

GKleNET – T-Home – T-Mobile

**Jelentés az internetgazdaságról –
Gyorsjelentés**

**1/3 Gyorsjelentés az „Fókuszban a mobil eszközök és
szolgáltatások” kutatási anyagból”**

2009. szeptember



2009

GKleNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.

Postacím: 1092 Budapest, Ráday u. 42-44.
www.gkienet.hu

Székhely: 1092 Budapest, Ráday u. 42-44.
Tel/fax: 373-0779, 337-0780
E-mail: gkienet@gkienet.hu

Szerzők:

**Gál András
Kis Gergely
Lőrincz Vilmos
Nagy Dávid
Timár Szabolcs
Tóth Attila**

A kiadvány főtámogatója:



A kutatási összefoglaló a Creative Commons Nevezze meg! – Ne adja el! – Ne változtassa! 2.5 Hungary licenc szerint az alábbiak betartásával felhasználható, terjeszthető magán-, non-profit-, oktatási és ismeretterjesztési célra:

Meg kell jelölni a kutatás készítőjét a következő módon: „GKleNET – T-Home – T-Mobile: Jelentés az internetgazdaságról”.

Tilos a változtatás: idézett szöveget, vagy szövegrészletet csak eredeti formájában lehet közzétenni. A közlétező ugyanakkor a szövegrészletekhez hozzáteheti saját írását.

Tilos az értékesítés.

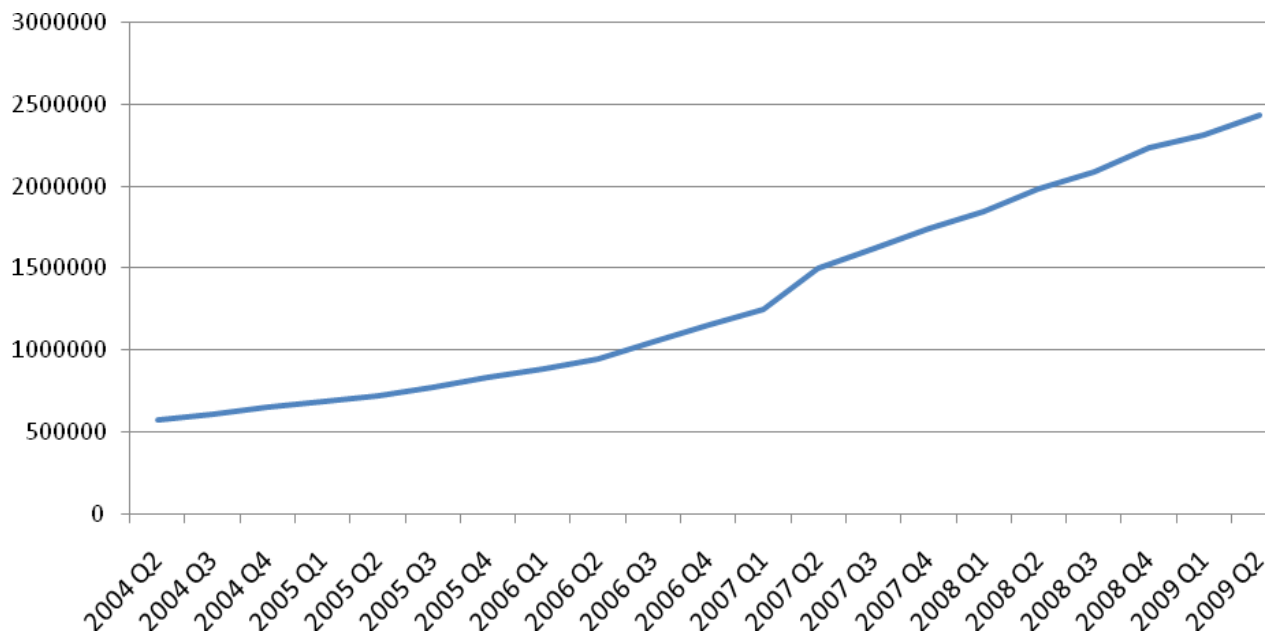
GKleNET – T-Home – T-Mobile: A mobilinternet sikert hozott az internetelési technológiák versenyében

2009 első félévének végén az internet-előfizetések száma meghaladta a 2,4 milliót Magyarországon, az elmúlt egy évben a növekedés motorja a mobilinternet szolgáltatás volt. Magyarországon a lakosság arányában már 2008 végén már többen vettek igénybe mobilinternet szolgáltatást, mint Norvégiában, Kínában vagy Tajvanon – derül ki a GKleNET – T-Home – T-Mobile: Jelentés az internetgazdaságról 2009. szeptemberben közzétett kutatásából.

Magyarországon a 14-74 éves (felnőtt) lakosgból 3,4 millió fő volt internethasználónak tekinthető 2009. első félévének végén, vagyis ennyien töltöttek havonta legalább 1 órát valamilyen formában a világháló elérésével, vagy e-mailezéssel. GKleNET – T-Home – T-Mobile kutatása rámutat, hogy az internetezők több mint fele (55%-a) legalább 4 éve internetezik, harmaduk 2-3 éve, míg tizedük az elmúlt évben vált internethasználóvá. A használat intenzitását illetően az internetező felnőtt lakosság több mint fele (58%-a) napi rendszerességgel szokott internetezni.

2009 első félévének végén az internet-előfizetések száma meghaladta a 2,4 milliót, a növekedés motorja pedig elsősorban a mobilinternet volt.

1. ábra Internet-előfizetések száma 2004Q2-2009Q2 (db)



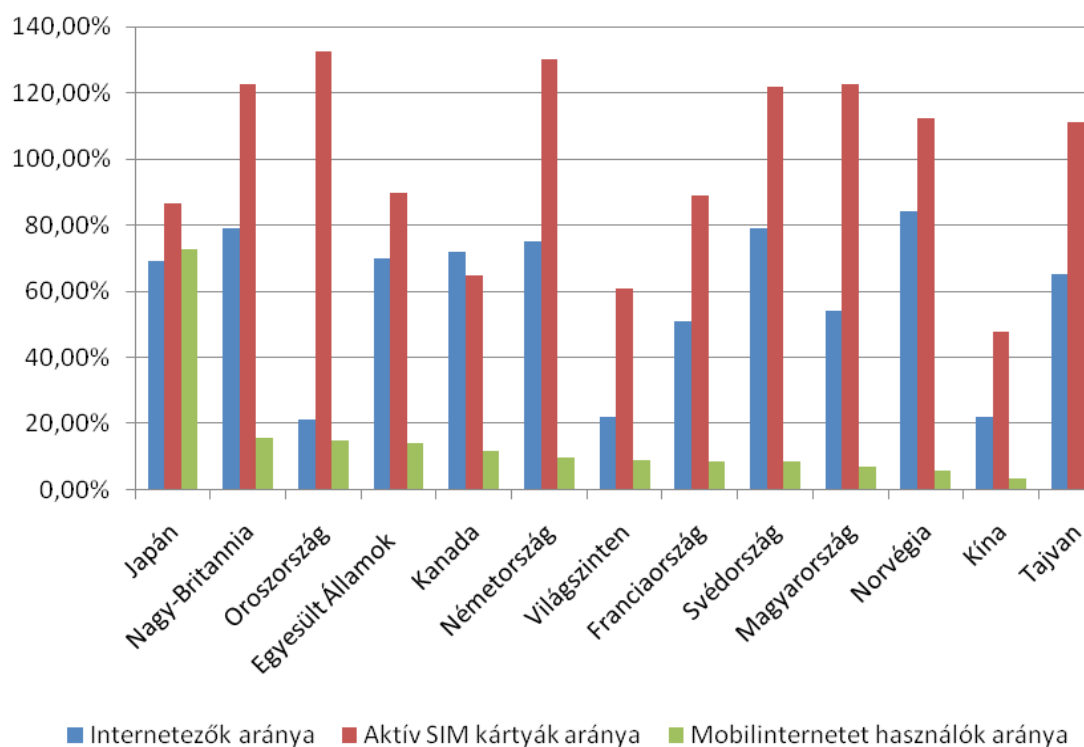
Forrás: NHH* és KSH OSAP adatok alapján GKleNET

*Az összeállítás nem a gyorsjelentések, hanem a teljeskörű mérések alapján készült.

Az eddigi tapasztalatok alapján 2 éves időtávban a lakossági internet-előfizetések száma eléri a 2 évvel korábbi számítógéppel rendelkező háztartások számát. A számítógépek, ezen belül is a laptopok árának csökkenése így közvetetten a lakossági előfizetések számának emelkedéséhez járul hozzá. Az összemérhetőség a szélessávú mobilinternet szolgáltatás megjelenésével és egyre szélesebb körű elterjedésével viszont csak részben lehetséges, mert a mobiltechnológia az egyéni, míg a vezetékes elérési módok a háztartási igényeket hivatottak általában kiszolgálni.

A világ fejlett és fejlődő országaiban az internet elérése SIM kártyán keresztül jelenleg a leggyorsabban terjedő internet elérési technológia. A lakosság arányában Japánban vesznek legtöbbször igénybe mobilinternet szolgáltatást, ami nem is meglepő: tíz évvel ezelőtt, 1999-ben itt jelent meg a világon elsőként a mobilinternetezés lehetősége. Európában Nagy-Britannia jár az élen ezen internet elérési mód szempontjából. Magyarországon szintén a lakosság arányában 2008 végén már többen vettek igénybe mobilinternet szolgáltatást, mint Norvégiában, Kínában vagy Tajvanon.

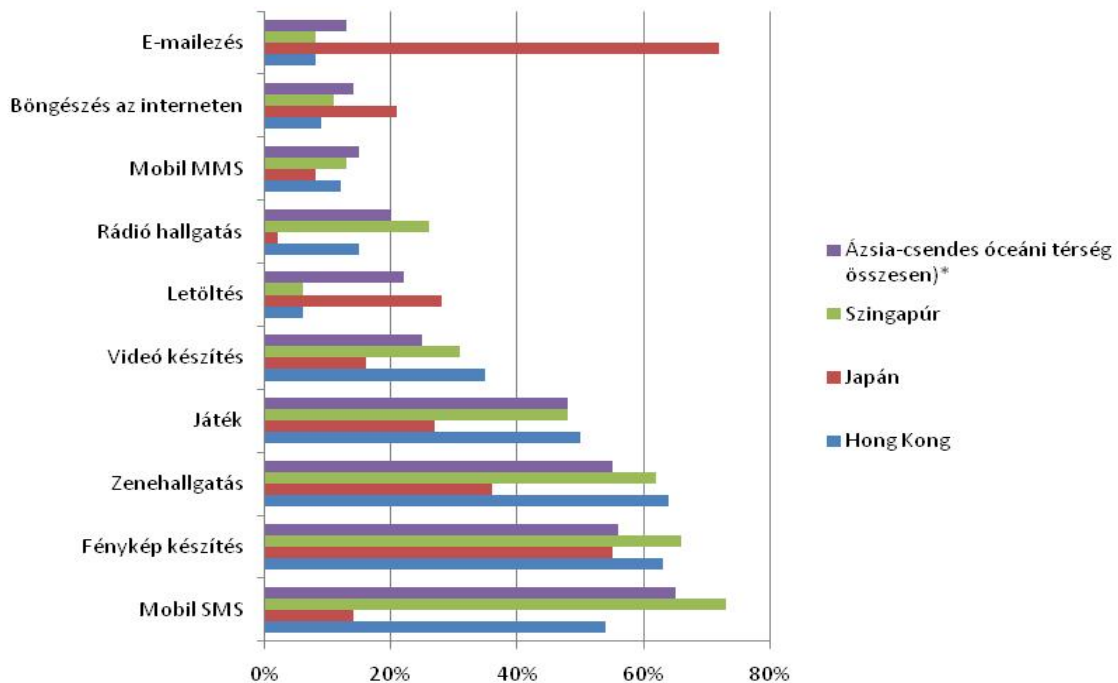
2. ábra Az internetezők, az aktív SIM kártyák és a mobilinternet előfizetések aránya a teljes népességhez viszonyítva, országonként, 2008 végén



Forrás: Gartner, ITU, comScore, CIA World Factbook és nemzeti statisztikai hivatalok adatai alapján GKleNET

Az Ázsia-csendes óceáni térségben az eMarketer a 8-24 éves mobiltelefonnal rendelkező korosztály mobiltelefon használati szokásait vizsgálta 2009. márciusban. A fiatalok között is még mindig a legnépszerűbb szolgáltatás az SMS, de ezzel csaknem megegyező mértékben készítenek fényképet és hallgatnak zenét mobiltelefonjuk segítségével. Az e-mailek mobiltelefonon való elérése a japán fiatalok között mutat kiugró értéket (72%).

3. ábra A 8-24 éves mobiltelefonnal rendelkező korosztály mobiltelefon használati szokásai az Ázsia-csendes óceáni* térségben, 2009. márciusban



Forrás: eMarketer

* Kína, Hong Kong, India, Indonézia, Japán, Malajzia, Fülöp szigetek, Szingapúr, Dél-Korea, Tajvan, Thaiföld és Vietnám

Mobilinternet-szolgáltatás háromféleképpen vehető igénybe. Egyrészt a mobiltelefon képernyőjén keresztül, azon böngészve, másrészt hagyományos módon, a számítógép képernyőjén keresztül. Ez utóbbi esetben meg lehet különböztetni, hogy a számítógép adatkártya, illetve USB modem segítségével kapcsolódik a mobilhálózatra, vagy a mobiltelefon látja el a modem funkcióját. Magyarországon a mobilinternet-szolgáltatást leggyakrabban még adatkártya használatával veszik igénybe (79%). A mobiltelefon modemként való használata kevésbé elterjedt (21%) – a mobiltelefon képernyőjén pedig a mobilinternetezőik 14%-a szokott böngészni. Az előfizetők 86%-a jelenleg csak egyetlen módon használja a technológiát, míg a leginkább jellemző kombináció (6%), hogy az adatkártyával történő internetezés mellett a mobiltelefonon, annak képernyőjét használva is böngészik a világhálót. A mobiltelefon képernyőjén történő internetezés elsősorban azok körében népszerű, akik rendelkeznek más típusú, otthoni előfizetéssel is (20%), s ez a hozzáférési mód elsősorban a magas végzettségű férfiakra jellemző.

Eredetileg az internet terjedése is a munkacélú felhasználásnak köszönhetően indult el, míg mára már a magáncélú felhasználása vált dominánssá. Várhatóan ugyanezt a pályát futja majd be a mobilinternet-szolgáltatás is, csak jóval rövidebb idő alatt. Magyarországon a mobilinternet-előfizetéssel rendelkezők kevesebb, mint fele (45%) használja kizárólag magáncélra az internetet, míg 69%-uk véli úgy, hogy az internetezés inkább magáncélú, mint munkacélú. 16% azoknak az aránya, akik fele-fele arányban használják magán- és munkacélra is.