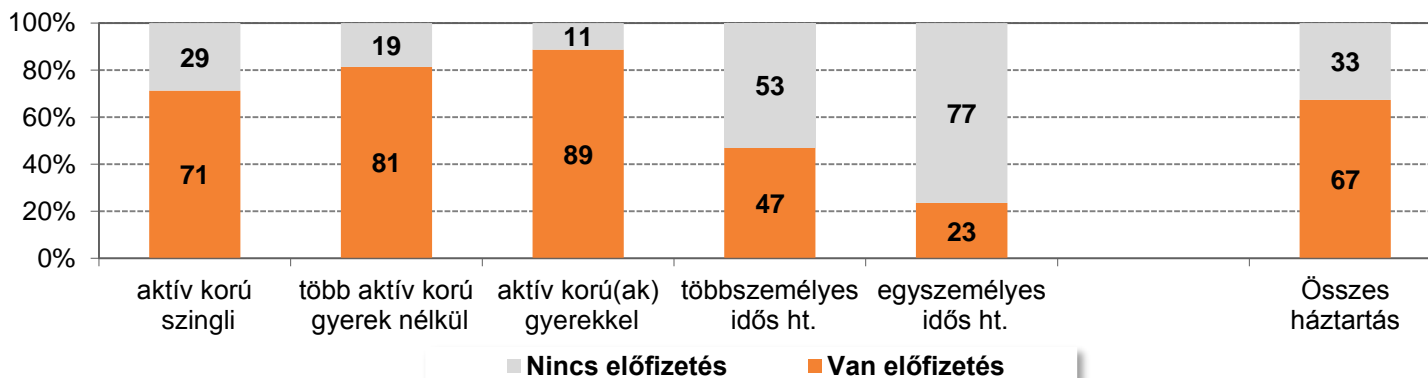
INTERNETPIAC

- Internethasználat
- Helyhez kötött internet
- Mobilinternet
- Digitális Jólét Alapcsomag

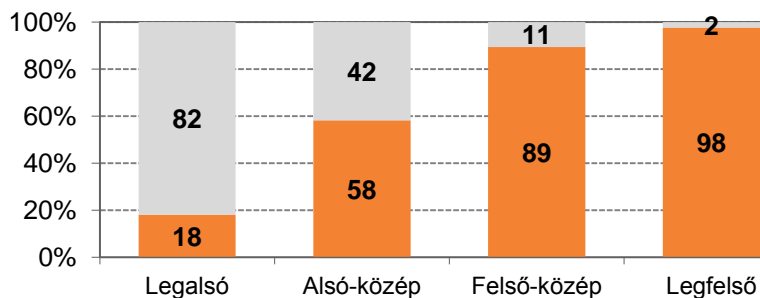


A „Large Screen” internetes kapcsolatra való előfizetés a több aktív korú magában foglaló, a gyermekes, valamint a jó anyagi helyzetben lévő háztartásokban az átlagosnál jóval nagyobb arányú. A legalsó jövedelmi kategóriában levő háztartások közel egyötödében, a legfelső jövedelmi kategóriában viszont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

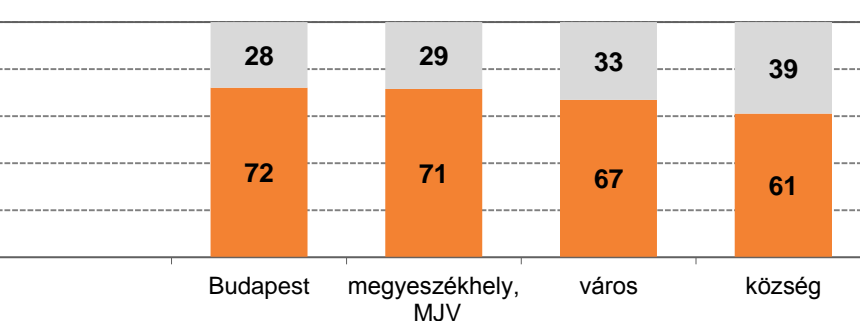
Ellátottság a háztartások összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



Településtípus szerint

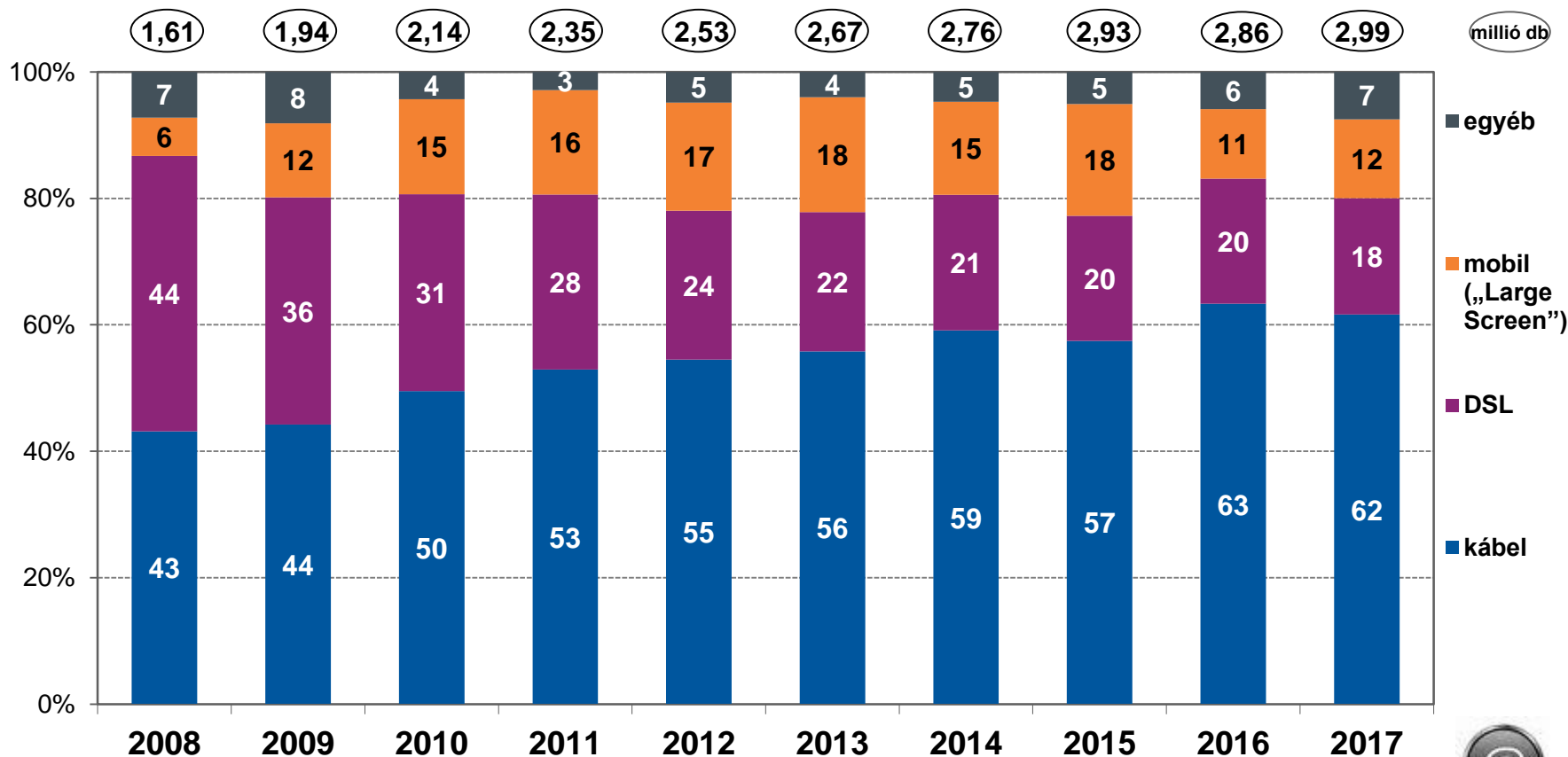


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT, n=2019)



A nagyképernyős internetes technológiák megoszlása az utóbbi egy évben nem változott jelentősen. 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 gyakorisága pedig ezzel párhuzamosan csökken.

Internettechnológiák időszora (hozzáférések)



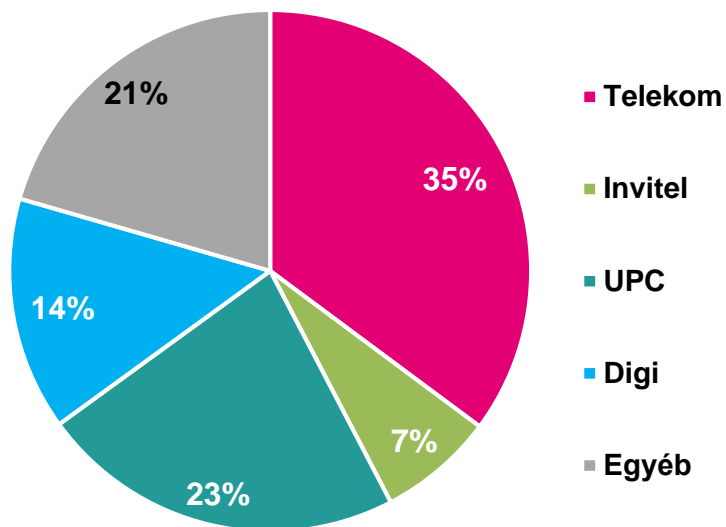
Bázis: Adott évi internet-hozzáférések (évenkénti bázis az adatsorok tetején)





A helyhez kötött internet lakossági piaca költségben mérve 2017-ben 104 Mrd, míg 2016-ban 101 Mrd volt. Az internetre költött havi összeg érdemben nem változott az előző évhez képest. Az internetpiacon továbbra is a Telekom a piacvezető a UPC és a Digi előtt.

A helyhez kötött internetes bevételek szolgáltató szerinti megoszlása



Költség helyhez kötött technológia szerint (bruttó Ft/hó)



Technológia	Év	Összes költség (bruttó Ft/hó)
Összes	2015	4181
	2016	4194
	2017	4201
DSL	2015	4488
	2016	4495
	2017	4430
kábel	2016	4072
	2016	4082
	2017	4120
egyéb	2015	4227
	2016	4380
	2017	4300

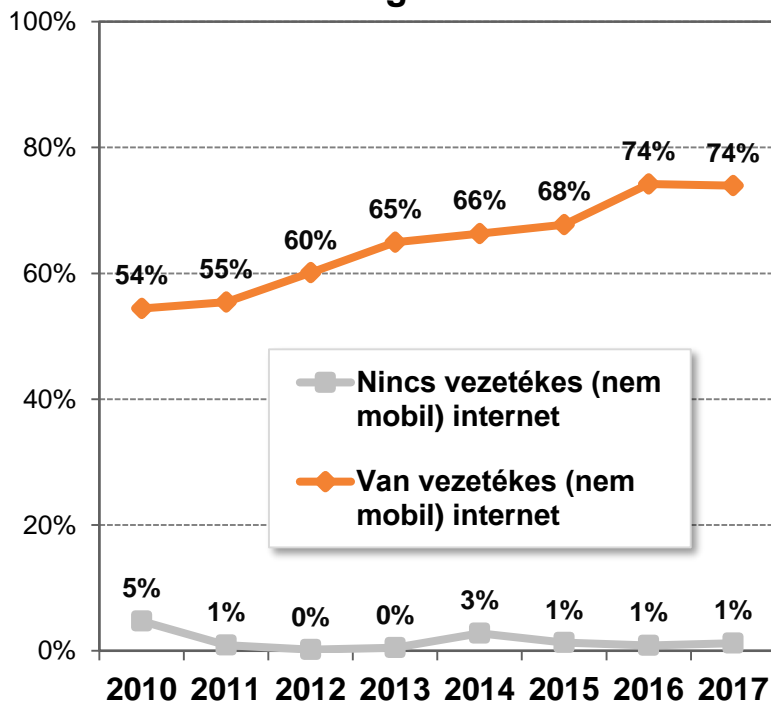
Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,62 millió HT; n=1217)

A helyhez kötött internet lakossági piacának mérete 2017-ben nettó 104 Mrd Ft. (2016: 101)

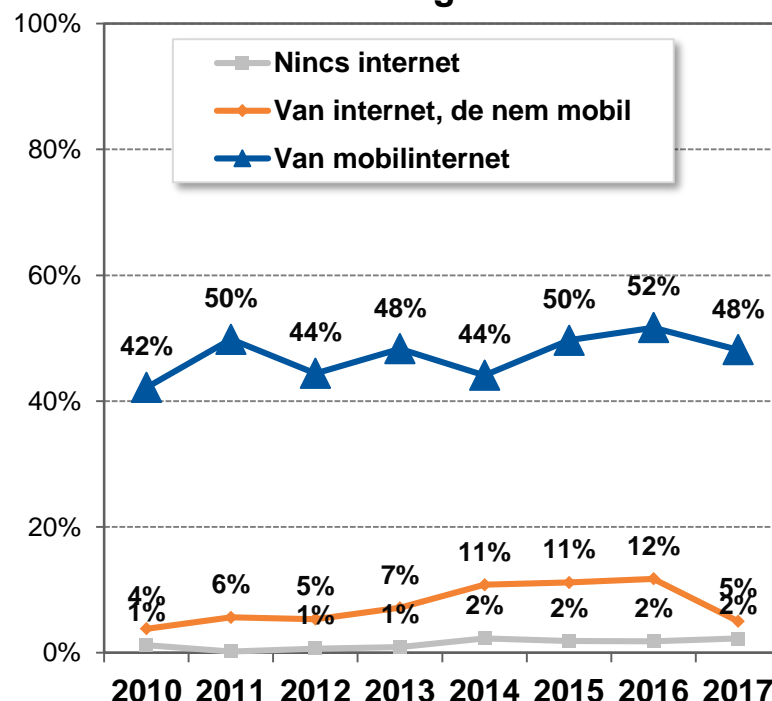


A háztartások életében a helyhez kötött internet fontossága nem változott tavalyhoz képest. A mobilinternettel rendelkezők ellenben egyre kisebb arányban tartják nélkülözhetetlenek ezt a technológiát. A „Large Screen” mobilinternet fontossága legjobban a csak vezetékes kapcsolattal rendelkezők körében csökkent.

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



A számítógépen használt mobilinternetet nélkülözhetetlennek tartó háztartások aránya ellátottság szerint



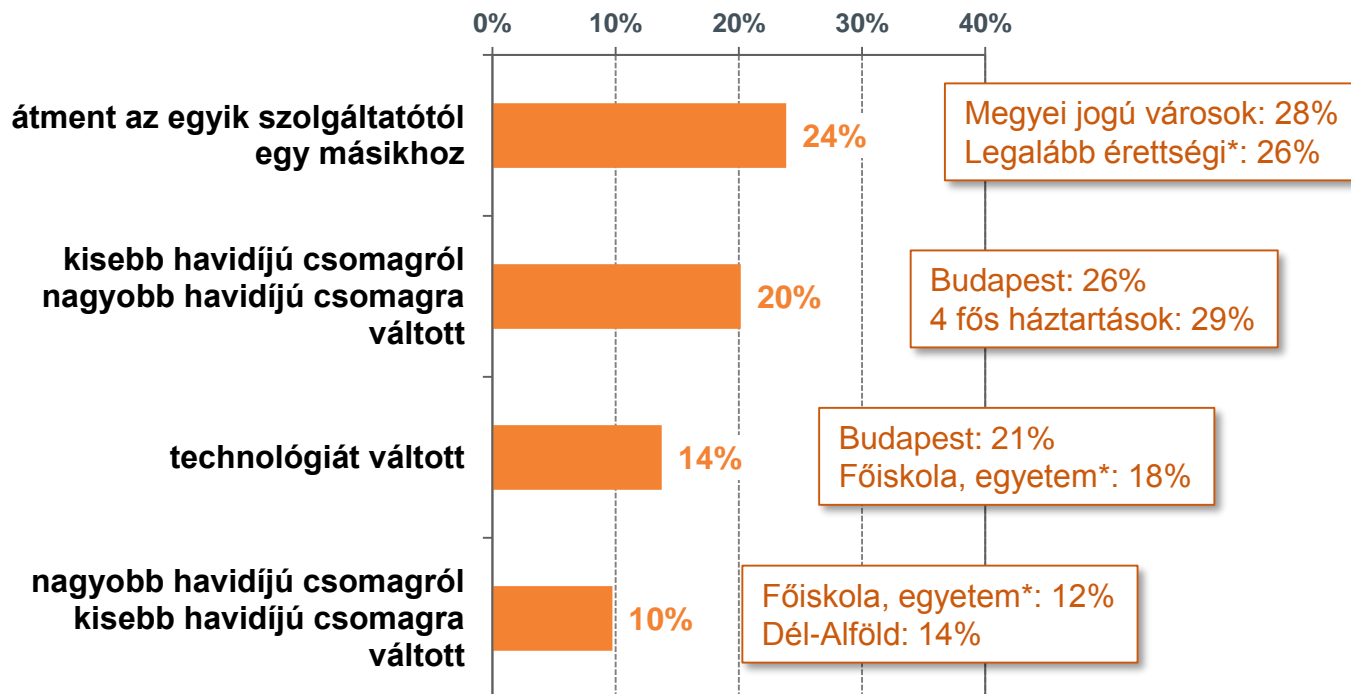
Bázis: Helyhez kötött-, illetve mobilinternet-előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (a helyhez kötött esetében: az összes háztartás 65 és 35%-a, N=2,62 és 1,40 millió HT, a számítógépen használt mobilinternetnél: az összes háztartás 7 és 60, illetve 33%-a, N=292 e, 2,42, illetve 1,31 millió HT)





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

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



Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások
(N=2,62 millió HT; n=1217)

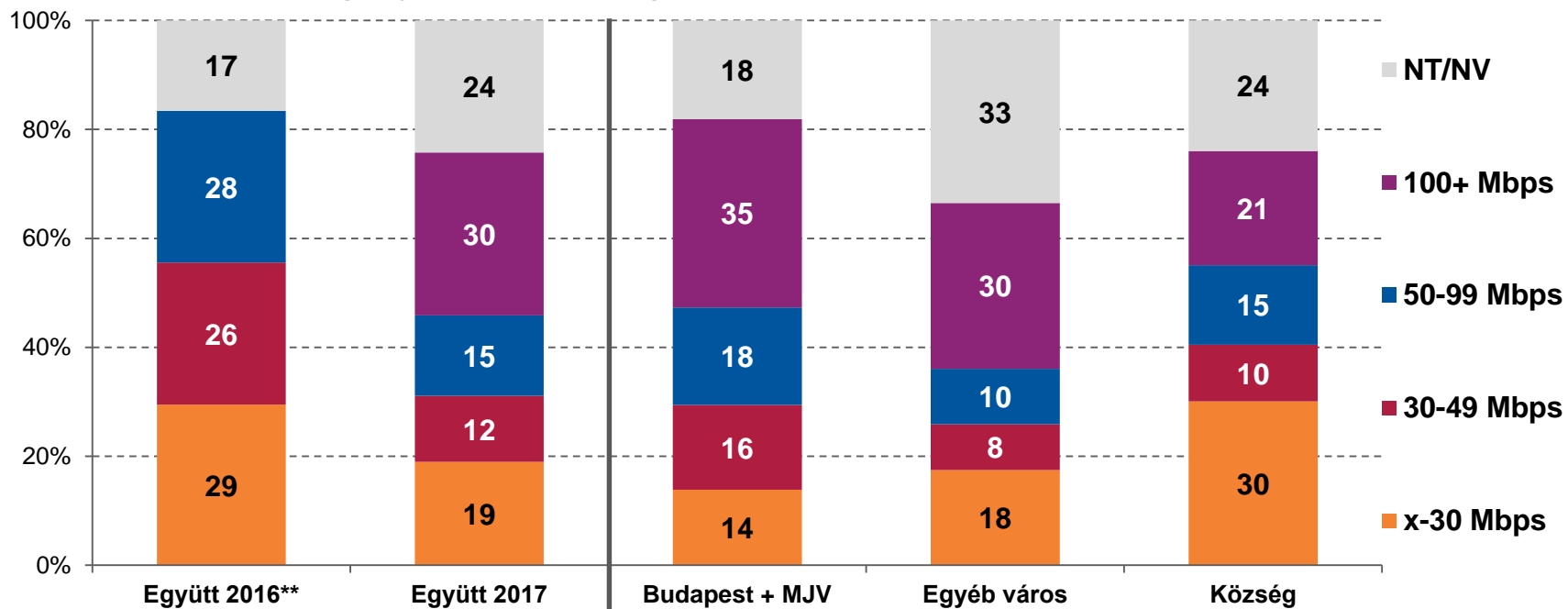
*Legmagasabb iskolai végzettség a háztartásban





Az otthoni helyhez kötött internetes csomagokban tovább csökkent a 30 Mbps alatti sávszélességek aránya az elmúlt évben. 2020-ra uniós cél, hogy mindenki hozzájusson 30 Mbps-hoz, míg a magyar kormány ezt már 2018-re el szeretné érni*. A nagyobb városokban a legelterjedtebbek a 100 Mbps-os csomagok, míg a községekben élő háztartások 30%-a még 30 Mbps-nál kisebb csomagokat használ.

Az igénybe vett csomagok háztartástípus szerint



** A 2016-os kérdőívben a legmagasabb kategória még 50+ Mbps volt.

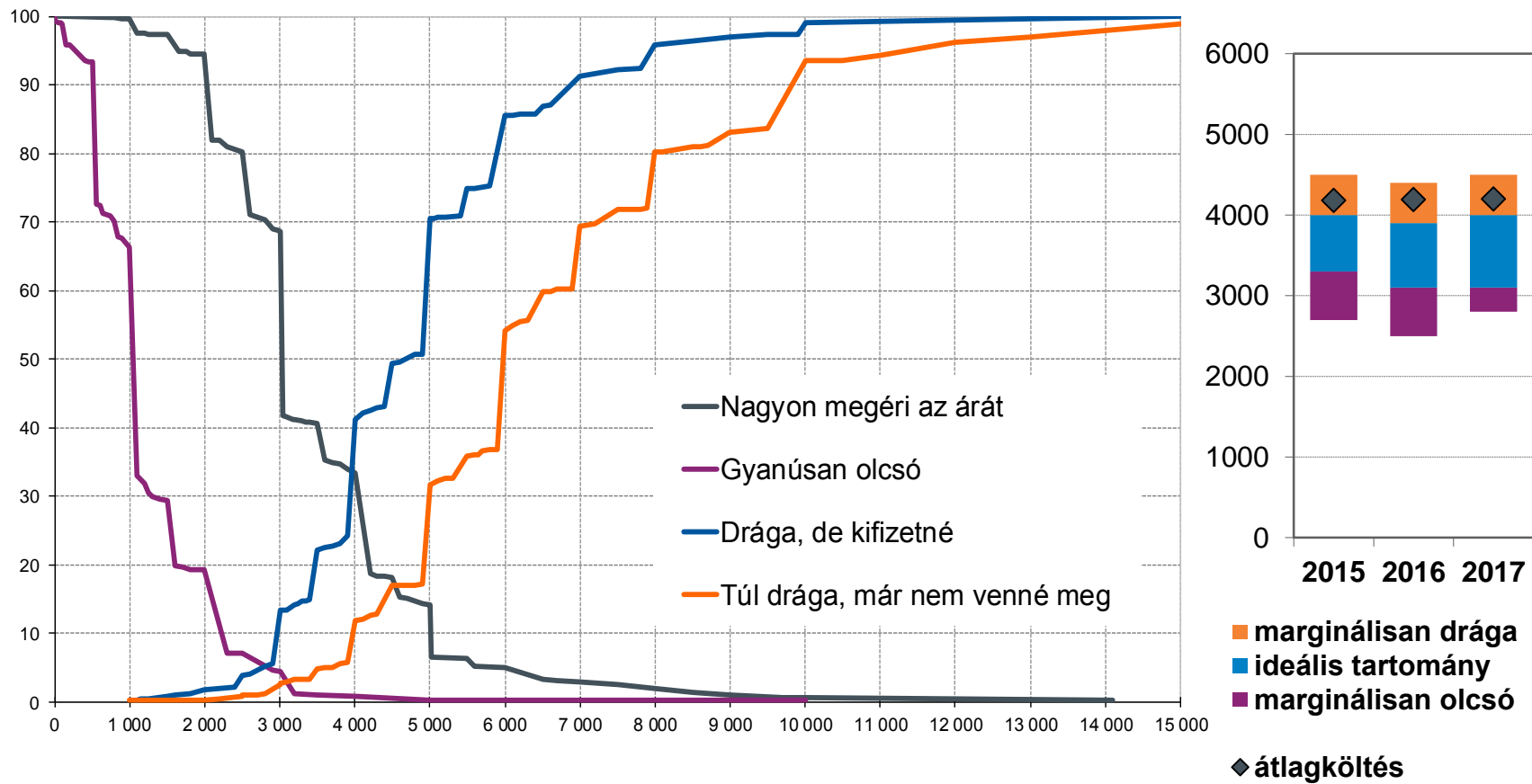
* Adataink a már jelenleg is internetezők arányait mutatják, míg az uniós és kormányzati célok az összes háztartás körében kívánják elérni a kitűzött sávszélességeket.

Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,62 millió HT; n=1217)





Az internetszolgáltatások átlagára lényegében azonos szintű elvárások mellett alig változott az elmúlt három évben. Az átlagköltség 2017-ben 4201 Ft, ami a „marginálisan drága” tartományban van. Ahhoz, hogy az ideális tartományba kerüljön, az átlagköltségnek 4000 Ft alá kellene süllyednie.



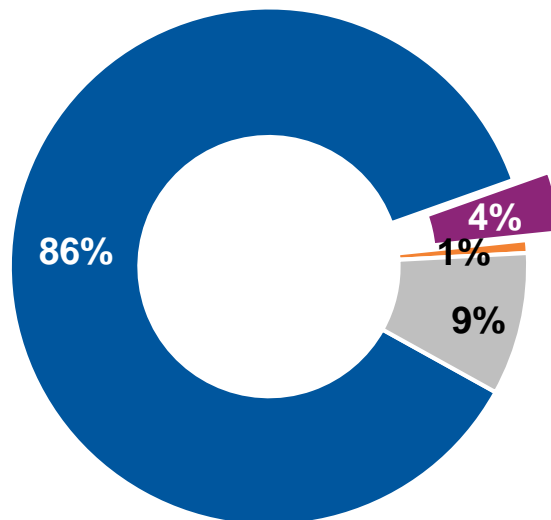
Bázis: Akinek van helyhez kötött internete vagy lenne igénye rá (N=2,77 millió HT; n=1288)





A havidíj 10%-os emelésére az előfizetők mindössze 4 százaléka mondana le végleg a helyhez kötött otthoni internetről. Az előfizetők 86%-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
- lemondának a vezetékes internetről
- egyébként is le akarják mondani az internetet
- NT/NV

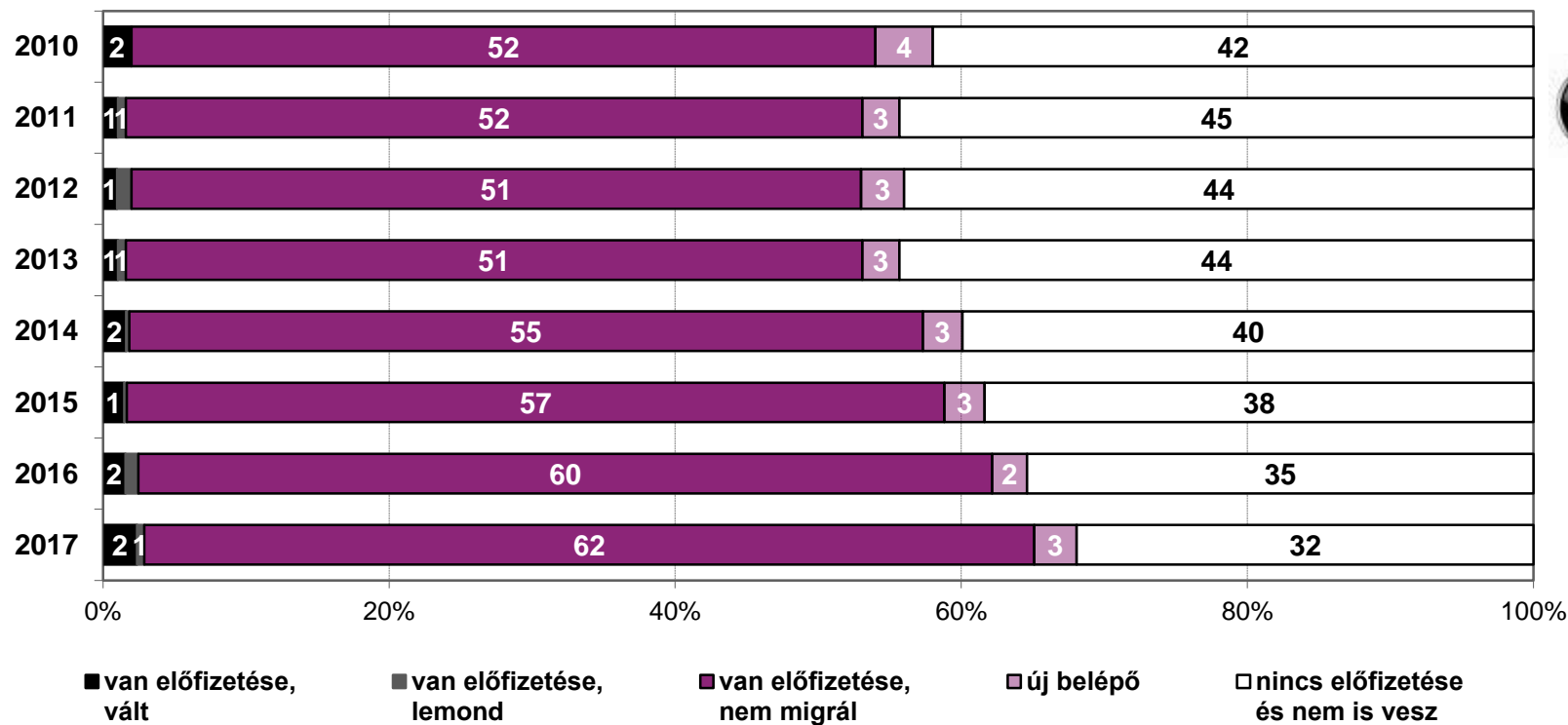
Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,62 millió HT; n=1217)





119 ezer háztartás (3%) tervezi, hogy egy éven belül helyhez kötött internetre fizet elő. Ugyanakkor 21 ezer háztartás tervezi a vezetékesinternet-szolgáltatás helyettesítés nélküli lemondását. Ez azonban még mindig csak az internetező háztartások 1%-a.

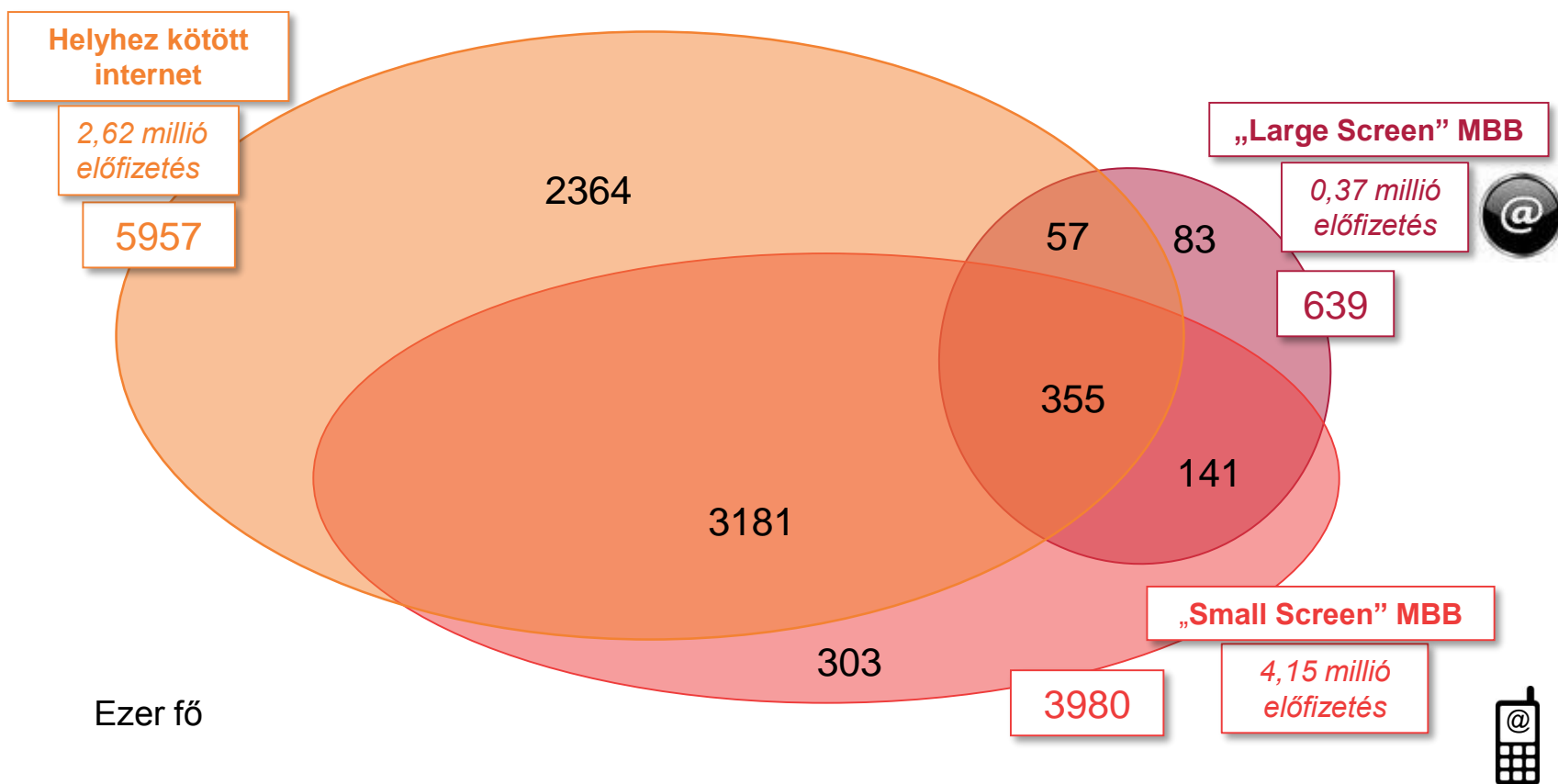
A háztartások migrációs kategóriái



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)



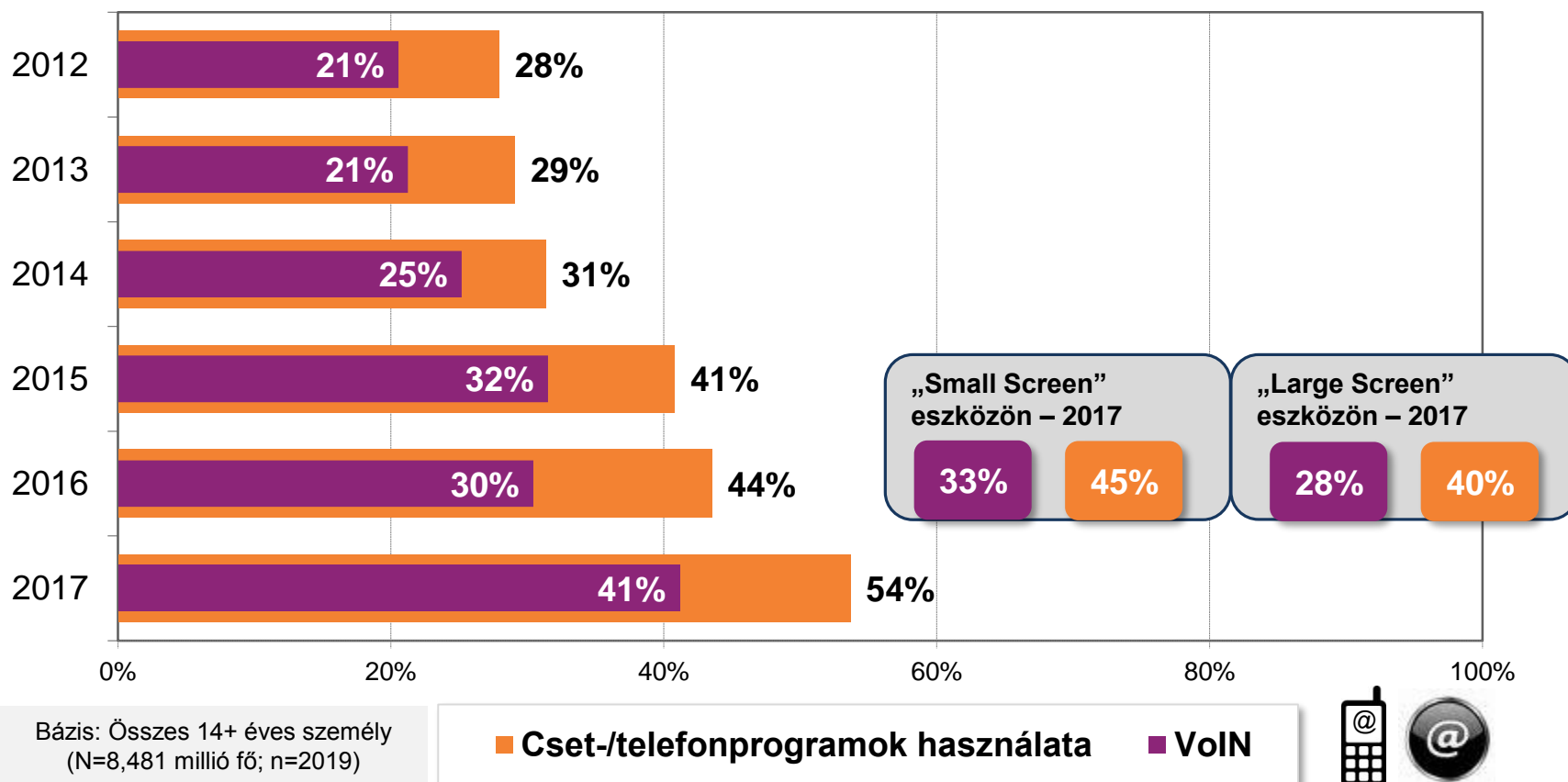
A piac legfontosabb változása a „Small Screen” mobilinternethez köthető: 2016-hoz képest 3,3 millióról 3,98 millióra nőtt azok száma, akik ilyen típusú előfizetéssel (is) rendelkeznek. Ez annak is köszönhető, hogy a szolgáltatók a legtöbb új mobilhangcsomaghoz adnak mobilinternetes adatkeretet is.





A 13 éven felüliek 54%-a használ valamilyen csevegőprogramot (pl. Skype, Gtalk), ami jelentős, 10 százalékpontnyi bővülés tavalyhoz képest. Azok aránya, akik nemcsak csetelésre, hanem telefonhívások bonyolítására is igénybe veszik ezeket a programokat, hasonló arányban nőtt 2016-hoz képest (12 százalékpontot).

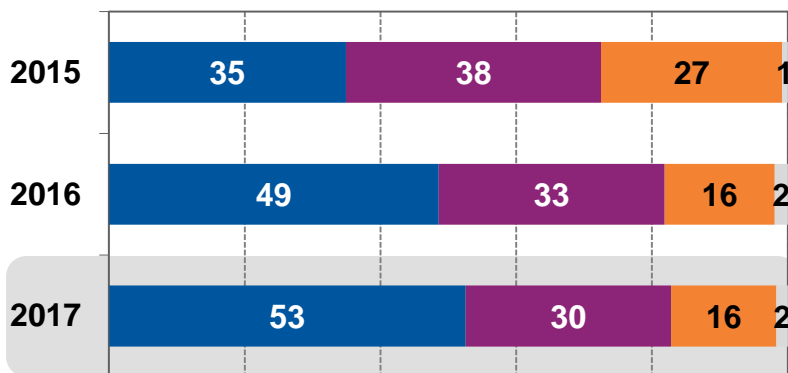
Internetes csevegő- és telefonprogramok használata





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. Az sms-ek kiváltása csetüzenetekkel nőtt az előző két évben: a csevegőprogramot használóknak már az 53%-ára jellemző, hogy sms helyett szinte mindig csetüzenetet küldenek.

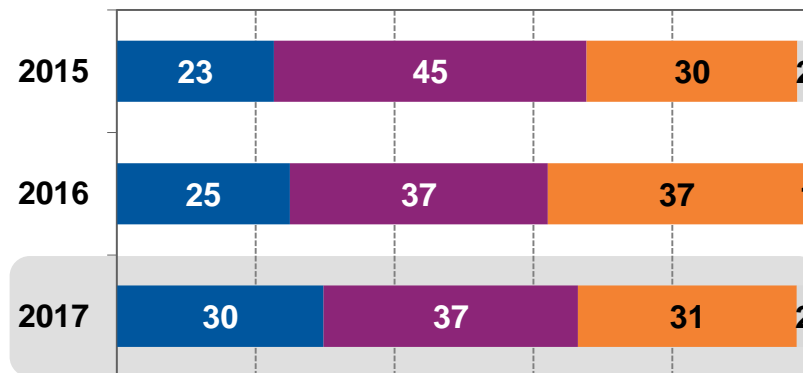
„Small Screen” cset vs. sms



- 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
2017-ben (N=3,44 millió fő; n=601)

„Small Screen” VoIN vs. mobiltelefonálás

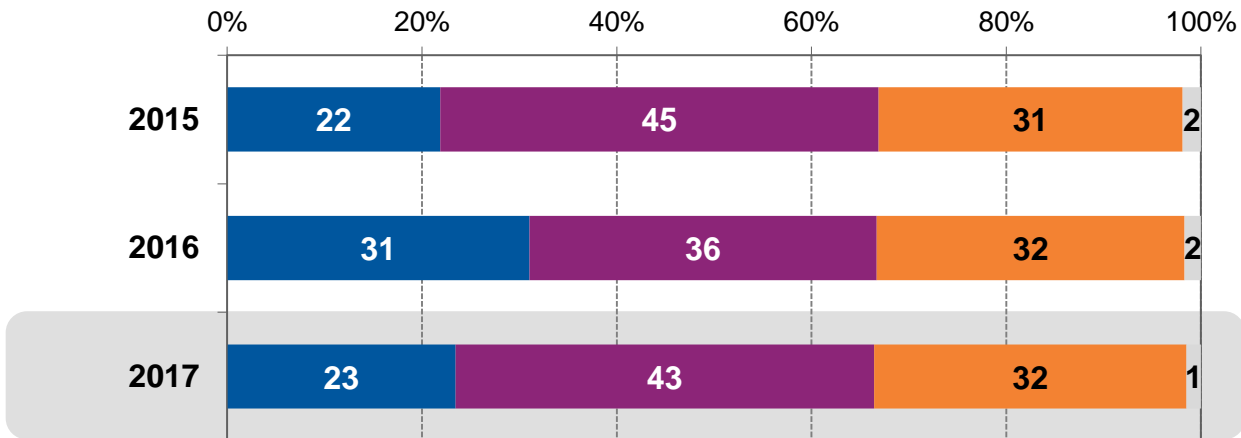


- azóta lényegesen kevesebbet mobiltelefonálok
- azóta valamivel kevesebbet mobiltelefonálok
- azóta is ugyanannyit mobiltelefonálok
- NT/NV

Bázis: „Small Screen” eszközön VoIN-t használó személyek
2017-ben (N=2,77 millió fő; n=497)

A számítógépen VoIN-t használók 66%-a tartja ezt az eszközt a „klasszikus” csatornákat (mobilt vagy helyhez kötött telefont) helyettesítő megoldásnak. A VoIN helyettesítő szerepének értékelése változott tavalyhoz képest, 2017-ben árnyaltabban nyilatkoztak a válaszadók a helyettesítés mértékéről. Lehet, hogy ebben szerepet játszik a prepaid percdíjak csökkenése is.

Számítógépen használt internetes telefon vs. vezetékes vagy mobiltelefonálás



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

Bázis: „Large Screen” eszközön VoIN-t használó személyek
2017-ben (N=2,39 millió fő; n=414)

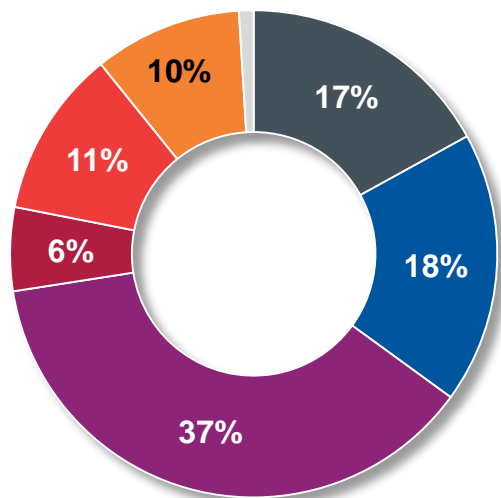




Nem változott jelentősen az előző évhez képest a VoIN-alkalmazások használatának gyakorisága. A „Small Sreen” eszközön keresztüli VoIN-használat továbbra is jóval intenzívebb, mint a nagyképernyőn keresztül telefonálók esetében.

VoIN-használat intenzitása

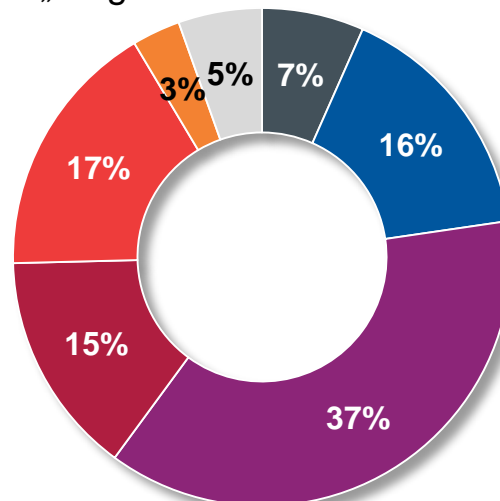
„Small Screen” eszközön



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

Bázis: „Small Screen” eszközön VoIN-t használó személyek
(N=2,766 millió fő; n=497)

„Large Screen” eszközön



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

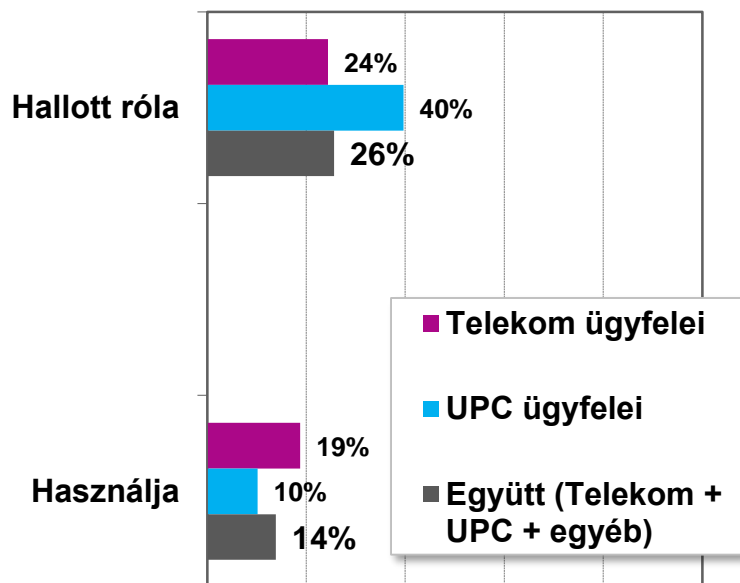
Bázis: „Large Screen” eszközön VoIN-t használó személyek
(N=2,390 millió fő; n=414)





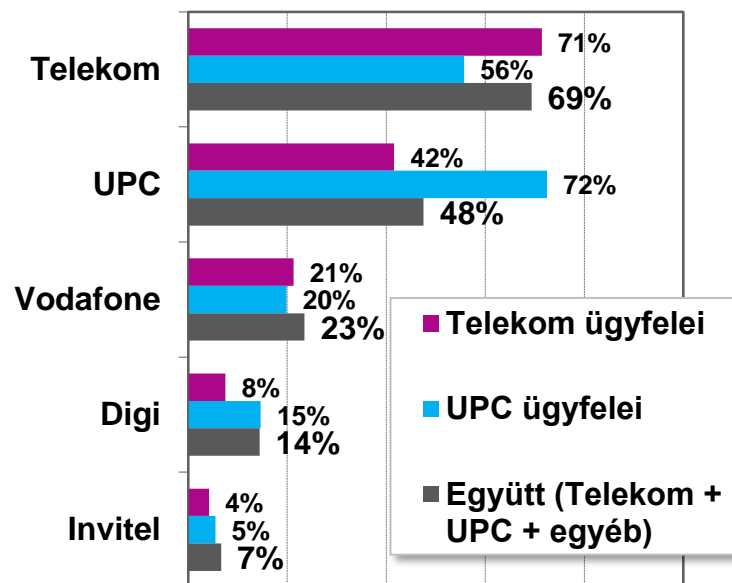
A Telekom és a UPC előfizetőknek nyújtott ingyenes wifi-szolgáltatásról az otthoni internetezők egynegyede hallott. Mindkét nagy szolgáltatóról jobban tudják a saját ügyfeleik, hogy nyújt ilyen szolgáltatást, de ez az arány a UPC-nél igazán kimagasló. A netezők 4%-a használja a szolgáltatást. Mind a „Small Screen”, mind a „Large Screen” mobilinternetet használó ügyfelek nagyobb arányban használják az ingyenes wifi-szolgáltatást, mint az MBB-előfizetéssel nem rendelkezők.

Ismeret és használat



Bázis: otthon internetet használó személyek (N=5,96 millió fő; n=1217)

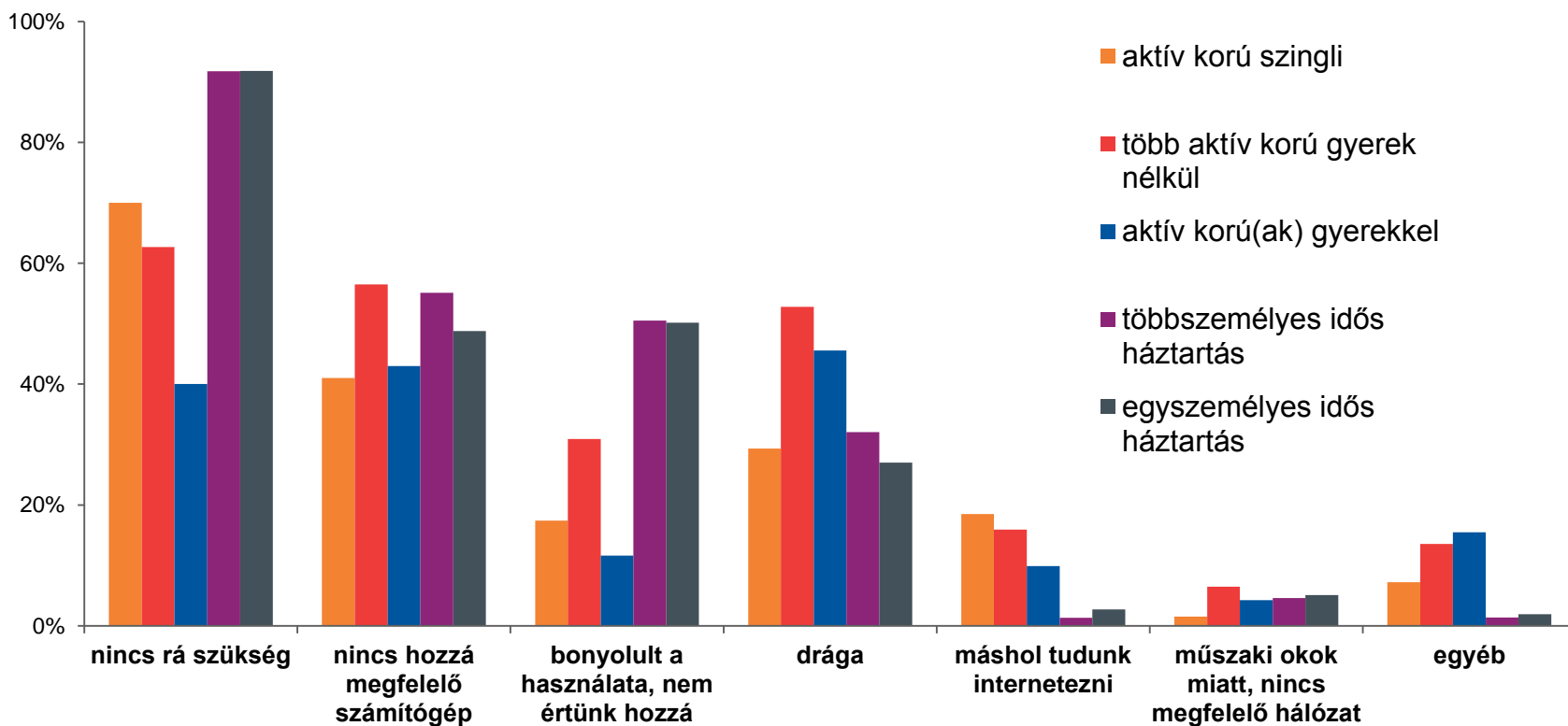
Melyik szolgáltató nyújtja?



Bázis: aki hallott róla (N=1,581 millió fő; n=289)



Azok körében, ahol nincs internet-előfizetés, az idősebb háztartások továbbra sem érzik szükségét. Az internettel nem rendelkező, de gyermekeket nevelő aktív korúak esetében azonban a „nincs rá szükség” válasz sokkal kisebb arányban fordul elő. Az ő körükben a fő ok a szegénység: sem az előfizetési díjat, sem az eszközt nem tudják kifizetni.



Bázis: „Large Screen”-internet-előfizetéssel nem rendelkező háztartások (N=1,314 millió fő; n=761)





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

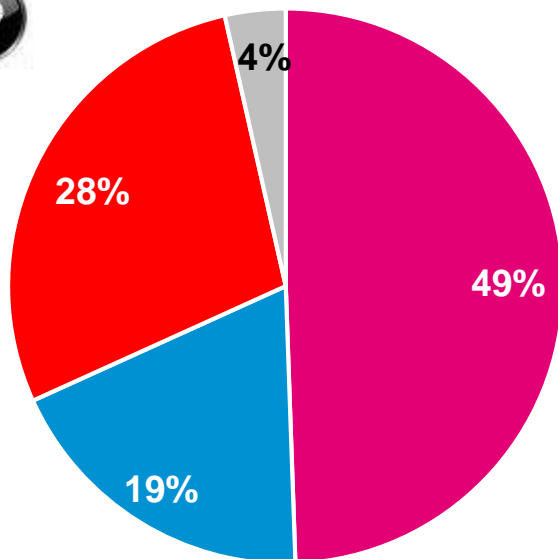
INTERNETPIAC

- Internethasználat
- Helyhez kötött internet
- Mobilinternet
- Digitális Jólét Alapcsomag



A „Large Screen”-mobilinternet-előfizetések közel fele a Telekomhoz tartozik, a második legnagyobb szolgáltató pedig a Vodafone. A „Small Screen”-előfizetéseknél nagyobb a részesedése a Telenornak.

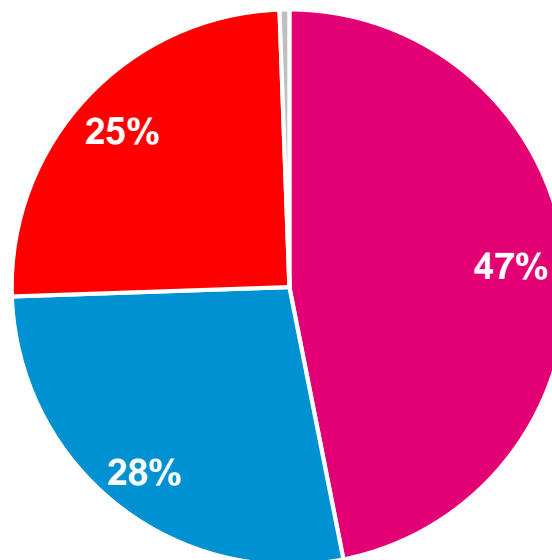
A „Large Screen”-mobilinternet-előfizetések megoszlása



■ Telekom ■ Telenor
■ Vodafone ■ egyéb

Bázis: A háztartásokban lévő összes „Large Screen”-mobilinternet-előfizetés (N=374 ezer db.)

A „Small Screen”-mobilinternet-előfizetések megoszlása



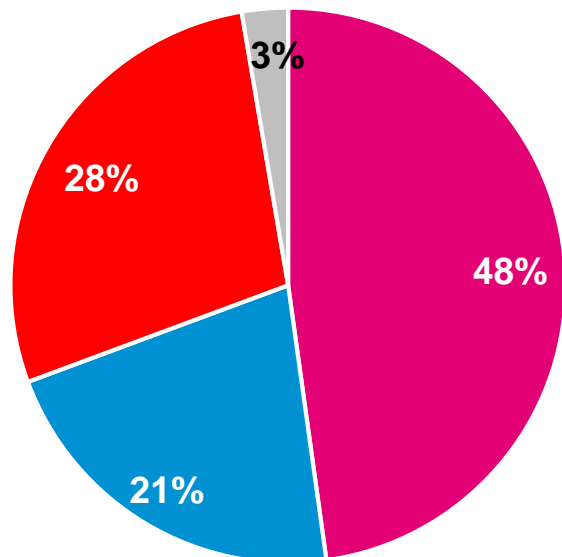
■ Telekom ■ Telenor
■ Vodafone ■ egyéb

Bázis: A háztartásokban lévő összes „Small Screen”-mobilinternet-előfizetés (N=7,95 millió db)



A „Large Screen” mobilinternet piaca 2017-ben 14,2 Mrd, ez egyértelmű növekedés a 2016-os 11,3 Mrd-hoz képest. Az árbevétel növekedésének oka az ARPU-k emelkedése. A Telekom a bevételek közel felével rendelkezik (48%). A Telenor részesedése 21%, a Vodafone részesedése 28% volt 2017-ben. Az MBB-t igénybe vevő háztartások átlagosan 5144 Ft-ot költenek az előfizetésre.

A „Large Screen” mobilinternetes árbevételek megoszlása

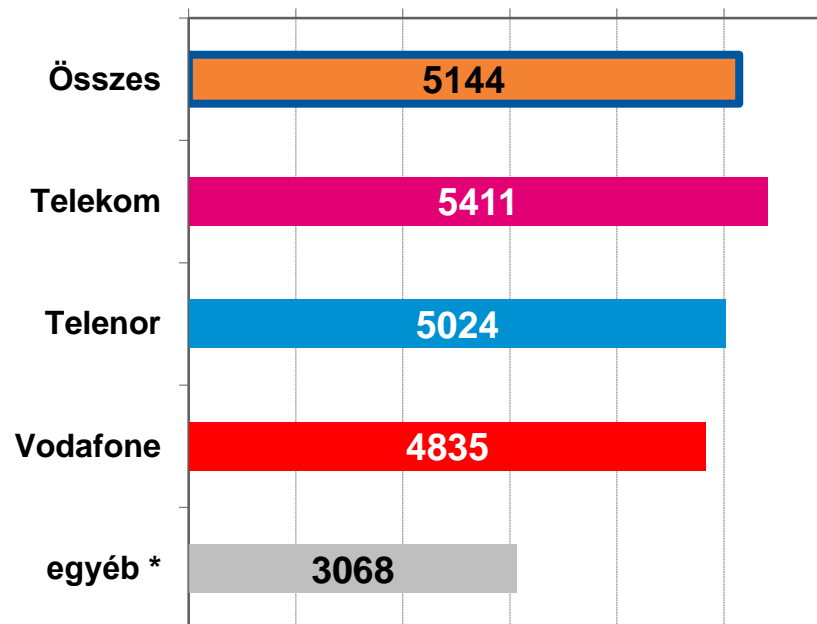


■ Telekom ■ Telenor
■ Vodafone ■ egyéb *

*Invitel, Digi, UPC, egyéb

Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (N=292 ezer HT, n=125)

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



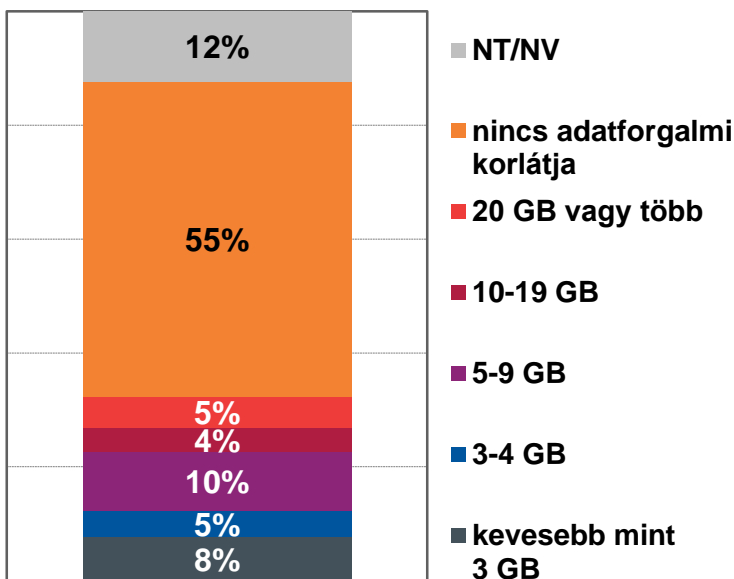
A „Large Screen” MBB lakossági piacának mérete 2017-ben nettó 14,2 Mrd Ft. (2016: 11,3)



A „Large Screen” mobilinternetet használók 55%-a, a „Small Screen” MBB-sek 32%-a számolt be korlátlan adatcsomagról. A „Small Screen” MBB-s csomagoknál a leggyakoribb adatforgalmi korlát az 1 és a 2 GB. A korlátlan csomagról beszámolók nagy aránya a fogyasztók tájékoztatatlanságára utal*.



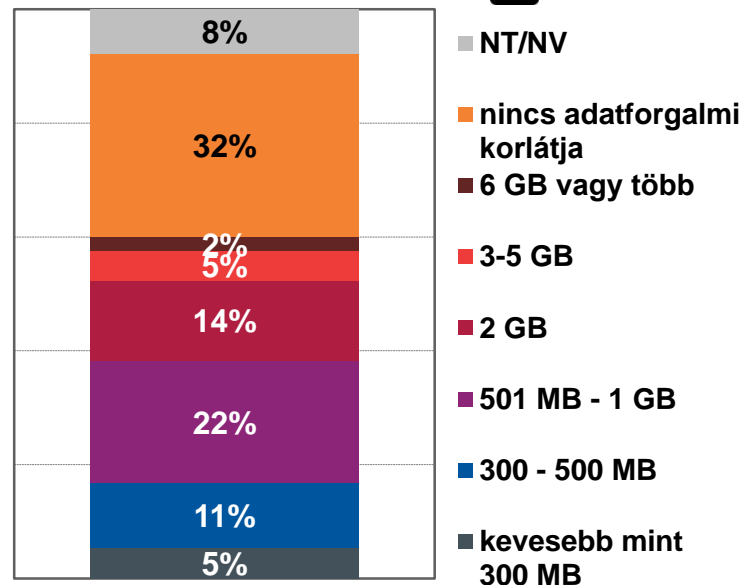
„Large Screen” MBB*



*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: „Large Screen” mobilinternetet használók
(N=636 ezer fő, n=107)

„Small Screen” MBB

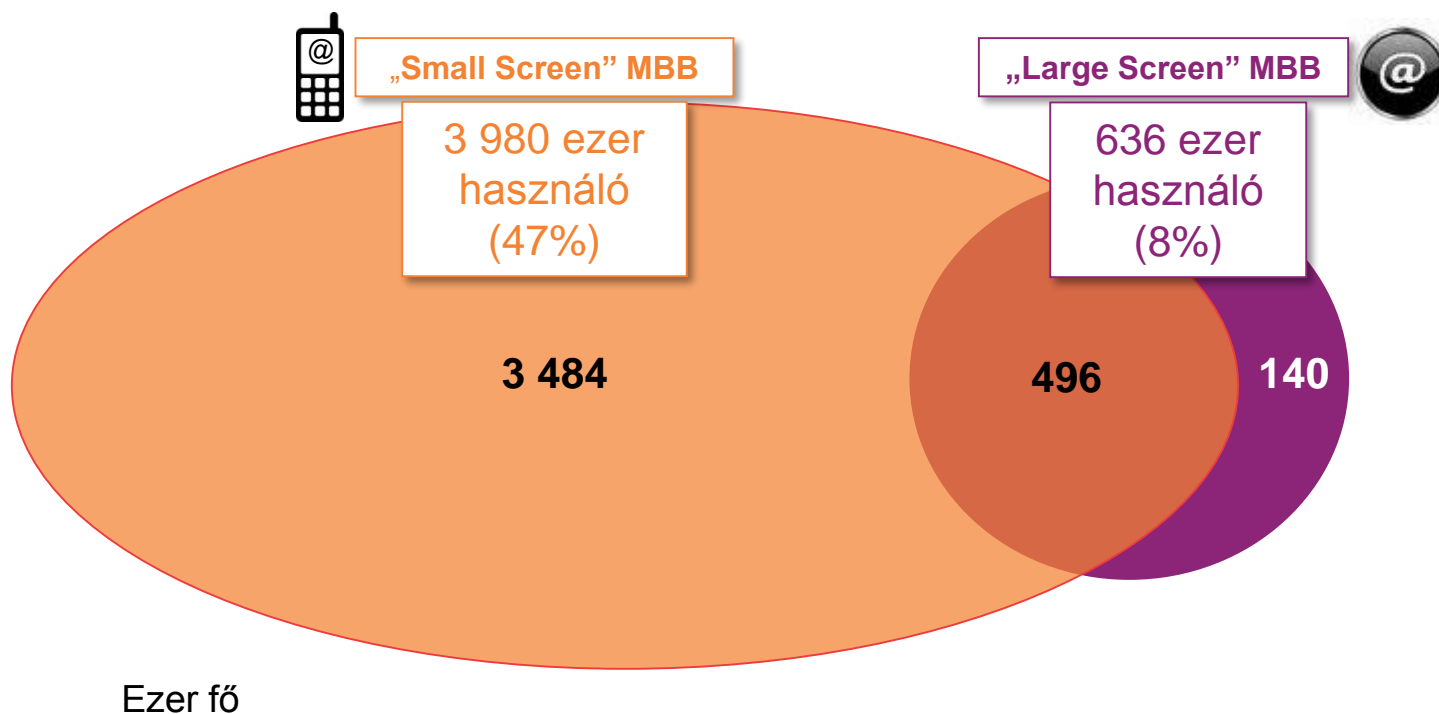


*Korlátlan SSc adatcsomagok csak 2017 tavaszán jelentek meg Magyarországon, tehát akinek ennél régebbi a csomagja (a korlátlan csomagot említők 89%-a), azok ezt rosszul tudják.

Bázis: „Small Screen” mobilinternetet használók
(N=4,44 millió fő, n=815)



A 14 évnél idősebb személyek 49%-a használ mobilinternetet akár mobiltelefonon, akár számítógépen. A „Small Screen” internetes ellátottsági aránnyal együtt a használati aránya is jelentősen növekedett 2016-hoz képest (38%-ról 47%-ra). A kizárólag „Small Screen” MBB-t használók aránya a népesség körében 41%, a csak „Large Screen” mobilinternetet használóké viszont csak 2%. 6% használja mindkét fajta mobilinternetet.

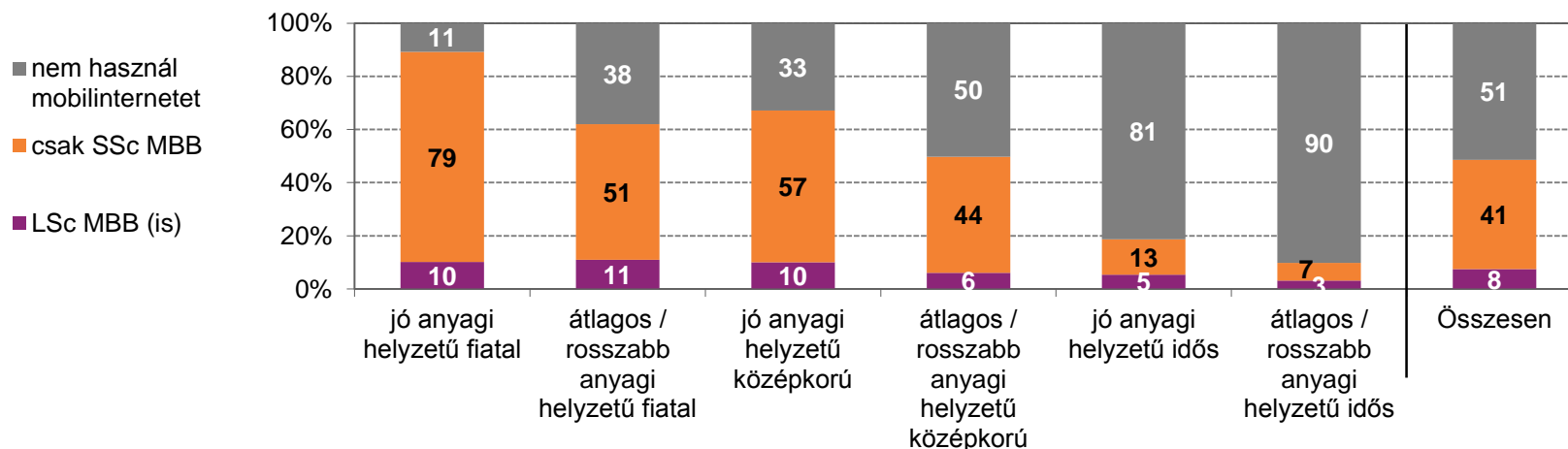


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2019)

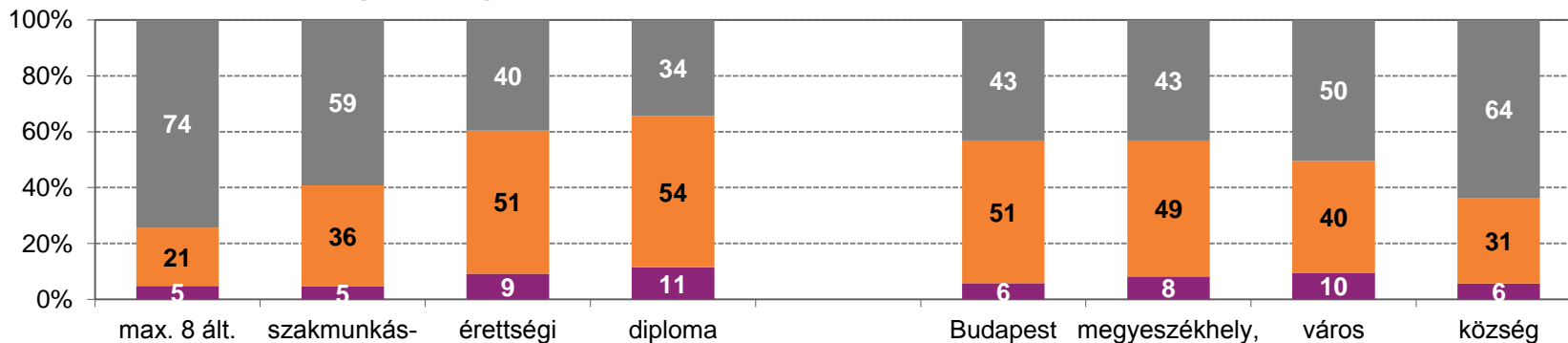


A mobilinternet-használat leginkább életkorfüggő: a 14-29 évesek 74%-a használja mobiltelefonon vagy számítógépen, míg a 60 évnél idősebbeknek csak a 14%-a. A jó anyagi helyzetű fiatalok használják legnagyobb arányban a „Small Screen” MBB-t. Az iskolai végzettség is hatással van az MBB-használatra: minél magasabb az előbbi, annál nagyobb az utóbbi valószínűsége. Hasonlóképp a nagyobb településen lakók körében magasabb az MBB-használók aránya.

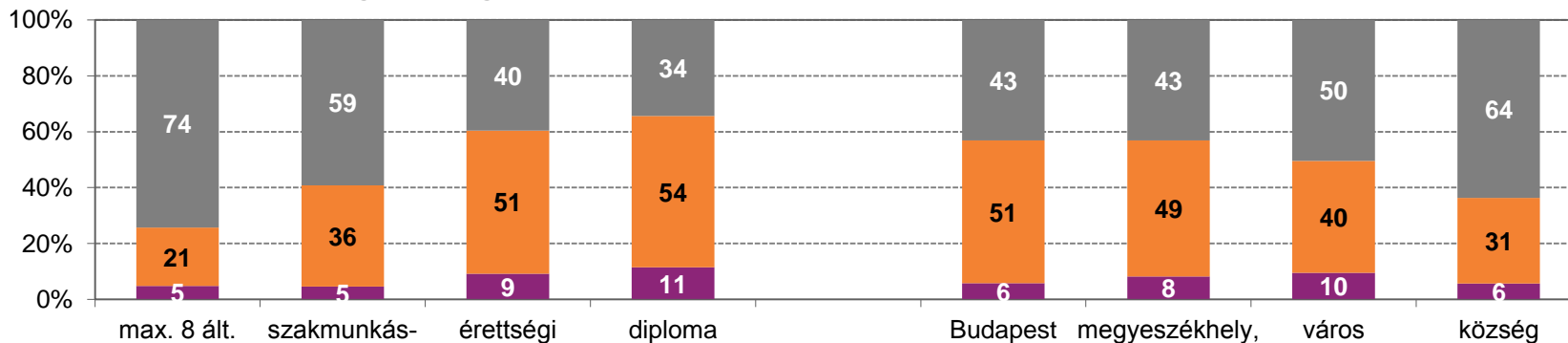
Ellátottság a válaszadó élethelyzete szerint



Iskolai végzettség szerint



Településtípus szerint

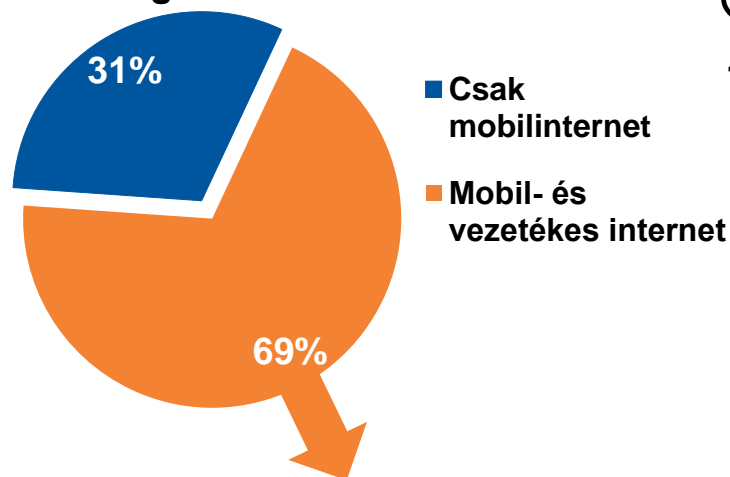


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2019)

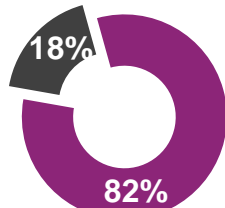


Jelenleg 292 ezer háztartásban van „Large Screen” mobilinternet. (2016-ban ez a szám 259 ezer volt.) Ahol mindkét technológia jelen van, a többség kiegészítőként használja a mobilinternetet a vezetékes internet mellett. A „Large Screen” MBB-t jellemzően laptorról vagy tabletről használják.

Mobilinternet helyettesítő vs. kiegészítő használata*



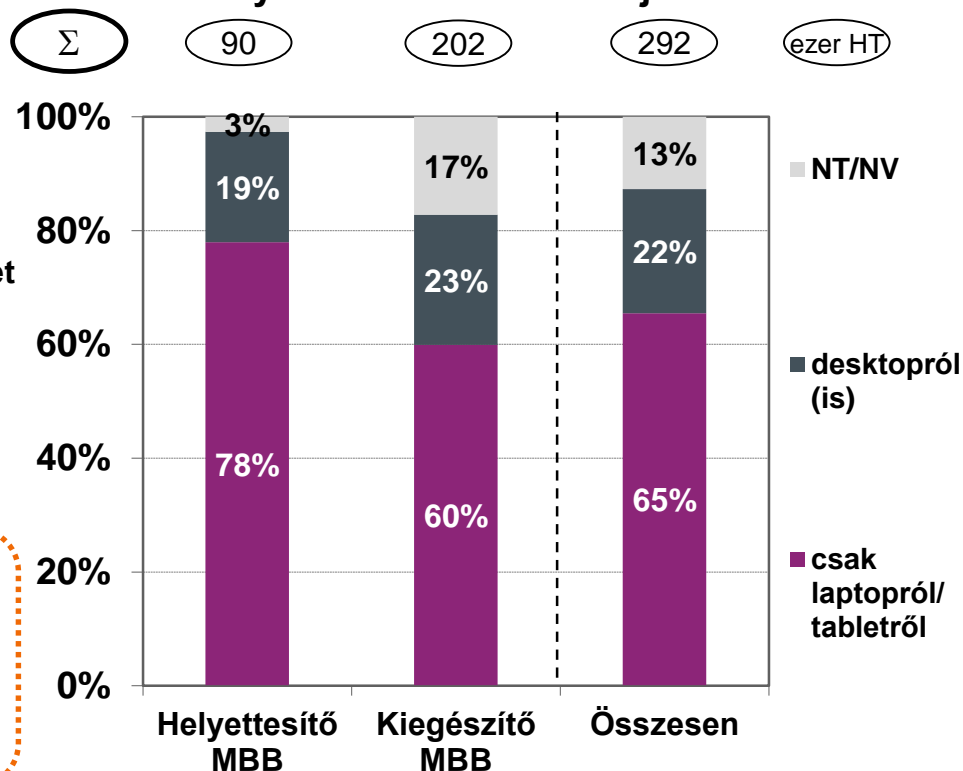
- általában az MBB-t használják
- időnként használják az MBB-t



*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: vezetékes internetet is használó, „Large Screen” mobilinternetre előfizető háztartások (N=202 ezer HT, n=84)

Milyen eszközön használják*

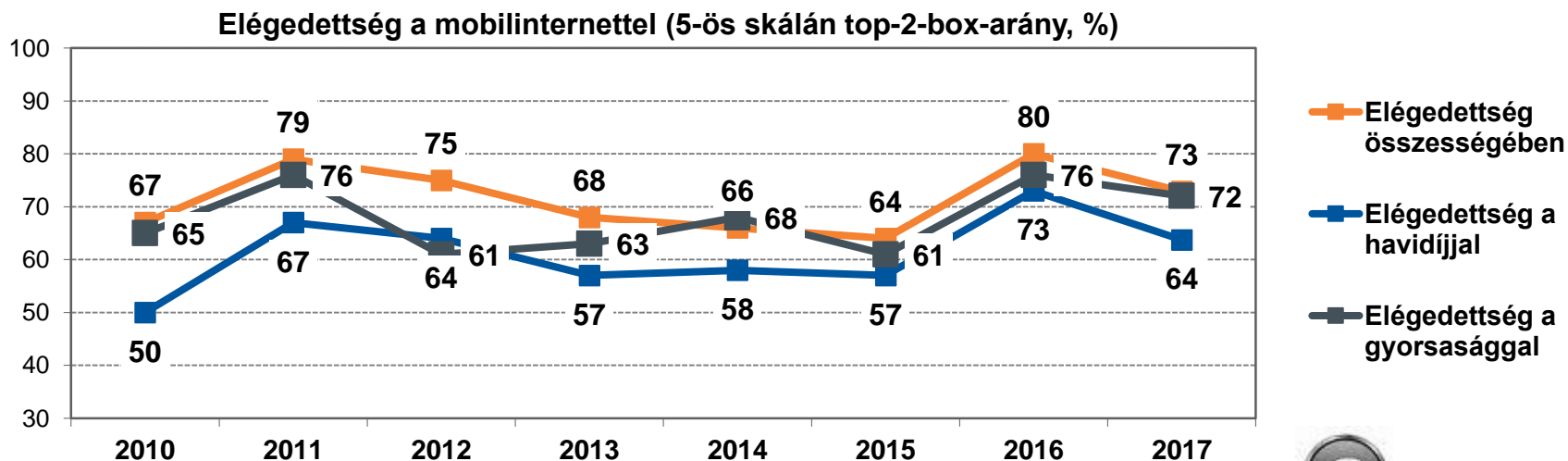
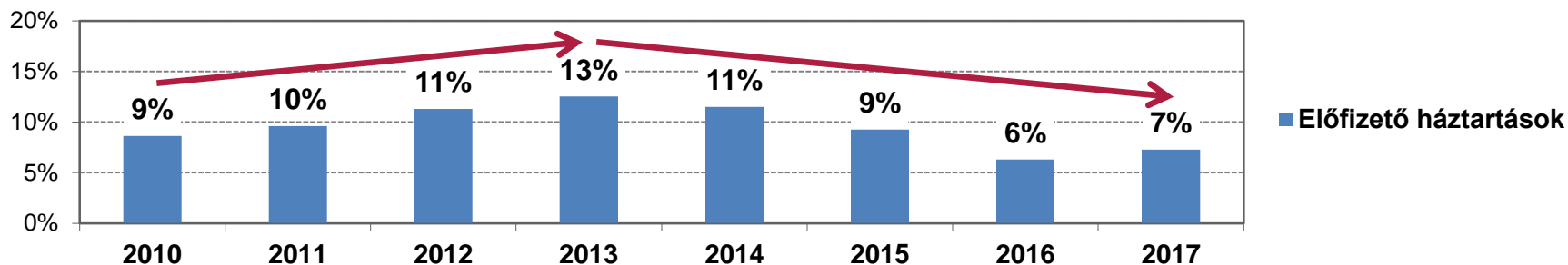


Bázis: „Large Screen” mobilinternetre előfizető háztartások (N=292 ezer HT, n=125)





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 háromnegyede elégedett, az árakkal is meg van elégedve kétharmaduk.



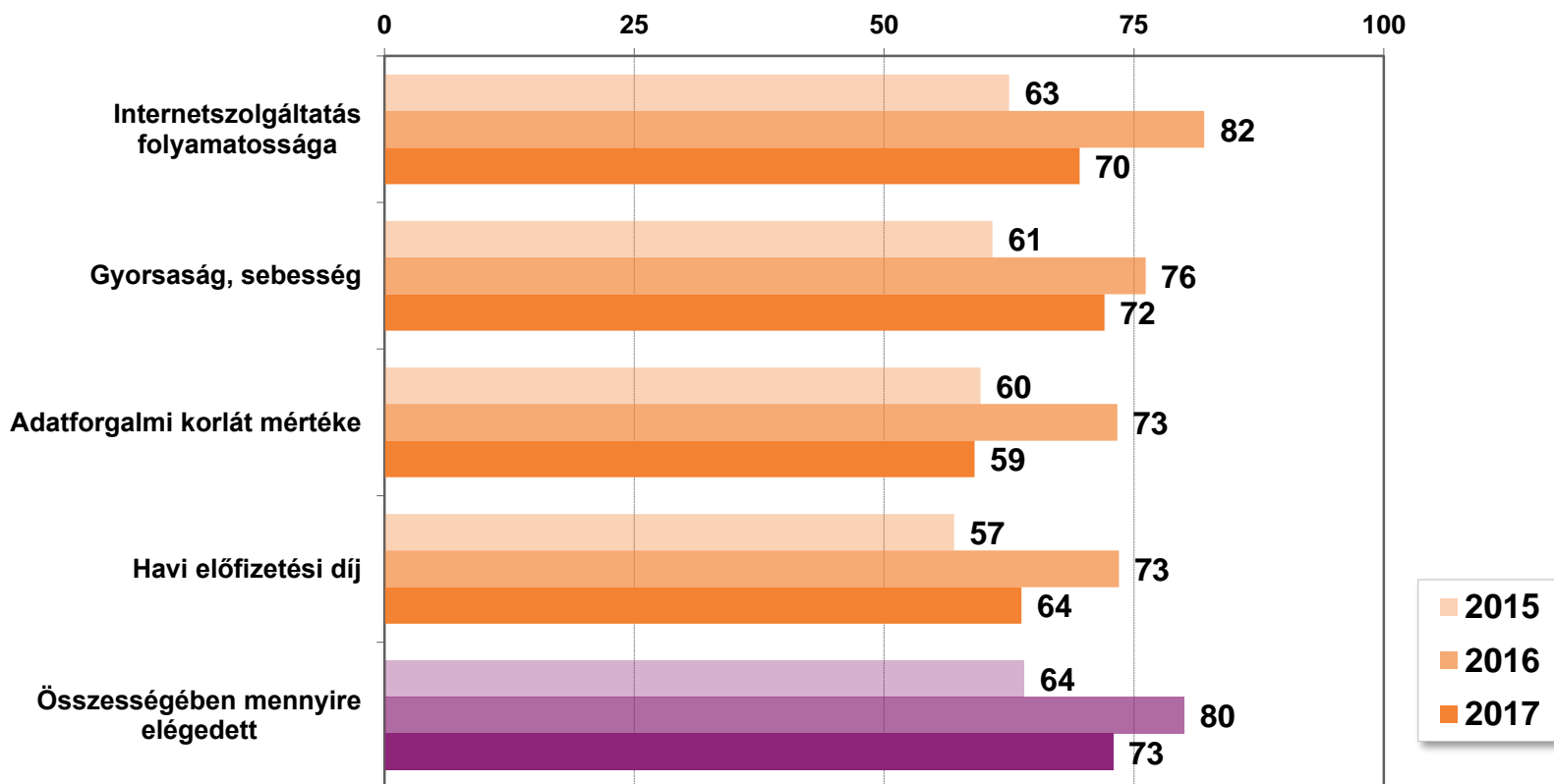
Bázis: Mobilinternet-előfizető háztartások (2017: N=292 ezer HT, n=125)





A „Large Screen” mobilinternettel való elégedettség csökkent a tavalyi évhez képest, ám a kis elemszám miatt ez a különbség statisztikailag elhanyagolható.

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



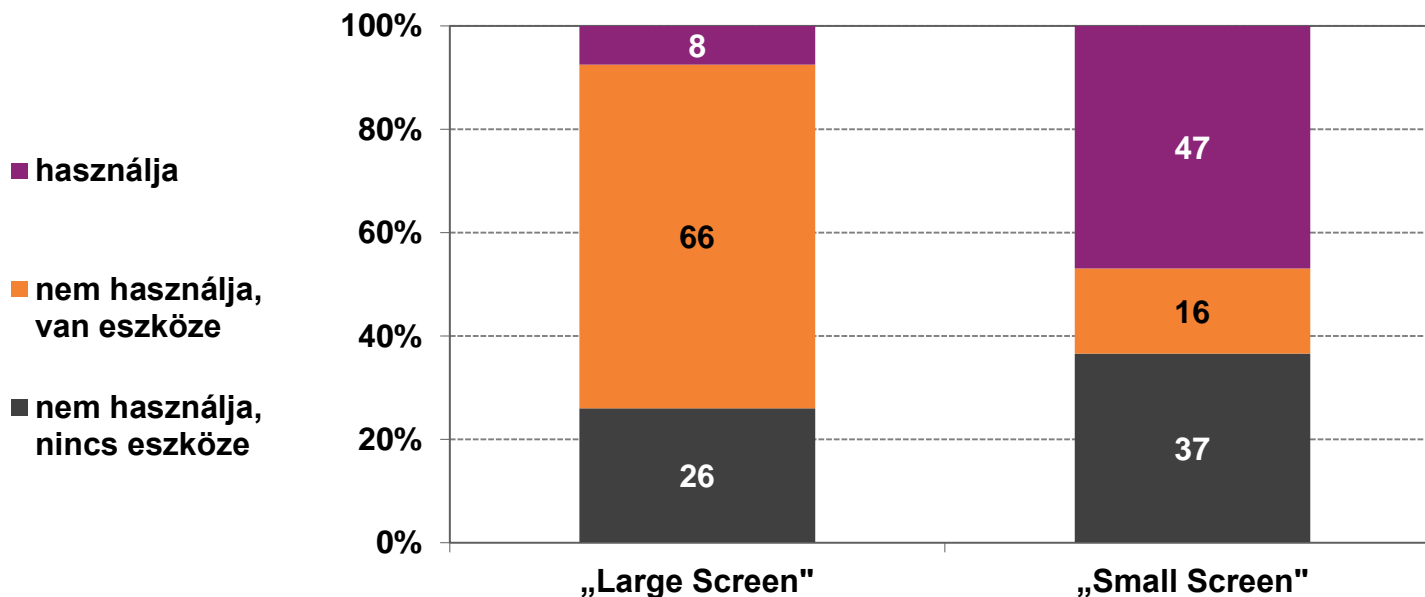
Bázis: „Large Screen”-mobilinternet-előfizető háztartások (N=292 ezer HT, n=125)





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 háromnegyede használja is, addig a „Large Screen” mobilinternetet csak a számítógéppel rendelkezők kevesebb mint 10%-a veszi igénybe.

Összességében 1,28 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=2019)

A mobilinternet nem-használatának elsődleges okaként mind a „Large Screen” mind a „Small Screen” internet esetén a „nincs rá szükségem” választ jelölték meg legnagyobb arányban a kérdezettek. Az indokok között ezen kívül magas gyakorisággal szerepelt, 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=7,84 millió fő, n=1912)

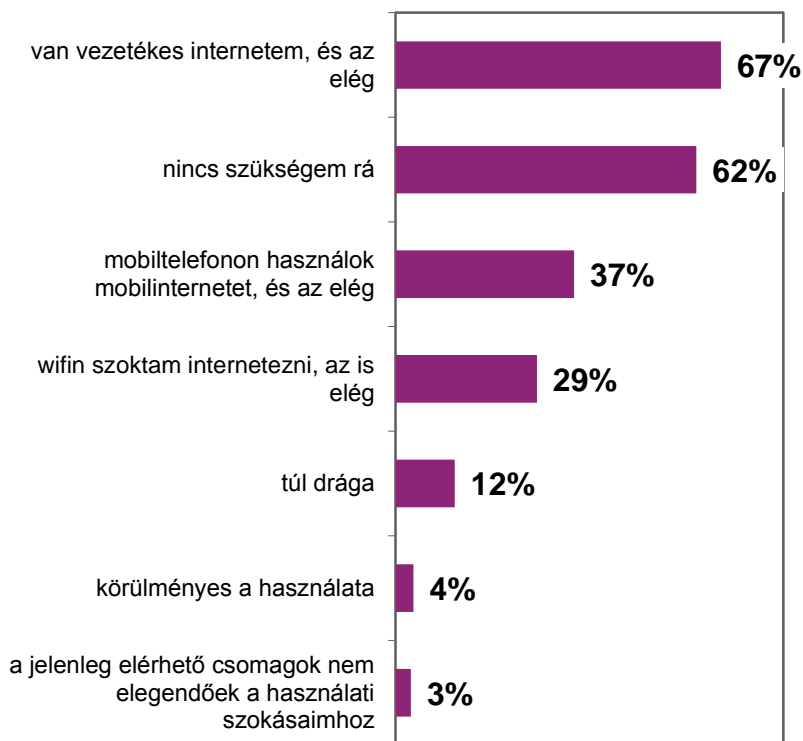
Miért nem használ mobiltelefonon mobilinternetet?



Bázis: „Small Screen” mobilinternetet nem használó mobilosok
(N=3,23 millió fő, n=836)

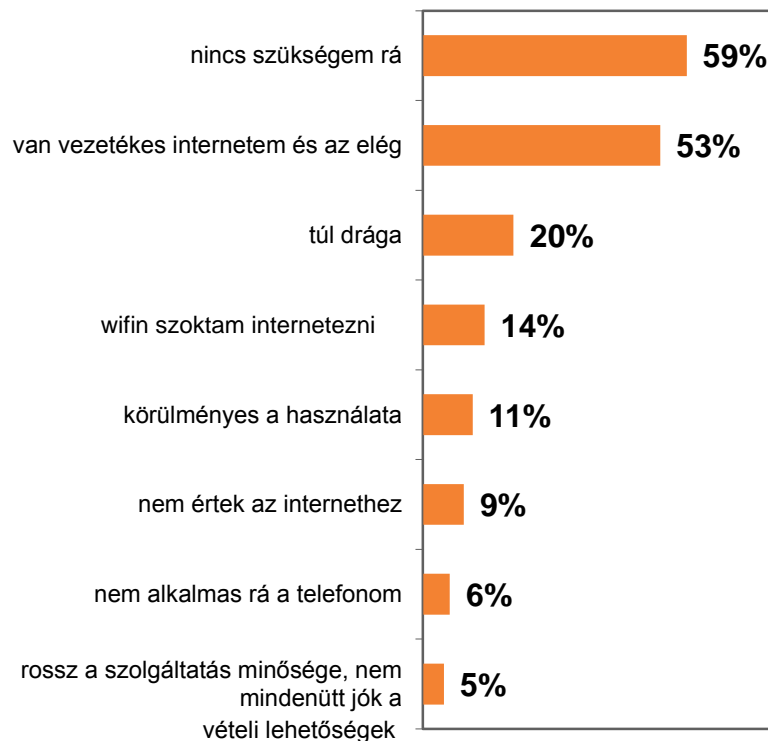
Ha csak azok indokait tekintjük, akiknek egyébként van a mobilinternet-használathoz szükséges eszközük (pc vagy okostelefon), akkor „Large Screen” MBB tekintetében hasonló képet kapunk. Az okostelefonnal rendelkezőknél viszont a készülék alkalmatlanságán kívül az is jóval kisebb arányban szerepel, hogy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

Miért nem használ számítógépen mobilinternetet?



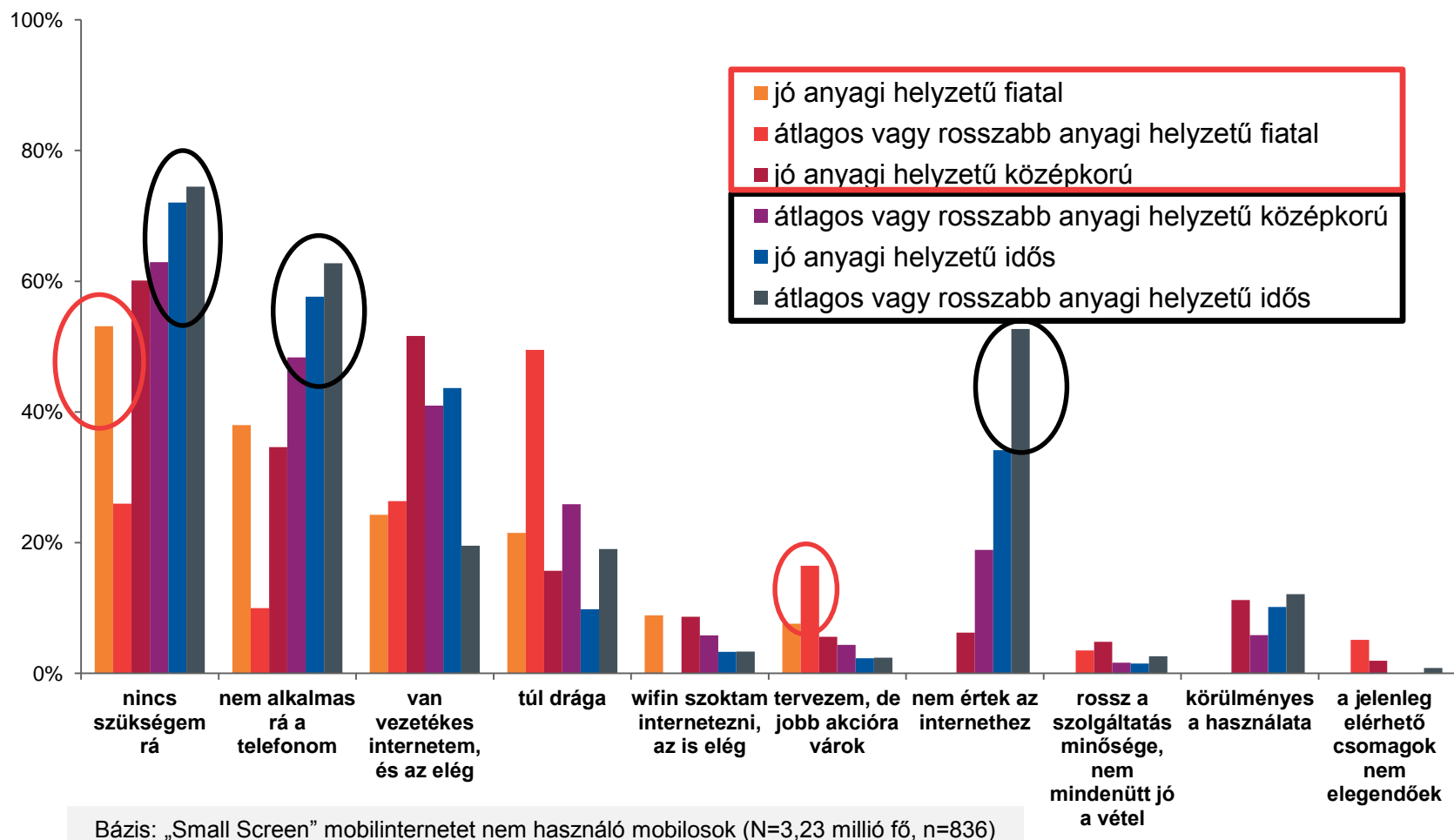
Bázis: „Large Screen” mobilinternetet nem használó, számítógéppel rendelkezők (N=5,63 millió HT, n=1145)

Miért nem használ mobiltelefonon mobilinternetet?



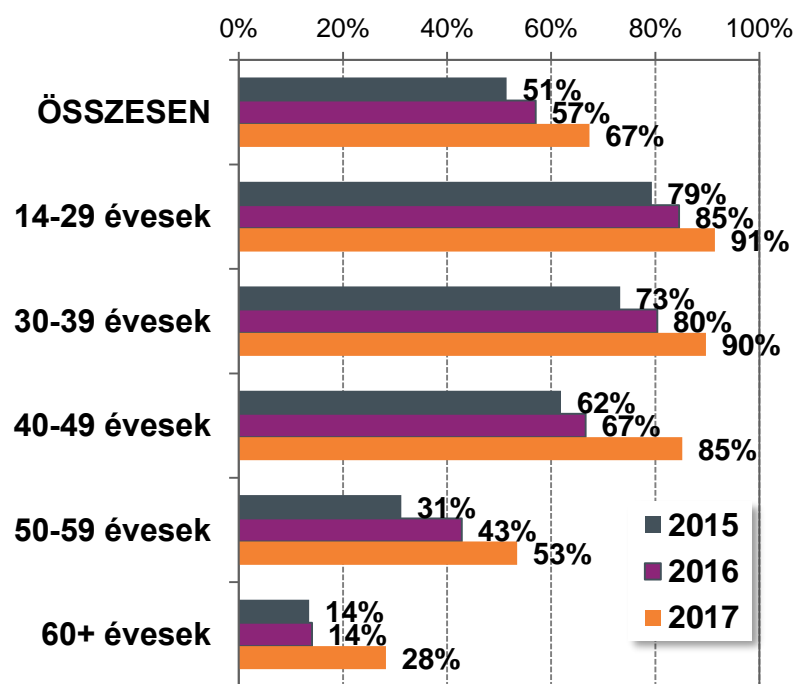
Bázis: „Small Screen” mobilinternetet nem használó, okostelefonnal rendelkezők (N=730 ezer fő, n=164)

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



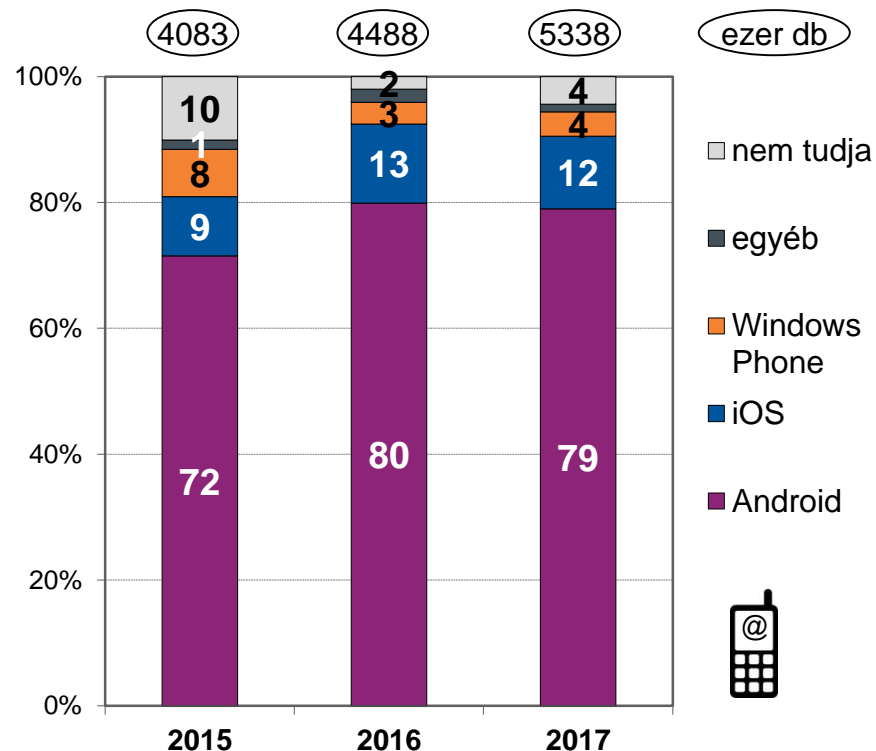
A 13 éven felüli népesség 63%-a (a mobiltelefonosok 67%-a) használ okostelefont. A használat 50 év alatt az átlagosnál jóval nagyobb. A penetráció különösen a 40-49 éves és a legidősebb korosztályban nőtt jelentősen. A legelterjedtebb operációs rendszer az Android: az okostelefonosok 79%-a ezt használja. Az iOS részesedése 12%, a többi operációs rendszer 2016-ra már gyakorlatilag „kimúlt”.

Az Ön által használt mobiltelefon okostelefon?



Bázis: Mobiltelefonot használó 14+ éves személyek (N=7,93 millió fő; n=1799)

Milyen operációs rendszer fut az okostelefonján?

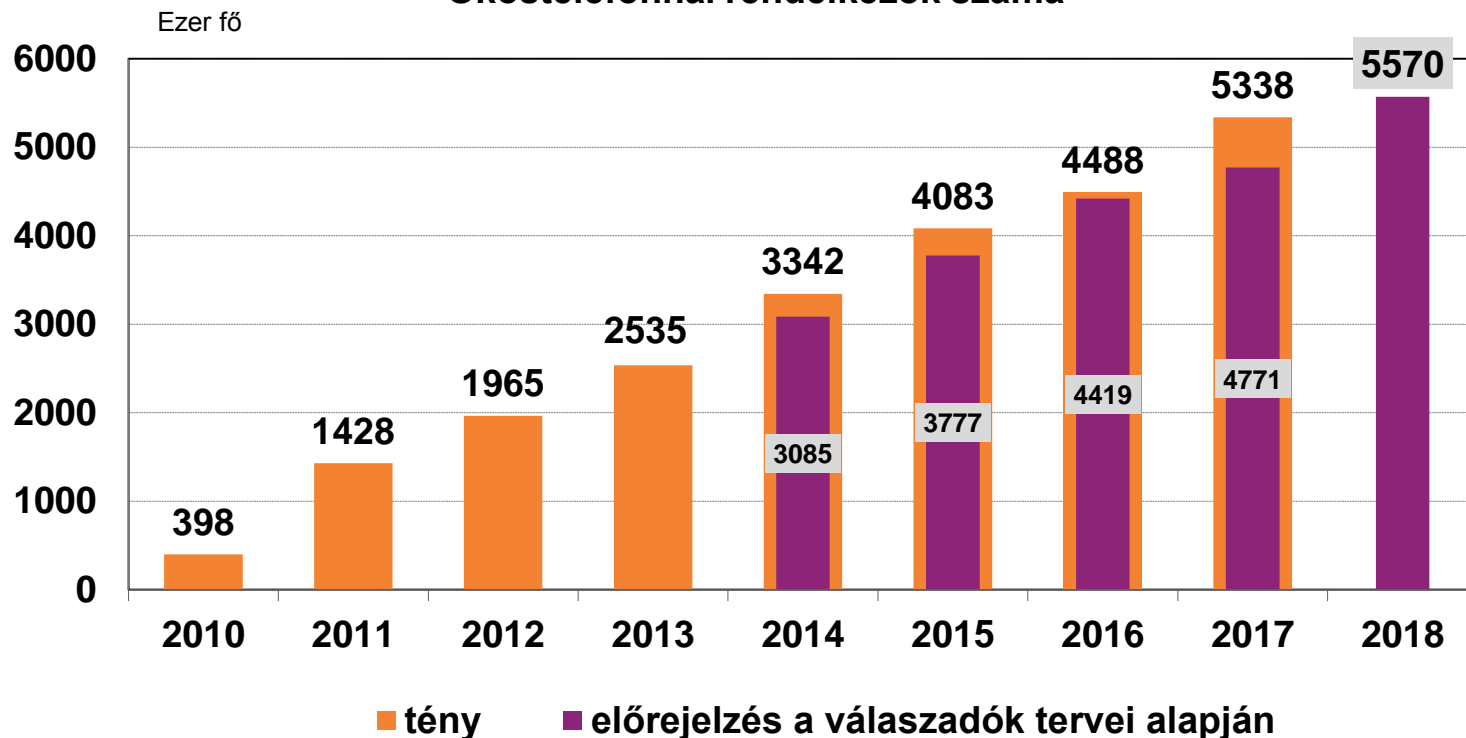


Bázis: Okostelefont használó személyek (N=5,41 millió fő; n=992)



Az okostelefonosok aránya továbbra is dinamikusan nő a 13 éven felüli népesség körében, sőt a növekedés üteme a 2016-os lassulás után újra felgyorsult, hiszen 2016-hoz képest közel 1 millióval több okostelefont mértünk 2017-ben. Ennek egyik oka, hogy ma már alig kaphatóak „nem okos” telefonok, az újonnan vásárolt készülékek szinte mindegyike okostelefon. Fontos megjegyezni, hogy a 2018-ra tervezett bővülés az elmúlt éveket tekintve legkisebb, de ez nagyban összefügg az okostelefon penetrációjának idei nagy arányú növekedésével.

Okostelefonnal rendelkezők száma



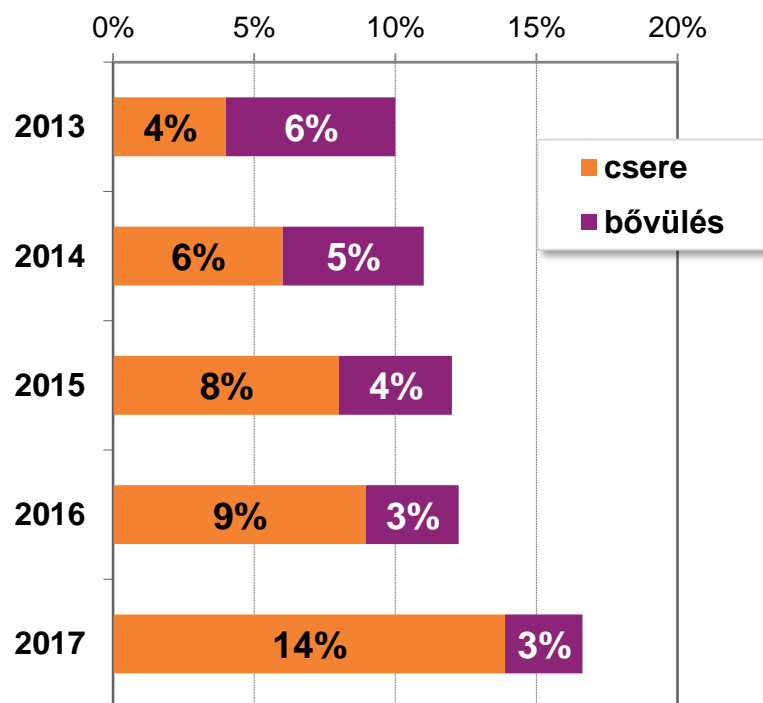
Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2019)



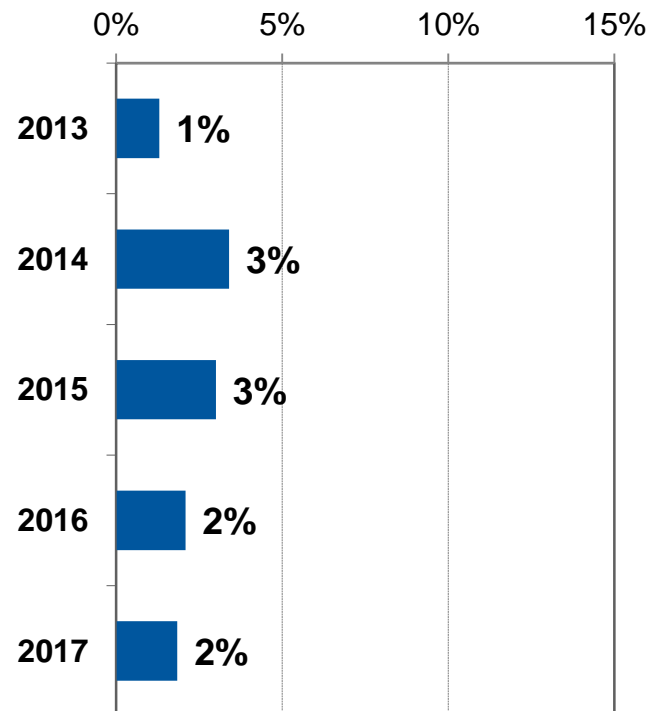


A 13 éven felüli lakosság 17%-a tervez okostelefont vásárolni a következő egy évben. Ahogy az okostelefon-ellátottság nő, úgy egyre nagyobb arányú az okostelefon-cserélési tervek aránya is. Ennek oka, hogy ezek a készülékek viszonylag gyorsan válnak elavulttá, gyorsabban szokás cserélni őket, mint a hagyományos mobiltelefonokat. „Small Screen” mobilinternetre a 14 éven felüliek 2%-a fizetne elő új belépőként. Ez az arány alig változik 2013 óta.

Okostelefon-vásárlási tervek



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

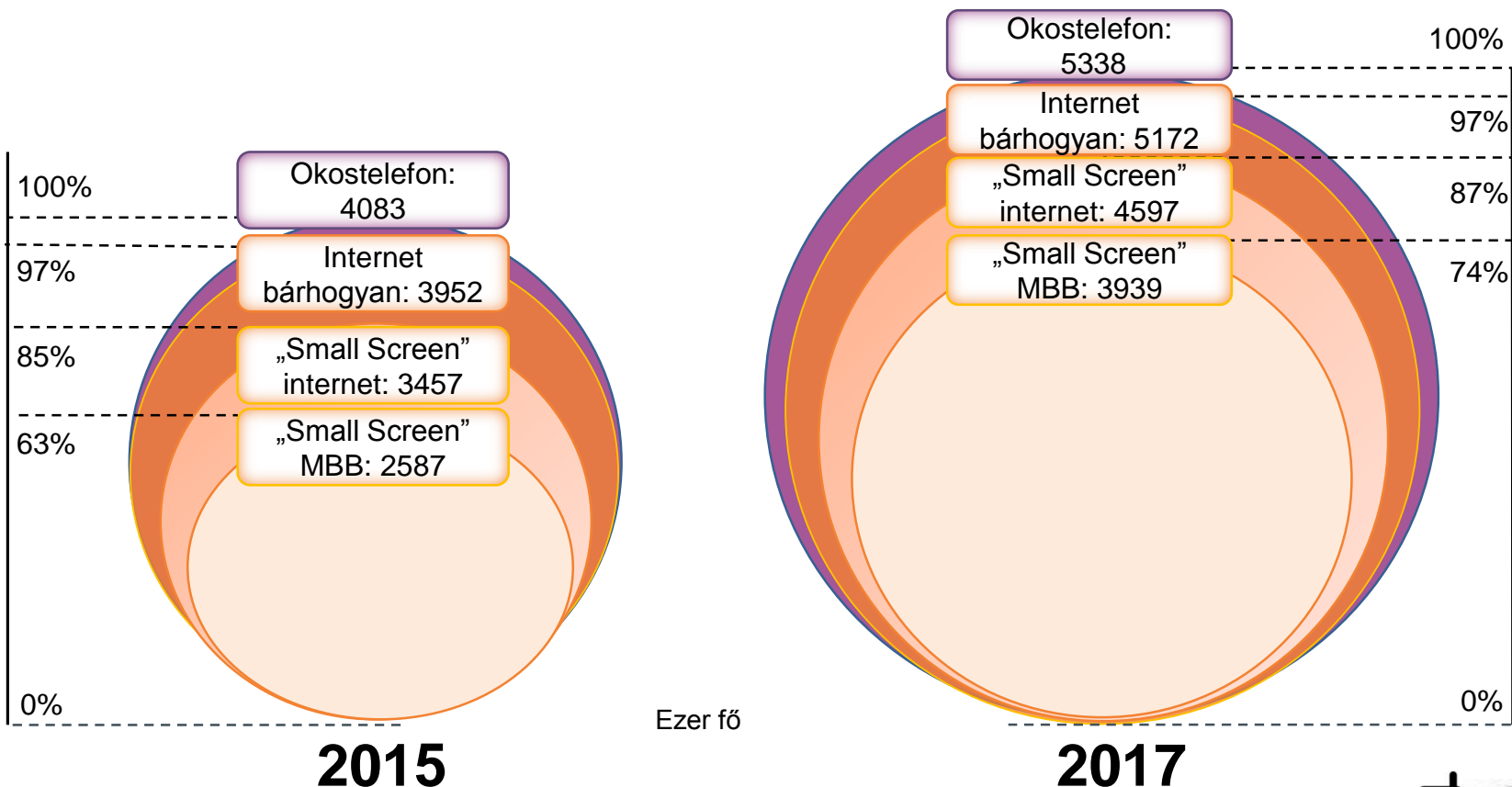


Bázis: Összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2019)





Az okostelefonnal rendelkezők szinte mindegyike (97%) használ valamilyen módon internetet. Az okostelefon-használók 87%-a kapcsolódik az internetre a telefonon keresztül és 74%-a használja a mobil-szélessávot. Az okostelefonnal rendelkezők nagyobb arányban használják a telefonjukon a „Small Screen” mobilinternetet, mint 2 évvel ezelőtt.



Ezer fő

Bázis: Okostelefont használó személyek
(N=4,08 millió fő; n=789)

Bázis: Okostelefont használó személyek
(N=5,34 millió fő; n=992)

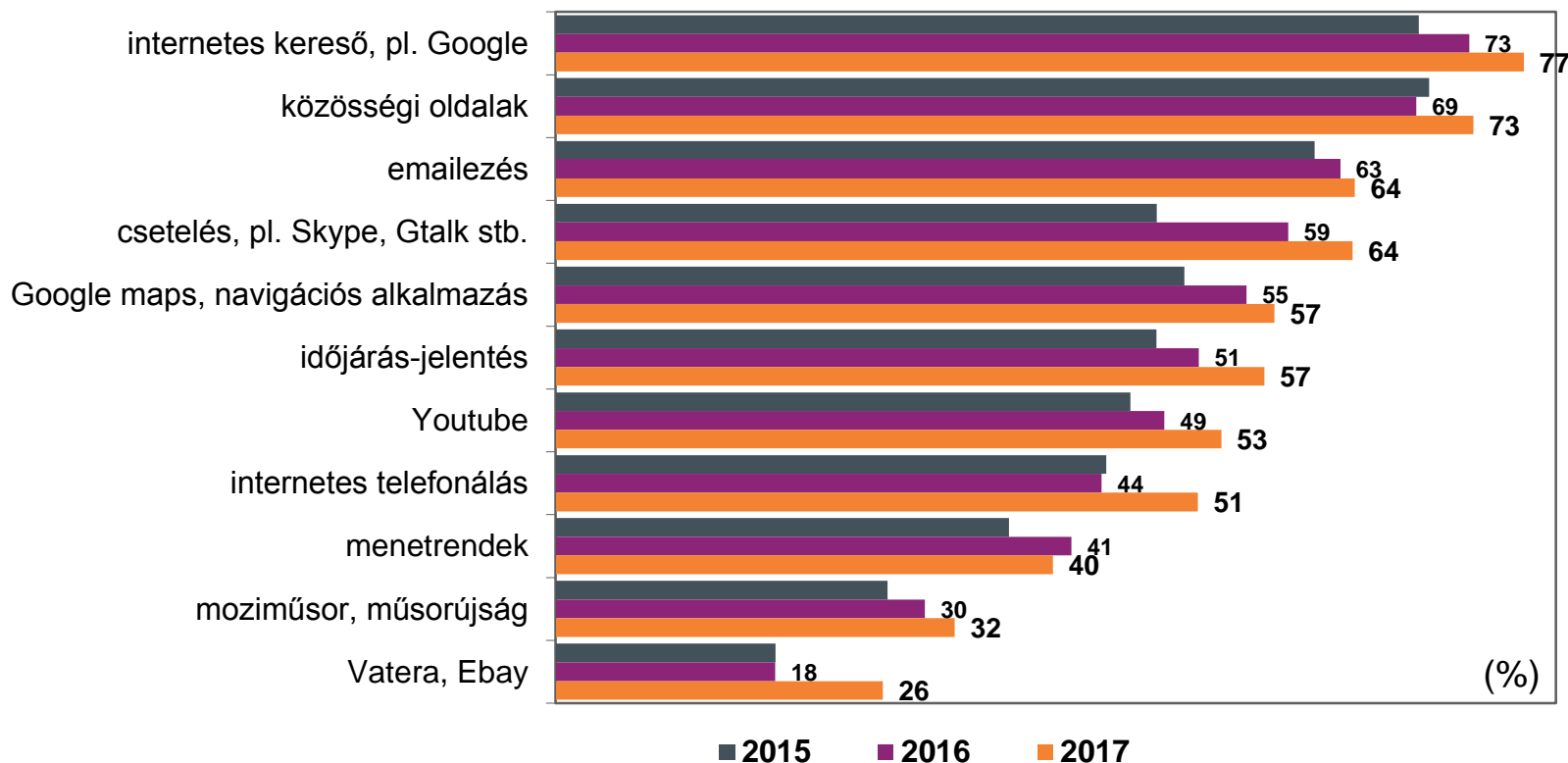


INTERNETES AKTIVITÁS OKOSTELEFONON



Okostelefonon a leggyakrabban használt funkció továbbra is a böngészés, a közösségi oldalak használata és az emailezés, de idén már a csetelés gyakorisága elérte az emailezését. 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?



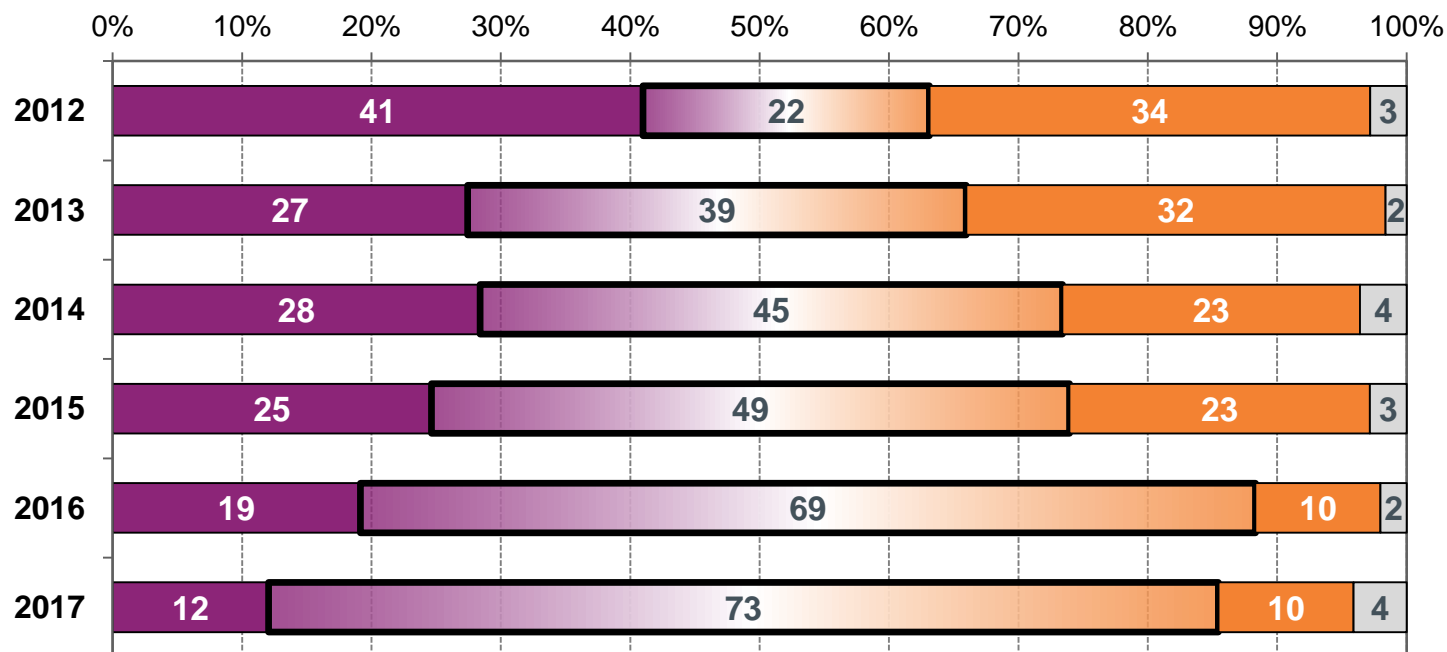
Bázis: Okostelefont használó 14+ éves személyek (N=5,34 millió fő; n=992)





A mobiltelefonjukon internetezők közel háromnegyede (73%) mobilinterneten és wifin keresztül egyaránt szokott kapcsolódni az internetre. Ez az arány 2015-ben csak 49% volt. Az elmúlt fél évtizedben jelentősen csökkent a kizárólag wifin vagy kizárólag MBB-n keresztül kapcsolódók aránya, és erősödött a mindkét technológiát egyszerre használóké.

Hogyan szokott Ön a mobilkészülékével az internetre kapcsolódni?



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

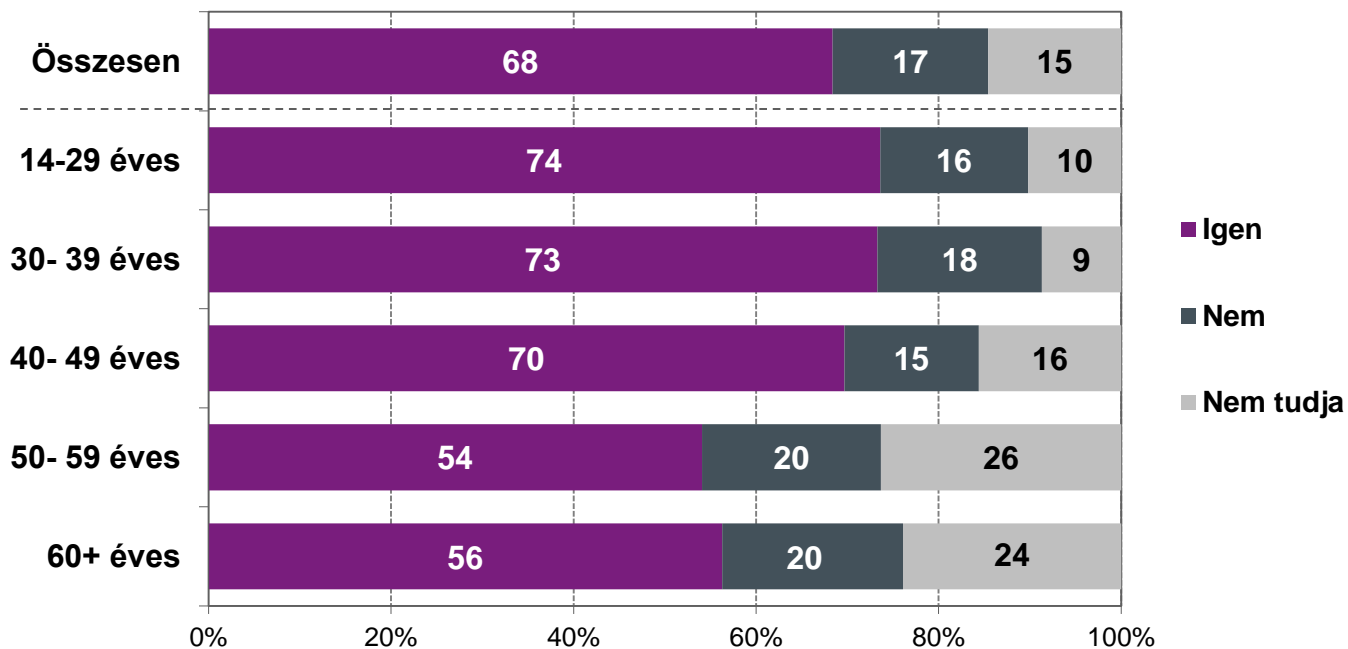
Bázis: A mobiljukon internetező 14+ éves személyek (N=4,66 millió fő; n=836)





Az okostelefont használók 68%-a tudja úgy, hogy mobiltelefonja alkalmas a 4G-s mobilinternetezésre. Ez az arány 2016 óta 5 százalékpontot emelkedett. Az 50 év alattiak nagyobb arányban számoltak be 4G-képes okostelefonról, mint az idősebbek.

Az okostelefonja alkalmas 4G-s mobilinternetezésre?



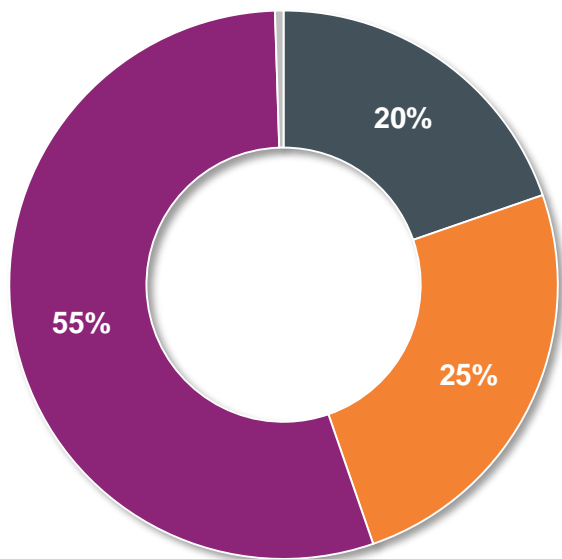
Bázis: Okostelefont használó személyek (N=5,34 millió fő; n=992)





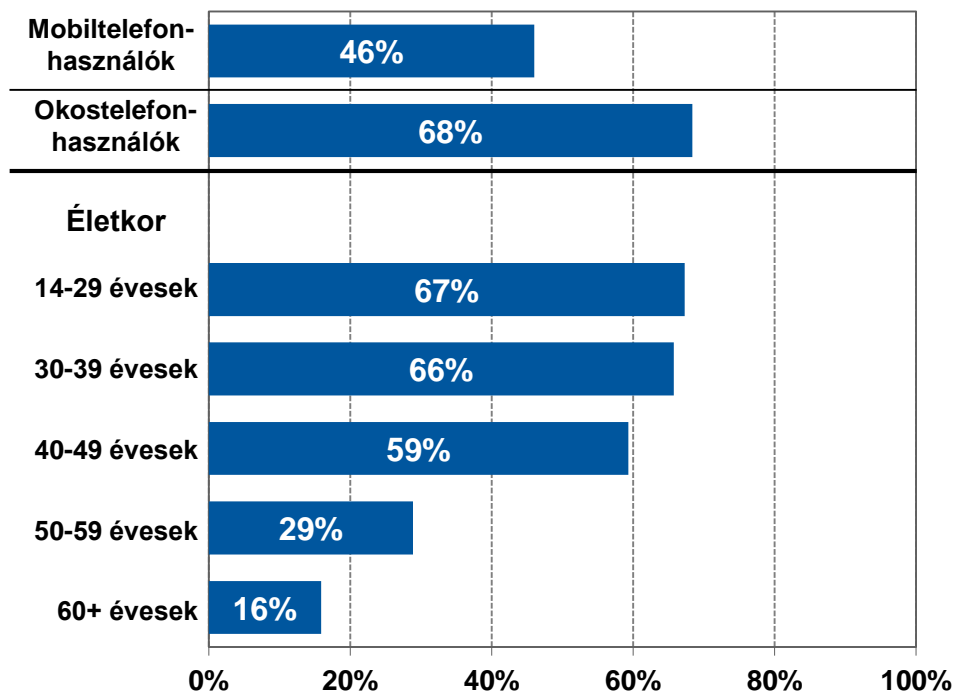
A kérdezettek négyötöde találkozott már a 4G kifejezéssel és 55 százalékuk tisztában van a jelentésével is (az okostelefont használók 72%-a). A teljesen tájékozatlanok aránya csökkent tavaly óta. A mobilos válaszadók tudomása szerint 46%-nak van 4G-hozzáférése (ez 2016-ban még csak 28% volt). A 4G-s hozzáférés aránya az életkor előre haladtával 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=7,93 millió fő; n=1799)





NMHH

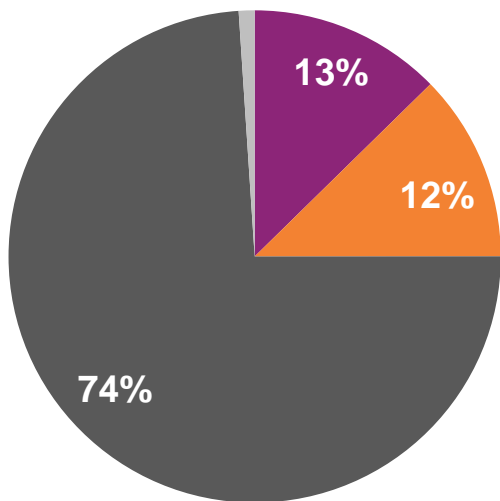
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

INTERNETPIAC

- Internethasználat
- Helyhez kötött internet
- Mobilinternet
- **Digitális Jólét Alapcsomag**

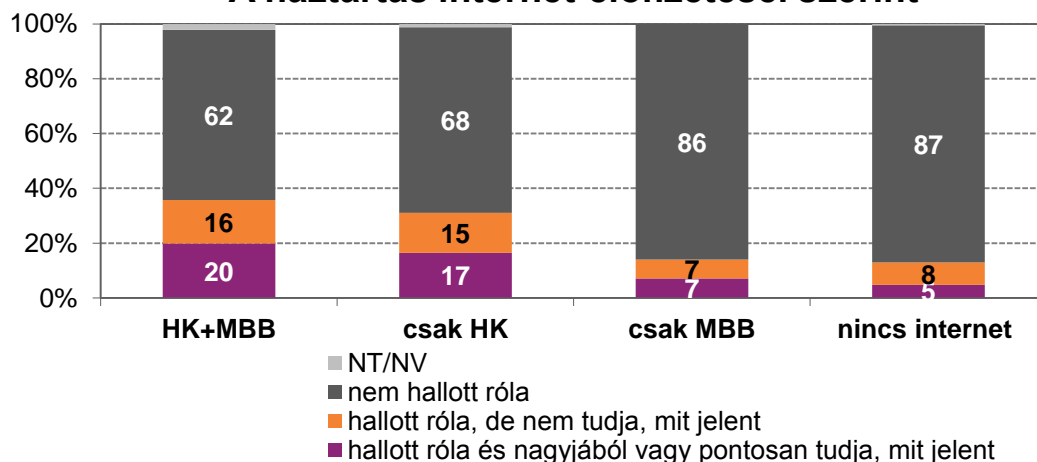
A Digitális Jólét Alapcsomagról az összes megkérdezett egynegyede hallott már, de közülük is csak 13% tudja legalább nagyjából, hogy mit jelent ez. A tájékozottság ott a legalacsonyabb, ahol erre szükség lenne: az internettel nem rendelkezőknél, illetve a legalacsonyabb jövedelmi helyzetűek körében.

Hallott Ön a Digitális Jólét Alapcsomagról?

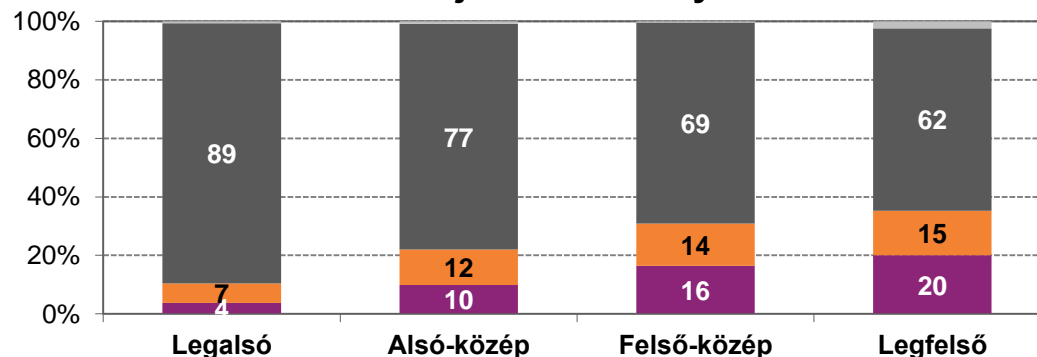


- hallott róla és tudja is, mit jelent
- hallott róla, de nem tudja, mit jelent
- nem hallott róla
- NT/NV

A háztartás internet-előfizetése szerint



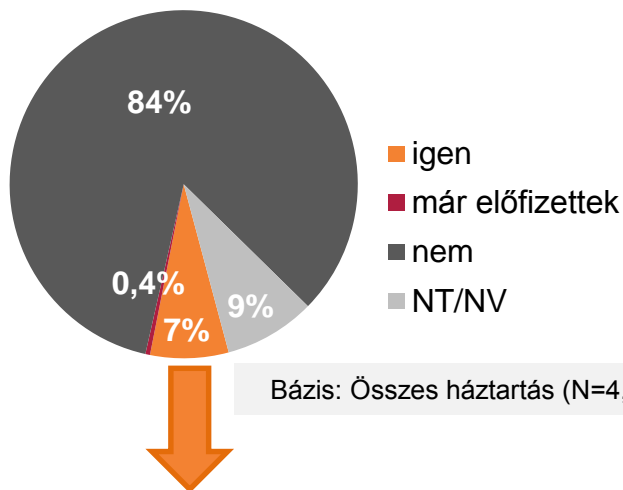
A háztartás jövedelmi helyzete szerint



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)

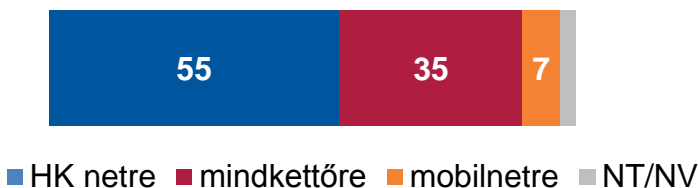
A Digitális Jólét Alapcsomagra a háztartások 7%-a fizetne elő (293 ezer HT). 55%-uk vezetékes netre, 7%-uk mobilnetre, 35%-uk pedig mindkettőre előfizetne. A legnagyobb igény (20%) azoknál a háztartásoknál jelentkezik, akiknek egyelőre csak mobilinternet-előfizetésük van. A legszegényebb családokban az előfizetési szándék jóval átlag alatti.

Előfizetnének Önök a Digitális Jólét Alapcsomagra?



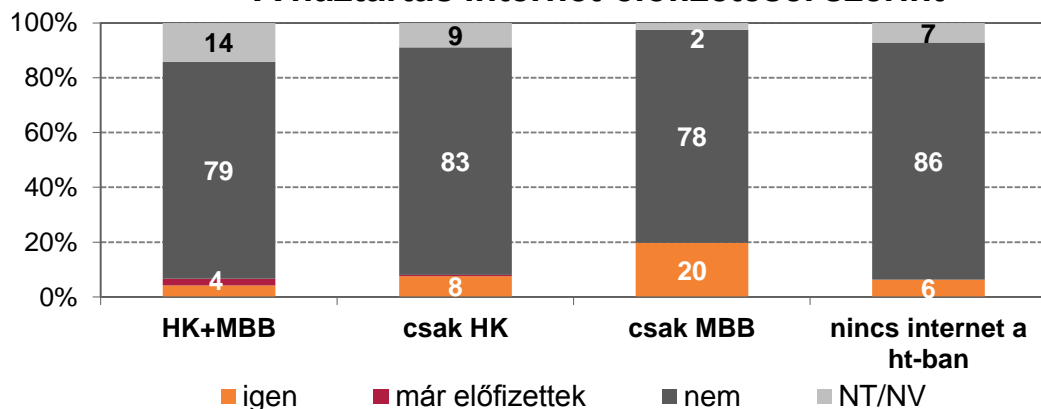
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)

Melyik csomagra fizetnének elő?

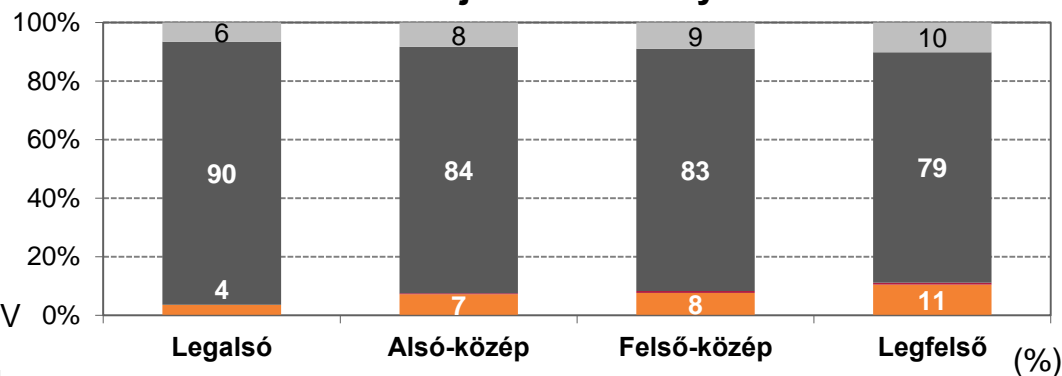


Bázis: akik előfizetnének (N=293 ezer HT, n=130)

A háztartás internet-előfizetési szerinti



A háztartás jövedelmi helyzete szerint





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

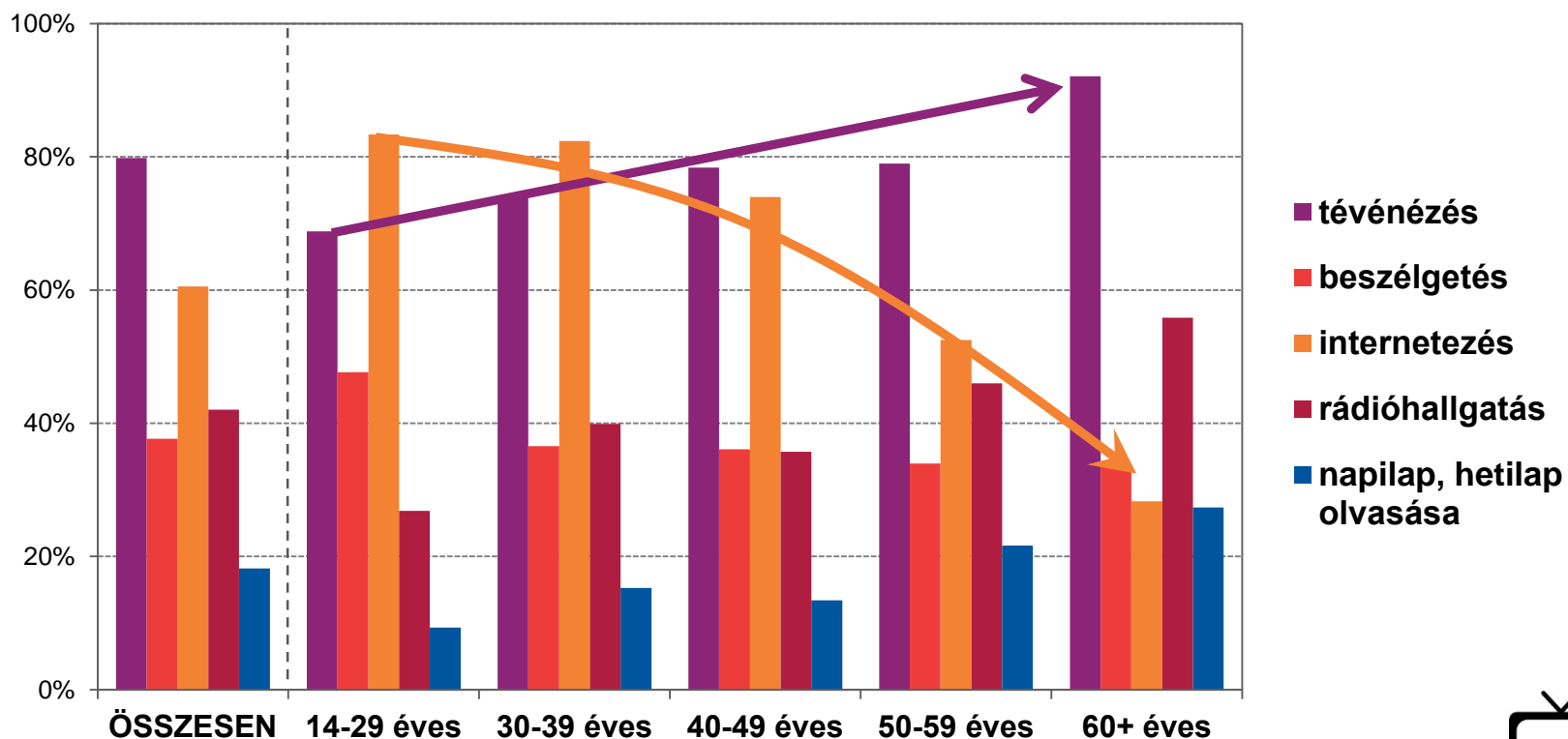
MÉDIAPIAC

- **Kommunikációs csatornák**
- Tévé- és filmnézés
- Zene- és rádióhallgatás
- Hagyományos és online sajtó



A vizsgált, napi gyakorisággal végzett kommunikációs tevékenységek közül továbbra is a tévénézés az első, bár a 40 évesnél fiatalabbaknál az internetezés már megelőzi a tévénézést. A 14 éven felüliek 61%-a netezik naponta, ami a 40 év alattiaknál 83%, az 50 feletteknél viszont rohamosan csökken. A 60 évnél idősebbek a fiataloknál lényegesen többet olvasnak újságot és hallgatnak rádiót.

Napi gyakorisággal végzett tevékenységek



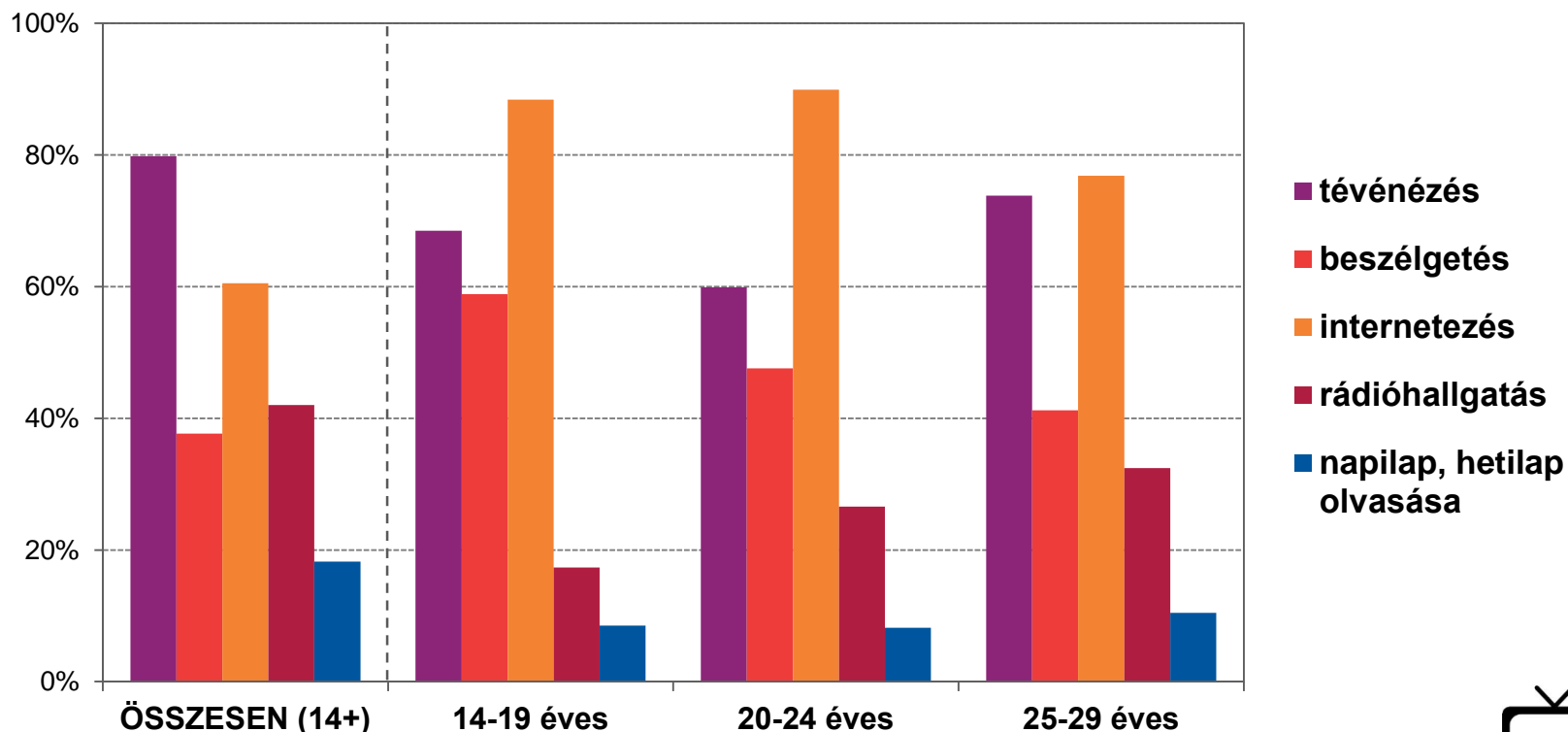
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)





A 30 év alattiak nagyjából 10%-a olvas napi rendszerességgel napilapot vagy hetilapot. Rádiót a legfiatalabb, Z generáció tagjai hallgatnak a legtrikábban. A 25-29 évesek között csaknem ugyanolyan arányban vannak azok, akik naponta néznek tévét, mint azok, akik naponta interneteznek (74% vs. 77%). Ezzel szemben a 25 év alattiak körében már jóval kevesebben tévéznek mindennap, mint ahányan naponta neteznek. A napi rendszerességű beszélgetés hírekről, eseményekről a fiataloknál inkább jellemző.

Napi gyakorisággal végzett tevékenységek



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)





NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

MÉDIAPIAC

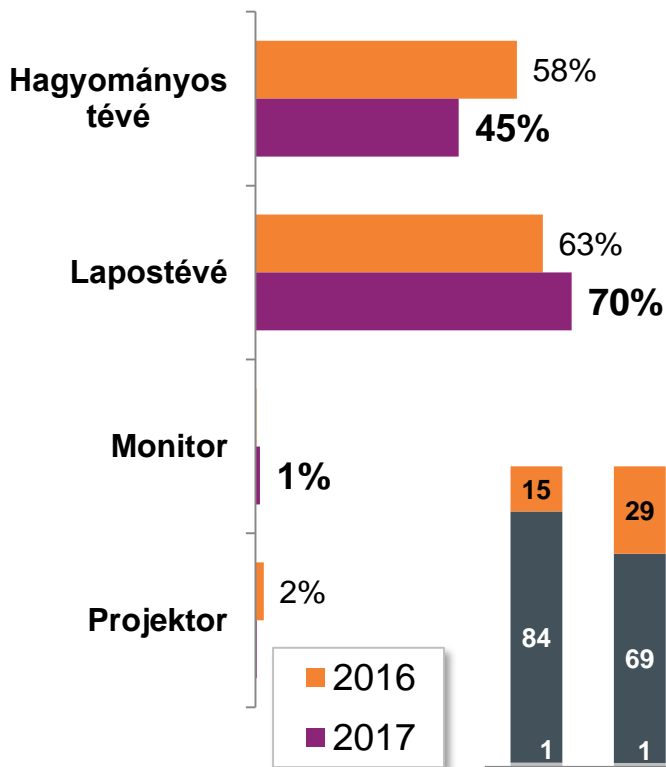
- Kommunikációs csatornák
- **Tévé- és filmnézés**
- Zene- és rádióhallgatás
- Hagyományos és online sajtó

TÉVÉKÉSZÜLÉKEK A HÁZTARTÁSBAN

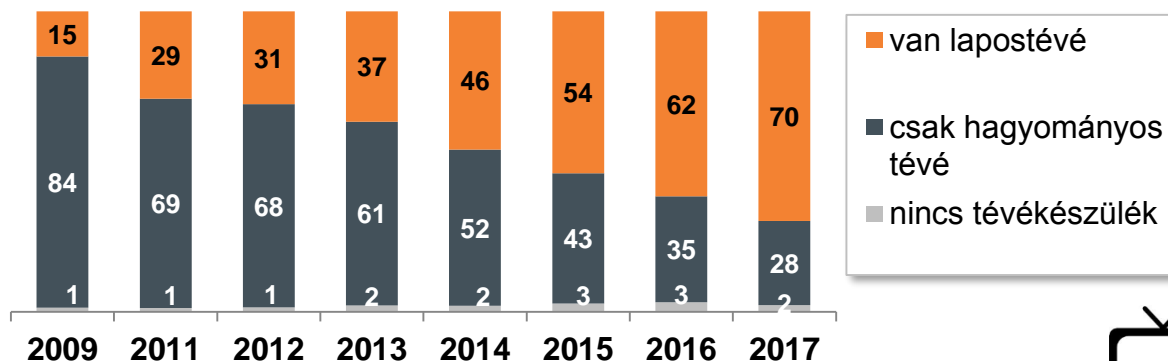
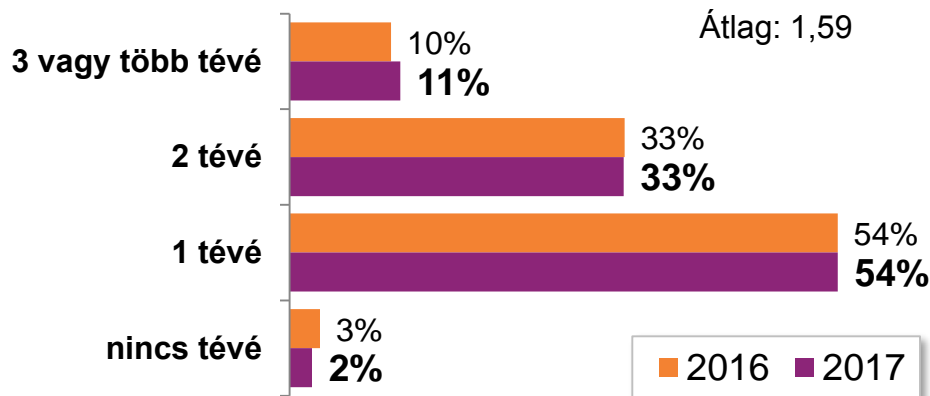


2017-ben folytatódott a lapostévék terjedése a hagyományos, képcsöves tévék rovására. A tévékészülékkel rendelkező háztartások 70%-ában már található lapostévé. Az egyéb eszközön (monitoron, projektoron) tévézők aránya továbbra is elhanyagolható. A háztartások 44%-ában van egynél több tévékészülék. A tévékészülékek számában nem történt változás tavalyhoz képest.

A tévézésre használt eszköz típusa



Tévékészülékek száma

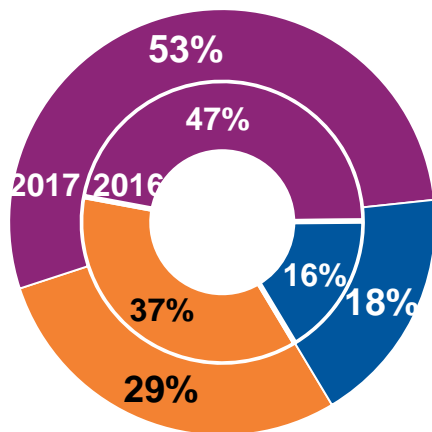


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)



Az okostévével rendelkező háztartások aránya nem változott számottevően 2016 óta (2017-ben 18%). Jelentősen (6 százalékponttal) nőtt viszont a nem-okos lapostévével tévézők aránya. Immáron a háztartásoknak kevesebb mint egyharmada tévézik hagyományos, képcsöves televízióval. Az idős háztartásokban magasabb arányban találunk még képcsöves tévét. A megyei jogú városokban és a községekben csökkent egy év alatt legjobban a hagyományos tévékészülékek aránya.

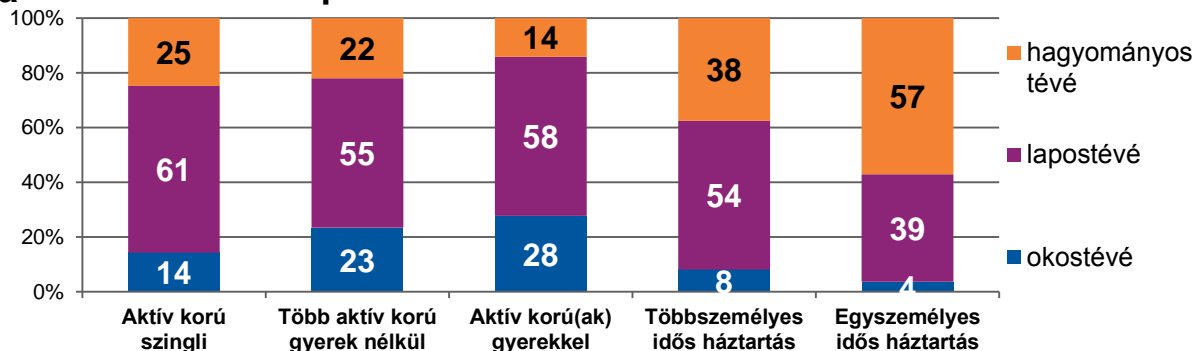
A háztartásban lévő tévé típusa



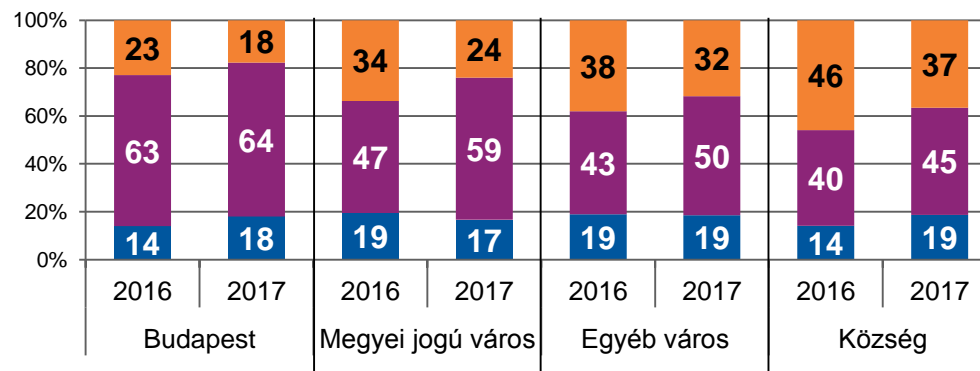
- Csak hagyományos
- Van lapostévé
- Van okostévé

*A legfejlettebb készülék típusa alapján

Tévé típusa a háztartások összetétele szerint



A háztartásban lévő tévé típusa településtípus szerint



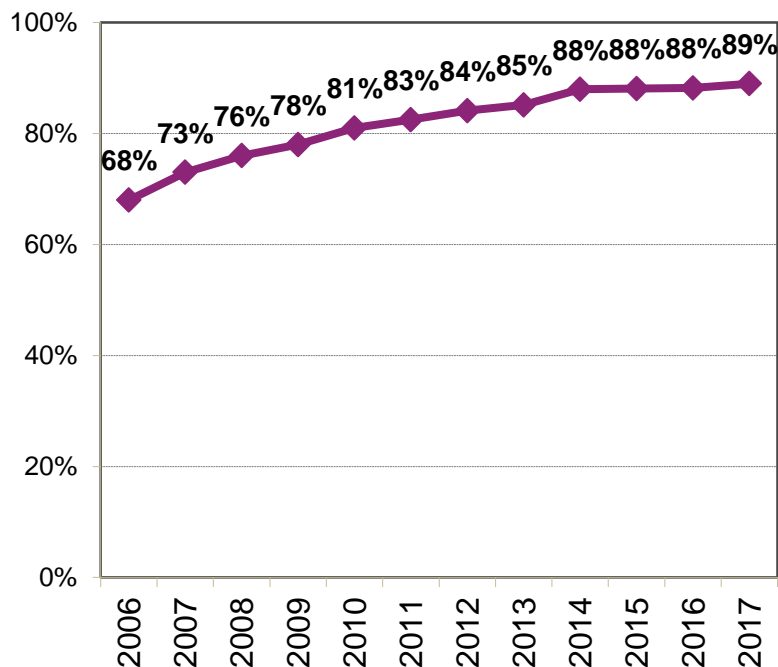
Bázis: Tévésző háztartások (N=3,93 millió HT; n=1981)





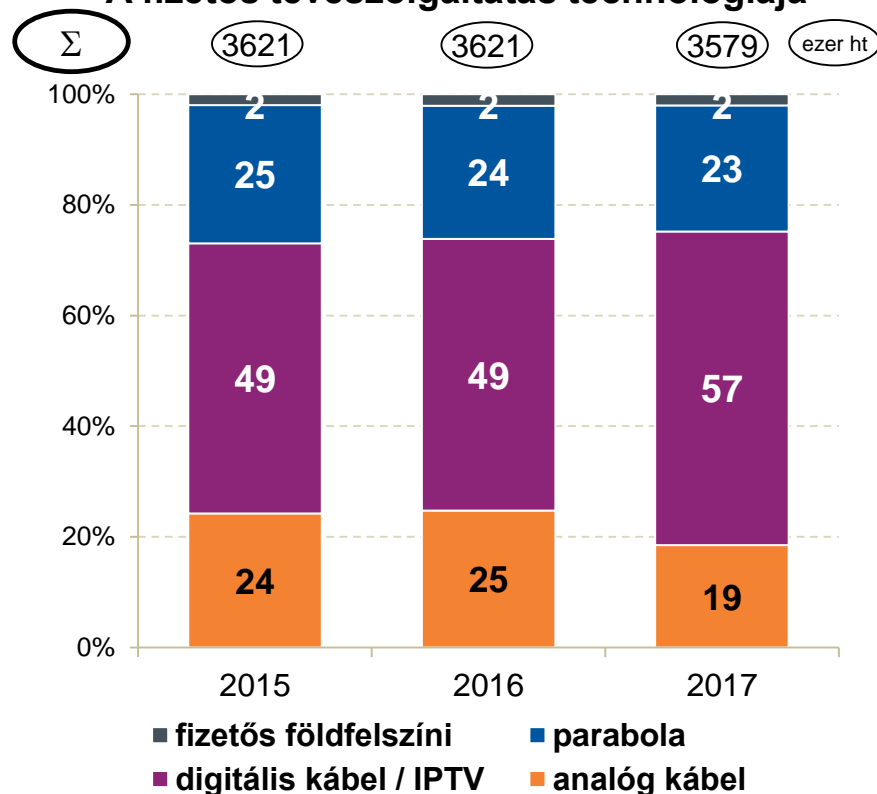
A háztartások 89%-a vesz igénybe fizetős műsorszolgáltatást, ami az utóbbi években gyakorlatilag nem változott. A digitális kábel/IPTV aránya a 2016-os stagnálás után megint nőtt, 2017-re az összes előfizetés 57%-a ilyen technológiájú. Egnél több tévé-előfizetés 28 ezer háztartásban van, ami az előfizetéssel rendelkező háztartások 1%-a.

A háztartások ellátottsága fizetős tévével



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)

A fizetős tévészolgáltatás technológiája



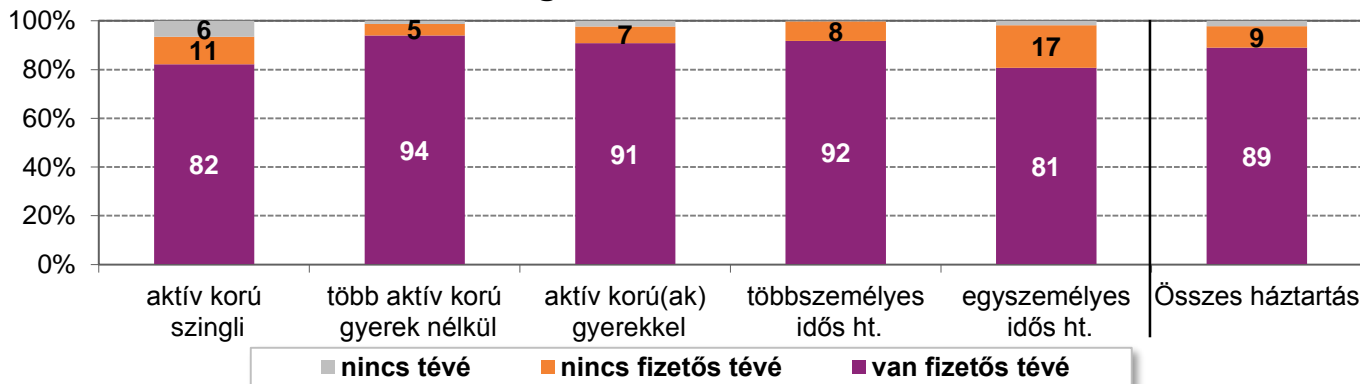
Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,579 millió HT; n=1791)



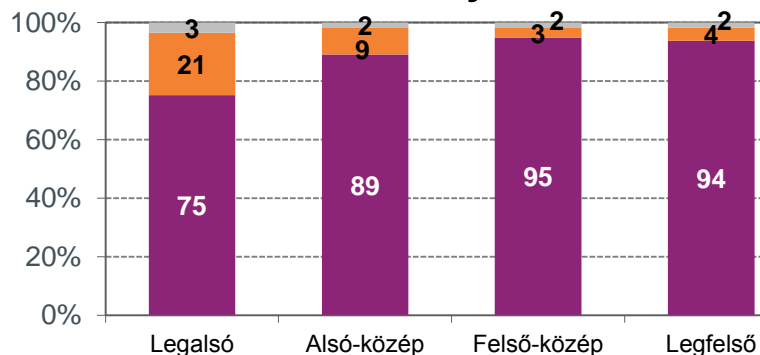


Az aktív korú szingli háztartásokat leszámítva minden csoportban 95% feletti a tévékészülék-penetráció. A fővárosban élő háztartások nagyobb arányban rendelkeznek tévé-előfizetéssel. Az egyszemélyes háztartásokban ritkábban van fizetős tévé, mint a többfős háztartásokban, a legmagasabb arány a gyermektelen családoknál van. A tévé annyira fontos a magyar háztartások életében, hogy még a legalsó jövedelmi kategóriába tartozóknak is a 75%-a fizet érte.

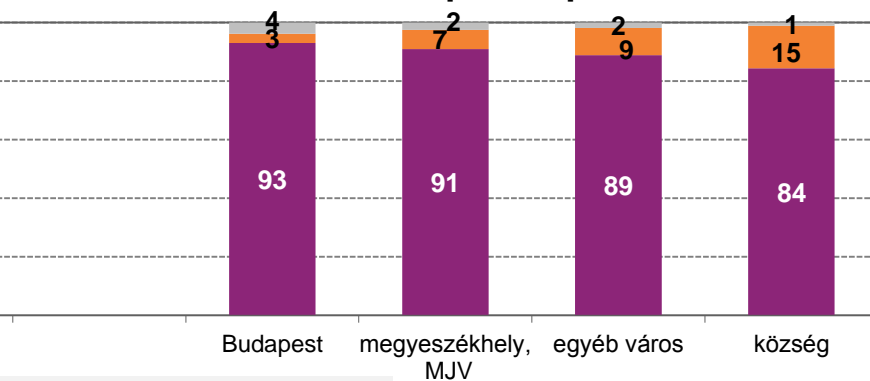
Ellátottság a háztartás összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



Településtípus szerint

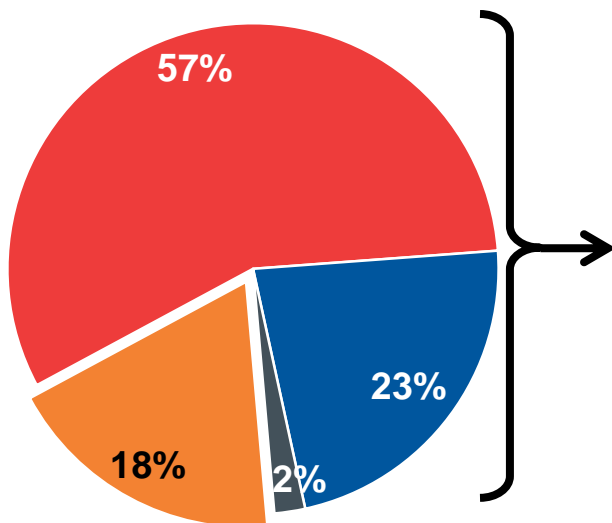


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT; n=2019)



A digitálistévé-előfizetések négyötöde digitális kábeltévés előfizetés. 2017-ben több mint 2,9 millió háztartásban volt set-top-box. Ez a szám nőtt 2016-hoz képest. Azon háztartások aránya, ahol egynél több tévé van, és ezek mindegyikéhez van set-top-box is, nem változott egy esztendő alatt.

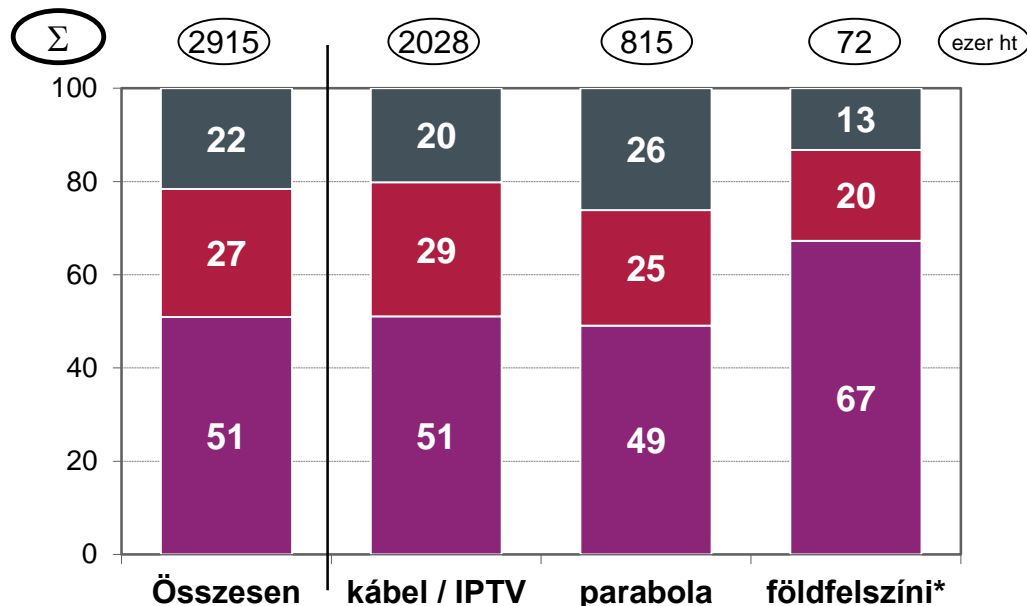
Analóg- és digitális-előfizetések aránya



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

Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,579 millió HT; n=1791)

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

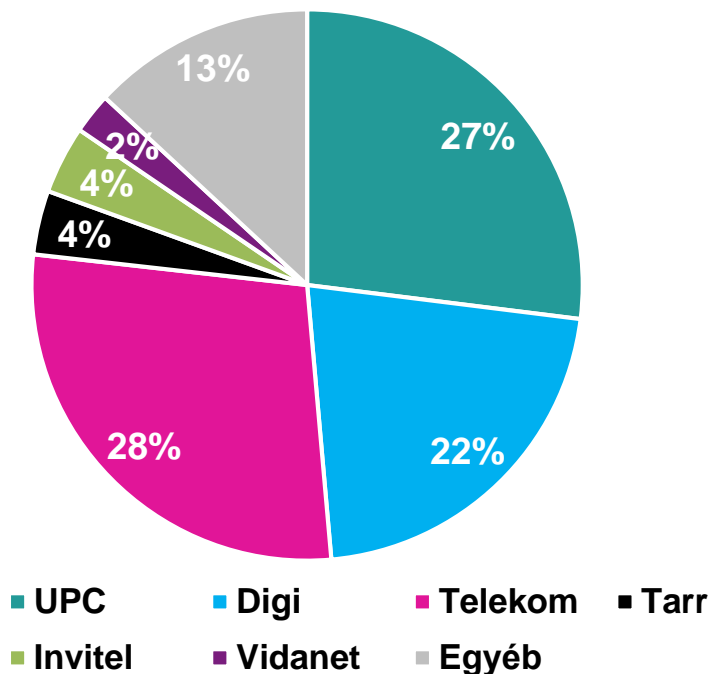
Bázis: Digitálistévé-előfizetéssel rendelkező háztartások (N=2,915 millió HT; n=1456)



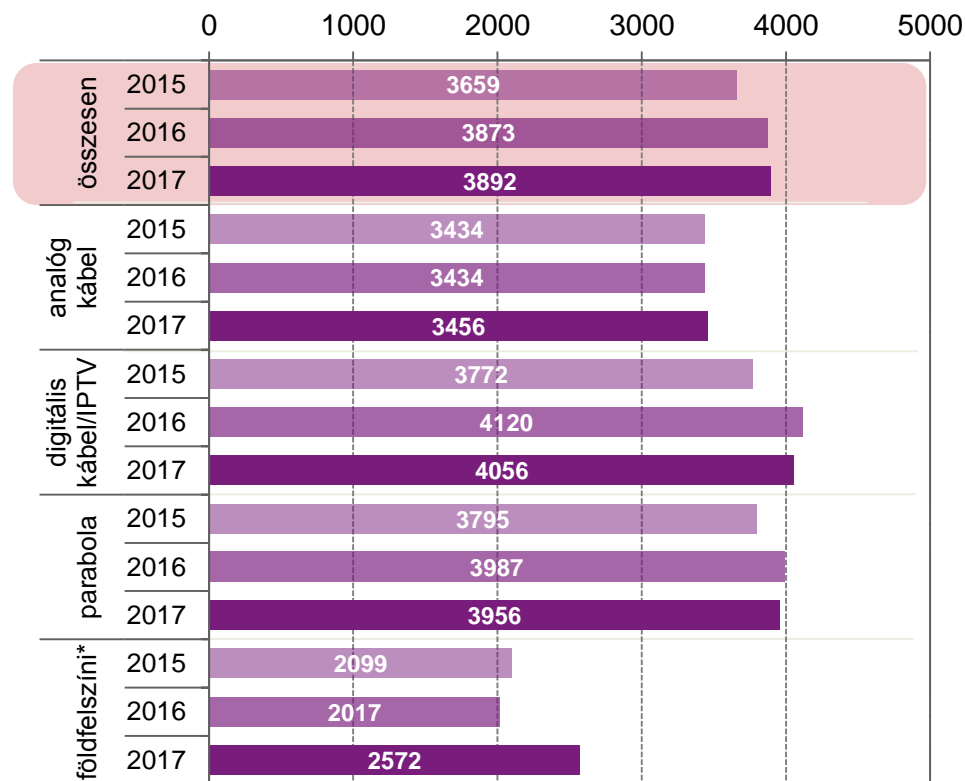


A fizetős tévés piac 133 Mrd-ról 139 Mrd-ra nőtt egy év alatt. Viszont a háztartások átlagköltsége gyakorlatilag nem változott.

A fizetőstévé-piac bevételeinek szolgáltatók szerinti megoszlása



Költség technológia szerint (bruttó Ft/hó)



*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

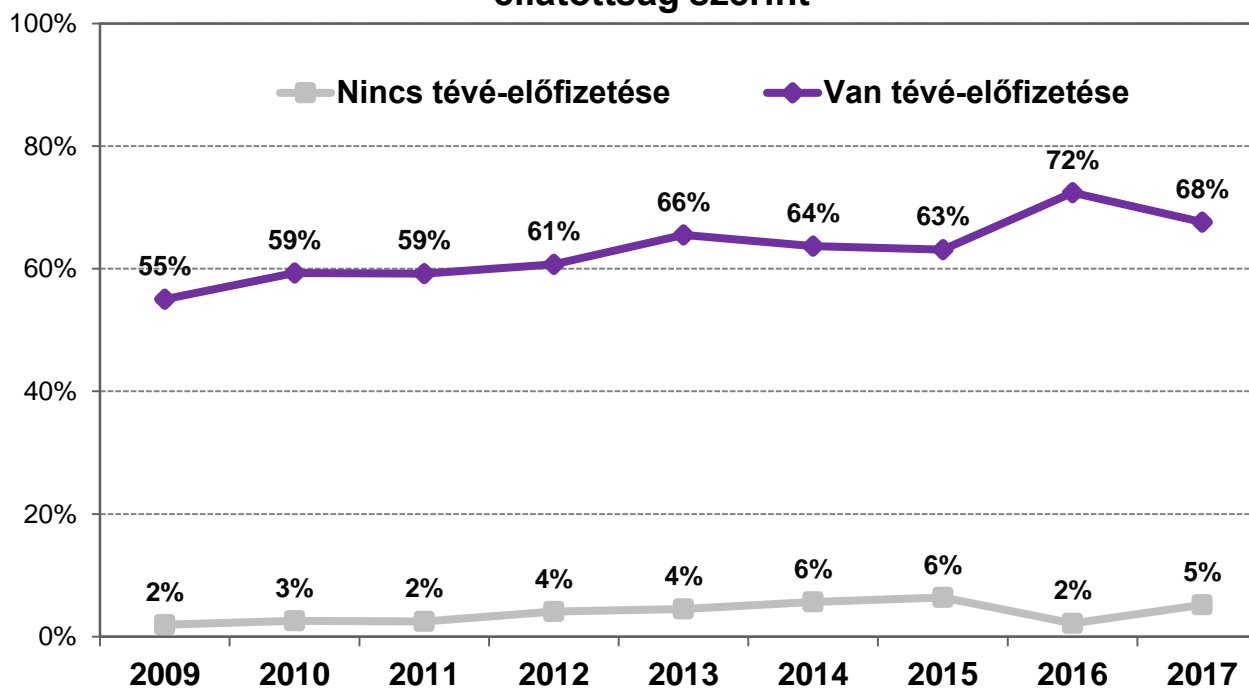
Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,579 millió HT; n=1791)

A lakossági televíziós piac mérete 2017-ben nettó 139 Mrd Ft. (2016: 133 Mrd)



Az előző évhez hasonlóan a magyar háztartások 10%-a tulajdonképpen feleslegesnek tartja a fizetős tévét. További 5% azt állítja, hogy viszonylag könnyen megtenne tévé-előfizetés nélkül (ez nem jelent a tévezésről való lemondást is egyben). A háztartások 60%-a tekinti nélkülözhetetlenek a tévé-előfizetést, ez valamelyest csökkent a 2016-os 64%-hoz képest, bár statisztikai értelemben elhanyagolható. 2017-ben a tévé-előfizetéssel rendelkező háztartások 68%-a tartja nélkülözhetetlenek a tévé-előfizetését.

A tévé-előfizetést nélkülözhetetlenek tartók aránya ellátottság szerint



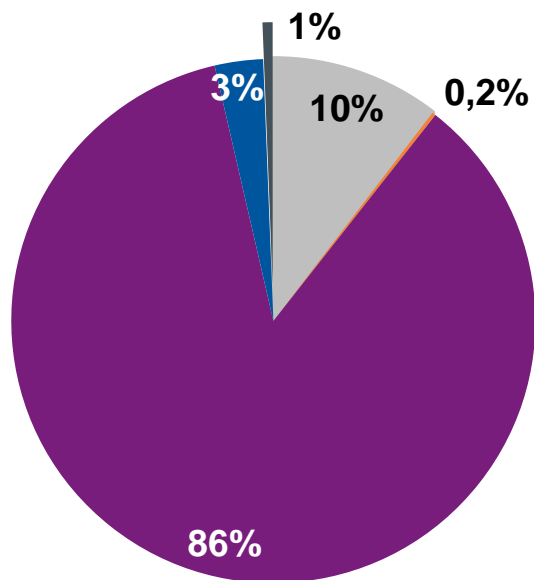
Bázis: Tévé-előfizetéssel rendelkező és nem rendelkező háztartások (az összes háztartás 89, illetve 11%-a, N=3,579 millió és 442 ezer HT; n=1791, illetve 228)





2017-ben 25 ezer olyan háztartás jelezte, hogy be fog lépni a fizetős tévé piacára, akinek jelenleg még nincs ilyen szolgáltatása (2016: 22 ezer), és 9 ezer háztartás szünteti meg az előfizetését (2016-ban ez a szám 20 ezer volt). 2017-ben az előfizető háztartások 3%-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=2019)

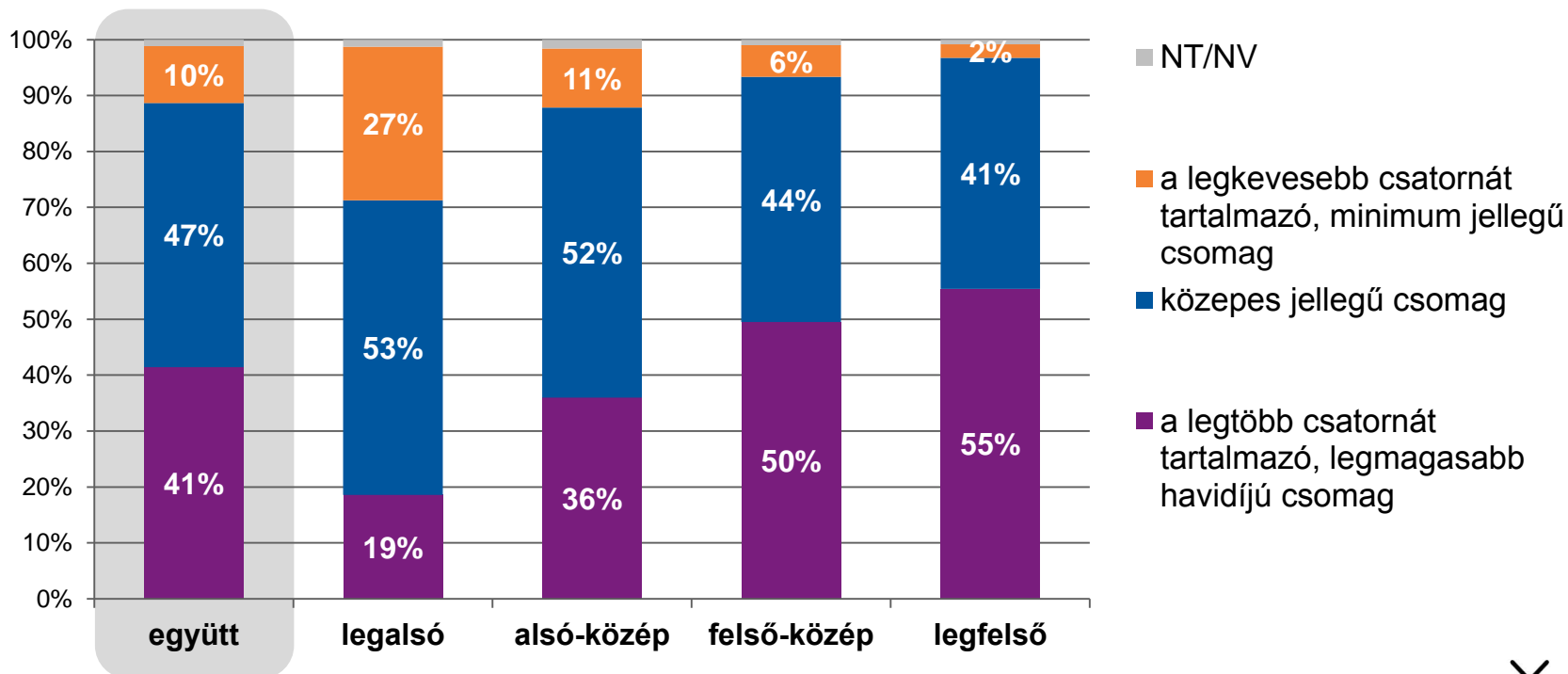




A legkevesebb csatornát tartalmazó „minimál”-csomagokat a tévé-előfizető háztartások 10%-a veszi igénybe. Ugyanakkor 41%-uk a legtöbb csatornát tartalmazó csomagra fizet elő. A jobb jövedelmi helyzetben lévők lényegesen nagyobb arányban fizetnek elő a legnagyobb csomagokra, de még ennél is fontosabb faktor az élethelyzet: a gyermekes háztartásokra sokkal inkább jellemző, hogy a nagyobb csatornaszámú csomagokra fizetnek elő.

Nagy felbontású HD csatornákra már 26%-nyian fizetnek elő (2016-ban: 15%).

Az igénybe vett tévécsomagok a háztartás jövedelmi helyzete szerint

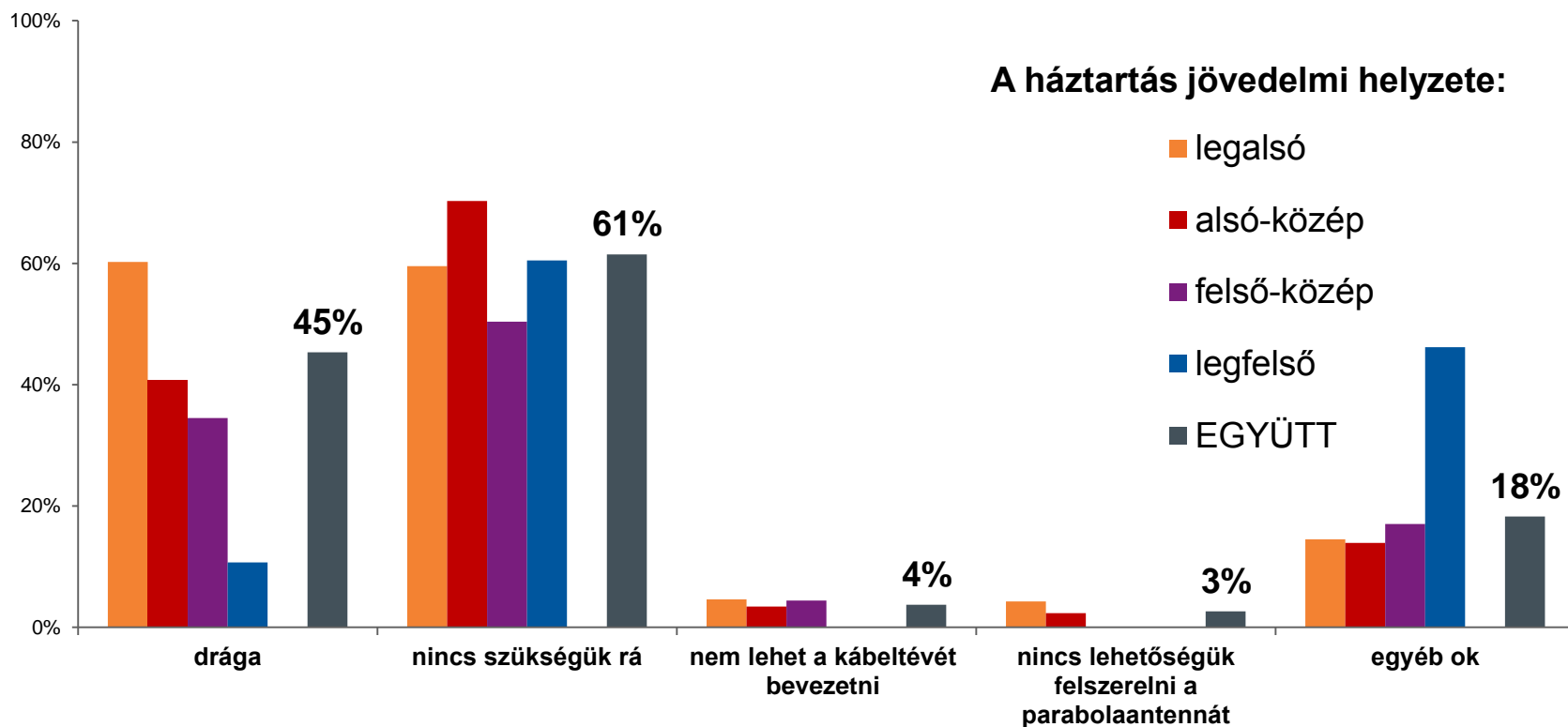


Bázis: Fizetős tévével rendelkező háztartások (N=3,579 millió HT; n=1791)





A tévé-előfizetés hiányának leggyakoribb oka továbbra is az, hogy nincs szüksége a háztartásnak a szolgáltatásra. Az anyagi okokat idén 45%-nyian említették (tavaly 53%). Az előfizetést drágának tartók között felülreprezentáltak a legalsó jövedelmi kategóriába tartozók.



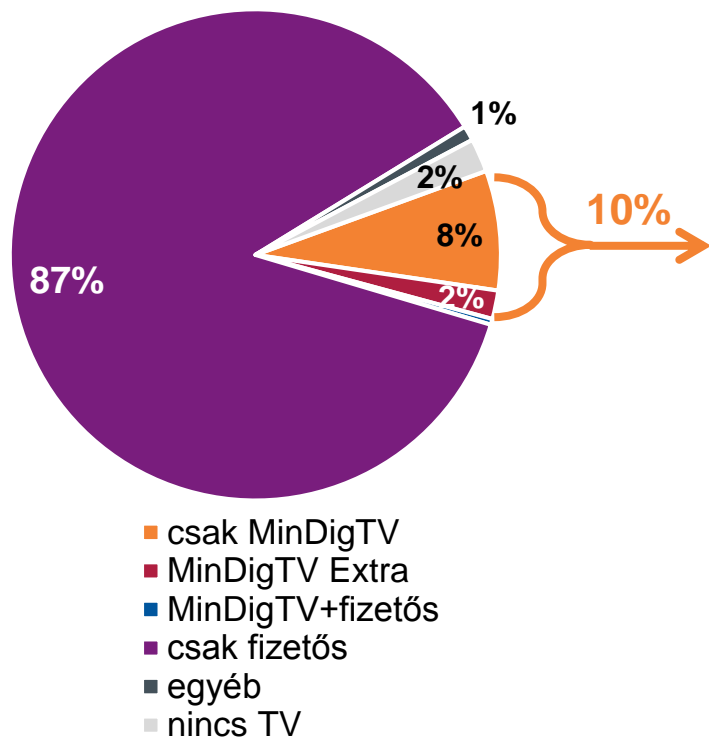
Bázis: Tévé-előfizetéssel nem rendelkező háztartások
(N=440 ezer háztartás; n=227)





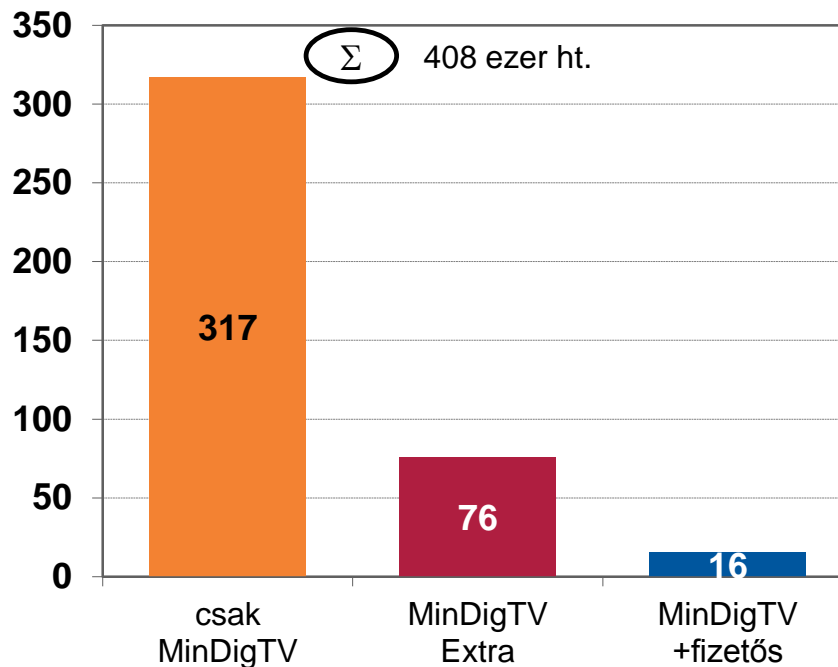
A háztartások 98%-ának van tévéje, 89%-uk fizet a televízió-előfizetésért. A MinDigTV ingyenes adásait 8% nézi, további 2% MindigTV Extrára fizet elő. A digitális földfelszíni tévészésben kb. 408 ezer háztartás érintett (ez nem különbözik számottevően a 2016-ban mért adattól).

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



A digitális földfelszíni tévészésben érintett háztartások becsült száma*

ezer ht



Bázis: Összes háztartás
(N=4,02 millió HT; n=2019)

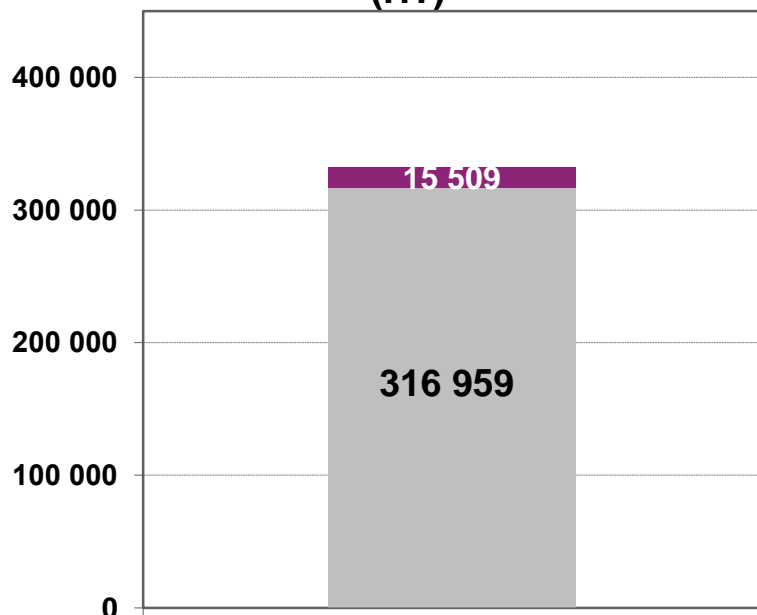
*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek





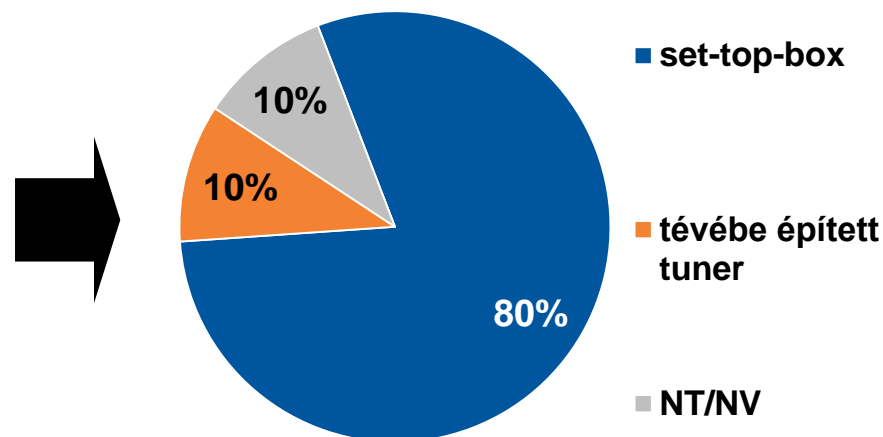
Az ingyenes digitális földfelszíni adásokat néző háztartások száma 332 ezer. Ezek közül 16 ezer valamilyen tévé-előfizetés mellett használja ezt a szolgáltatást. Négyötödük (80%) döntően set-top-box-szal éri el a DVB-T adását, tévébe épített tuner használatáról 10% számolt be.

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



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

Milyen eszközzel nézik?*



Összes STB:	261 699 [217 465 – 305 934]
Összes TV-tuner:	34 009 [17 924 – 50 094]

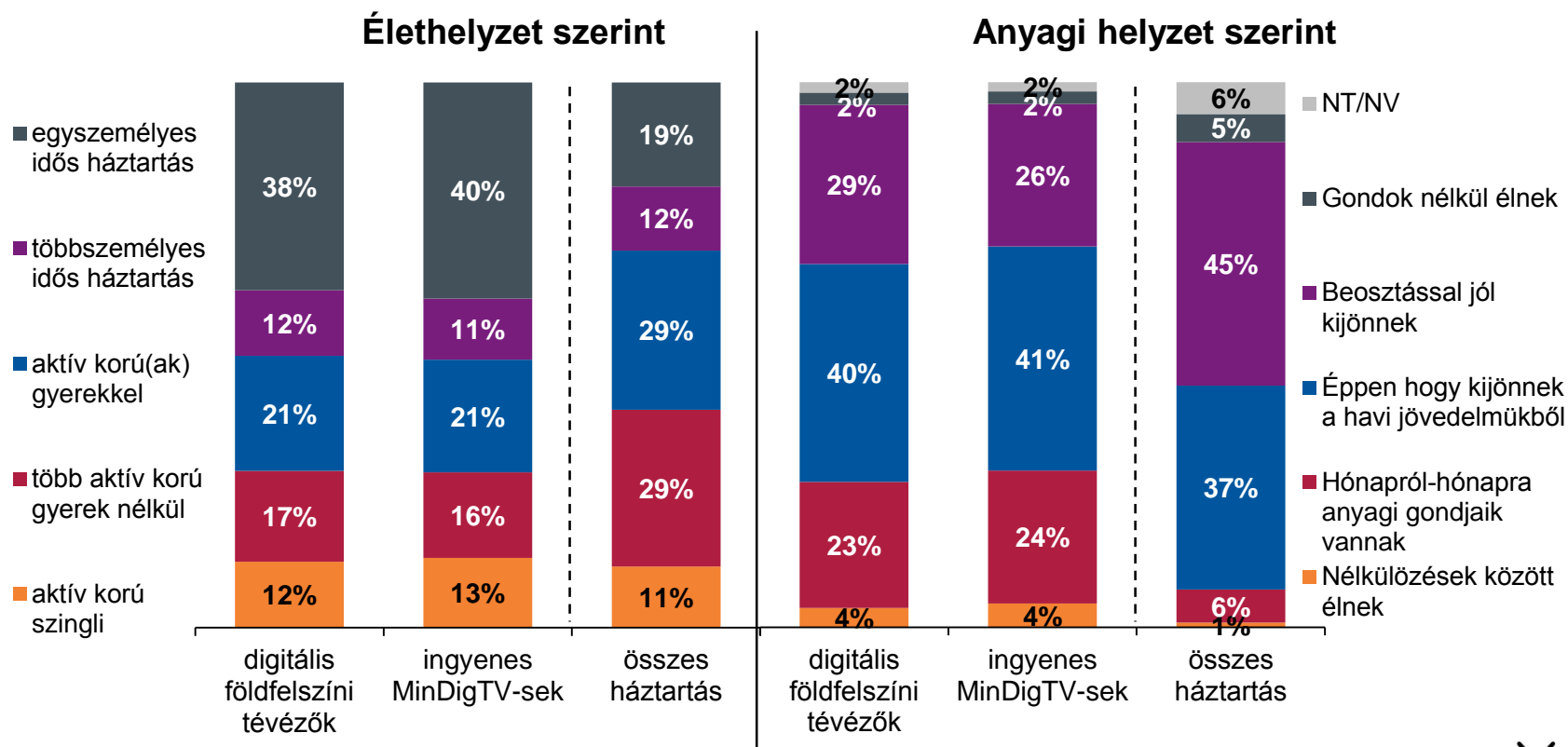
Bázis: INGYENES digitális földfelszíni adást nézők (N=332 ezer HT; n=181)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek





Az otthoni digitális földfelszíni tévészésben érintettek köre mintegy 408 ezer háztartás. A teljes népességhez viszonyítva felülreprezentáltak körükben az egyszemélyes idős háztartások: 40%-uk ilyen háztartás. Az ingyenes MindigTV-sek az átlagosnál jóval kedvezőtlenebb anyagi körülmények között élnek.



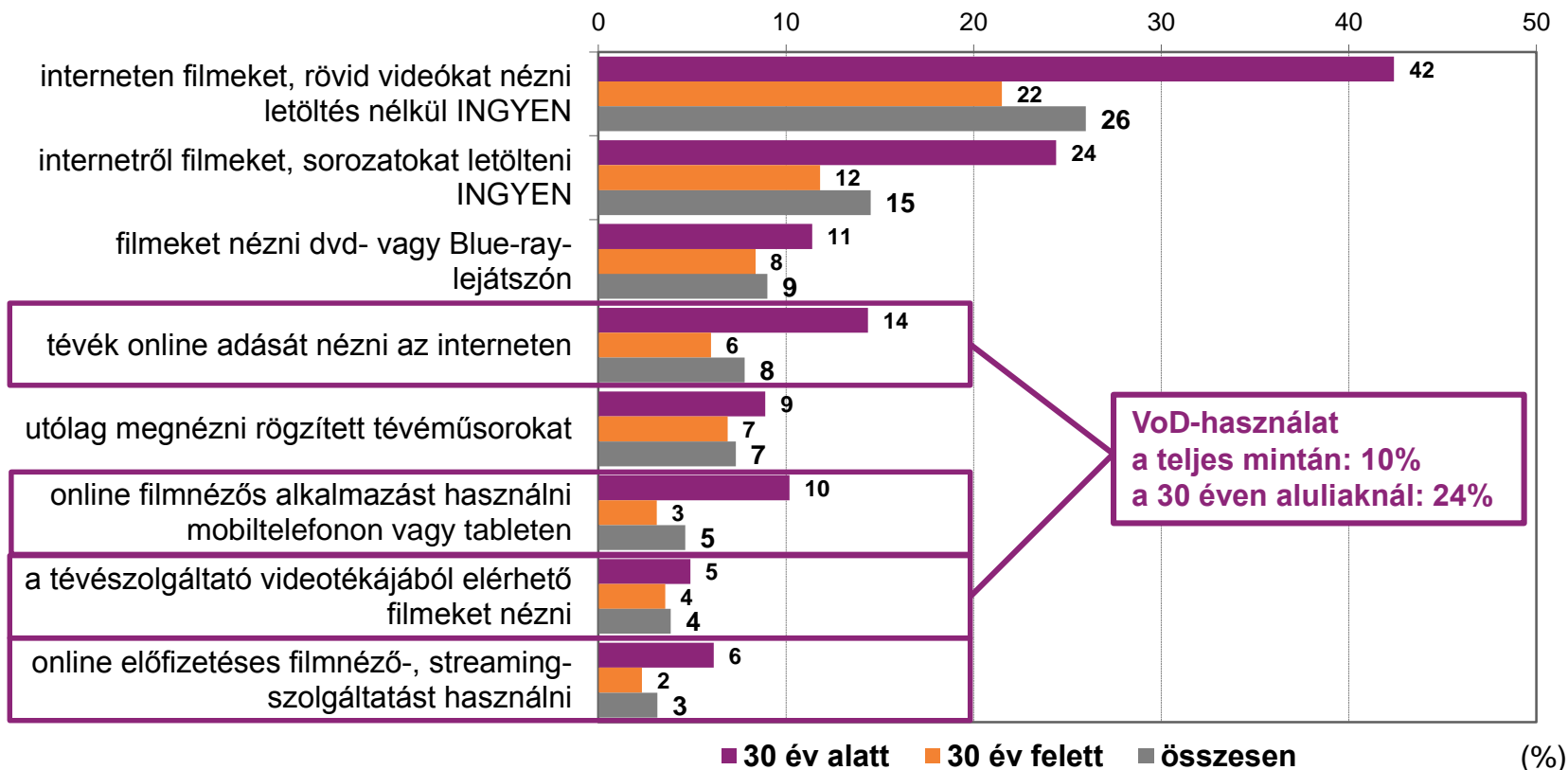
Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT; n=2019)





A 14 éven felüli lakosság 33%-a használ a hagyományos televíziózáson kívül valamilyen más eszközt a filmek, illetve tévéműsorok nézésére. A 30 éven aluliak körében ez az arány jóval magasabb: 49%. A leggyakoribb az interneten rövid filmek, videók nézése (pl. a YouTube-on). Az ingyenes filmletöltés már csak durván feleannyi nézőre jellemző. Az online videotéka használata és az online streaming pedig mindössze a lakosság 3-4%-át érinti.

Legalább havi gyakorisággal végzett tévénézési, filmnézési tevékenységek



Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)



NMHH

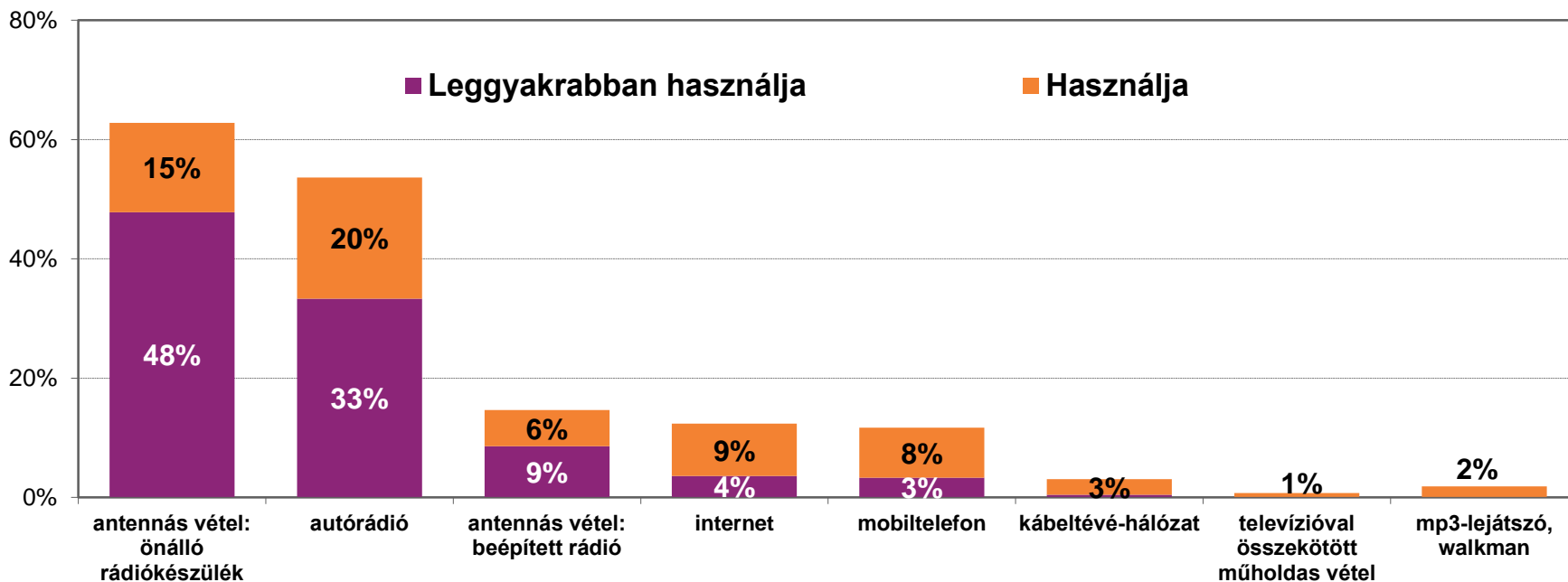
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

MÉDIAPIAC

- Kommunikációs csatornák
- Tévé- és filmnézés
- **Zene- és rádióhallgatás**
- Hagyományos és online sajtó



A rádióhallgatók elsődleges eszköze továbbra is az önálló rádiókészülék, a többség ezen hallgatja a műsorokat. A rádiózók közel fele (54%) autózás közben is hallgatja az adást, és 33%-uknál az autó a leggyakoribb rádiózási helyszín.



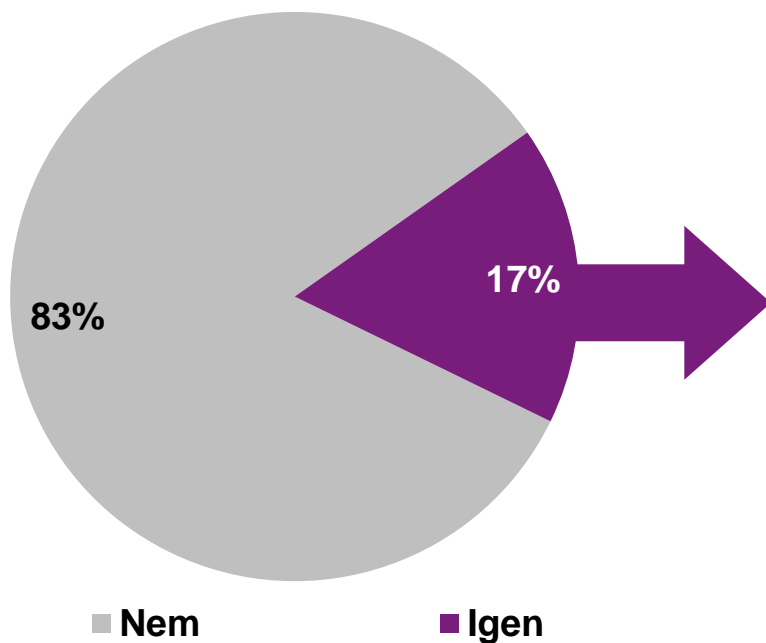
Bázis: Rádiót legalább néha hallgatók (N=6,25 millió fő; n=1493)



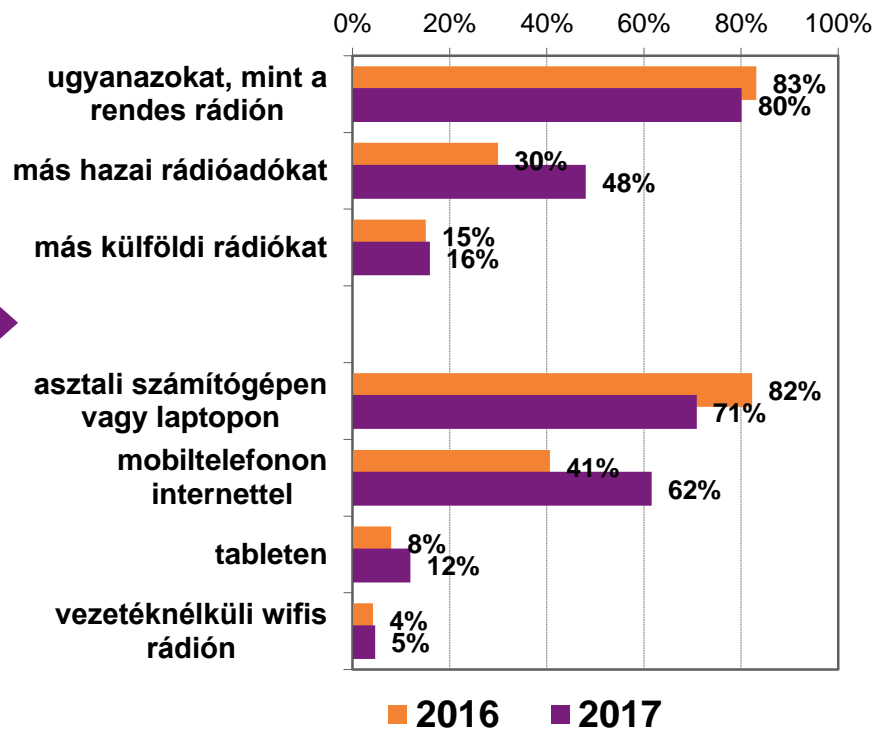


2017-ben az internetezők 17%-a hallgat online rádiót (2016-ban: 13%), jellemzően ugyanolyan műsorokat, mint a „rendes” rádión. Tavalyhoz képest jelentősen nőtt a mobiltelefonon történő rádióhallgatás aránya – a pc-s hallgatás rovására. Az online rádiózás továbbra is elsősorban a 30 év alatti korosztályra jellemző.

Szokott interneten rádiót hallgatni?



Interneten hallgatott rádióadók és az alkalmazott eszköz



Bázis: Internetet használó személyek (N=7,03 millió fő; n=1301)

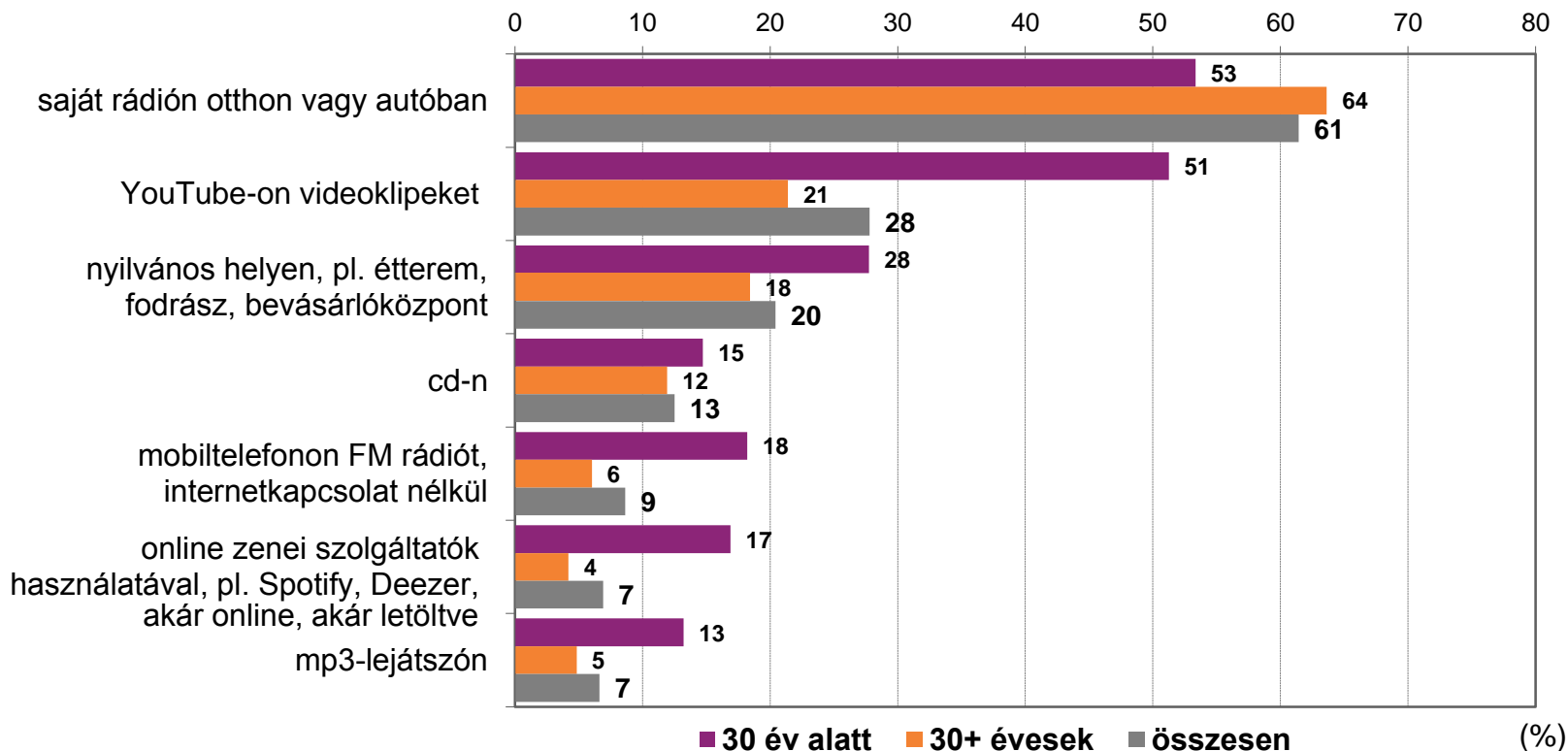
Bázis: Interneten rádiót hallgató személyek (N=1,07 millió fő, n=173)





A 13 éven felüli lakosság 75%-a hallgat zenét vagy rádiót. A 30 éven aluliak körében ez az arány 79%. A leggyakoribb a hagyományos rádióhallgatás saját rádión (otthon vagy autóban), különösen az idősebbek körében. A 30 éven aluliaknál viszont ezt már majdnem utolérte a YouTube. Nyilvános helyen az emberek egyötöde hallgat zenét, cd-n már csak 13%, az mp3-lejátszó pedig már szinte teljesen kiment a divatból. Online zenei szolgáltatókat is csak 7%-nyian vesznek igénybe, s nekik is csak a 3%-uk fizet ezért (kb. 17 ezer ember).

Legalább havi gyakorisággal hallgat zenét / rádiót:

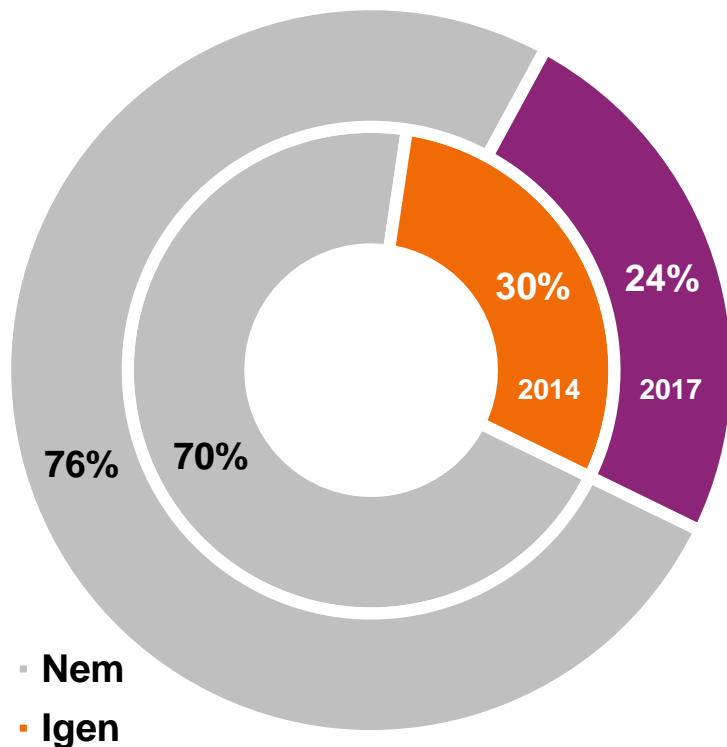


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)

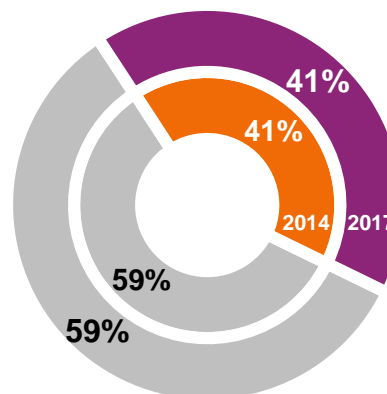


A DAB+ szolgáltatásról most még kevesebben hallottak, mint 2014-ben, amikor ez inkább számított „hot topic”-nak, mint most. A budapestiek 42%-a, a vidékiek 21%-a hallott a DAB+ szolgáltatásról. Budapesten saját tudomásuk szerint alig 16 ezren használnak DAB+ technológiájú készüléket rádiózásra, és ehhez önbeszámolójuk alapján 72 ezer DAB+ használó adódik a vidéki városokból.

Hallott-e a DAB+ szolgáltatásról?



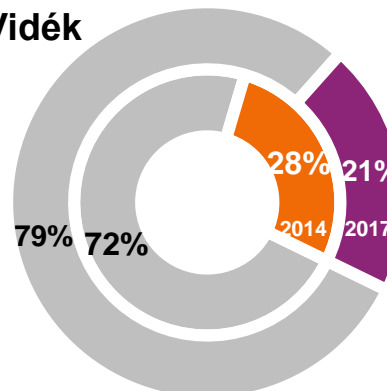
Budapest



DAB+ készülék használók száma

Budapesten
16 ezer
(a 14+ lakosság
1%-a)

Vidék



Vidéken
69 ezer
(a 14+ lakosság
1%-a)

Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

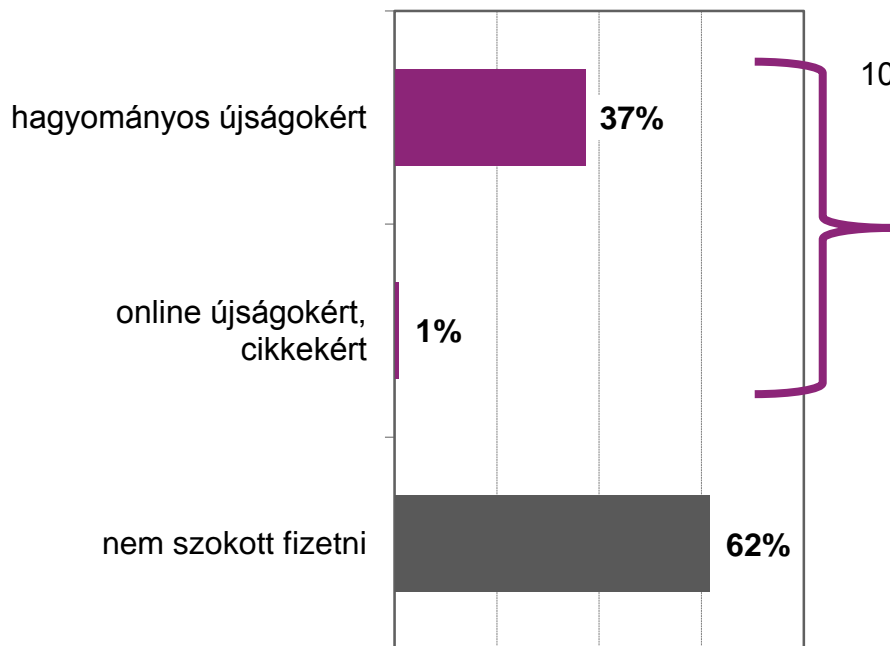
MÉDIAPIAC

- Kommunikációs csatornák
- Tévé- és filmnézés
- Zene- és rádióhallgatás
- **Hagyományos és online sajtó**

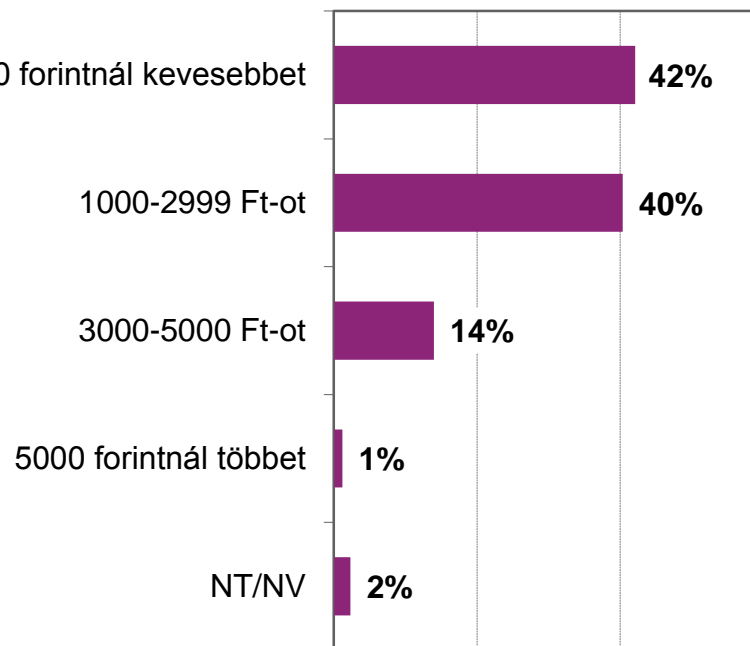


A 13 éven felüli lakosság 37%-a szokott fizetni hagyományos nyomtatott újságokért, és mindössze 1%-a online sajtótermékekért. Az idősebbek, diplomások, jó anyagi helyzetűek az átlagosnál nagyobb arányban vásárolnak hagyományos, illetve online sajtótermékeket is. Akik fizetnek, azok zöme (82%-a) 3000 forintnál kevesebbet költ erre egy hónapban.

Szokott fizetni hagyományos / online sajtótermékekért?



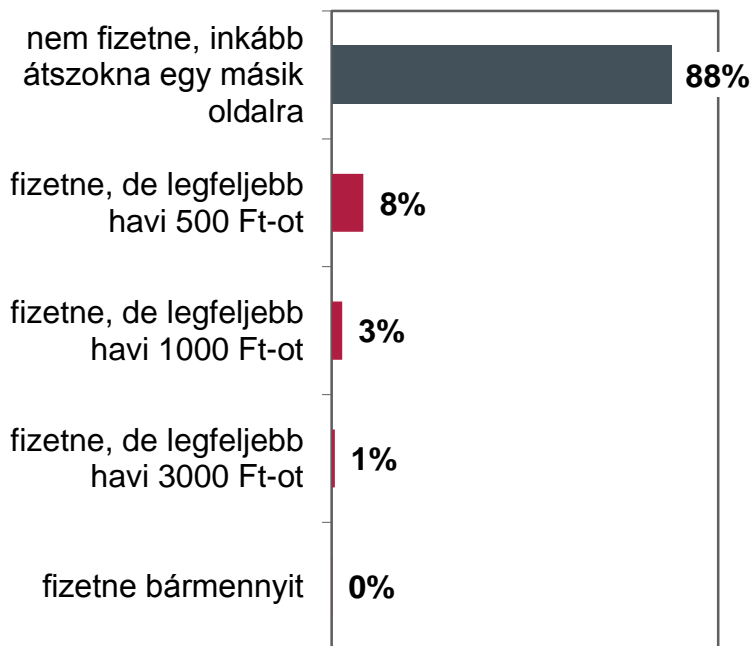
Mennyi pénzt költ egy hónapban sajtótermékekre?





Az online híroldalakat olvasók* 88%-a nem fizetne kedvenc hírportáljáért, ha az időközben fizetőssé válna, hanem inkább átszokna egy ingyenes híroldalra. Ennek legfontosabb oka, hogy ilyesmiért nem akarnak fizetni. Az a 12%-nyi olvasó, aki hajlandó lenne fizetni (többnyire legfeljebb 1000 Ft-ot), ezt leginkább a színvonalas, máshol meg nem található tartalmak miatt tenné.

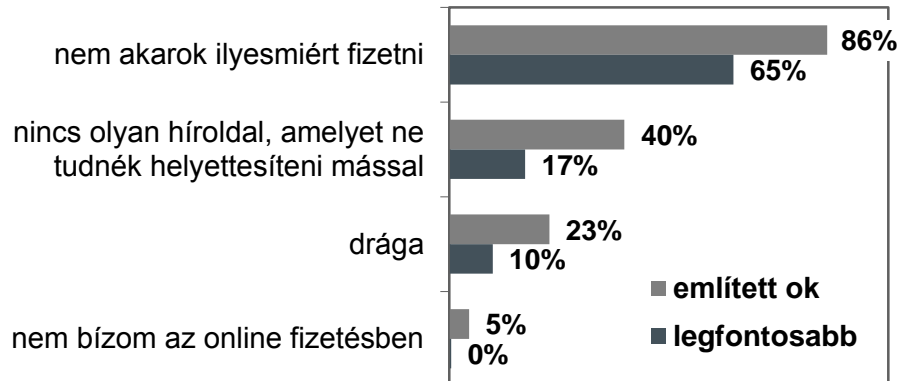
Mit tenne, ha fizetőssé válna a kedvenc hírportálja?



*A 14 éven felüli lakosság 52%-a, az internetezők 69%-a olvas online híroldalt

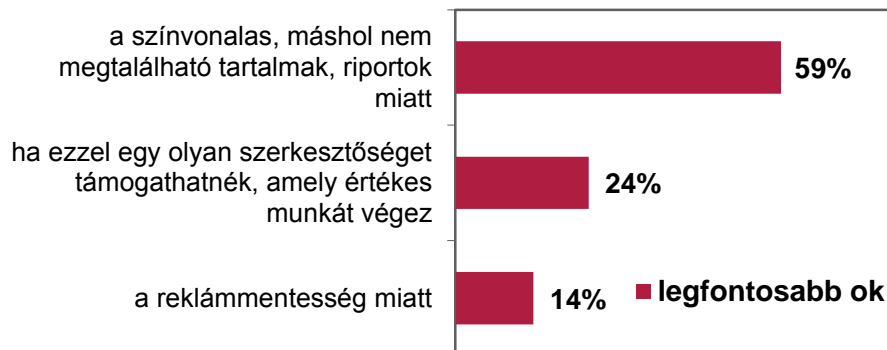
Bázis: online híroldalt olvasók (N=4,38 millió fő; n=894)

Miért nem fizetne?



Bázis: akik nem fizetnének (N=3,91 millió fő; n=796)

Miért fizetne?*



*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

Bázis: akik fizetnének (N=525 ezer fő; n=108)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

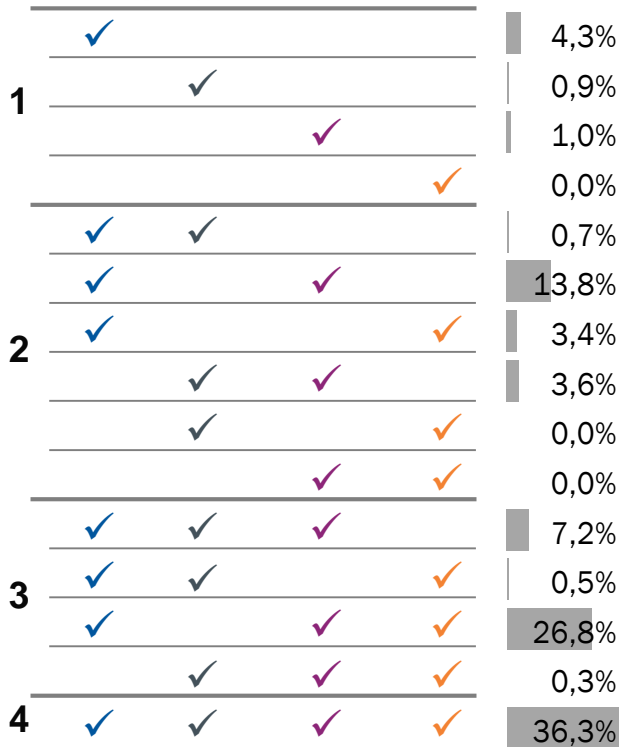
BUNDLING



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

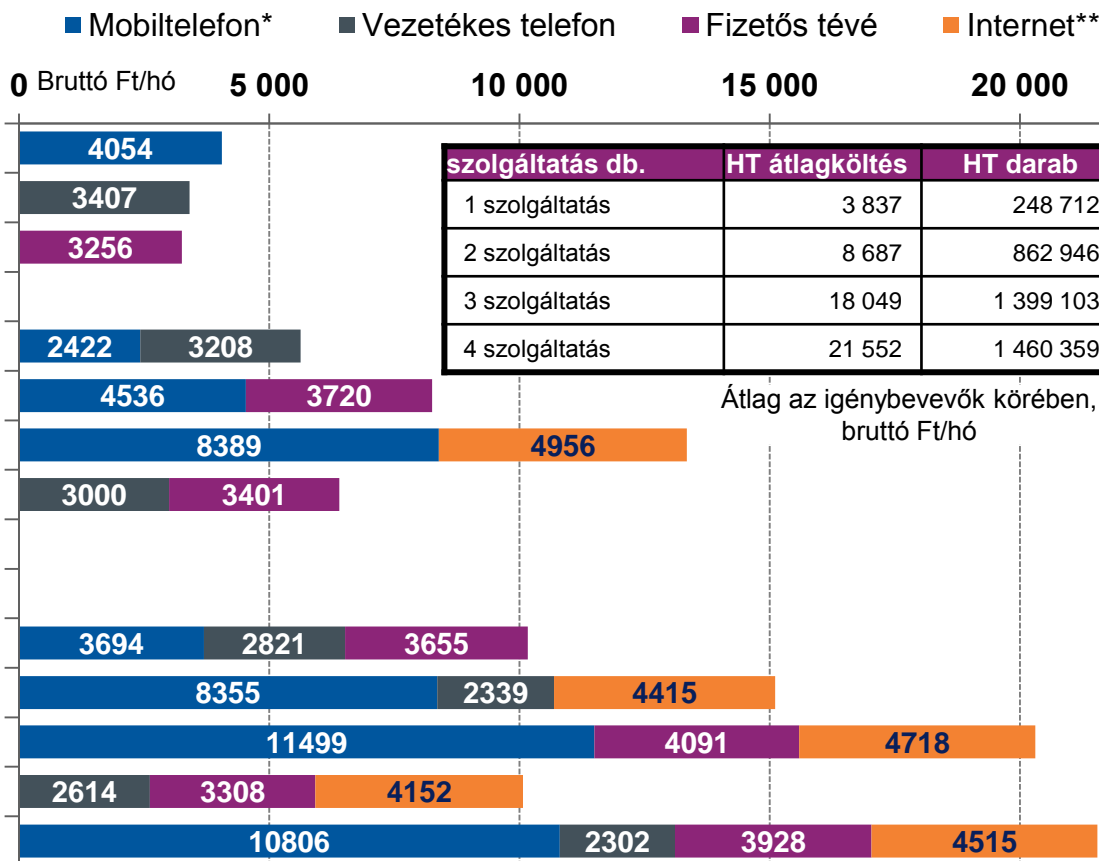


Csoport-nagyság



9049 2463 3892 4616

A háztartások 1%-ának semmilyen távközlési szolgáltatása nincs.



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

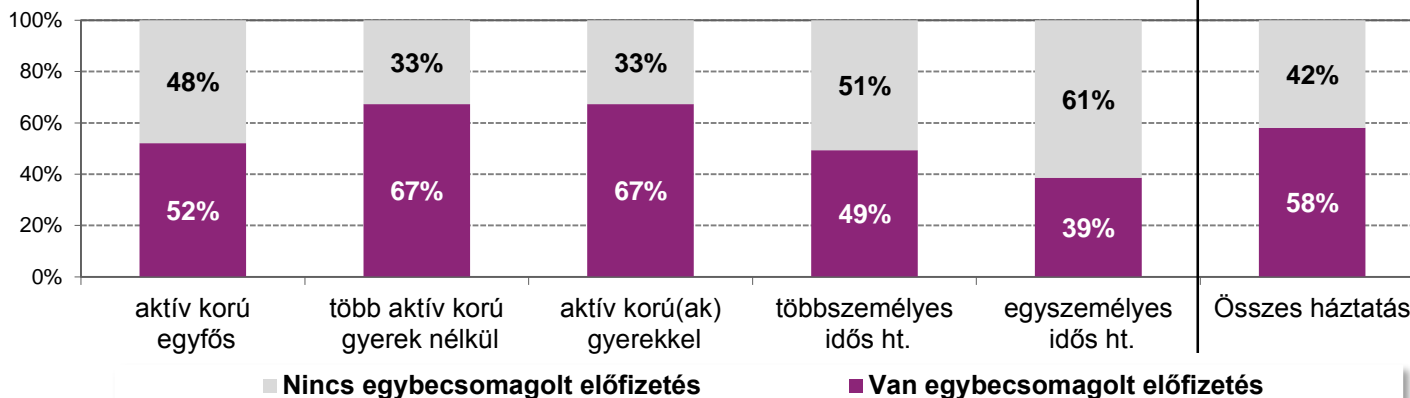
**Helyhez kötött + „Large Screen” MBB

Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)

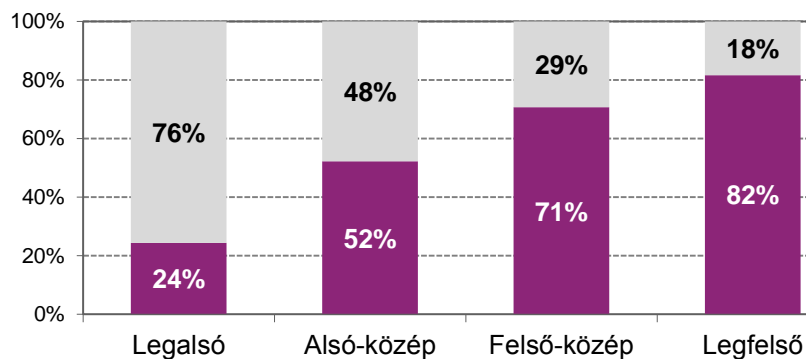


A háztartások közel 60%-a vesz igénybe egybecsomagolt távközlési szolgáltatásokat. Jóval gyakoribb a bundled-igénybevétel a jobb jövedelmi helyzetű családoknál, a nagyobb településeken és az aktív korúak háztartásaiban.

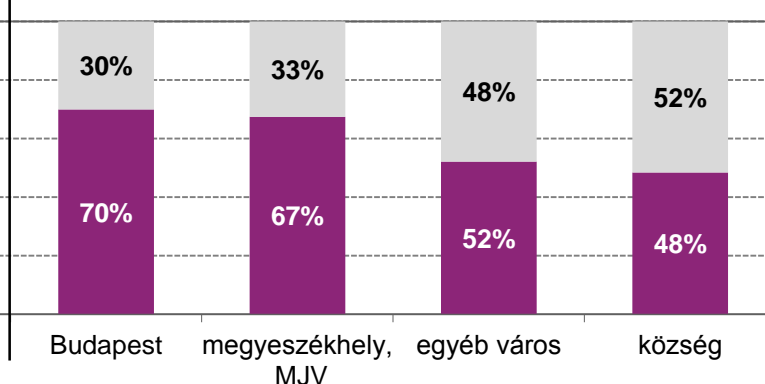
Ellátottság a háztartások összetétele szerint



Jövedelmi helyzet szerint



Településtípus szerint

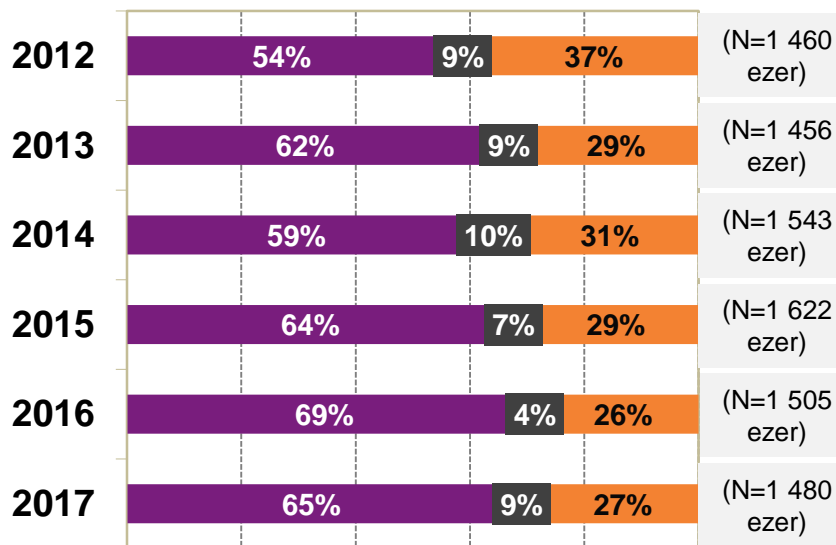


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió HT; n=2019)



2012 óta nőtt a 3 vezetékes szolgáltatást igénybe vevő háztartások száma, és köztük egyre többen csomagban fizettek elő a tévére, internetre és telefonra.

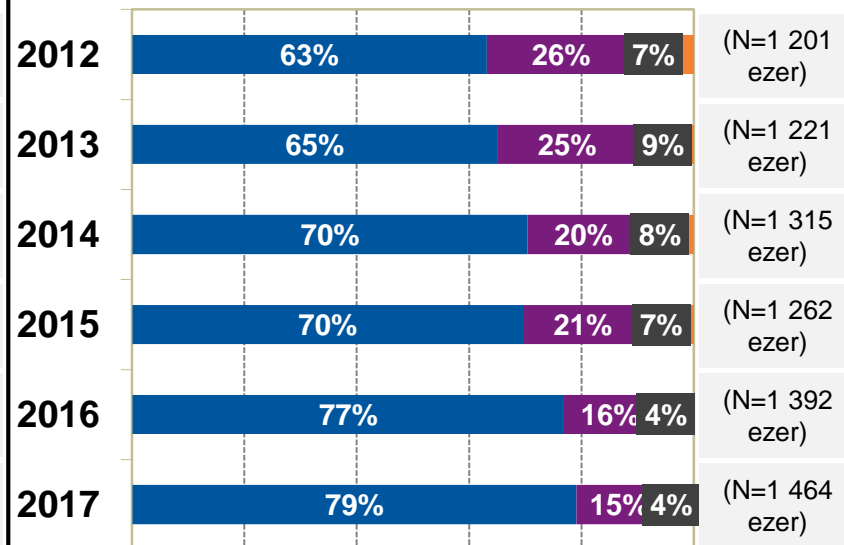
Csomagok a 2 helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartásokban



- 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



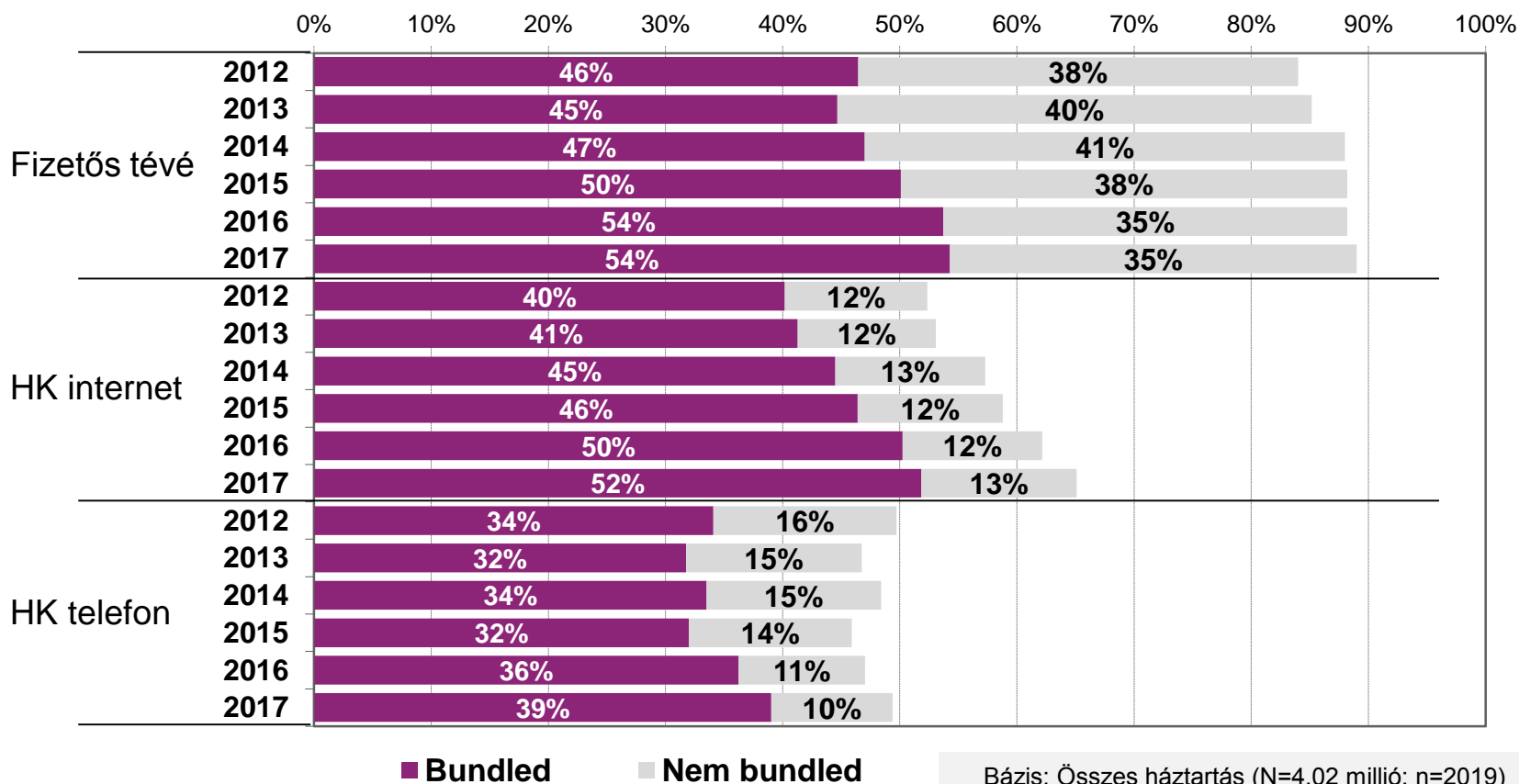
- 3 bundled szolgáltatás
- 2 bundled szolgáltatás
- Van azonos szolgáltató, de nem bundled
- Nincs azonos szolgáltató

Bázis: 3 helyhez kötött szolgáltatással rendelkező háztartások



A tévé-előfizetések 61%-a bundled. A helyhez kötött telefonos előfizetések és a helyhez kötött internetes előfizetések 80%-a van becsomagolva. A bundled előfizetések aránya folyamatosan nőtt.

Bundled és nem bundled helyhez kötött szolgáltatások a háztartásokban

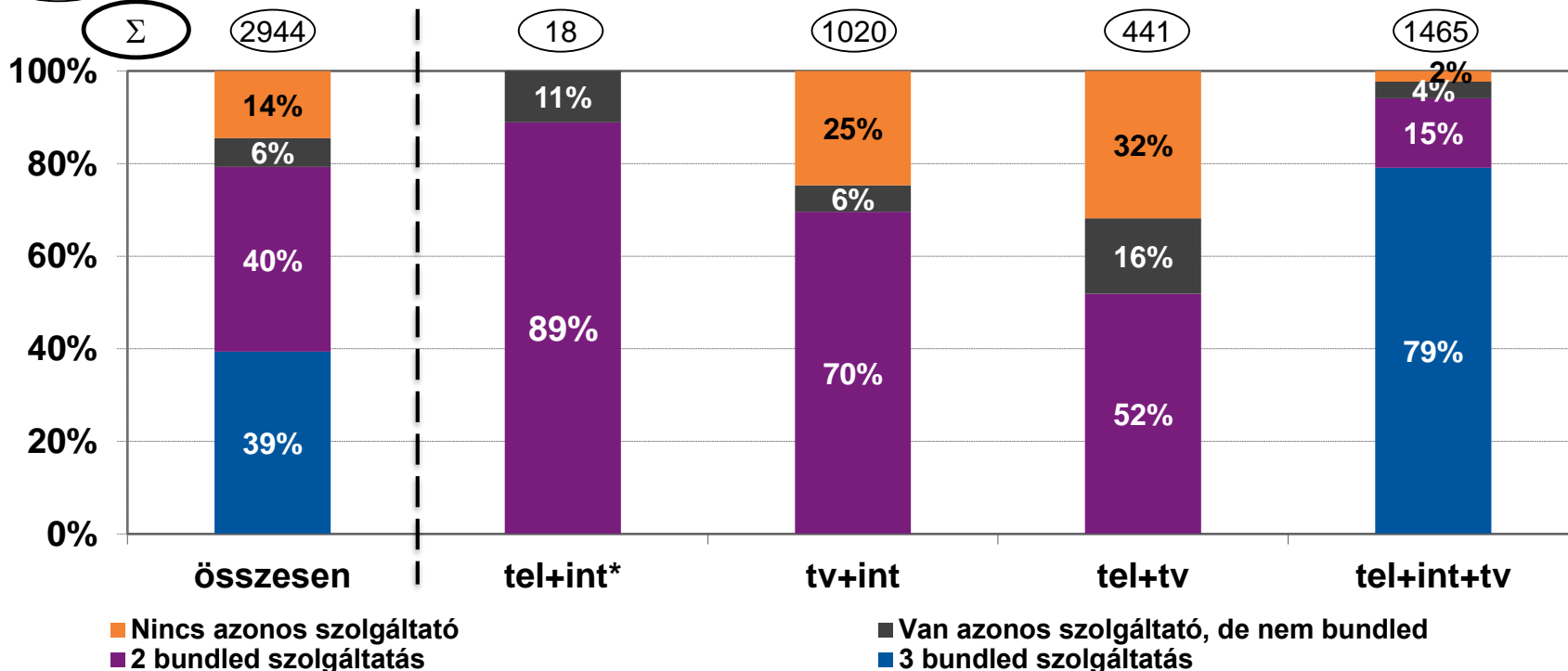


Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)



A többfajta helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő közel 3 millió háztartás 86%-a egy szolgáltatónál több szolgáltatásra is előfizet, 39%-uk 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



*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek

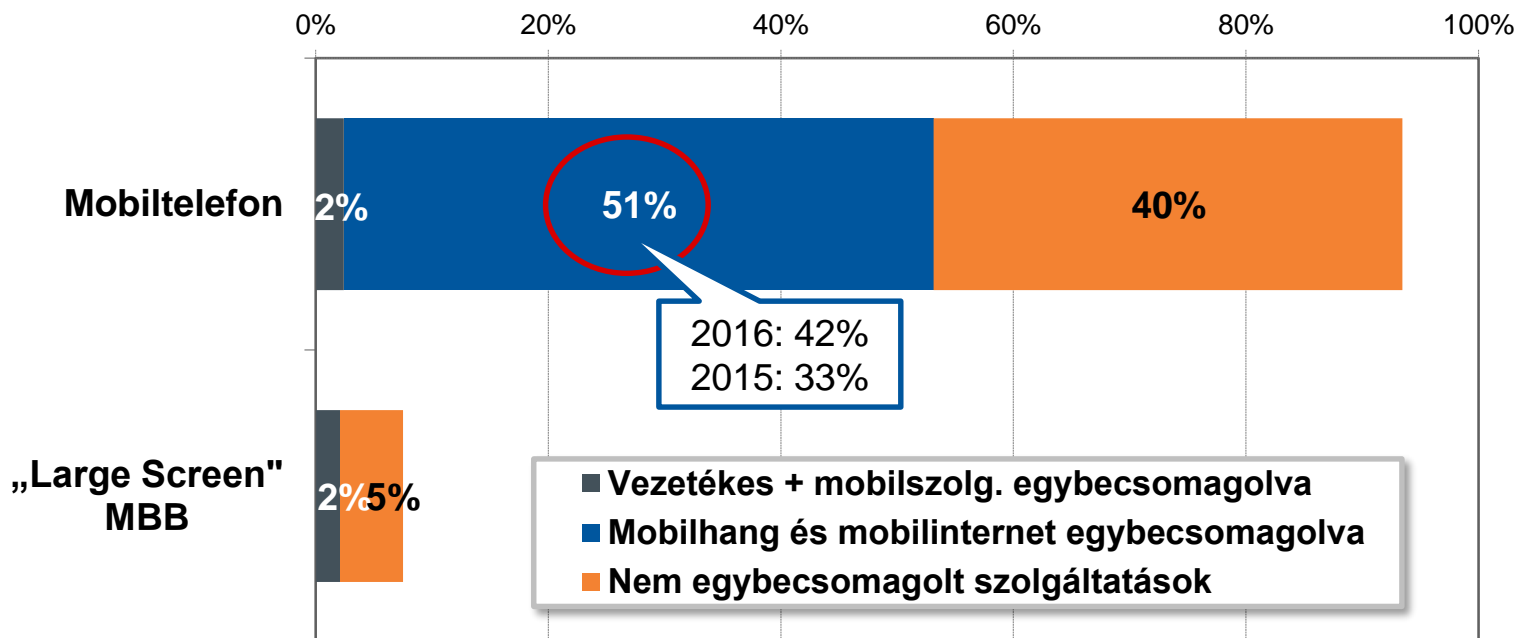
Bázis: Több helyhez kötött szolgáltatást igénybe vevő háztartások (N=2,944 millió HT; n=1473)



A 13 éven felüli lakosság elenyésző része (2%) fizet elő úgy a mobiltelefon-szolgáltatásra, hogy az egy vezetékes szolgáltatással vagy „Large Screen” mobilinternettel van összecsomagolva, viszont 51%-uk (a mobil-előfizetők 54%-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 több mint egynegyede „becsomagolt” MBB-előfizetést vesz igénybe (ez a lakosság 2%-a).

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

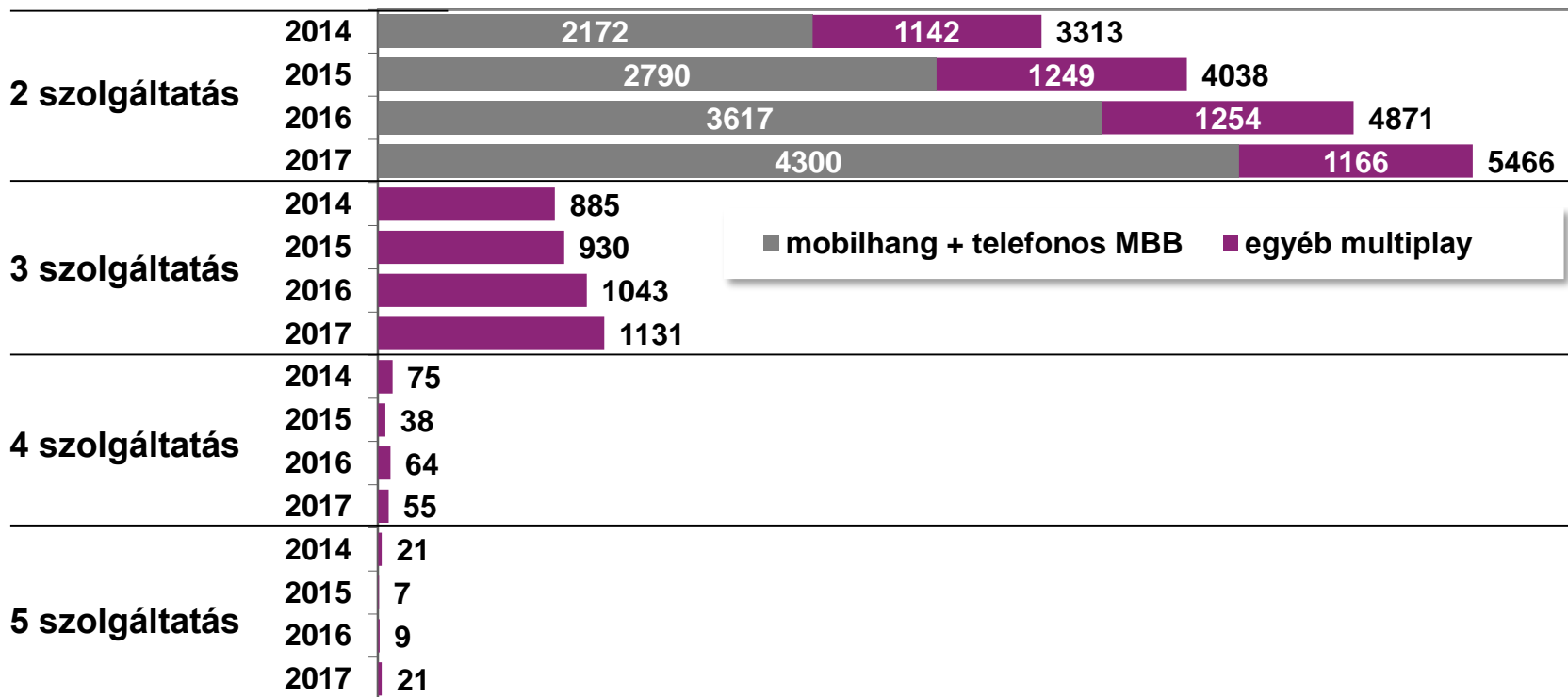


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,481 millió fő; n=2019)

2017-ben a teljes távközlési piacon 6,7 millió bundled-előfizetést regisztráltunk. Ennek közel kétharmada (4,3 millió) 2-play mobiltelefonon használt hang-mobilinternet kombinációt jelentett, amely 2014 óta a duplájára nőtt.

Szinte ugyanolyan gyakori a két szolgáltatás (1,17 millió) és a három szolgáltatás (1,13 millió) egybecsomagolása, és szinte elenyésző a 4- vagy 5-play.

Csomagolt előfizetések száma (ezer db)

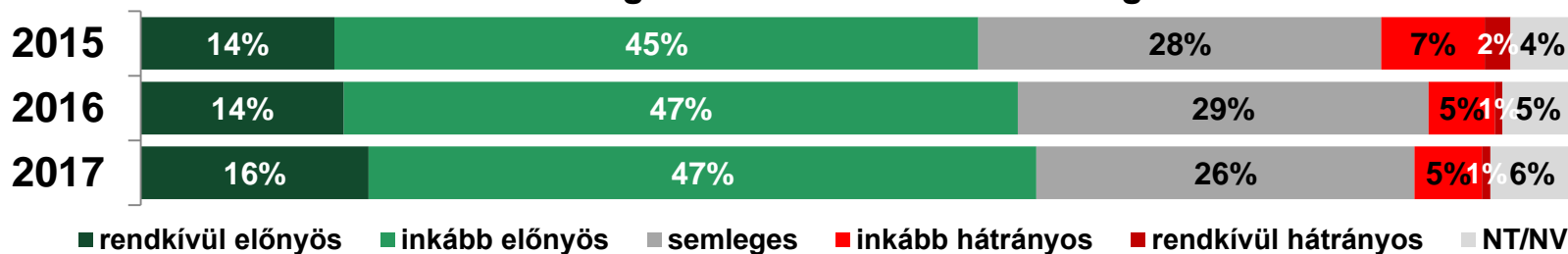


Az 5 szolgáltatás: vezetékes telefon, vezetékes internet, fizetős tévé, mobilhang, mobilinternet („Large Screen”)



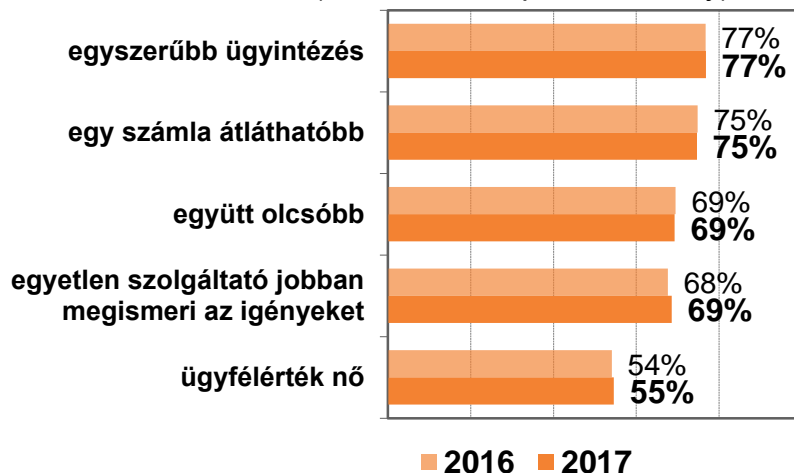
A szolgáltatások összecsomagolásában a háztartások 63%-a előnyt lát és csak 6% tartja azt hátrányosnak. Tavalyhoz képest nem változott a lakosság hozzáállása az összecsomagoláshoz. Az előnyösnek vagy hátrányosnak tartott vonások sorrendje sem változott a tavalyi adatokhoz képest.

Bundled-szolgáltatás értékelése összességében



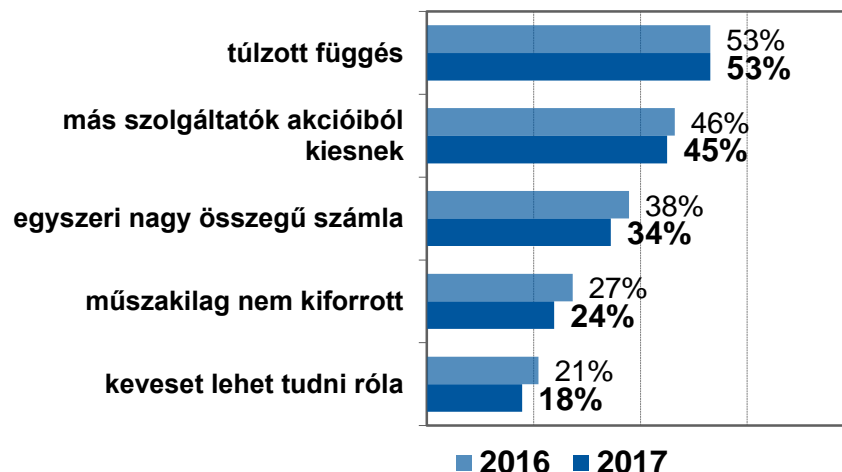
Bundled-szolgáltatás előnyei

(5-ös skálán top-2-box-arány)



Bundled-szolgáltatás hátrányai

(5-ös skálán top-2-box-arány)



Bázis: Összes háztartás (N=4,02 millió; n=2019)



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

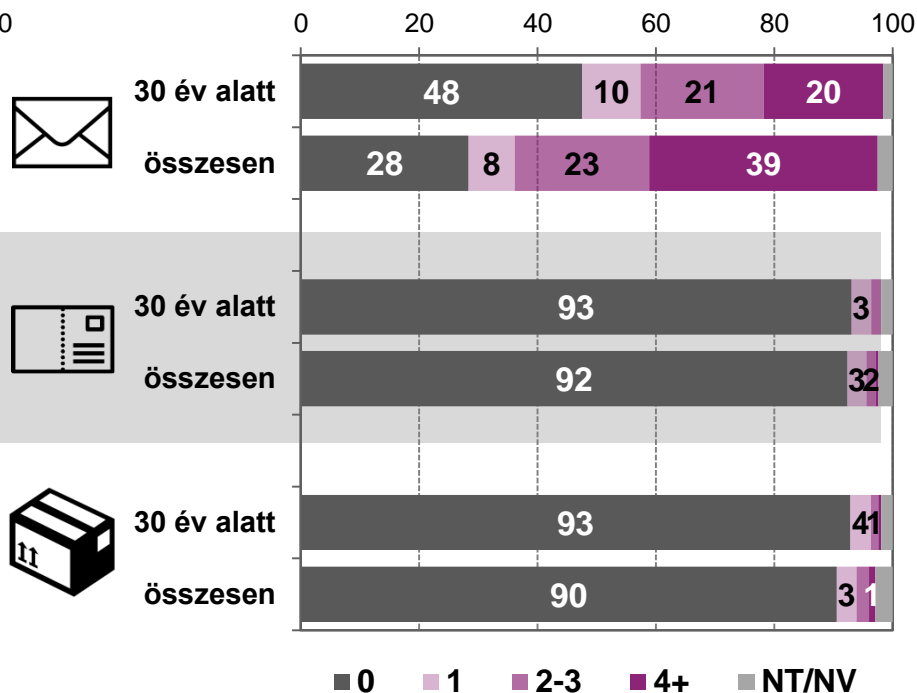
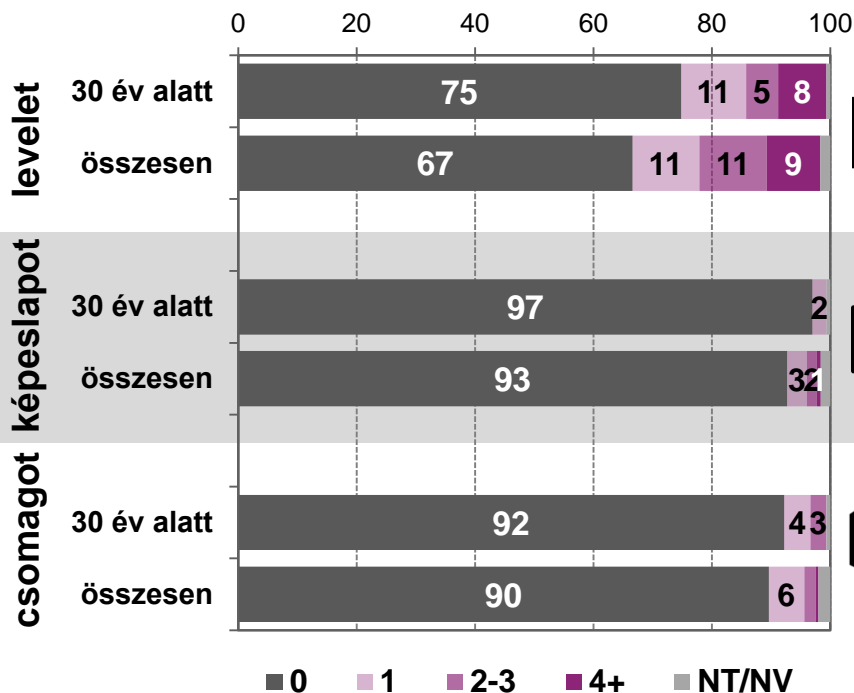
POSTAI SZOLGÁLTATÁSOK



A 13 éven felüli lakosság 33%-a adott fel az utóbbi egy hónapban levelet, 7%-a képeslapot, 10%-a csomagot. Összesen egy hónap alatt 10,5 millió levelet adtak fel, amelynek 75%-a volt hivatalos. A 983 ezer feladott képeslap zöme (94%-a) magánjellegű volt. A csomagküldemények havi becsült volumene 1,2 millió. Mivel a kapott levelek és csomagok száma ennél jóval magasabb, feltehetőleg a cégek, intézmények sokkal nagyobb forgalmat bonyolítanak a postán, mint a magánszemélyek. A 30 év alattiak kevesebb magánjellegű küldeményt adnak fel, illetve kapnak, mint az idősebbek, és hivatalos levélből is kevesebbet kapnak.

Mennyit adott fel az utóbbi egy hónapban?

Mennyit kapott az utóbbi egy hónapban?

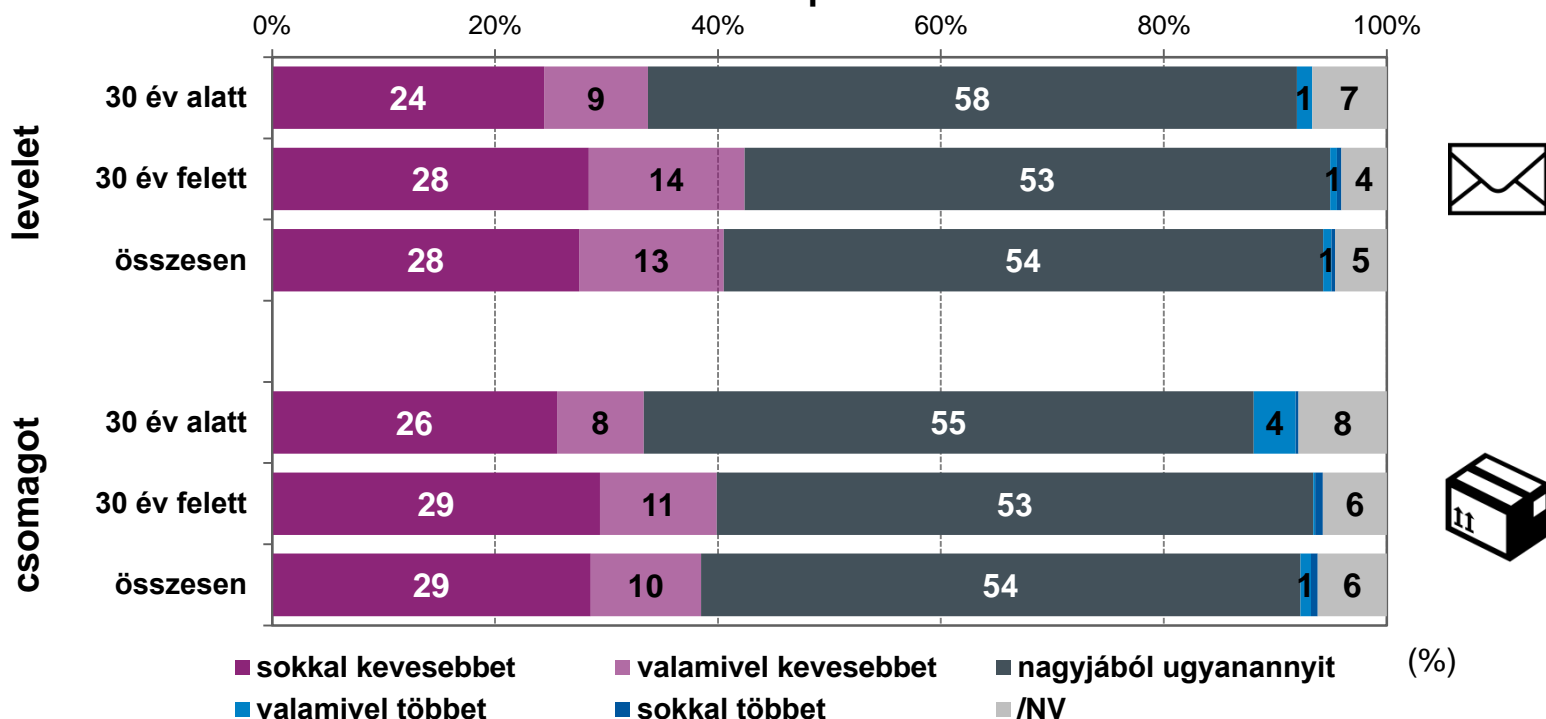


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)



A 13 éven felüli lakosság 54%-a nagyjából ugyanannyi levelet és csomagot ad fel postán, mint két évvel ezelőtt, négytizedük viszont kevesebbet. Mindössze a válaszadók 1-2%-a érzékeli úgy, hogy mostanában több levelet vagy csomagot küld. A posta-használat ritkulása nagyobb mértékben jellemzi a 30 éven felülieket, mint a fiatalabbakat.

Az utóbbi 2 évben a korábbiakhoz képest több vagy kevesebb levelet /csomagot küldött postán?

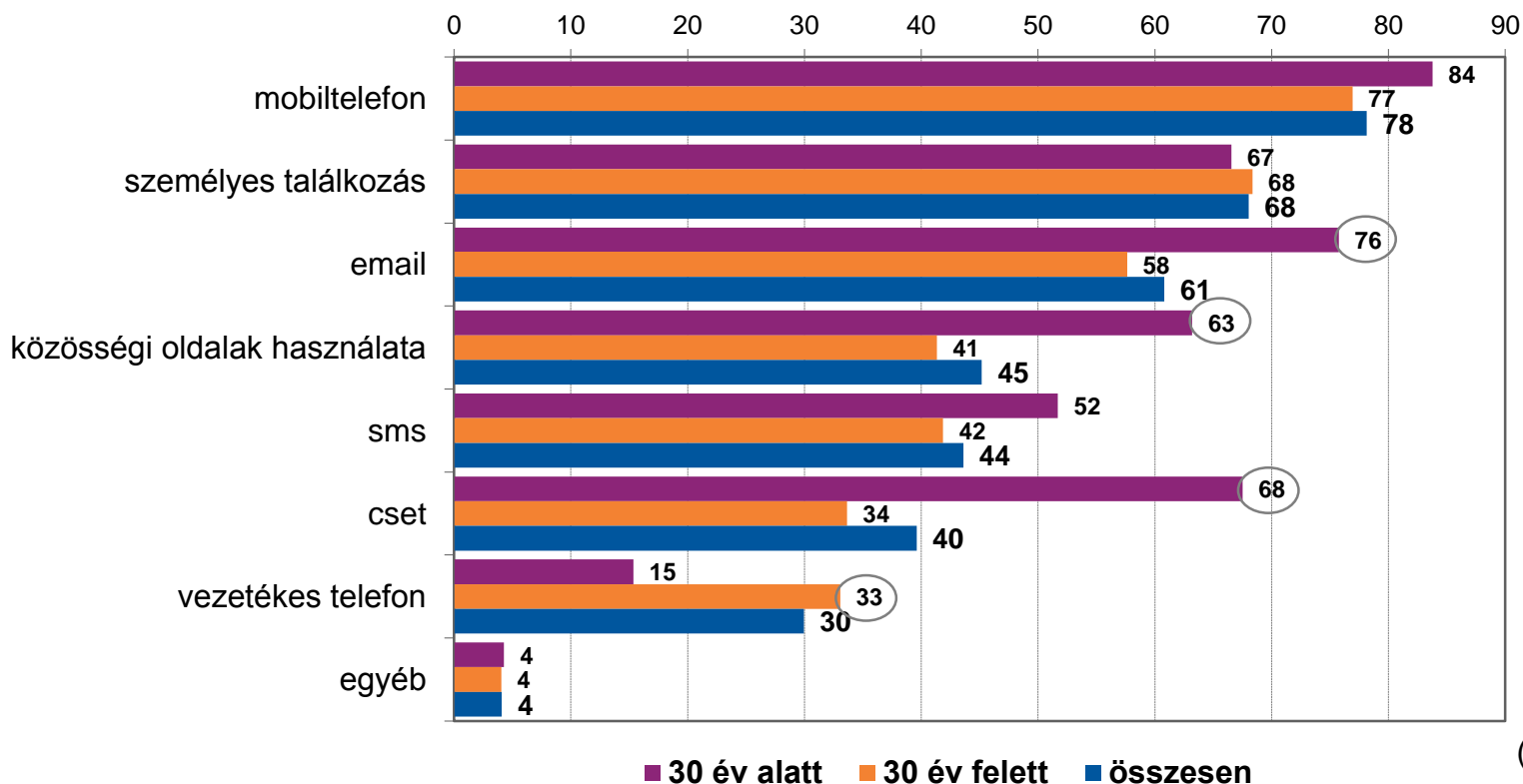


Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)



A kieső levél-, illetve csomagküldést az emberek legnagyobb része mobiltelefonnal, személyes találkozással, illetve emaillel helyettesíti. Jelentős különbségek vannak a helyettesítés módja szerint a 30 éven aluliak és az idősebbek között: míg a fiatalabbak jóval gyakrabban helyettesítenek különböző elektronikus kommunikációs eszközökkel (email, közösségi oldalak, cset), az idősebbeknél a vezetékes telefon jelenik meg nagyobb hangsúllyal.

Mivel helyettesíti a postai levél-, illetve csomagküldést?



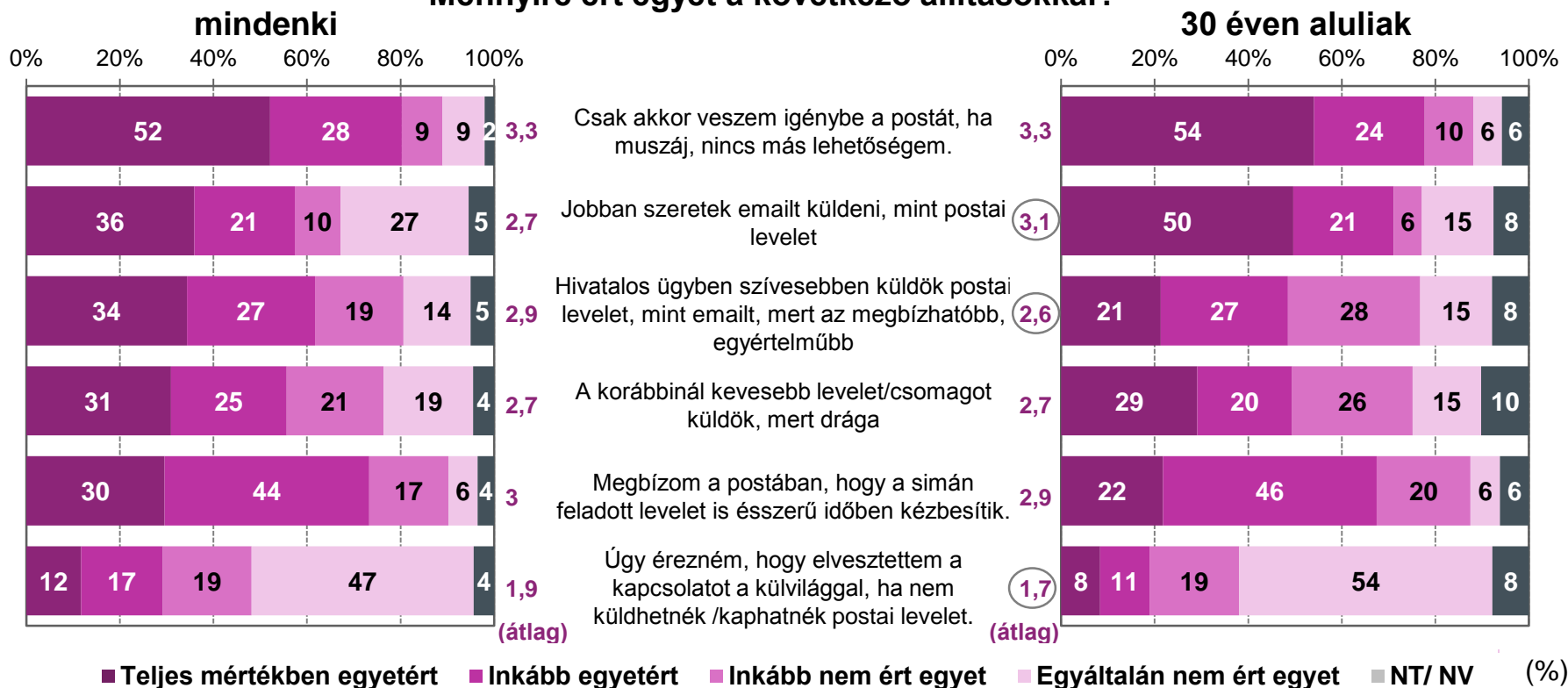
Bázis: akik kevesebb levelet vagy csomagot küldenek (N=3,59 millió fő; n=828)

○ szignifikáns eltérés



A kérdezettek 80%-a csak akkor veszi igénybe a postát, ha muszáj, 57%-uk szívesebben küld emailt, mint hagyományos levelet (a 30 éven aluliak 71%-a). Hivatalos ügyben azért a többség inkább postán küldi a levelet, mint emailben, mert azt megbízhatóbbnak tartja (bár a fiatalok ezzel kevésbé értenek egyet), és megbíznak a postában, hogy a simán feladott levelet is ésszerű időben kézbesítik. Azzal viszont már csak kevesen (a fiatalok közül még kevesebben) értettek egyet, hogy úgy éreznék, elveszítik a kapcsolatot a külvilággal, ha nem küldhetnék postai levelet.

Mennyire ért egyet a következő állításokkal?



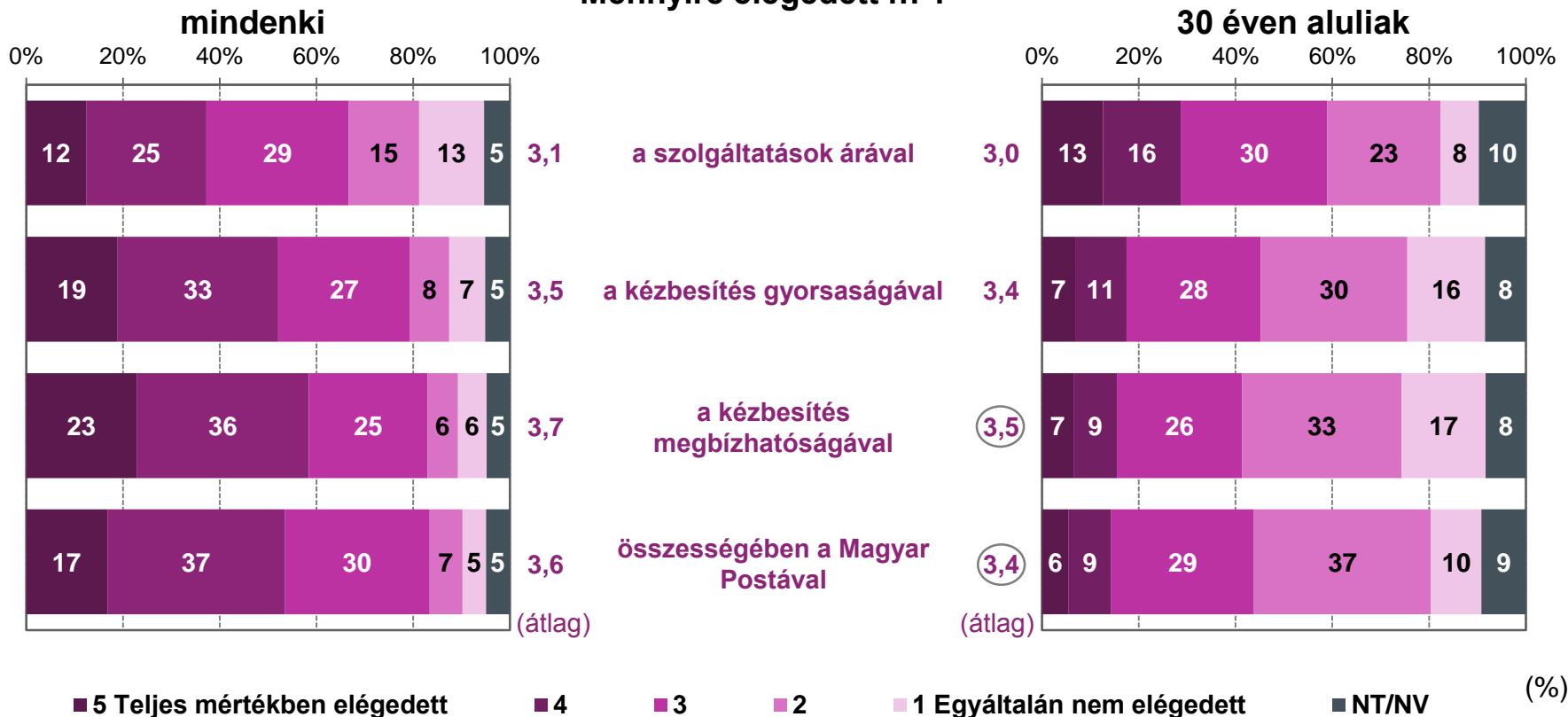
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)

○ szignifikáns eltérés



A Magyar Postával összességében az emberek inkább elégedettek (ötfokú skálán az elégedettség átlaga 3,6). Leginkább a kézbesítés megbízhatóságával vannak megelégedve, legkevésbé az áraival. A fiatalok kritikusabbak: értékelésük összességében a postával és a kézbesítések megbízhatóságával kapcsolatban szignifikánsan alacsonyabb, mint az idősebbeké. A gyakori posta-használók (akik havonta legalább 2 küldeményt adnak fel) értékelése nem tér el az átlagostól.

Mennyire elégedett ... ?



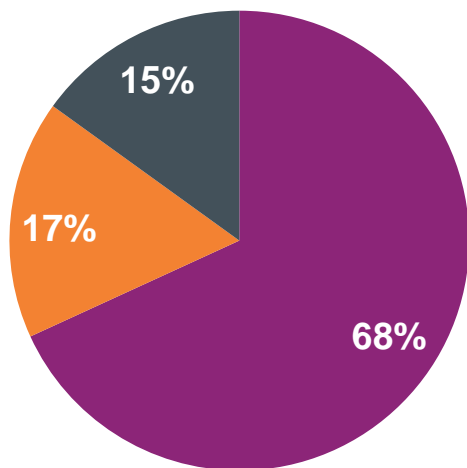
Bázis: 14+ éves személyek (N=8,48 millió fő; n=2019)

○ szignifikáns eltérés



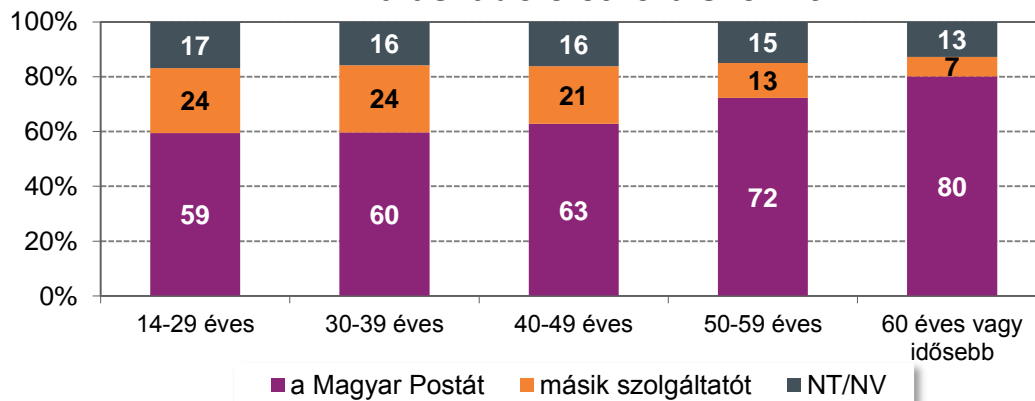
Az emberek többsége akkor is a Magyar Postát választaná küldeményei kézbesítésére, ha lenne egy másik, alternatív szolgáltató is a piacon. A fiatalabbak, nagyvárosiak nyitottabbak lennének, és nagyobb arányban választanák a másik szolgáltatót.

Ha lehetne választani, hogy ki kézbesítse a leveleit, csomagjait: a Magyar Posta vagy egy másik, alternatív szolgáltató, akkor inkább melyiket választaná?

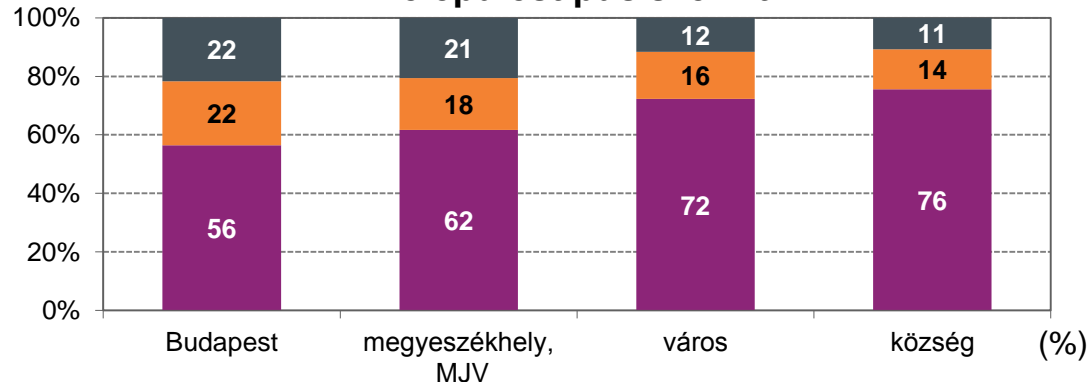


- a Magyar Postát
- másik szolgáltatót
- NT/NV

A válaszadó életkora szerint



Településtípus szerint





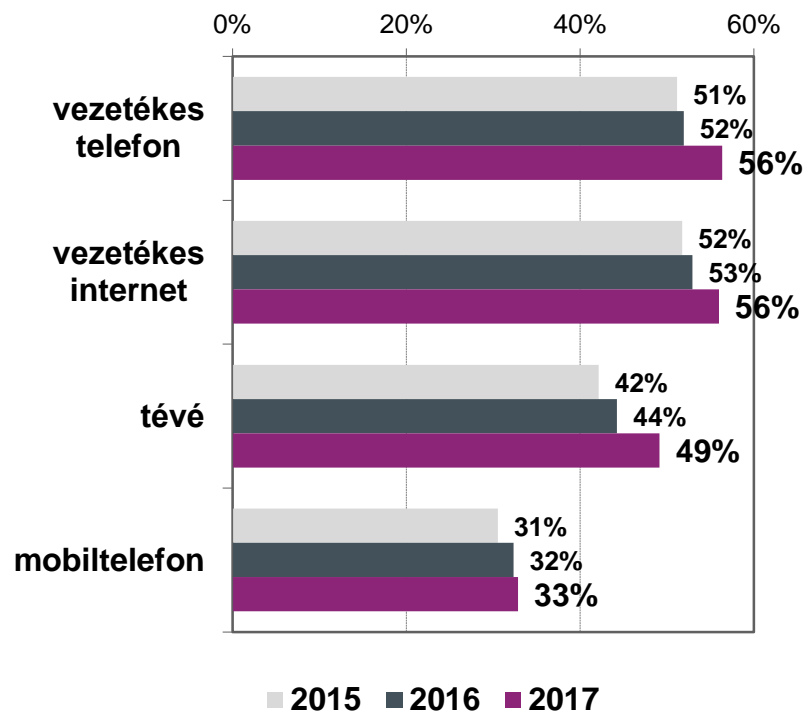
NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG,
FOGYASZTÓVÉDELEM

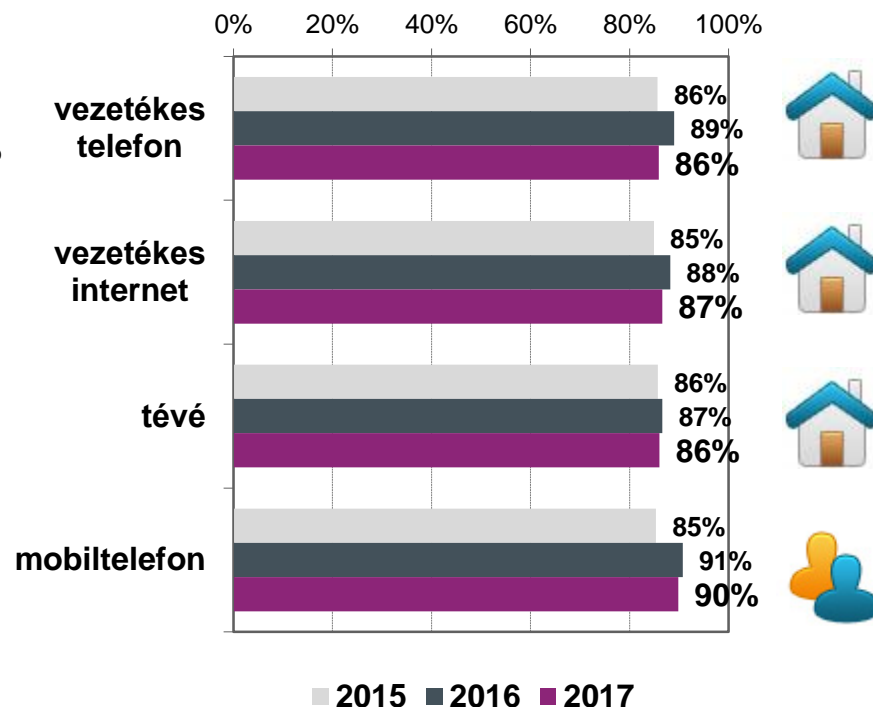
A vezetékes szolgáltatások bő felénél hűsészerződés kapcsolódik a szerződéshez, a mobilszolgáltatás esetében egyharmados ez az arány (csak a havidíjas előfizetésekre vetítve közel 60%). A nagy többség szerint érdemes volt hűséget vállalni.

Hűsészerződések gyakorisága az egyes részpiacokon



Bázis: Adott szolgáltatással rendelkező háztartások, illetve személyek

Azok aránya, akik szerint megérte megkötni a hűsészerződést

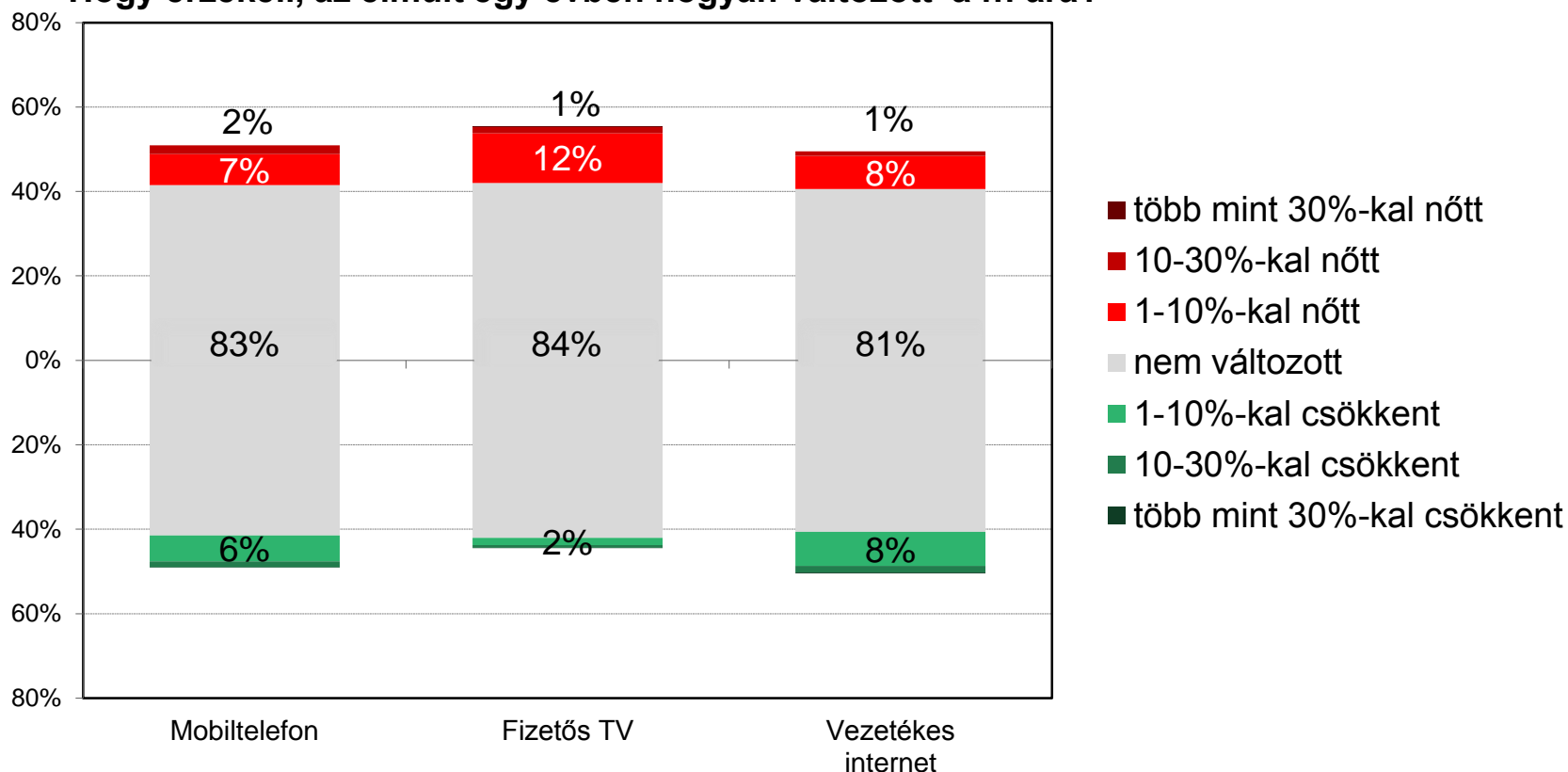


Bázis: Hűsészerződéssel rendelkező háztartások, illetve személyek



A fogyasztók nagy része (81-84%) lényegében változatlanoknak érzékeli az árakat a távközlési piacon. A drágulást érzékelők aránya a tavalyi évhez képest nem változott, a csökkenést érzékelők száma az internetpiacon 3%-ról 10%-ra nőtt.

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

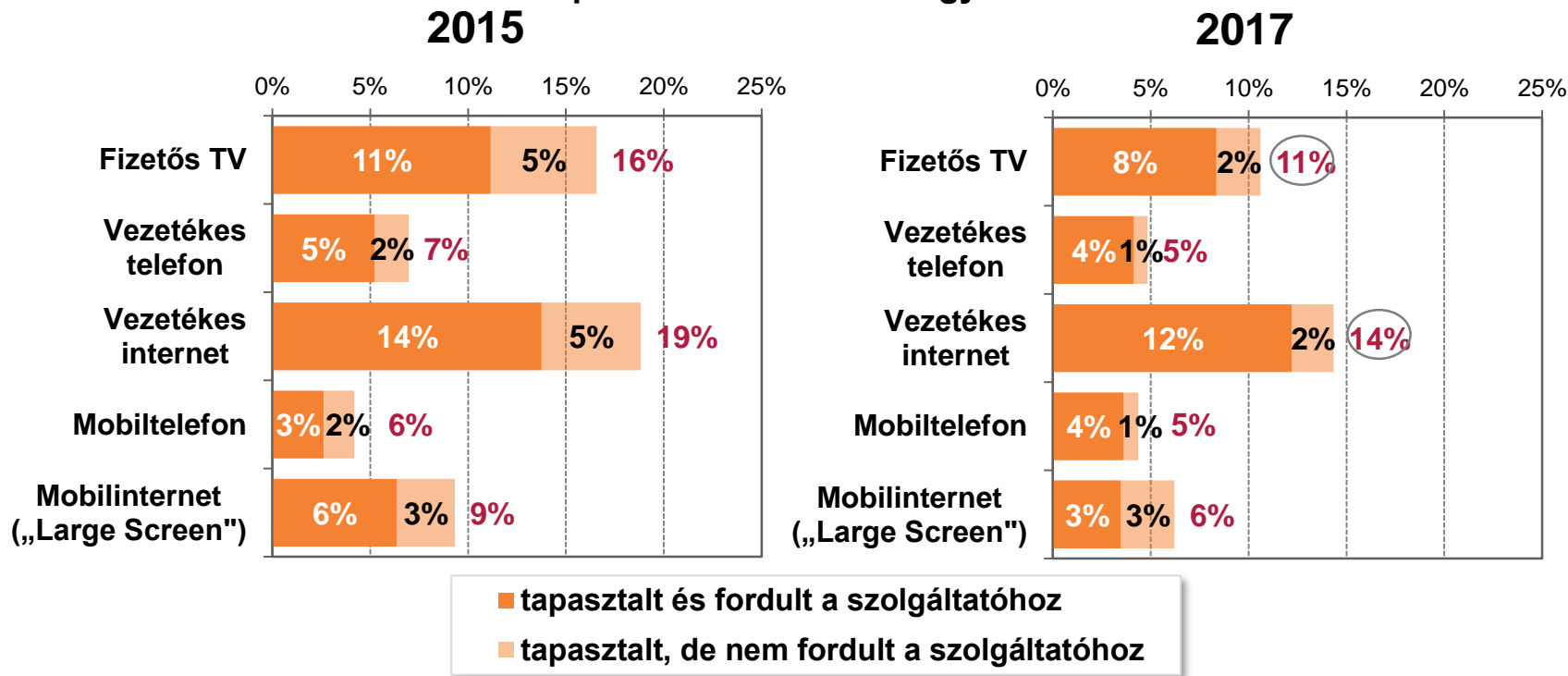


Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások



2017-ben a háztartások 16%-a találkozott távközlési vagy telekommunikációs szolgáltatással kapcsolatos problémával. Ez alacsonyabb, mint amit 2015-ben mértünk (22%). A legtöbb probléma a vezetékesinternet-szolgáltatás, valamint a fizetős tévészoolgáltatás területén fordult elő. Az ügyfelek többsége a szolgáltatóhoz fordult a problémájával idén is, csakúgy, mint korábban.

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



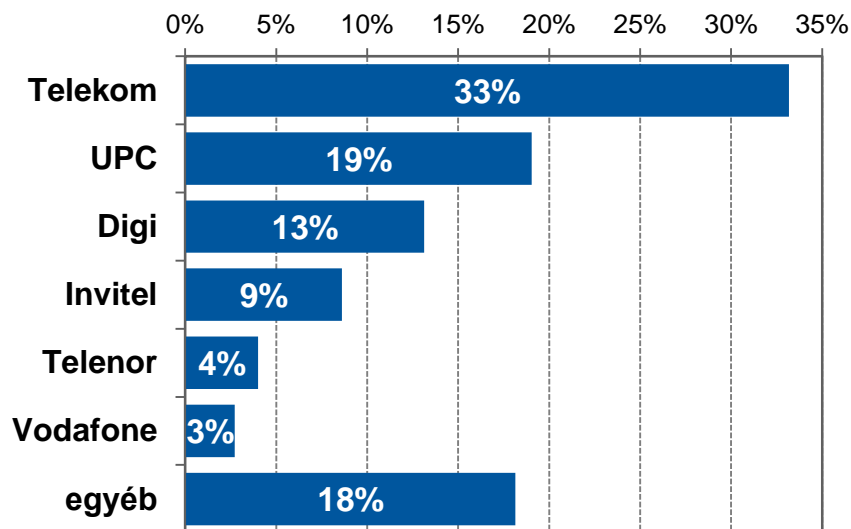
Bázis: Az adott szolgáltatással rendelkező háztartások

○ szignifikáns eltérés

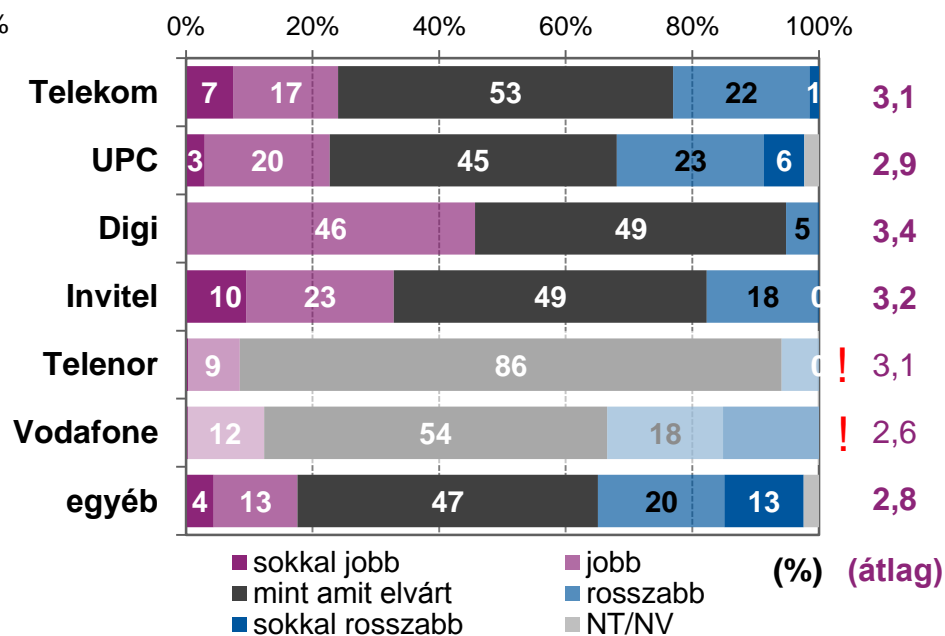


A legutóbbi panaszuk esetén a legtöbben a Telekomhoz fordultak problémával, ezt követte a UPC, a Digi, majd az Invitel. A csak mobilszolgáltatást nyújtó két szolgáltatót 5%-nál kevesebben említették. A legutóbbi problémakezelés során az ügyfelek nagy része (50%) azt kapta, amit elvárt, 23%-uk ennél rosszabb, 25% pedig jobb elbánásban részesült. A Digt az átlagnál jobbnak értékelték az ügyfelei.

Melyik szolgáltatóhoz fordultak a legutóbb problémával?



Mennyire voltak elégedettek a problémakezeléssel?



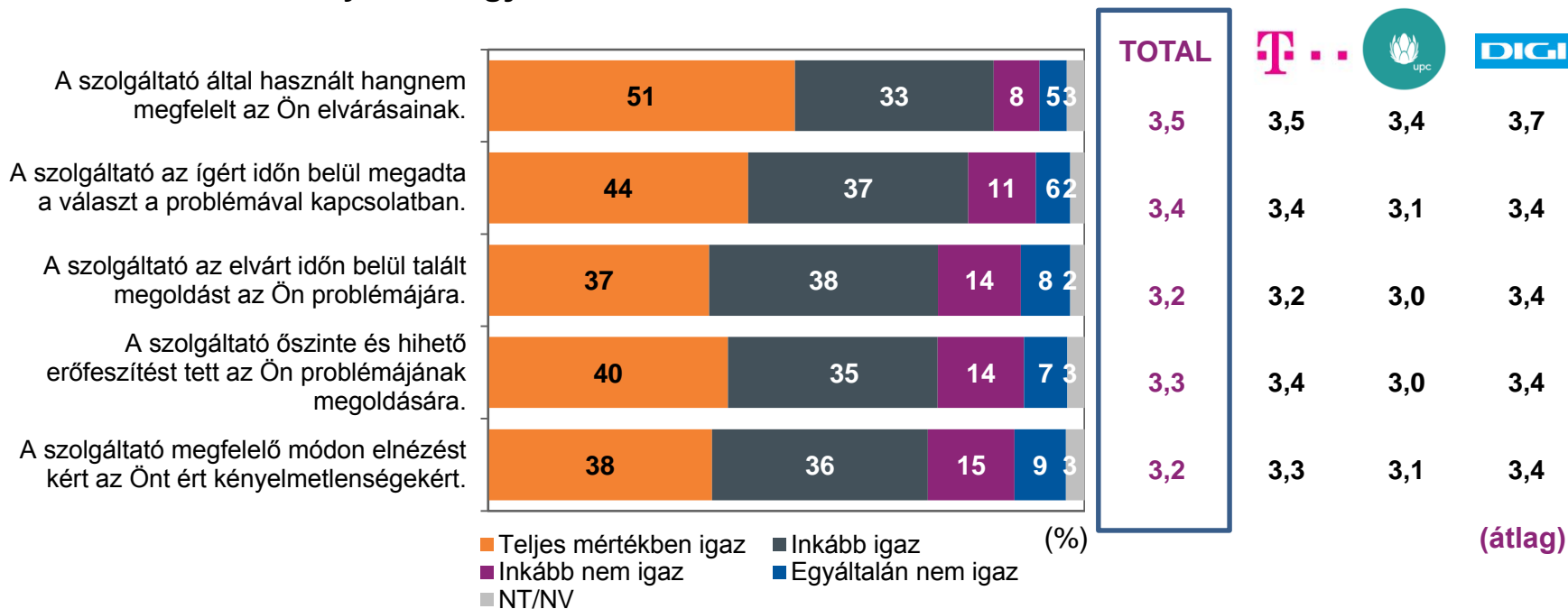
Bázis: akik problémával fordultak szolgáltatójukhoz (N=536 ezer HT; n=258)

! alacsony elemszám



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 Digi itt is jobban szerepelt a többieknél). A legtöbb elégedetlenség abból fakadt, hogy a szolgáltató nem kért megfelelő módon elnézést az ügyfelet ért kényelmetlenségekért (24%), hogy nem az elvárt időn belül talált megoldást a problémára (22%), illetve hogy nem tett őszinte erőfeszítést a probléma megoldására (21%).

Mennyire ért egyet a következő állításokkal?

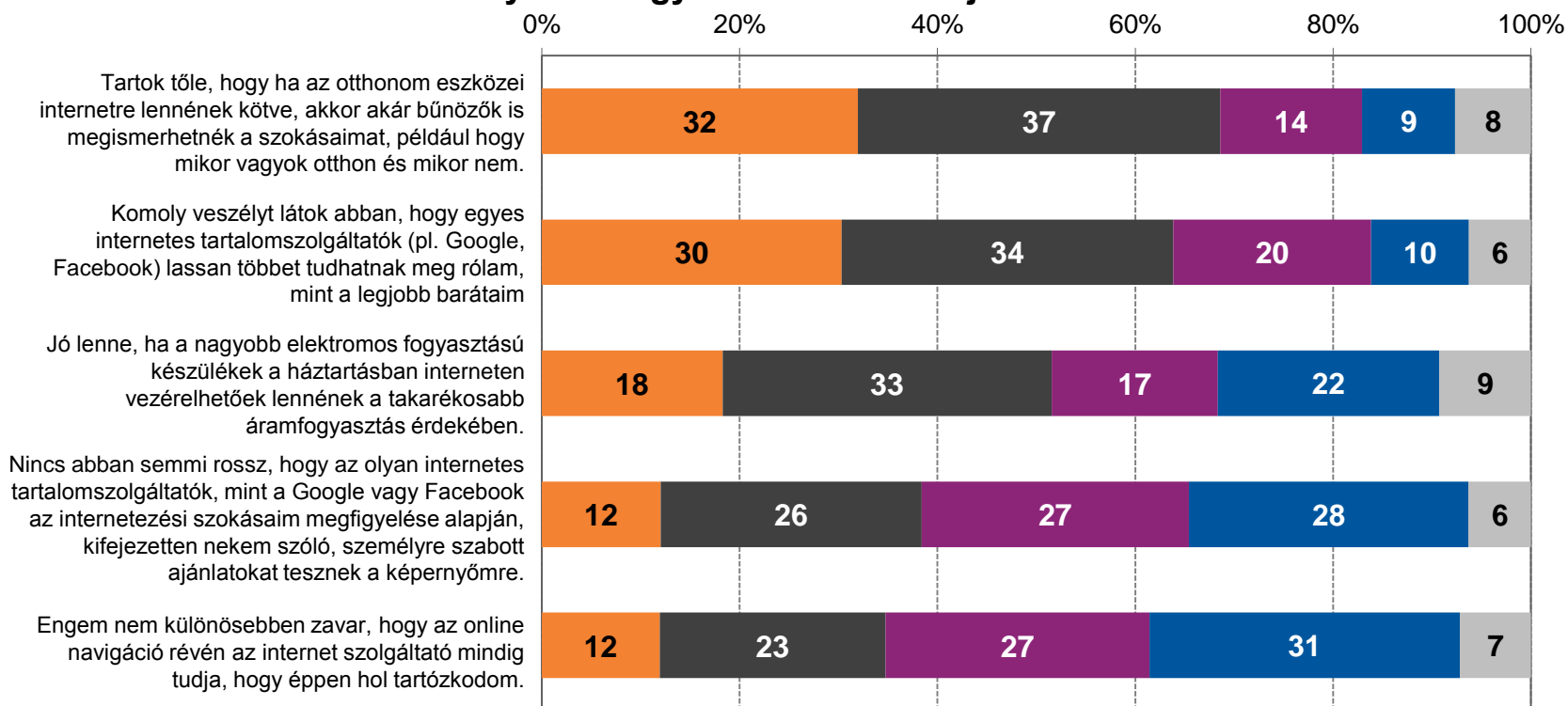


Bázis: akik problémával fordultak a szolgáltatójukhoz (N=536 ezer HT; n=258)



Az internethasználók kétharmada tart attól, hogy az interneten megosztott információik, tevékenységeik, szokásaik alapján összegyűlt adataik rossz kezekbe kerülhetnek. Az átlagosnál elfogadóbbnak/ kevésbé aggódnak bizonyultak a férfiak, a fővárosiak, az érettségizettek, a magasabb jövedelműek, illetve az új technológiákra fogékonyabbak (okostelefon, VoIN, „Small Screen” MBB-t használók).

Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel?



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

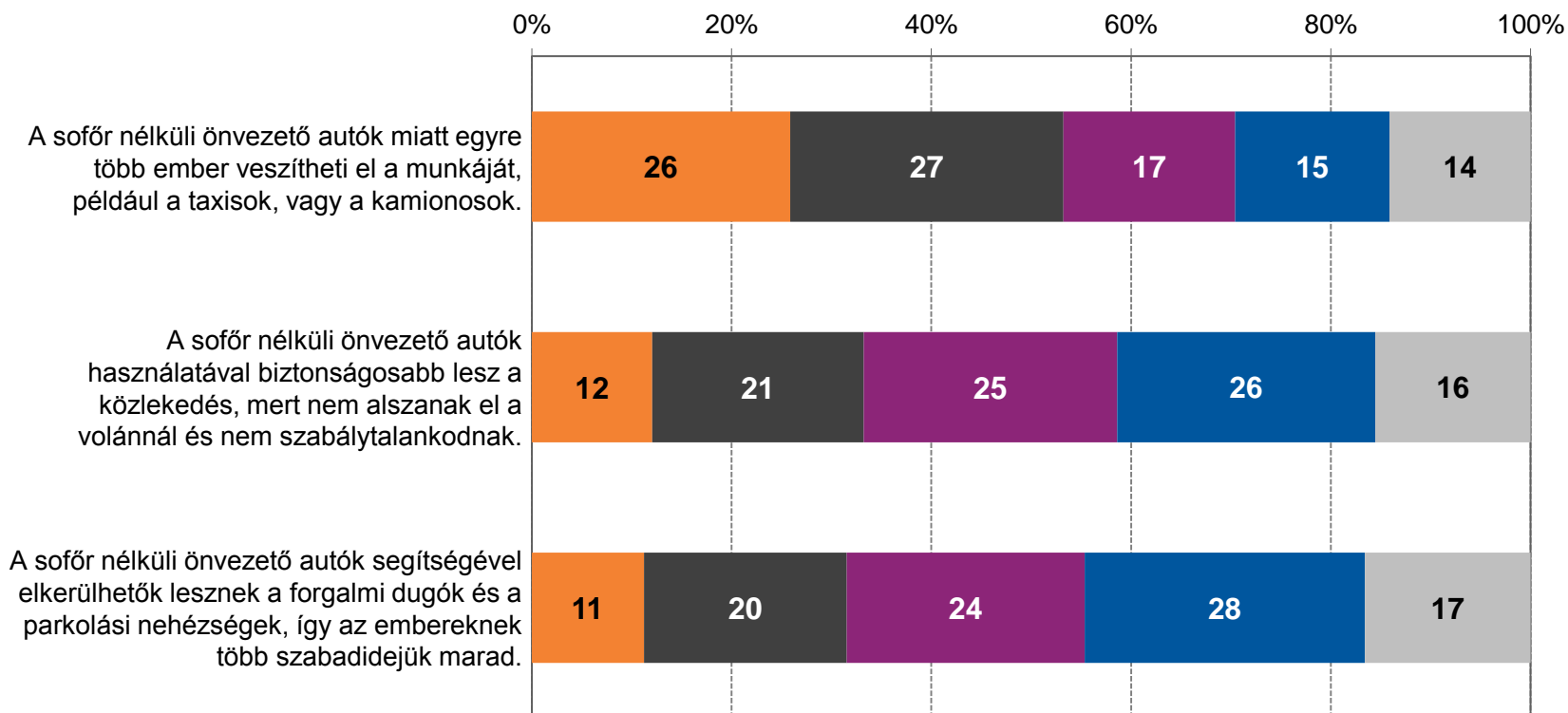
Bázis: internethasználó személyek (N=6,45 millió fő; n=1301)





Az okosautók bevezetésével szemben is többen éreznek aggályokat, mint amennyien bizakodva tekintenek rájuk. Az átlagosnál kedvezőbb megítélés jellemzi a budapestieket, az autósokat és a legmagasabb jövedelműeket. A sofőr nélküli autókkal kapcsolatos attitűdök nem változtak az elmúlt egy évben.

Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel?



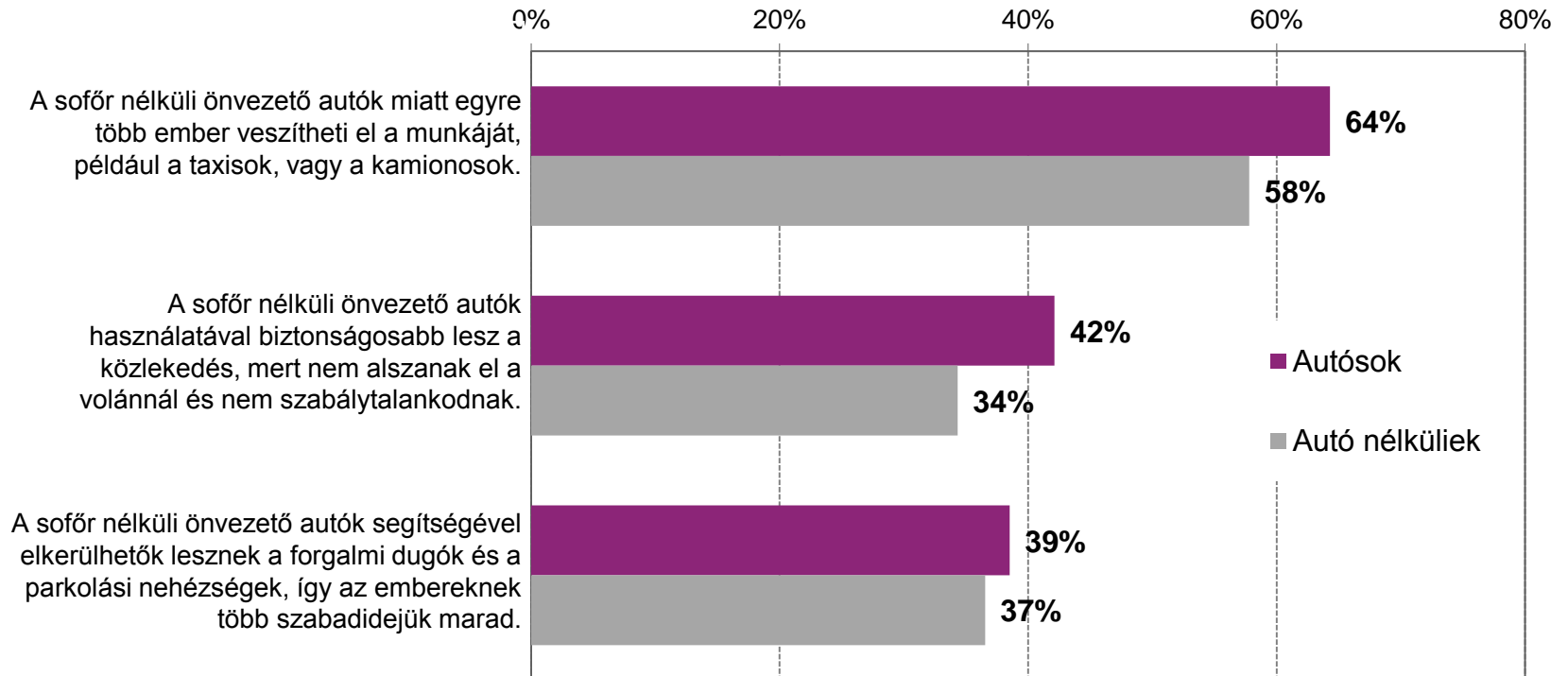
■ Teljes mértékben egyetért
 ■ Inkább egyetért
 ■ Inkább nem ért egyet
 ■ Egyáltalán nem ért egyet
 ■ NT/NV

Bázis: összes 14+ éves személy (N=8,48 millió fő; n=2019)



Az autóval rendelkezők az autóval nem rendelkezőkhöz képest nagyobb arányban vélekedtek úgy, hogy az okosautók révén biztonságosabb lesz a közlekedés és hogy több sofőr veszíti el a munkáját. Statisztikai értelemben nincs különbség abban, hogy a két csoport mennyire hisz (vagy nem hisz) abban, hogy az önvezető autók csökkentenék a forgalmi dugókat.

Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel? (4-es skálán top-2-box-arány, %)

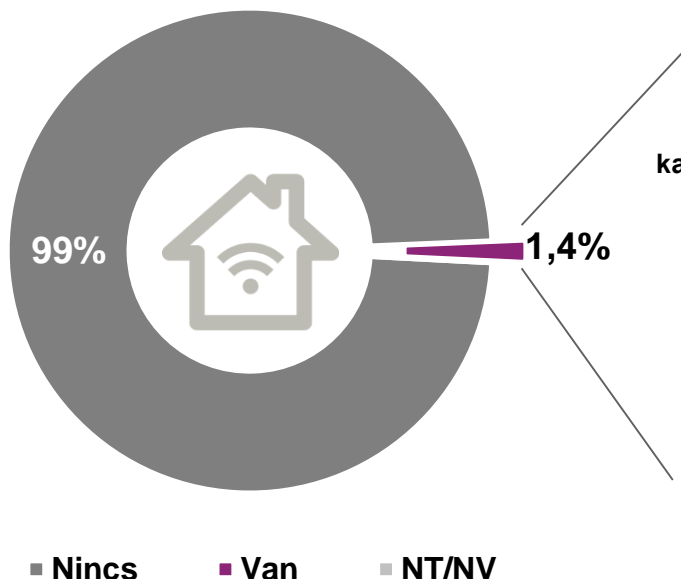


Bázis: autóval rendelkezők (N=5,18 millió fő; n=984); autóval nem rendelkezők (N=3,30 millió fő; n=1035)



Jelenleg még mindössze 50 ezer háztartás (1,4%) rendelkezik olyan háztartási géppel, eszközzel, amelyet távolról lehet irányítani mobiltelefonról vagy internetről. A legkedvezőbb anyagi helyzetű családokban, valamint ahol van felsőfokú végzettségű családtag, a használati arány 4%. Az „okosotthon” egyelőre túlnyomó többségében a távolról irányítható biztonsági rendszereket jelenti (riasztó, kamera).

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



Bázis: összes háztartás (N=4,02 millió HT; n=2019)

Milyen távolról irányítható gépek, eszközeik vanok?*



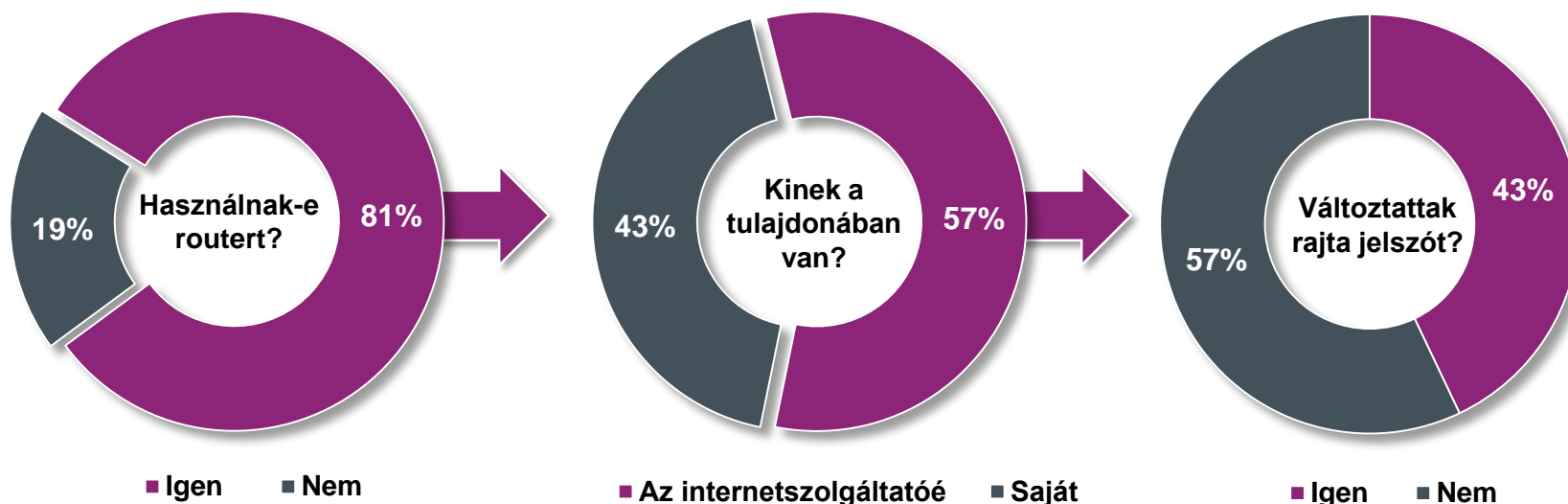
(súlyozatlan esetszám)

Bázis: távolról irányítható eszközzel rendelkezők (N=57 ezer HT; n=30)

*Ezek az adatok az alacsony elemszám miatt csak tájékoztató jellegűek



A helyhez kötött internetet használók 81%-a rendelkezik valamilyen internetmegosztásra alkalmas eszközzel (2016-ban: 72%). A routerek valamivel kevesebb mint fele saját eszköz, 57% a szolgáltató által biztosított hálózati eszköz. Ezen a válaszadók 43%-a változtatta meg az eredeti jelszót (ami nem tér el a 2016-os aránytól).



Bázis: Helyhez kötött internettel rendelkező háztartások (N=2,62 millió HT; n=1217)

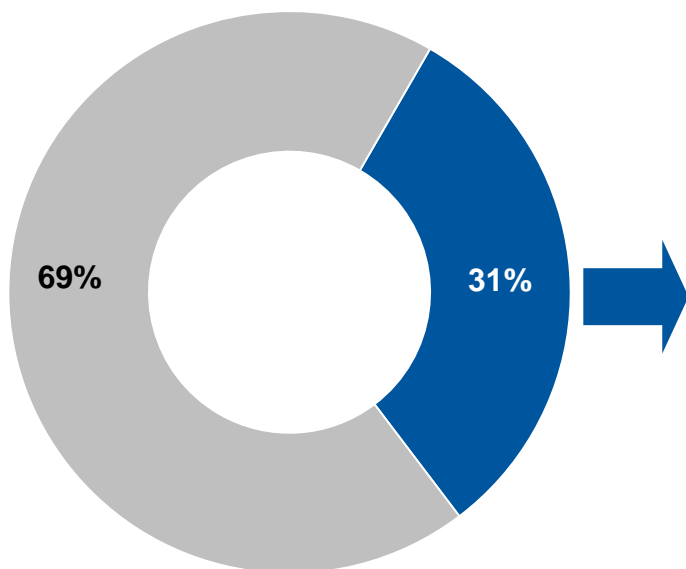
Bázis: Routerrel rendelkező háztartások (N=2,12 millió HT; n=959)

Bázis: Szolgáltatói routerrel rendelkező háztartások (N=1,21 millió HT; n=555)



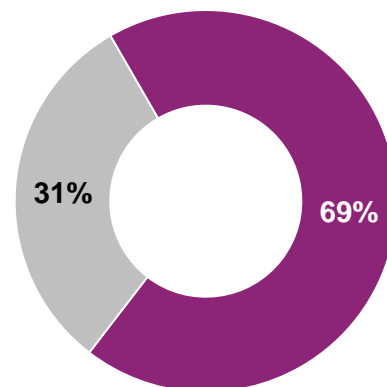
A mobillal rendelkezők 31%-a (2,5 millió fő) járt külföldön az elmúlt 3 évben, 69%-uk használta is a mobilját külföldön (1,7 millió fő) – nem történt változás az előző évhez képest (66%).
A külföldi mobilhasználatban (csakúgy, mint 2016-ban) a telefonálás dominál, a mobilnetezés aránya viszont erőteljesen emelkedett.

Járt-e külföldön az elmúlt 3 évben?



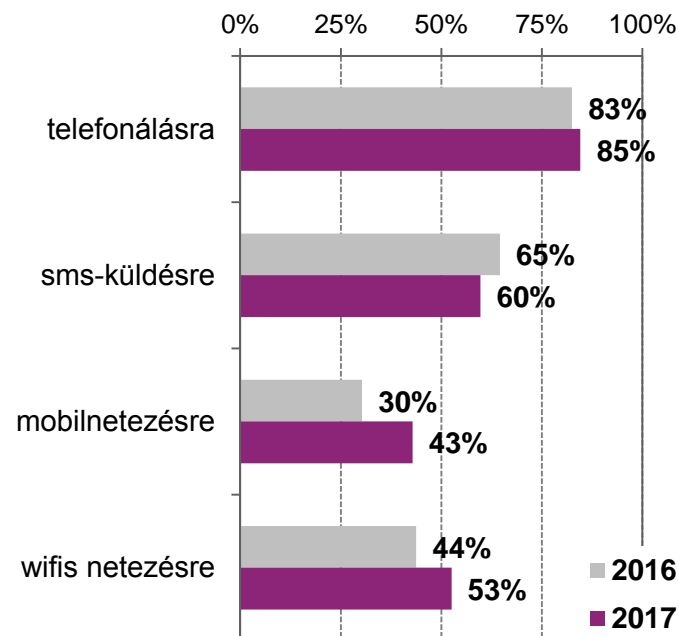
Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek
(N=7,93 millió fő; n=1799)

Használta-e a mobilját külföldön?



Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek, akik jártak külföldön
(N=2,48 millió fő; n=503)

Mire használta?

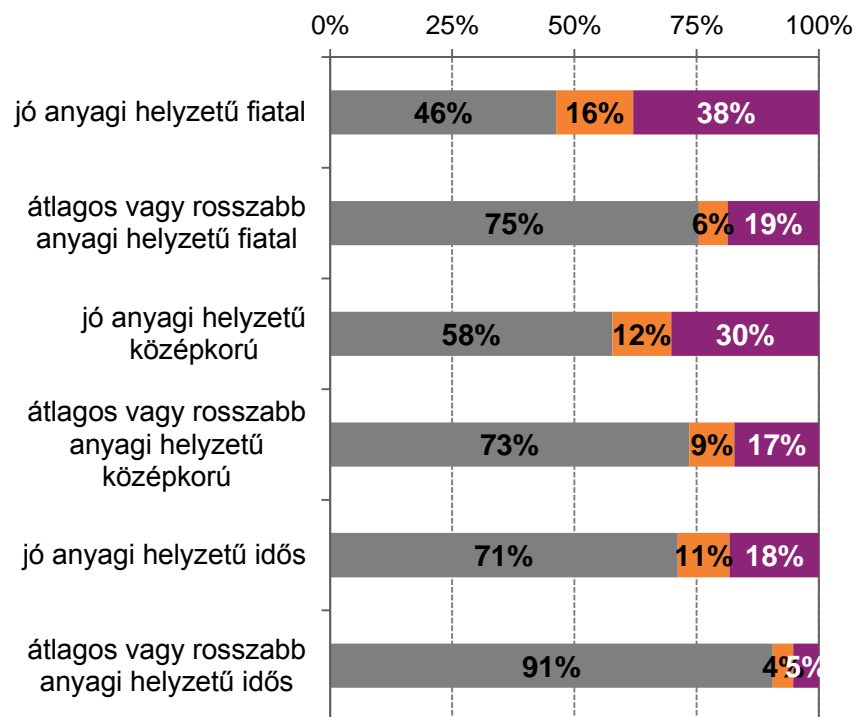
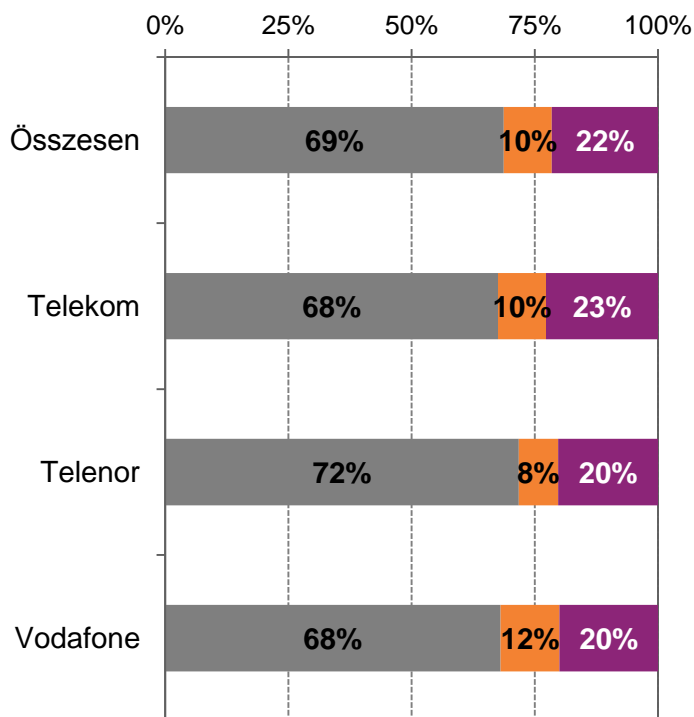


Bázis: Akik használták a mobiljukat külföldön
(N=1,71 millió fő; n=340)





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



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

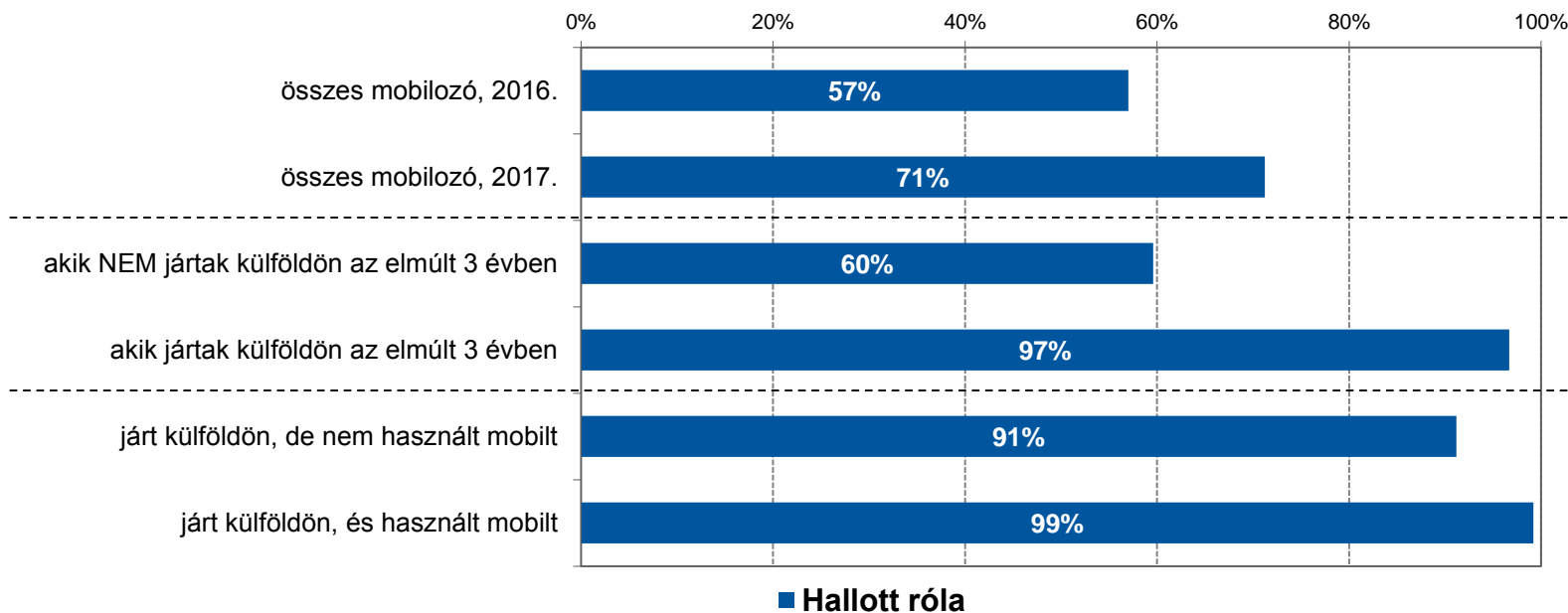
Bázis: 14+ éves mobiltelefon-használó személyek (N=7,93 millió fő; n=1799)





A mobilosok 71%-a hallott az EU-s roamingdíjak megszüntetéséről. (2016-ban a megszüntetés tervéről 57% hallott). Az érintettek körében (akik az elmúlt 3 évben jártak külföldön) 97% az ismertség. Azok körében, akik használták is külföldön a mobiljukat, szinte teljeskörű a tájékozottság (99%).

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=7,93 millió fő; n=1799)

