

Sajtószolgálat

2014. május 15.

Az internethasználat egyre inkább mobil eszközökön zajlik

2014. június 16.

Tisza Andrea
B&P Consulting
 Tel.: (+36-1) 349-2939
 Fax: (+36-1) 269-2504
 E-mail:
 andrea.tisza@braunpartners.hu

Az elmúlt év nyertese a táblagép volt

A 15-59 éves korosztály mintegy 78 százaléka használja már legalább heti rendszerességgel az internetet. Bár a fejlődés ezen a téren már nem túlságosan dinamikus, a GfK internetezési szokásokat vizsgáló Digital Connected Consumer felméréséből kiderül egyebek mellett, hogy az internethasználat egyre nagyobb arányban mobil eszközökön zajlik.

A GfK legfrissebb „Digital Connected Consumer” felmérése alapján az elmúlt egy év legjelentősebb folyamata a mobilinternet használat jelentős előretörése volt. Mind az eszközellátottság, mind a használat terén dinamikus növekedés volt megfigyelhető a 15-59 éves korosztályban. A tavalyi 49 százalékról 54 százalékra nőtt az okostelefonnal és még ennél is jelentősebben, 11-ről 19 százalékra emelkedett a táblagéppel rendelkezők aránya. A folyamat előrehaladása a hagyományos eszközökkel való ellátottság csökkenésében is megmutatkozik. A hagyományos PC-k jelenléte a háztartásokban 4 százalékponttal (78-ről 74-re) esett és – ha csak meglehetősen kis mértékben is –, de laptopból is kevesebbet (58 helyett 57 százaléknál) regisztrált a GfK felmérése.

Az egyes fix és mobil eszközök jelenléte a háztartásokban, 2013-2014 (az adatok százalékban kifejezve)

	2013	2014
PC	78	74
Laptop	58	57
Okostelefon	49	54
Táblagép	11	19

Forrás: Digital Connected Consumer, GfK

Az okostelefon és táblagép birtoklás a felmérés szerint komoly mértékben együtt járó jellemző. Alig találni olyan táblagép tulajdonost, akinek ne lenne okostelefonja is. A táblagépek terjedése tehát nem igazán növeli a

GfK Hungária
 Piackutató Intézet
 Visegrádi u. 31.
 1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050
 Fax: (+36-1) 320-1776
 www.gfk.hu
www.facebook.com/gfkhungaria
 firm@gfk.com

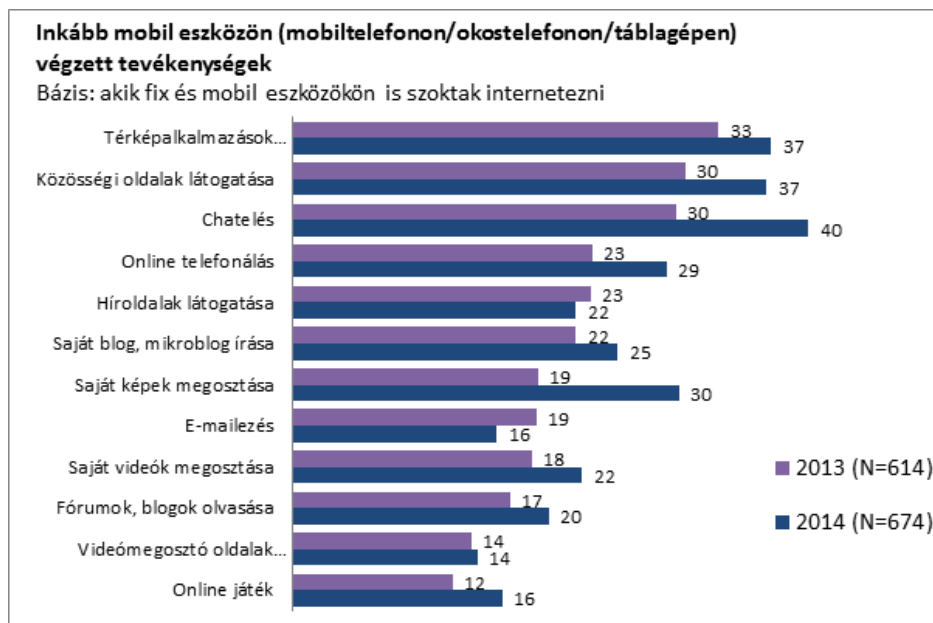
Igazgató:
 Kozák Ákos

mobilinternetetők táborát, inkább a használat lehetséges formáit bővíti.

Az eszközellátottságban bekövetkezett változás mértékéhez képest az internethasználat terén lényegesen nagyobb dinamikát tapasztaltak a kutatók. Ugrásszerű növekedésnek nevezhető, hogy a tavalyi 39 százalékhoz képest a vizsgált célcsoportnak több, mint fele (51 százaléka) internetezik mobil eszközén keresztül. Elmondható, hogy nem csak a mobilinternet használat, hanem ennek a teljes internethasználaton belüli részaránya is emelkedett. Azoknak az aránya, akik „jelentősnek” minősítik azt a időmennyiséget, amit a mobil eszközök jelentenek a saját teljes internetezési tevékenységükből 17 százalékról 23 százalékra nőtt.

A mobilinternet-használat jellegéből fakadóan persze nem arányosan veszi át minden téren a szerepet: vannak olyan tevékenységek, amelyeket a fogyasztók sokkal jellemzőbben végeznek kis képernyőn, míg másokat továbbra is inkább a hagyományos PC-ken, laptopokon szeretnek végezni.

Jelenleg még nincsen egyetlen olyan tevékenység sem, amely már többségében mobil eszközön történne. A legközelebb ehhez (37-40 százalékos aránnyal) a chatelés, a közösségi oldalak látogatása és a térképalkalmazások használata áll. A fejlődés dinamikája arra enged következtetni, hogy a mobil- és hagyományos internetet is használók körében e tevékenységek egy-két éven belül inkább mobil eszközön fognak történni.



Forrás: Digital Connected Consumer, GfK

A kutatásról

A GfK Hungária ***Digital Connected Consumer*** című tanulmánya a lakosság digitális világ jelenségeihez fűződő viszonyát, a használat körülményeit, a használatot ösztönző vagy gátló szempontokat hivatott feltérképezni éves rendszerességgel.

Az adatfelvétel 2014 márciusában történt 1500 fős mintán, online módon a 15-49 éves, legalább hetente internetezők körében.

A GfK-ról

A GfK megbízható forrásként, releváns piaci és fogyasztói információkkal segíti ügyfeleit sikeres üzleti döntéseik meghozatalában. 80 évnyi tudományos tapasztalatunk meghatározza több mint 13 000 elkötelezett szakértőnk mindennapi munkáját. Globális megoldásaink, valamint helyi piaci ismeretünkön alapuló insightjaink képezik szolgáltatásunk alapját világszerte több mint 100 országban. Innovatív technológiáink és kutatási megoldásaink alkalmazásával adatainkat insightokká alakítjuk, így biztosítva ügyfeleink számára, hogy versenyelőnyhöz jussanak és széleskörű ismeretekkel rendelkezzenek a fogyasztó viselkedéséről és döntéseiről. További információért kérjük, látogassa meg a www.gfk.com/hu oldalt.