



ÓBUDAI EGYETEM

**Keleti Károly Gazdasági Kar
Közgazdaságtudományi és Pénzügyi Intézet**

SZAKDOLGOZAT

**ÓE-KGK
2023**

Hallgató neve:
Hallgató törzskönyvi száma:

Ruskó Zsófia
T008109/FI12904/G



ÓBUDAI EGYETEM
ÓBUDA UNIVERSITY

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Közgazdaságtudományi és Pénzügyi Intézet

SZAKDOLGOZAT FELADATLAP

Hallgató neve: Ruskó Zsófia

Szakdolgozat száma: SZD2308281436035075 [REDACTED]

Törzskönyvi száma: T008109/FI12904/G

Neptun kódja: [REDACTED]

Szak: Gazdálkodási és menedzsment (BA)

Specializáció: Projektmenedzsment és B2B marketing

A dolgozat címe: A streaming szolgáltatások hatása a mindennapokra

A dolgozat címe angolul: The impact of streaming services on everyday life

A feladat részletezése:

1. Mutassa be a témával kapcsolatos főbb szakirodalmakat!
2. Mutassa be a vizsgált szektor helyzetét!
3. Végezzen primer kutatást a választott iparágra vonatkozóan!
4. Fogalmazza meg a kapott eredményekből levonható következtetéseket, javaslatteteleket, tanulságokat!

Intézményi konzulens neve: Földi Péter

A kiadott téma elévülési határideje: 2024. 12. 15.

Beadási határidő: 2023. 12. 15.

A szakdolgozat: Nem titkos.

Kiadva: Budapest, 2023. 11. 10.



[Signature]
Intézetigazgató

A dolgozatot beadásra alkalmasnak találom:

[Signature]
belső konzulens

[Signature]
külső konzulens



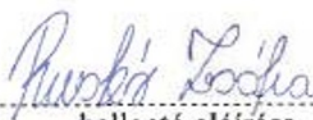
ÓBUDAI EGYETEM

Keleti Károly Gazdasági Kar

HALLGATÓI NYILATKOZAT

Alulírott Ruskó Zsófia (Neptunkód: [REDACTED]) hallgató kijelentem, hogy a szakdolgozat saját munkám eredménye, a felhasznált szakirodalmat és eszközöket azonosíthatóan közöltem. Az elkészült szakdolgozatban található eredményeket az egyetem és a feladatot kiíró intézmény saját céljára térítés nélkül felhasználhatja, a titkosításra vonatkozó esetleges megkötések mellett.

Budapest, 2023.12.01 nap


hallgató aláírása

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
2.	TECHNOLÓGIAI ELŐMENETEL	3
2.1.	Over-the-Top jelentése	3
2.2.	A streaming jelentése	4
2.3.	A streaming fajtái	4
2.4.	A streaming technológia a kezdetekben.....	5
3.	A STREAMING SZOLGÁLTATÁSOK	6
3.1.	Streaming szolgáltatások a kezdetekben	6
3.2.	Streaming szolgáltatások helyzete Magyarországon	7
3.3.	Streaming szolgáltatások fajtái tartalom elérés szerint	8
3.4.	A Netflix.....	9
3.4.1.	A Netflix terjeszkedése	9
3.4.2.	Mitől más a Netflix?	10
3.5.	Nem ez nem TV, ez HBO	11
3.5.1.	A HBO hatása történelmi nézeteinkre	12
3.6.	A Disney+	12
3.7.	A streaming szolgáltatások versengése	13
4.	A STREAMING SZOLGÁLTATÁSOK PEST-EL ELEMZÉSE	15
4.1.	Politikai tényezők.....	15

4.2.	Gazdasági tényezők.....	15
4.3.	Szociális tényezők.....	16
4.4.	Technológiai tényezők	16
5.	A STREAMING SZOLGÁLTATÁSOK HATÁSA A MINDENNAPJAINKRA	17
5.1.	Streaming szolgáltatások hatása a médiafogyasztásunkra	17
5.2.	Streaming szolgáltatások hatása a sportközvetítésekre.....	18
5.3.	Streaming szolgáltatások hatása a televíziós szokásainkra.....	18
5.4.	Streaming szolgáltatások hatása a reklám fogyasztásunkra.....	18
5.5.	Streaming szolgáltatások hatása a mobilitásunkra	19
6.	HIPOTÉZISEK.....	20
7.	SAJÁT KUTATÁS.....	21
8.	KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	36
8.1.	Konklúzió.....	36
8.2.	Javaslattétel	38
9.	ÖSSZEFOGLALÁS	40
10.	IRODALOMJEGYZÉK	42
	TARTALMI KIVONAT.....	45
	SUMMARY	46

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Streaming szolgáltatások használatának aránya	8
2. ábra: Nemek megoszlása, n=102	22
3. ábra: Korosztály megoszlása, n=102	23
4. ábra: Lakóhely megoszlása, n=102	24
5. ábra: Előfizetések megoszlása, n=102	25
6. ábra: Előfizetők megoszlása korosztály szerint, n=102	25
7. ábra: Előfizetések megoszlása szolgáltatásonként, n=87	26
8. ábra: Legjobbnak gondolt szolgáltatások megoszlása, n=87	27
9. ábra: Költségi szokások megoszlása, n=87	29
10. ábra: Preferenciák megoszlása, n=87	30
11. ábra: Egyetértések megoszlása, n=87	31
12. ábra: Ajánlások megoszlása, n=87	32
13. ábra: Streaming szolgáltatások hatása az életre, n=87	33
14. ábra: Televízió használatának gyakorisága, n=102	34
15. ábra: A hagyományos televízió szolgáltatások jövője, n=102	35

1. BEVEZETÉS

A digitális forradalom egyre inkább formálja a szórakoztatóipart, ezen belül kiemelkedő szerepet játszik az "over-the-top" (OTT) kifejezés és a streaming technológia térhódítása. A streaming szolgáltatások elterjedése nem csupán egy újabb trend, hanem egy olyan átfformáló erő, mely jelentős hatást gyakorol mind a médiaszolgáltatókra, mind pedig mindennapi életünkre.

Az egyre növekvő háztartások száma, melyek az online platformokat részesítik előnyben a hagyományos tévészolgáltatásokkal szemben, egyértelműen azt mutatja, hogy az OTT és a streaming technológia milyen mértékben veszi át az irányítást a médiafogyasztás terén. Olyan streaming óriások, mint a Netflix, a HBO Max és a Disney+, váltak globális ikonokká, befolyásukkal kiterjesztve a tartalomfogyasztás határait és formálva az új médiafogyasztási szokásokat.

Ezen változások hátterében az áll, hogy a streaming technológia nem csupán egy egyszerű médiafogyasztási mód, hanem egy új paradigmát teremt. Az interaktivitás, a testre szabhatóság és a tartalomfogyasztás szabadsága válik hangsúlyossá, ahogyan az egyéni preferenciák és az azonnali hozzáférés igénye meghatározza, hogyan érünk el és élvezünk szórakoztató tartalmakat.

Jelen szakdolgozat célja részletesen elemezni a streaming technológia fejlődését, illetve streaming szolgáltatások térnyerését és a streaming óriások, például a Netflix, a HBO Max és a Disney+, szerepét ebben a folyamatban.

Az előbbieket megértése érdekében fontos áttekinteni, hogyan váltak a streaming szolgáltatások az életünk elengedhetetlen részévé, és milyen mértékben alakítják át mindennapi rutinjainkat. Elemzésem során a globálisan elterjedt streaming óriások, mint a Netflix, a HBO Max és a Disney+, szolgáltatásait is figyelembe veszem, és megvizsgálom, hogy ezek a platformok hogyan hatnak közvetlenül a mindennapi életünkre, valamint közvetve a média- és reklámfogyasztásunkra.

Az elkövetkező fejezetek során részletesen kitérek a streaming technológia alapvető jellemzőire, az OTT szolgáltatások térnyerésének okaira és az ebben játszott

kulcsszereplőkre. Ezután fókuszba helyezzem a Netflix, a HBO Max és a Disney+ szolgáltatásait, elemezve, hogyan építették fel globális hírnevüket és milyen tartalmakkal kápráztatják el a nézőket. Ezt követően a streaming szolgáltatások hatásait vizsgálom meg részletesen, kitérve mind a mindennapi életünkre, mind a médiafogyasztásunkra, reklámfogyasztásunkra, televíziós szokásainkra és mobilitásunkra.

Az itt leírt elemzések és megfigyelések révén a szakdolgozat reményeim szerint hozzájárul ahhoz, hogy mélyebb megértést szerezzenek az olvasók arról, hogyan formálja át a streaming technológia és az OTT szolgáltatások térnyerése mindennapi életünket, életvitelünket és tartalomfogyasztási szokásainkat.

2. TECHNOLÓGIAI ELŐMENETEL

Az utóbbi idők technológiai előre lépései lehetővé teszik, hogy a filmek és televíziós műsorok könnyedén elérhetők legyenek a fogyasztók számára Video on Demand (VoD) szolgáltatások révén. A VoD a videótartalom internetes közvetítését jelenti, általában Over-The-Top (OTT) szolgáltatásokon keresztül. A nézők bármilyen internetkapcsolattal rendelkező eszközön, például okostelefonon, okos TV-n, tableten, asztali számítógépen vagy laptopon keresztül hozzáférhetnek a videótartalomhoz OTT platformok segítségével.

Jelenleg Magyarországon a mozgóképtartalom-fogyasztók figyelméért, legalább négy különböző szolgáltatás típus verseng egymással: a hagyományos televízió, a videómegosztó platformok, a torrentek használata (olyan tartalmak illegális letöltése az internetről, amelyek televíziós műsorok vagy mozifilmek), valamint az OTT streaming szolgáltatások (Pintér et al., 2017), az OTT és a streaming jelentéséről a következő fejezetekben szeretnék bővebben írni.

2.1. Over-the-Top jelentése

Az Over-The-Top (OTT) általában olyan szolgáltatásokra utal, amelyek online, az interneten keresztül szállítják a tartalmakat, és nem igényelnek hagyományos tévétársaságot vagy kábeltelevíziós szolgáltatást (Lancaster et al., 2006). Ezeket a széleskörű szolgáltatásokat weboldalakon, mobil eszközökön, digitális médialejátszókon és más digitális eszközökön, például okostelefonokon, táblagépeken, érhetjük el (Sujatal et al., 2015). Mivel különböző távközlési szolgáltatók közvetlenül nem vesznek részt az értékesítésben, szervizelésben és egyéb folyamatokban, az OTT szolgáltatások egyedi élményt biztosítanak az ügyfeleknek (Lancaster et al., 2006). A Netflix is egy jellegzetes OTT-streaming szolgáltatás, mivel az interneten keresztül szállítja a tartalmakat, és előfizetéses alapon működik. Tehát az OTT arra utal, hogy a tartalom hogyan jut el a nézőkhöz, a streaming pedig a tartalom fogyasztás módját jelenti, az OTT és a streaming együtt alkotják az online médiafogyasztás alapjait.

A következő fejezetben részletesebben fogom tárgyalni a streaming jelentését, fajtáit, technológiáját a kezdetektől, valamint a streaming szolgáltatások jelenlegi helyzetét.

2.2. A streaming jelentése

A „streaming” szó eredete az angol „stream”, azaz „folyam” szóból származik, az adatátvitel egy speciális formáját jelenti, amely lehetővé teszi a tartalmak közvetlen megtekintését vagy meghallgatását bármilyen eszközön, melyhez nincsen szükség konkrét időponthoz és letöltéshez, amennyiben rendelkezünk stabil internetkapcsolattal. (Idland et al., 2015). A streaming elve nem újkeletű; a korai televíziózás már magában foglalta a videók élő közvetítését, amelyeket vágatlanul juttattak el a nézőkhöz, minimális kereskedelmi megszakításokkal (Dixon, 2013).

2.3. A streaming fajtái

A streamingnek két fajtája ismert: az egyik az „élő közvetítés” vagy „live streaming”, mint például az online rádiók élő adásai. A másik pedig az „on-demand” (igény szerinti) streaming, amelyeknél a tartalmak előre rögzítve vannak és egy központi szerveren tárolódnak, így bármikor igény szerint megtekinthetők.

Az "on demand" szolgáltatások különböző típusokat is magukban foglalnak, például a Subscription Video on Demand (SVOD) és a Transactional Video on Demand (TVOD). A két típus közötti alapvető különbség az előfizetési modellben található. Az SVOD esetében a felhasználók hozzáférést nyernek a tartalmakhoz azzal, hogy rendszeres, általában havi díjat fizetnek érte (Palotás, 2006). Továbbá, az előfizetők szabadon megadott havidíj ellenében annyi tartalmat néz meg a kínálatból, amennyit csak akarnak (Pintér et al., 2017). Ilyen típusú szolgáltatások például a Netflix, a HBO Max és a Disney Plus.

A Transactional Video on Demand (TVOD) a rövidítése egy olyan „on demand” szolgáltatásnak, ahol a felhasználók egyenként fizetnek az általuk választott tartalmakért, és nincs szükség előfizetésre. Ebben a modellben a felhasználók meghatározott időre bérelhetik vagy véglegesen megvásárolhatják a megtekinteni kívánt filmeket, vagy sorozatokat. A TVOD példája lehet az olyan online videószerződések,

mint az Apple iTunes vagy a Google Play Movies & TV (Yasmin et al., 2021). A következő ábrán, az idáig említett szolgáltatás típusok struktúráját ábrázoltam.

2.4. A streaming technológia a kezdetekben

Kezdetben az internetsebesség gyakran nem volt elegendő ahhoz, hogy a tartalmak zökkenőmentes online lejátszását biztosítsa. Amikor valaki elindította a streaming videót, gyakran előfordult, hogy az lejátszódott gyorsabban, mint ahogy a tartalom letöltődött, ami rendszeres képszakadásokhoz vezetett. Mindazonáltal a streaming technológia jóval pozitívabb fogadtatásra talált, mint amit az abban az időszakban kísérletező cégek előzetesen vártak (Pintér et al., 2017).

3. A STREAMING SZOLGÁLTATÁSOK

A streaming szolgáltatás olyan online médiaszolgáltatás, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy az interneten keresztül közvetlenül fogyasszanak tartalmakat. A streaming lehetővé teszi a tartalmak folyamatos lejátszását az interneten keresztül, miközben a letöltés és a tárolás nélkül, valós időben érhetők el. Ez a szolgáltatás számos médiumra terjed ki, beleértve a videókat, zenét, élő közvetítéseket és egyéb multimédiás tartalmakat. A felhasználók általában különböző eszközökön, például számítógépeken, okostelefonokon, táblagépeken és intelligens tévéken keresztül érik el a streaming tartalmakat (Idland et al., 2015). A streaming szolgáltatások jelenleg virágkorukat élik, szinte már aranykornak nevezhető időszakban vannak. Az előfizetési lehetőségek száma rohamosan növekszik, és egyre élesebbé válik a verseny a különböző szolgáltatók között. Mindenki arra törekszik, hogy az exkluzív tartalmakkal magára vonja az előfizetők figyelmét és tetszését. Nem meglepő, hogy a szolgáltatók egyre szélesebb kínálattal igyekeznek elérni az embereket mind a zenei, mind a televíziós és filmes területeken. Az exkluzív tartalmakra való törekvésük csak tovább fokozza ezt az versenyt, és a fogyasztók számára egyre gazdagabb és változatosabb tartalmi palettát eredményez (Kovács, 2018).

Néhány közismert streaming szolgáltatás közé tartozik a Netflix, Hulu, Amazon Prime Video (videó streaming), Spotify, Apple Music (zenei streaming), YouTube (videó streaming és élő közvetítések). Az ilyen szolgáltatások általában előfizetési alapúak lehetnek, vagy ingyenesen elérhetők lehetnek, esetleg reklámokkal támogatottak. A streaming szolgáltatásoknak köszönhetően a felhasználók azonnal elérhetik a tartalmakat anélkül, hogy azokat előzetesen le kellene tölteniük vagy tárolniuk.

3.1. Streaming szolgáltatások a kezdetekben

A streaming fejlődése meghatározó mérföldköveket ért el az internetes tartalom közvetítésének világában, amelyek az előadások és zenei tartalmak interneten keresztüli megosztásától kezdve a formátumok és keretrendszerek széleskörű fejlesztéséig terjedtek. A streaming szolgáltatások kialakulása és korai fázisa az alapok lerakásáról és a technológiai kihívásokról szóltak.

Az első streaming kísérletek a Severe Tire Damage nevű zenekar és néhány más együttes közvetítéseivel indultak még 1993-ban, ami előrevetítette az internetes tartalmak közvetítésének jövőjét. Azonban a valódi áttörést a StarWorks hozta 1992-ben, amikor sikeresen streameltek tartalmakat az interneten, ez az esemény számít az első streaming szolgáltatások megjelenésének.

Az évek során több jelentős platform is megjelent a színen, kezdve a Real Audio-tól, amely a zenei streamelésre koncentrált a Real Networks révén 1995-ben. Ezután a Vivo és a Microsoft is belépett a piacra: a Vivo platformot hozott létre, míg a Microsoft megalkotta a NetShow-t, amely az internetes közvetítéseket tette lehetővé. Az Apple sem maradt le: 1998-ban előrukkoltak a QuickTime Streaminggel, ami a saját QuickTime multimédiás keretrendszerükhöz kapcsolódott, lehetővé téve az interneten keresztüli lejátszást.

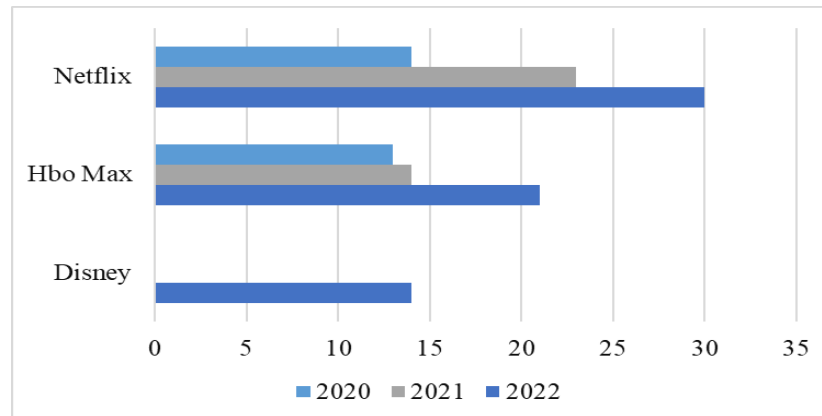
Ezek a korai streaming lehetőségek hasonló kihívásokkal szembesültek, mint az optimalizálhatatlan bitráta, a gyakori leállások és a tömörítéssel kapcsolatos problémák. Ezek az akadályok azonban inspirálták a fejlődést és a tökéletesítést a technológiai világban. Az internetsebesség növekedése és a technológiai fejlődés lehetővé tette a streaming területén a jelentős előre lépéseket. Az új streaming technológiák megjelenése, a nagyobb sávszélesség és a magasabb felbontású tartalmak lehetősége új korszakot nyitott a streaming világában.

A streaming folyamatos fejlődése meghatározóan befolyásolta a médiafogyasztási szokásokat, új kulturális jelenségeket teremtve, és hozzájárulva a globális kapcsolatok növekedéséhez. A technológiai kihívások és az elérhető tartalmak diverzitása egyaránt meghatározó tényezők voltak a streaming területén, és a folyamatos innováció a jövőben is tovább formálja majd ezt az iparágat (Kovács, 2018).

3.2. Streaming szolgáltatások helyzete Magyarországon

A Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (NMHH,2023) kutatása szerint, 2023-ban már a magyar háztartások 44 százalékában használják a streaming szolgáltatásokat filmek és sorozatok megtekintésére. Továbbá az elmúlt két évben észlelhető volt a televízió-előfizetések csökkenése is Magyarországon. A három legnépszerűbb streaming

szolgáltatás a felmérés szerint a Netflix, a HBO Max és a Disney+. A magyar háztartások közül a Netflix-et 30%, a HBO Maxot 21%, míg a Disney+-t 14% használta 2022-ben (NMHH, 2023). A felmérés alapján elmondhatjuk, hogy a streaming szolgáltatások évről évre népszerűbbek, és a hagyományos televíziózás mértéke pedig csökken.



1.ábra: Streaming szolgáltatások használatának aránya

Forrás: NMHH (2023) adatai alapján, saját szerkesztés

Ennek a növekvő népszerűségnek az oka lehet, hogy a streaming szolgáltatások eltérnek a hagyományos médiától, mivel széles skálájú történeteket kínálnak, amelyeket nem befolyásolnak különböző cenzúrák, kereskedelmi sikerek vagy demográfiai szempontok. A felhasználókat kiváló minőségű hang- és képi élmény kíséri, feltéve, hogy rendelkeznek stabil internetkapcsolattal (Sundaravel et al., 2020). A következő fejezetekben, A NMHH felmérése alapján, a három leginkább népszerű streaming szolgáltatást szeretném bemutatni, amely a Netflix az HBO Max és a Disney+.

3.3. Streaming szolgáltatások fajtái tartalom elérés szerint

Az online és offline streaming két különböző módja a tartalmak elérésének. Az alábbiakban összehasonlítom a két típust:

Az online streaming szolgáltatások internetkapcsolat segítségével, egy központi adatrendszeren tárolt tartalmat képesek megjeleníteni. Az online streaming szolgáltatásokat általában két fő kategóriába sorolhatjuk: interaktív és nem interaktív

platformok. A nem interaktív platformok, például Pandora vagy iHeart Radio, olyan szolgáltatásokat kínálnak, amelyek hasonlóak a rádióadásokhoz. Ezek előre programozott dalokat kínálnak a felhasználóknak, akik nem választhatják ki a hallgatni kívánt dalokat, és még a lejátszási sorrendet sem láthatják.

Ellentétben az interaktív platformokkal, mint például Deezer vagy Spotify, amelyek lehetővé teszik a felhasználóknak, hogy kiválasszák a hallgatni kívánt dalokat, így személyre szabottabb élményt nyújtanak. Az utóbbi években az online zenei streaming szolgáltatások egyre fontosabb szerepet játszanak a zeneiparban, kibővítve a zenefogyasztás lehetőségeit és biztosítva a zene világszerte való hozzáférhetőségét (Aguiar, 2017).

Az offline streaming azt jelenti, hogy egy streaming szolgáltatás keretében elérhető tartalmakat letölthetjük, majd később, internetkapcsolat nélkül is megtekinthetjük vagy meghallgathatjuk azokat. Ez különösen hasznos olyan helyzetekben, amikor nincs rendelkezésre álló vagy megbízható internetkapcsolat, például repülőúton vagy olyan területeken, ahol a mobiladatkapcsolat gyenge. Nem minden streaming szolgáltatás támogatja az offline elérés lehetőségét; de növekszik a számuk. Például 2019-ben már a HBO Max (akkori nevén HBO Go) is bevezette az offline lejátszási funkciót, amely lehetővé teszi tartalmak letöltését és internetkapcsolat nélküli megtekintését (Koi, 2019).

3.4. A Netflix

A Netflix cég története a 1990-es évek végére nyúlik vissza, amikor Marc Randolph, egy értékesítési vezető, és Reed Hastings, egy Stanfordon végzett vállalkozó, megalapították. Az alapítók inspirációját saját élményeikből merítették. Hastings például egyszer nem juttatta vissza időben a kölcsönzött DVD-t, ami magas késedelmi díjat eredményezett. Ezt a problémát kívánták megoldani a Netflix létrehozásával.

3.4.1. A Netflix terjeszkedése

A Netflix kezdetben online platformként indult, ahol az emberek DVD-ket kölcsönözhatték, majd visszaküldhették azt postai úton. Ez rendkívül népszerűvé vált az amerikai filmrajongók körében.

A vállalat 2007-ben elindította a versenyt a Blockbusterrel, ami egy amerikai videókölcsönző üzletlánc volt, a streaming szolgáltatások terén, kezdetben a kanadai és latin-amerikai piacokon. Az elsöre az angol nyelvű, magas jövedelmű, míg a másodikra a spanyol nyelvű középosztályú célcsoportra fókuszáltak. Mindkét piacon jól kiépített kábeles infrastruktúrával rendelkeztek, és a Netflix kipróbálta az SVOD-modelljét (LobaTo et al., 2020). Ehhez ki kellett fejleszteniük egy magas színvonalú streaming technológiát a filmek és sorozatok online közvetítéséhez. A kezdeti streaming technológia nem volt tökéletes, és számos technikai problémával kellett szembenézniük (Randolph, 2019).

Stratégiájuk részeként partneri szerződéseket kötöttek helyi távközlési és internet szolgáltatókkal, valamint releváns tartalmakkal és promóciókkal népszerűsítették szolgáltatásukat (Sujatal et al., 2015). Terjeszkedésükre csak 2013-ban került sor Nyugat-Európában, Japánban és Ausztráliában pedig 2015-ben. Azonban 2015-ben, amikor a Netflix bemutatkozott Ausztráliában, három hónapon belül már a piac 10 százalékát megszerezte (Thomsen, 2015). Két évvel később már minden harmadik ausztrál háztartásban volt Netflix-előfizetés (Morgan, 2017). 2019-re közel 11,5 millió ausztrál háztartás rendelkezett Netflix-előfizetéssel, 17,6%-kal több, mint egy évvel korábban (Morgan, 2019).

A Netflix számára az áttörést az 2016-os Consumer Electronics Show (CES) jelentette, ahol bemutatták az új funkciókat és technológiai fejlesztéseket a streaming szolgáltatásuk terén. A CES-en való részvétel lehetőséget teremtett a Netflix számára, hogy megismertesse a közönséggel és az ipar szakembereivel az aktuális fejlesztéseket és terveket (Randolph, 2019).

3.4.2. *Mitől más a Netflix?*

A Netflixről elmondható, hogy nem csupán egy streaming szolgáltató, hanem egyfajta kulturális ikon is lett, olyannyira, hogy a mindennapi pihenést sokan már egyszerűen az elnevezésével azonosítják (például: "Netflix és pihenés"). Ennek háttérében az állhat, hogy a Netflix jelentős összegeket fektet be saját gyártású sorozatok és filmek készítésébe. Ezen termékek esetében a Netflix nem csupán közvetítő, hanem aktív résztvevőként vesz részt a produkciókban, ami tovább erősíti a platform sajátos

karakterét. Másik fontos jellemzője, hogy kizárólag professzionális tartalmakat tesz közzé. Ez azt jelenti, hogy a felhasználók olyan minőségi sorozatokra és filmekre számíthatnak, amelyek nem csupán szórakoztatóak, de magas színvonalúak is. Ebben a kontextusban a Netflix kiemelkedik a többi szolgáltató közül, és ez a professzionalizmus hozzájárul a platform fennmaradó népszerűségéhez (Lobato, 2019).

3.5. Nem ez nem TV, ez HBO

Az "HBO" eredetileg egy televíziós csatorna volt, ma pedig exkluzív prémium kábeltelevíziós hálózatként működik tovább. A "Home Box Office" mozaikszó 1972-ben alakult az Egyesült Államokban. Az HBO volt az első, amely bevezette az előfizetési modellt a hirdetések nélküli televíziós tartalmak terjesztésében, jelentősen megváltoztatva ezzel a tévézési szokásokat és a bevételi modelleket.

Az HBO által készített tartalmak új szabványokat teremtettek a minőség és a kreativitás terén, jelentős hatást gyakorolva a televíziós iparágra. A tévécsatorna által kialakított irányvonalat követve mások is igyekeztek hasonló minőségű tartalmakat készíteni.

HBO Go: Az HBO Go egy online streaming szolgáltatás, amely lehetővé tette az HBO előfizetőknek, hogy az HBO tartalmait bármilyen internetkapcsolattal rendelkező eszközön hozzáférjenek. Az HBO Go a kábeltelevíziós előfizetők számára ingyenes volt.

HBO Now: Az HBO Now egy önálló előfizetési streaming szolgáltatás, amely lehetővé tette az előfizetők számára, hogy az HBO tartalmait online elérjék, kábel-előfizetés nélkül. Az HBO Now egy különálló előfizetési díj ellenében volt elérhető.

Ezeket a szolgáltatásokat később az "HBO Max" váltotta fel. Az HBO Max bővítette a tartalmi kínálatot a WarnerMedia tulajdonában lévő sok más tartalommal, és egyetlen előfizetéssel lehetővé tette a felhasználók számára, hogy széleskörű tartalmakhoz férjenek hozzá. Az HBO Max Magyarországon 2020 márciusában indult, és azóta a streaming szolgáltatások közötti verseny egyik meghatározó résztvevője, számos saját eredeti sorozatot és filmet kínálva (DeFino, 2013; Media1, 2022).

3.5.1. A HBO hatása történelmi nézeteinkre

Az HBO mély és maradandó hatást gyakorol a nézők történelemszemléletére. Sorozataiban és filmjeiben az HBO nem csupán bemutatja a történelmi eseményeket, hanem erősíti is a nézők kapcsolatát a múlt eseményeivel. Az HBO eredeti sorozatai és filmjei emberközeli szemszögből közelítik meg a történelmet, lehetővé téve, hogy a nézők mélyebben megértsék a történelem meghatározó pillanatait, és azonosuljanak a történelmi személyiségekkel.

Az HBO nem kerüli el a történelem nehezebb, sötétebb oldalát és ellentmondásos eseményeit sem. Ennek következtében a nézőket ösztönzi a kritikus gondolkodásra, és mélyebb megértést szereznek a történelem bonyolultságairól. A széles körű történelmi tartalom, amit az HBO kínál, segíti a nézők történelem iránti érdeklődését, hozzájárulva ezzel a történelem oktatásához és mélyebb megértéséhez (Weeks, 2022).

3.6. A Disney+

A digitális fogyasztás térnyerése alapján a Disney is bekapcsolódott a streaming média szegmensébe, kihasználva saját felvásárlásait. Az előnye abban rejlik, hogy számos kiváló vállalattal rendelkezik, gazdag szerzői jogi portfólióval büszkélkedhet, és saját streaming platformmal is rendelkezik (Chen et al., 2023). A Disney+ platform 2019 novemberében indult el, de Magyarországon csak 2021-ben vált elérhetővé. A Disney+ a Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, National Geographic és Star tartalmaival büszkélkedik. Az exkluzív saját gyártású műsoroktól a jól ismert klasszikus történetekig a Disney+ több mint ezerötyszáz műsort kínál reklámok nélkül, magas minőségű nézési élményt nyújtva (Disney+ About Us, 2023).

A Disney stratégiájában hangsúlyosan a fiatal korosztályra összpontosít, valószínűleg nem csak azért, hogy közvetlenül bevételt generáljon velük. A tinédzserek általában nem rendelkeznek saját pénzkeresési lehetőségekkel, így a Disney a családokra összpontosít, különösen akkor, amikor a gyermekek filmeket néznek, és szükségük van a szülői támogatásra vagy társaságra. A Disney saját műveletei és márkaismertsége révén sikeresen kihasználta a "családi" üzleti lehetőségeket. A Disney Plus lehetőséget

kínál a fiókok megosztására szeretteikkel, lehetővé téve az emberek számára, hogy kiváló minőségű filmeket nézzenek szeretteikkel otthon (Chen et al., 2023).

A jövőre nézve látható, hogy a Disney dominanciája szinte elkerülhetetlennek tűnik. A Disney+ platform fejlesztése olyan dinamikusan növekszik, hogy a Netflix utolérése csak idő kérdése lehet. A filmművészeti piacon világszerte a Marvel nemcsak az Egyesült Államokban, hanem az egész világon domináns szereplővé vált. Az elmúlt év legjobb filmjeinek jelentős része a Marveltől vagy a Disney-től származott, beleértve olyan népszerű karaktereket, mint Pókember, Vasember és Amerika Kapitány (Chen et al., 2023).

3.7. A streaming szolgáltatások versengése

A Netflix hosszú ideig vezető szerepet töltött be a streaming szolgáltatások terén. Azonban az utóbbi időben az Egyesült Államokban csökkenő előfizetői számokat tapasztalt, ami jelentős fordulóponthoz vezetett a cég életében. Ez a helyzet arra ösztönzi a Netflixet, hogy újraértékelje jelenlegi piaci helyzetét és stratégiáját.

A növekvő piaci verseny és az előfizetők csökkenő száma miatt a Netflix szembesül azzal a kihívással, hogy összeegyeztessen két ellentétes márkaidentitást: a "reklámmentes" és a prémium szolgáltatást. Ennek fényében fontos, hogy a vállalat megvizsgálja és diverzifikálja árazási stratégiáját. Egy lehetséges megoldás lehet a mobil eszközökre szánt, alacsonyabb árkategóriájú csomagok bevezetése, amelyeket jelenleg tesztelnek vagy más régiókban vizsgálnak.

A Netflixnek szüksége lehet arra, hogy átgondolja, hogyan kínálhat extra funkciókat vagy előnyöket hűségesebb előfizetőinek. Ez segíthet abban, hogy megerősítse és megőrizze erős fogyasztói bázisát a verseny intenzív időszakában. Ezek a lépések hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a Netflix ne csak megőrizze, hanem akár tovább is erősítse piaci pozícióját és vonzerőjét az előfizetők körében (Heaji et al., 2021).

A következő részben részletezem a streaming szolgáltatások PEST-elemzését, amely politikai, gazdasági, szociális és technológiai tényezőket foglal magában. Ezek a

tényezők összességükben befolyásolják a streaming szolgáltatások piacát, amihez alkalmazkodniuk kell a szolgáltatóknak, hogy versenyképesek maradjanak

4. A STREAMING SZOLGÁLTATÁSOK PEST-EL ELEMZÉSE

A streaming iparág rendkívül dinamikus és összetett jelenség, amelyet a politikai, gazdasági, szociális és technológiai tényezők együttes hatása formál. Az elmúlt évtizedekben a digitális technológia robbanásszerű fejlődése új lehetőségeket teremtett az online tartalomszolgáltatás terén. Ennek hatására az interneten való videófogyasztás vált az egyik legelterjedtebb szórakozási formává, amelynek sikerességét és fejlődését az alábbi négy területen érdemes megvizsgálni.

4.1. Politikai tényezők

A politikai aspektusok jelentős befolyással vannak a streaming iparág működésére és fejlődésére. Az egyik legmeghatározóbb tényező a hálózatszemlegesség elve. Ennek hiánya vagy megsértése lehetőséget teremthet arra, hogy bizonyos tartalmak vagy szolgáltatások előnyt élvezzenek a többiekkel szemben. Ez alapjaiban változtathatja meg az internetes tartalomszolgáltatások játékszabályait és torzíthatja a versenyt. Emellett a szerzői jogi és tartalmi törvények szigorú betartása elengedhetetlen a streaming platformok számára. Az ezekre vonatkozó szabályozásoknak való megfelelés nélkül a vállalatok komoly bírságokkal és peres eljárásokkal szembesülhetnek, ami jelentős költségeket róna rájuk.

4.2. Gazdasági tényezők

Az iparág gazdasági szempontjai között kiemelendő az előfizetési modell dominanciája. A legtöbb streaming szolgáltató üzleti modellje a havi előfizetéseken alapul, és ennek megfelelően az árazási stratégiák és csomagajánlatok rendkívül döntő tényező a piaci versenyben. Az árváltozások, kedvezmények vagy új csomagok bevezetése jelentős hatással lehetnek a felhasználók elkötelezettségére és a piaci részesedésre. Az előfizetési modell rugalmassága is kulcsfontosságú: a könnyű lemondás lehetősége vagy a felhasználóbarát opciók növelhetik a vásárlói elégedettséget és hűséget.

4.3. Szociális tényezők

A szociális tényezők, különösen a kulturális jelentőség és a fogyasztói preferenciák, meghatározók az iparág fejlődésében. A különböző kultúrákhoz, régiókhoz való igazodás a tartalomgyártásban rendkívül fontos. Az olyan platformoknak, amelyek tudatosan figyelnek és reagálnak a különböző kultúrákra, nagyobb esélyük van arra, hogy sokszínűbb és befogadóbb legyen a felhasználói körük. A kulturális sokszínűség és az inkluzív tartalom elérése kulcsfontosságú a társadalmi elfogadottság és a felhasználói elkötelezettség szempontjából.

4.4. Technológiai tényezők

Az új technológiák és innovációk, például az adaptív streaming technológiák, meghatározóak a streaming minőségének és felhasználói élményének javításában. Ezek az újítások hozzájárulnak az iparág folyamatos fejlődéséhez és versenyképességéhez, hiszen a felhasználók elvárásai is dinamikusan változnak a technológia fejlődésével.

Az elemzés jól mutatja az iparág sokszínűségét és azokat a különböző tényezőket, amelyek befolyásolják a piaci alakulást. Azonban további mélyreható vizsgálatra van szükség az iparág és a felhasználók közötti kapcsolatok dinamikájának megértése érdekében. Az üzleti modellek, a tartalomgyártás és a technológiai fejlődés további alakulása kulcsfontosságú lesz a streaming szolgáltatások jövőjének formálásában. Az iparágnak folyamatosan alkalmazkodnia kell a változó igényekhez és a piaci trendekhez ahhoz, hogy versenyképes maradjon és kielégítse a felhasználók elvárásait (Carter ,2021).

5. A STREAMING SZOLGÁLTATÁSOK HATÁSA A MINDENNAPJAINKRA

A streaming szolgáltatásoknak jelentős hatásuk van a mindennapi életünkre. Ezek a szolgáltatások egyszerűsítették a videós és zenés tartalmakhoz való hozzáférést, és széles választékban kínálnak filmeket, sorozatokat, koncerteket, előadásokat és még sok más tartalmat. Ennek köszönhetően könnyedén szórakozhatunk otthonunk kényelmében, és valószínűleg több időt is tölthetünk ezekkel a tartalmakkal, mint korábban. Az ilyen szolgáltatások által kínált rugalmasság nem csupán a szórakozás terén jelentkezik, hanem az oktatás, a kultúra és a művészetek területén is. A streaming platformoknak köszönhetően könnyen elérhetők a dokumentumfilmek, előadások és kulturális események, amelyek segítenek az embereknek abban, hogy még többet tanuljanak és megértsenek a világról.

5.1. Streaming szolgáltatások hatása a médiafogyasztásunkra

A streaming szolgáltatások forradalmian átalakították a médiafogyasztásunkat. Ezek a platformok kényelmet, választási lehetőséget és irányítást kínálnak a nézőknek, segítve őket abban, hogy bármikor hozzáférjenek egy hatalmas tartalomkészlethez. A streaming szolgáltatások térhódítása mélyreható hatással volt a szórakoztatóiparra, kihívást jelentve a hagyományos médiaterjesztőknek, és megváltoztatva a tartalom gyártásának és terjesztésének módját. Mivel a filmek és egyéb tartalmak már online is elérhetőek, a hagyományos moziátogatások, jegyvásárlások és a közösségi filmnézések egyre ritkábbak lettek.

A filmipar tehát mély átalakuláson megy keresztül. 2018-ban még csak a fogyasztók 15%-a preferálta a streamelést az elsődleges filmnézési módjukként, míg a moziban való filmnézést előnyben részesítők aránya 28% volt. Azonban a COVID-19 pandémia súlyosan érintette a moziipart, a járvány és a bezárások miatt az emberek sokkal óvatosabban kezelték a moziátogatásokat, és kétségeik voltak afelől, hogy mikor térhetnek vissza a mozikba. Példaként említhetjük, hogy 2020-ban egyes mozik súlyos veszteségeket könyveltek el, miután kénytelenek voltak bezárni kapuikat a járvány miatt. 2020 júniusára mindössze a felnőttek 36%-a választotta a filmek streamelését,

míg csak 14% volt azoknak az aránya, akik határozottan ragaszkodtak a mozilátogatáshoz (Filmtrack, 2023).

5.2. Streaming szolgáltatások hatása a sportközvetítésekre

A streaming szolgáltatások révén a sportesemények élő vagy rögzített közvetítése interneten keresztül elérhetővé válik, ezáltal a nézőknek széleskörű hozzáférést biztosítva a sporteseményekhez. A mérkőzéseket bárhol és bármikor meg lehet tekinteni, ami fokozza a nézők kényelmét.

A kevésbé ismert vagy újonnan alakult sportágak és ligák számára a streaming lehetőséget teremt a közvetítésre, ami szélesebb körű elismerést és további növekedést eredményez. A szurkolóknak így bővebb kínálat áll rendelkezésre kedvenc sportágukkal kapcsolatban, beleértve az eredeti műsorokat, dokumentumfilmeket, korábbi mérkőzéseket, kapcsolódó másodlagos versenyeket, valamint személyre szabott, interaktív és valós idejű adatelemzést. A streaming videószoftverek jelentős befektetéseket hajtanak végre élő sportközvetítési jogokba, derül ki a Deloitte 2023-mas felméréséből, annak érdekében, hogy vonzóvá tegyék és megtartsák az egyre változó nézőközönséget.

5.3. Streaming szolgáltatások hatása a televíziós szokásainkra

A streaming szolgáltatások elterjedése és népszerűsége kihívást jelenthet a hagyományos tévécsatornáknak és sportközvetítőknak, mivel a nézők egyre inkább a streaminget választják a hagyományos tévézés helyett. A streaming szolgáltatások megjelenése, a fogyasztási szokásainkat is megváltoztatta. Alapvető változások között szerepel az időkontroll, a tartalmi választék, a reklámok minimalizálása, és a mobilis elérhetőség.

5.4. Streaming szolgáltatások hatása a reklám fogyasztásunkra

A streaming szolgáltatások általában azért népszerűek, mert kevés vagy egyáltalán nincs reklám az általuk nyújtott tartalmak közben. Ez azt eredményezi, hogy a nézők kevesebb zavaró reklámmal találkoznak, így zavartalanul élvezhetik a tartalmakat.

Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy néhány szolgáltatás reklámokat tartalmazhat, különösen akkor, ha az ingyenes verziót választják a felhasználók. Ebben az esetben például a Spotify, a YouTube és a Deezer platformokon az ingyenes opciót az "alap-előfizetésnek" nevezik, és ezzel járhatnak gyakori kereskedelmi megszakítások néhány dal után.

Ezen üzleti modell keretében a felhasználóknak lehetőségük van ingyenes hozzáférésre a zenéhez, ugyanakkor el kell fogadniuk a hirdetések időszakos megjelenését. A kontextusban a felhasználóknak továbbá lehetőségük van arra, hogy magasabb minőségű, fizetős opcióra frissítsenek, ami jobb fejlesztéseket és a kereskedelmi megszakítások hiányát kínálja. Ezt az üzleti modellt általában "Freemiumnak" nevezik (Carroni et al. 2020).

5.5. Streaming szolgáltatások hatása a mobilitásunkra

A streaming szolgáltatások egy olyan dinamikus médiamodellt kínálnak, amely lehetővé teszi a nézőknek, hogy a tartalmakat bármilyen eszközön, beleértve okostelefonokat, táblagépeket, okostévéket és számítógépeket, kényelmesen fogyasszák. Ez a technológiai fejlődés és az internet széleskörű hozzáférhetőségének köszönhetően vált lehetségessé. A Lotz (2014) által megfogalmazott koncepció szerint a streaming szolgáltatások nem csupán tartalmakat tesznek elérhetővé, hanem egyúttal a mobilitás növelését is eredményezik, lehetővé téve a nézők számára, hogy szabadon és rugalmasan válasszák meg, hol és mikor szeretnének tartalmakat fogyasztani.

Ez a fejlett streaming rendszer lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy személyre szabott élményeket éljenek át különböző eszközökön keresztül. Például egy személy lehetőséget kap, hogy az út közben a mobiltelefonján nézze meg a kedvenc sorozatát, majd otthon a nagyobb képernyőn folytassa ugyanezt a tartalmat egy okostévéen vagy számítógépen. Ez a platformfüggetlenség és a mobil eszközök támogatása hozzájárul a felhasználók szélesebb körű élményéhez és a tartalmak rugalmasabb eléréséhez.

6. HIPOTÉZISEK

Szakedolgozatomban azt vizsgálom, hogy a streaming szolgáltatások népszerűségének növekedése milyen hatással van az emberek mindennapjaira és szórakozási szokásaira. Korábban már kitértem ennek a jelenségnek a lényegére, most pedig részletesebben elemzem, hogyan változtatta meg az emberek szokásait.

1. hipotézis: azok az emberek, akik előfizetnek a streaming szolgáltatásokra, kevesebb időt töltenek hagyományos televíziós műsorok nézésével, és inkább az online streaming tartalmakra támaszkodnak
2. hipotézis: a streaming szolgáltatások idővel leválthatják a hagyományos televíziós szolgáltatásokat

Kutatásomban két fő hipotézist fogalmazok meg, amelyeknek az alátámasztására kérdőíves kutatási módszert alkalmaztam. Hipotézisem szerint azok az emberek, akik előfizetnek a streaming szolgáltatásokra, kevesebb időt töltenek hagyományos televíziós műsorok nézésével, és inkább az online streaming tartalmakra támaszkodnak. Ennek oka, hogy a streaming platformokon elérhető magasabb minőségű tartalmak vonzóbbá teszik az emberek számára az online tartalmakat, így csökkentve a hagyományos televíziós csatornák nézettségét. Ezen felül, a másik hipotézisem, hogy ezek a szolgáltatások idővel akár leválthatják a hagyományos televíziós szolgáltatásokat is.

A dolgozatomban részletesen elemzem ezeket a tényezőket, hogy árnyaltabb képet kapjak a streaming szolgáltatások és a hagyományos televíziózás közötti dinamikáról.

7. SAJÁT KUTATÁS

Streaming szolgáltatások, mint például a Netflix és a HBO Max, az utóbbi években rohamosan terjedtek, és egyre népszerűbbek lettek az emberek körében. A hagyományos televíziós műsorok helyett sokan inkább az online streaming tartalmakra támaszkodnak szórakozásra tekintetében.

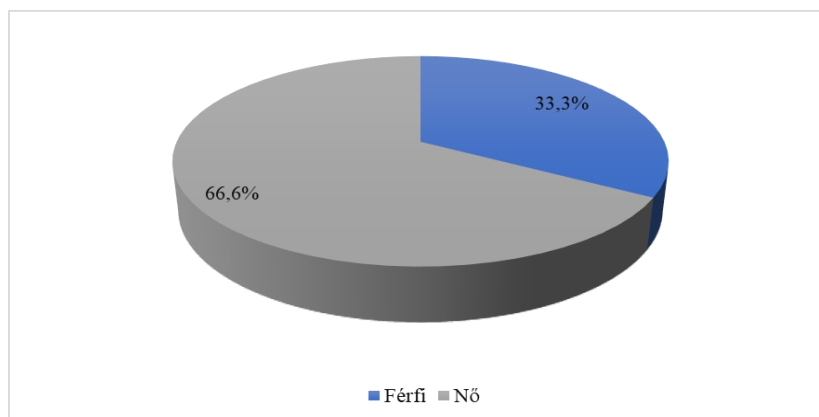
A szakdolgozatom előzetes hipotéziseinek támogatása érdekében egy elsődleges kutatást végeztem, amely során kérdőívet alkalmaztam. A kutatás célja az volt, hogy mélyebben megismerjem a résztvevők streaming szolgáltatásokkal kapcsolatos szokásait és mindennapi élményeit. Kérdőívemmel arra törekedtem, hogy feltérképezsem, milyen gyakran és mióta használják ezeket a szolgáltatásokat, mennyit költenek ezekre, és milyen hatással van a mindennapi életükre. Emellett érdekelt, hogy az emberek milyen szempontok alapján választják ki a preferált streaming platformjukat, és szerintük mi javítana az egyes szolgáltatásokon.

Várakozásaim szerint a kapott válaszok segítenek majd kideríteni, hogyan változtatta meg a streaming szolgáltatások elterjedése az emberek hagyományos médiafogyasztási szokásait, valamint, hogy milyen tényezők befolyásolják leginkább a felhasználók elégedettségét ezekkel a szolgáltatásokkal kapcsolatban. A kutatás eredményei várhatóan további betekintést nyújtanak a streaming média használatának dinamikájába és az emberek igényeibe ezen a területen.

A válaszok gyűjtése körülbelül két hétig tartott, és a mintavétel 102 résztvevőt érintett, főként az ismerőseim köréből. Emellett további résztvevőket is bevontam a közösségi platformjaimon keresztül történő megosztással. A kitöltők visszajelzései alapján sikerült olyan kérdőívet kialakítanom, amely egyszerűen érthető volt számukra, és egyértelmű válaszokat tudtak adni. A kérdőív összesen 26 zárt végű kérdést tartalmazott, amelyek segítettek a válaszadók véleményének és szokásainak jobb megismerését. Ezek a válaszok alkotják a szakdolgozatom eredményeinek alapját.

Kutatásom keretében 102 résztvevőt vontam be a mintavételbe, és kiemelten fontosnak tartottam az adatok demográfiai aspektusainak részletes elemzését. Az elképzelésem szerint a streaming szolgáltatások népszerűsége jelentős mértékben függhet az emberek életkorától, nemüktől és más demográfiai tényezőiktől. Az adatok alapján megállapítható, hogy a válaszadók korcsoportok szerinti eloszlásában a legtöbb résztvevő a 21 és 30 év közötti korosztályba tartozik. Ennek a csoportnak az álláspontjai különösen relevánsak lehetnek a streaming szolgáltatások nézettségét és minőségét érintő kérdésekben, mivel ebben a korcsoportban gyakran használják ezeket a platformokat. Fontos hangsúlyozni, hogy a válaszok elemzése során figyelembe vettem az összes korcsoportot, így az adatok átfogó képet nyújtanak a kutatás témájáról.

A nemek eloszlásában a mintában a nők többségét figyeltem meg, ami érdekes lehet a fogyasztói szokások tekintetében, mivel az előfizetői tartalmak és televíziós preferenciák változhatnak a nemek szerint. Ezek az elemzések hozzájárulhatnak ahhoz, hogy megértsük, milyen demográfiai tényezők játszanak kulcsfontosságú szerepet a kutatás témájában. A kérdőív kitöltőinek 66,6 százaléka (68 fő) nő, míg 33,3 százaléka (34 fő) férfi volt, amelyet az alábbi diagrammon ábrázoltam.

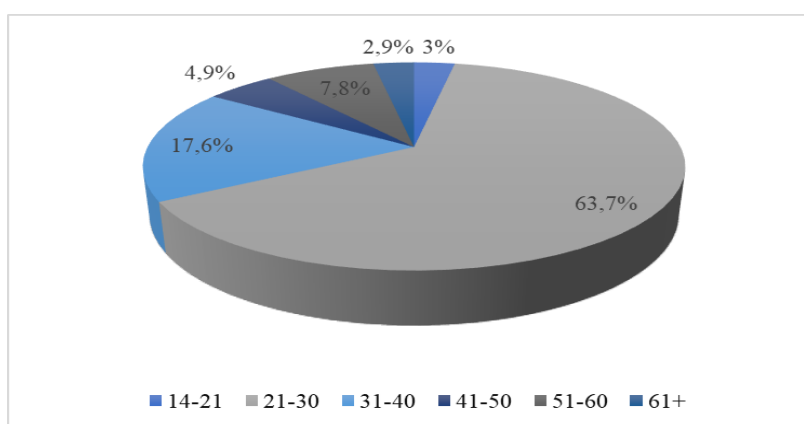


2. ábra:Nemek megoszlása, n=102

Forrás: saját kutatás, 2023

A második kérdéssel a válaszadók életkorát vizsgáltam, melyre meghatározott értékhatárok között lehetett választani. A 14 és 20 év közötti korosztályban a válaszadók 3 százaléka (3 fő) található, mely a Z és Y generáció tagjait foglalja

magában. A következő életkorcsoportot a 21 és 30 év közöttiek alkotják, akik összességében 63,7 százalékot (65 fő) tesznek ki a válaszadók között. Ez a korosztály a Y és X generációba tartozó egyéneket foglalja magában. A következő életkorcsoportba soroltam az 31 és 41 év közöttieket, akik a kitöltőim 17,6 százalékát (18 fő) képviselik; ebben a kategóriában az X generáció tagjai találhatók. A 41 és 51 év közöttiek 4,9 százalékban voltak jelen (5 fő), míg az 51 és 60 év közöttiek, azaz a Baby Boom generáció, a válaszadók 7,8 százalékát (8 fő) alkották. Az utolsó életkorcsoportba a 61 éveseket és az idősebbeket soroltam, akik a válaszadók 2,9 százalékát (3 fő) tették ki. Ezeket az eredményeket az alábbi diagramon ábrázoltam.



3. ábra: Korosztály megoszlása, n=102

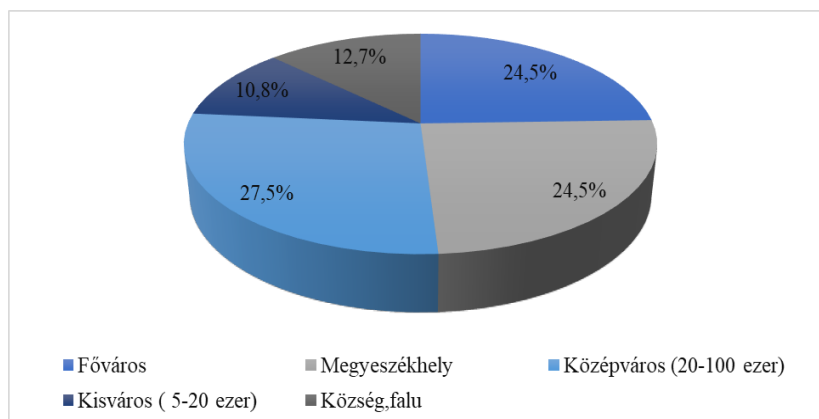
Forrás: saját kutatás, 2023

Kérdőívem harmadik kérdésében a válaszadók lakóhelyének típusát mérem fel. A kitöltők közül a fővárosban élők aránya 24,5 százalék (25 fő), megyeszékhelyen lakók aránya is 24,5 százalék (25 fő), községekben vagy falvakban élők aránya 12,7 százalék (13 fő), kisvárosokban élők aránya 10,8 százalék (11 fő), míg középvárosokban élők aránya 27,5 százalék (28 fő).

Az elemzés során feltérképezem a kitöltők lakóhely típusát és a streaming szolgáltatások használata közötti összefüggést. A fővárosban élők 88 százaléka (22 fő) előfizet, 12 százaléka (3 fő) nem fizet elő, a megyeszékhelyen élők 91,6 százaléka előfizet (22 fő), 8,4 százaléka (2 fő) nem fizet elő, a középvárosokban élők 89,3 százaléka (25 fő) előfizet, 10,7 százaléka nem fizet elő, a kisvárosokban élők 90,9 százaléka (10 fő) előfizet, 9,1 százaléka (1 fő) pedig nem fizet elő, a község, falvak lakói

53,8 százaléka (7 fő) előfizet, 46,2 százaléka (6 fő) nem fizet elő valamely streaming szolgáltatásra. Tehát az eredmények alapján megállapítható, hogy a streaming szolgáltatásokra előfizetők között arányosan a legtöbben megyeszékhelyen laknak, ezt követi a középvárosokban élők csoportja, majd a fővárosban élők. A kisvárosokban az előfizetők aránya kisebb, a falvak és községek lakói között az előfizetők aránya a legkisebb.

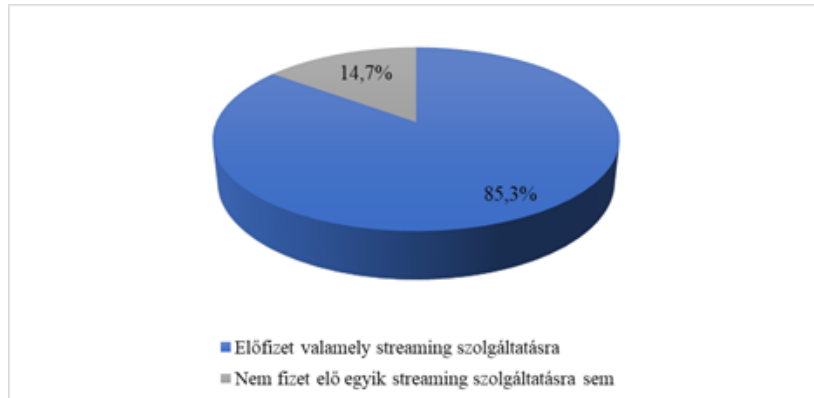
Ezen eredmények azt sugallják, hogy a streaming szolgáltatások elterjedése erősebben megfigyelhető a nagyobb településeken, különösen középvárosokban és fővárosokban. A kisebb településeken, például községekben és falvakban, kevesebben rendelkeznek előfizetéssel. Az alábbi diagramon a kitöltők lakóhely típusának megoszlását ábrázoltam.



4. ábra: Lakóhely megoszlása, n=102

Forrás: saját kutatás, 2023

Kérdőívem következő kérdésem már a streaming szolgáltatások használatára irányult, a válaszadók 85,3 százaléka (87 fő) előfizet valamely streaming szolgáltatásra, 14,7 százaléka (15 fő) pedig nem. Látható az eredményekből, hogy mennyire népszerűek ezek a szolgáltatások. Ezeket az eredményeket az alábbi diagramon ábrázoltam.

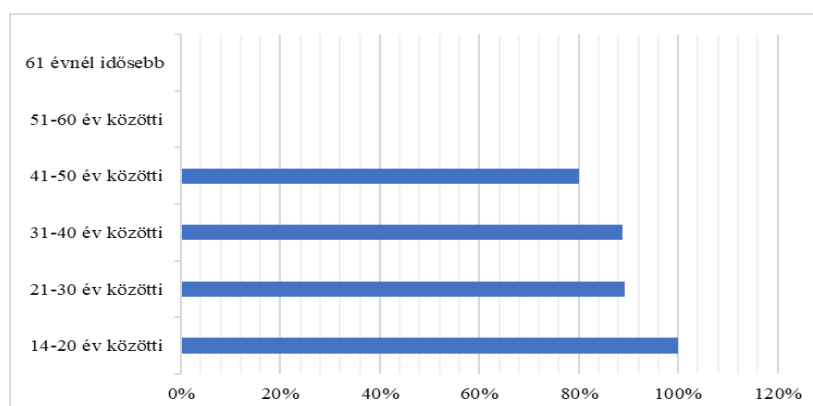


5. ábra:Előfizetések megoszlása, n=102

Forrás: saját kutatás, 2023saját szerkesztés

Az előfizetések és korosztályok közötti kapcsolat elemzése érdekes megállapításokat kínálhat, és most ezt részletezem. Az adatokat a következő korcsoportokban rögzítettem: 14-20 évesek, 21-30 évesek, 31-40 évesek, 41-50 évesek, 51-61 évesek és 61 évesnél idősebbek. A statisztikák azt mutatják, hogy az előfizetéssel rendelkezők aránya változó a különböző korosztályokban.

A 14 és 20 év közötti korosztályban 100 százalékkal (3 fő), a 21 és 30 év közötti korosztályban 89,2 százalékkal (58 fő), a 31 és 40 év közötti korosztályban 88,8 százalékkal (16 fő), a 41 és 50 év közötti illetve az 51-60 év közötti korosztályban is 80 százalékkal (4 fő) a 61-nél idősebbek 0 százalékkal, tehát egyikőjük se rendelkezik bármely streaming előfizetéssel.

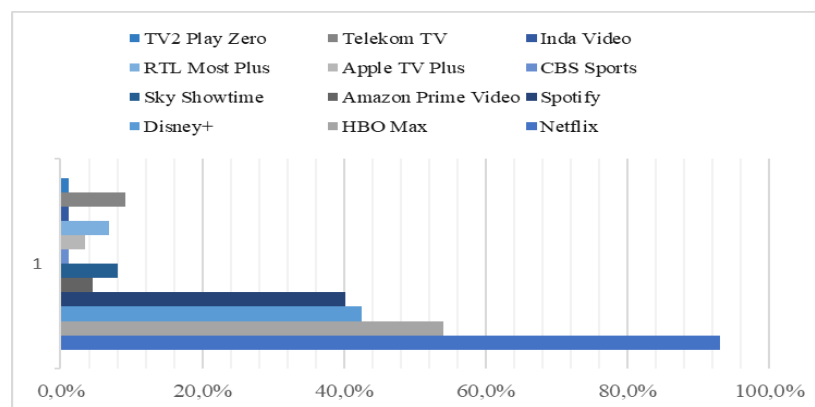


6. ábra:Előfizetők megoszlása korosztály szerint,n=102

Forrás: saját kutatás, 2023

A következő szakaszban arra koncentráltam, hogy az előfizetők körében feltérképezzem, melyik streaming szolgáltatásokra fizetnek elő.

A válaszadók között 93,1 százalékuk (81 fő) rendelkezik Netflix-előfizetéssel, 54 százalékuk (47 fő) a HBO Max, 42,5 százalékuk (37 fő) a Disney Plus, 40,2 százalékuk (35 fő) a Spotify, 4,6 százalékuk (4 fő) az Amazon Prime Video, 8 százalékuk (7 fő) a Sky Showtime, 1,1 százalékuk (1 fő) a CBS Sports, 3,4 százalékuk (3 fő) az Apple TV Plus, 6,9 százalékuk (6 fő) a RTL Most Plus, 1,1 százalékuk (1 fő) az IndaVideo, 9,2 százalékuk (8 fő) a Telekom TV, és 1,1 százalékuk (1 fő) a TV2 Play Zero előfizetője.

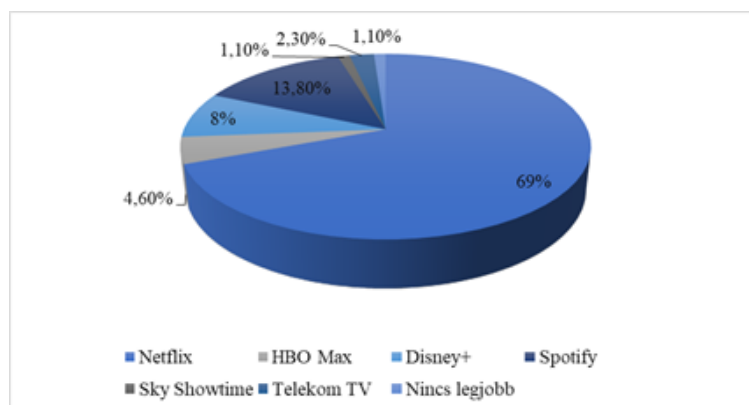


7. ábra:Előfizetések megoszlása szolgáltatásonként,n=87

Forrás: saját kutatás, 2023

Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a válaszadók körében a legkedveltebb három szolgáltatás a Netflix, a HBO Max és a Disney Plus. Érdeemes megjegyezni, hogy a legtöbb válaszadó több mint egy szolgáltatásra is előfizet.

A következő kérdésben azt kívántam felmérni, hogy melyik szolgáltatást tartják a válaszadók a legjobbnak. Ebben a kérdésben összesen 87 válaszadó szerepelt. A válaszadók 69 százaléka (60 fő) a Netflixet, a Spotify-t 14 százaléka (12 fő),a Disney + -t 8 százaléka (7 fő) választotta a legjobb szolgáltatásnak. A többi szolgáltatóra mint például a Sky Showtime vagy a Telekom TV-re 1-2 szavazat érkezett.



8. ábra: Legjobbnak gondolt szolgáltatások megoszlása, n=87

Forrás: saját kutatás, 2023

A következő kérdéssel, megszerettem volna tudni az előző kérdésben választott legjobb szolgáltatásnak az okát is a kitöltőktől. Az okok között a válaszadók 25 százaléka (15 fő) az ár-érték arányt emelte ki, valószínűleg azt vélik, hogy a szolgáltatás által nyújtott élmény és az érte fizetett díj összességében egyensúlyban van. Az érintettek 8,3 százaléka (5 fő) az elérhetőséget nevezte meg döntő tényezőként. Ez arra utalhat, hogy számukra a szolgáltatás bármikor és bárhol hozzáférhető, csak internetkapcsolat vagy előzetes letöltés szükséges. Az egyszerűséget az okok közül a válaszadók 25 százaléka (15 fő) említette, ami azt jelenti, hogy a szolgáltatást könnyen használhatónak találták, beleértve a weboldal használatát, a fiók beállítását és a díjfizetés egyszerűségét. A gyorsaság miatt 35 százalék (21 fő) preferálja a Netflix szolgáltatását, ideértve a letöltési és lejátszási sebességet. A válaszadók 53,3 százaléka (32 fő) a kép és hangminőséget választotta, ami azt mutatja, hogy a minőség számukra fontos szempont. Az eredményekből kiderül, hogy az előfizetők átlagosan 2-3 okot jelöltek meg, amiért a Netflixet számukra a legjobbnak találták. Ez azt sugallja, hogy a Netflix jelenleg piacvezető, és a válaszadóknak több alapjuk is van ezen állításukhoz.

Most pedig áttérek a dobogó második helyén végző szolgáltatóra, a Spotify-ra, amelyre a válaszadók 14 százaléka (12 fő) szavazott, mint a legjobb szolgáltatás. Az okok közül a válaszadók 30 százaléka (6 fő) az ár-érték arányt emelte ki, jelezve, hogy számukra az ár és a minőség kiegyensúlyozottak. Az elérhetőséget 25 százalék (5 fő) választotta, utalva arra, hogy a Spotify bármikor és bárhol elérhető, csak internetkapcsolat vagy

előzetes letöltés szükséges. Az egyszerűséget 20 százalék (4 fő) említette, amely magában foglalja a szolgáltatás weboldalának könnyű használatát, a fiók beállítását és a díjfizetés egyszerűségét. A gyorsaság miatt 15 százalék (3 fő) részesítette előnyben a Spotify-t, beleértve a letöltési és lejátszási sebességet is. A kép és hangminőséget választó válaszadók aránya 25 százalék (5 fő) volt, hangsúlyozva a minőség fontosságát. Ezek az eredmények összességében megerősítik, hogy a Spotify is népszerű a válaszadók körében, és az általuk preferált tulajdonságok miatt tartják a legjobbnak.

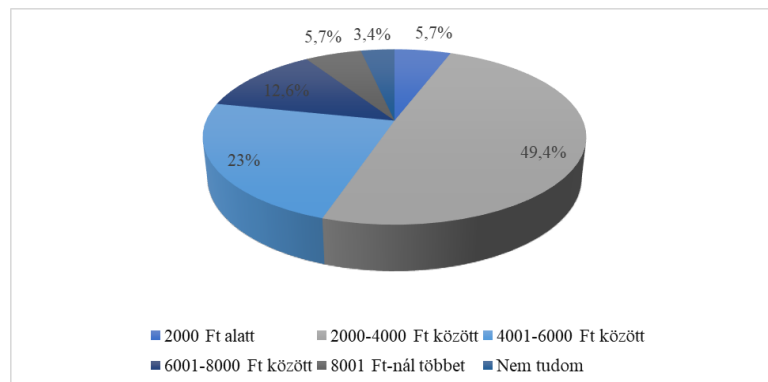
A harmadik helyen a válaszadók 8 százaléka (7 fő) a Disney Plus szolgáltatást választotta a legjobbként. Az indoklásuk közül a kínálat szélességét 100 százalékuk (7 fő) említette, az ár-érték arány és a kép-hang minőség pedig 14,2 százalék (1 fő) számára volt döntő tényező.

A többi szolgáltató, mint a Sky Showtime vagy a Telekom TV, mindössze 1-2 szavazatot kapott, és a választók azoknak a kínálati szélessége miatt adták a voksukat. A felsorolt szolgáltatókon kívül más preferált szolgáltatókat a megkérdezettek nem említettek. Egy válaszadó azonban úgy vélekedett, hogy nincs olyan szolgáltató, ami abszolút a legjobb lenne, vagy éppen nem lehet kiválasztani.

Következő kérdésem arra irányult, hogy felmérjem, mikor kezdték először az emberek az előfizetéseiket a streaming szolgáltatásokra. A lehetséges időintervallumok között szerepelt a 2017 előtti időszak, 2017 és 2018 között, 2019 és 2020 között, 2021 és 2022 között, valamint a 2023. Úgy vélem, hogy a koronavírus-járvány idején a streaming szolgáltatásokra való előfizetések növekedtek a bezártság és az alternatív szórakozási lehetőségek hiánya miatt. A 2017 előtti időszakban az előfizetők 10,3 százaléka (9 fő) kezdett el előfizetni, 2017 és 2018 között ez az arány 11,4 százalékra (10 főre) nőtt. 2019 és 2020 között tovább növekedett, elérve a 32,1 százalékot (28 fő), majd 2021 és 2022 között már 40,2 százalék (35 fő) volt. 2023-ban azonban ez az arány visszaesett 5,7 százalékra (5 főre). Az eredményekből látható, hogy a legtöbben 2019 és 2020 között kezdtek előfizetni, amelyet valószínűleg a pandémia időszaka is befolyásolt.

A következő lépésben azt kívántam feltérképezni, hogy az előfizetők mennyit költenek összesen ezekre a szolgáltatásokra. A kérdésre a legtöbben tudtak válaszolni, mindössze

3,4 százalékuk (3 fő) nem tudta ezt megmondani. Tehát 2000 forint alatt 5,7 százalék (5 fő) költ, 2000 és 4000 forint között már többen, az eredmény 43,6 százalék (38 fő). 4000 és 6000 forint között 20,6 százalékuk (18 fő) költ, 6000 és 8000 forint között szintén 12,6 százalékuk (11 fő) szán rá, míg 8000 forint felett 5,7 százalékuk áldoz a különböző streaming szolgáltatásokra összesen. Tehát a legtöbben 2000 és 4000 forint között költenek, ami szerintem egy kedvező összeg, és cserébe bizonyos szolgáltatók korlátlan hozzáférhetőséget biztosítanak tartalmaikhoz.



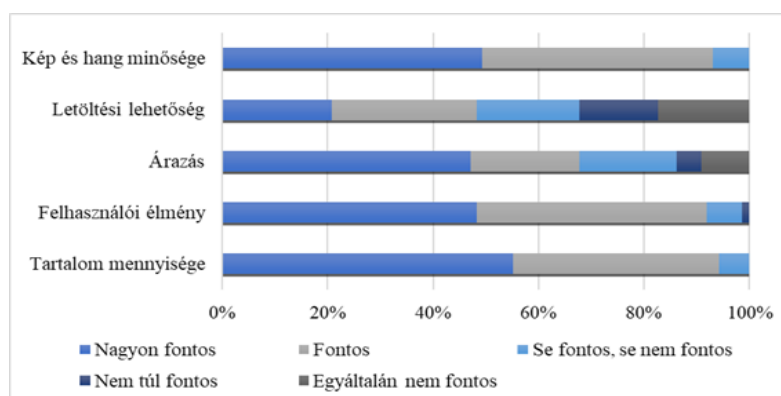
9. ábra:Költési szokások megoszlása,n=87

Forrás: saját kutatás, 2023

Most pedig arra összpontosítanék, hogy értékeljem, mennyire tartják fontosnak az előfizetők a streaming szolgáltatásokat egy ötös Likert-skála alapján. Elsőként a tartalom mennyiségét vizsgálnám. Az előfizetők 55,2 százaléka (48 fő) nagyon fontosnak tartotta, 39 százalékuk (34 fő) fontosnak értékelte, míg 5,8 százalékuk sem fontosnak, sem nem fontosnak nem ítélte meg. A nem túl fontos és az egyáltalán nem fontos kategóriában nem érkezett eredmény. Az átlag érték 4,5, tehát úgy vélem, hogy a tartalom mennyisége rendkívül fontos tényező a szolgáltatások kiválasztásánál.

A felhasználói élményt illetően a válaszadók 48,2 százaléka (42 fő) nagyon fontosnak találja, 43,6 százalékuk (38 fő) fontosnak tartotta, míg 6,8 százalék (6 fő) sem fontosnak, sem nem fontosnak véleményezte. Nem túl fontosnak 1,4 százalék (1 fő) tartotta ezt a jellemzőt egy streaming szolgáltatásnál. Az egyáltalán nem fontos kategóriában nem érkezett válasz. Az átlag érték 4,4, így véleményem szerint ez is fontos tényező, éppúgy, mint a tartalom mennyisége az előfizetők számára.

A harmadik tulajdonság, amelyet kértem a válaszadóktól, hogy rangsoroljanak fontosság szerint, az árazás volt. Nagyon fontosnak tartotta 47,1 százalékuk (41 fő), fontosnak 20,7 százalék (18 fő), se fontosnak se nem fontosnak 18,4 százalék (16 fő), nem túl fontosnak 4,6 százalék (4 fő), egyáltalán nem fontosnak pedig 9,2 százalék (8 fő) az árazását ezeknek a szolgáltatásoknak. Mivel a legtöbbjüknek fontos, itt az átlag 4,3, ami azt jelenti, hogy az előfizetők számára az ár kedvező, és képesek fizetni az előfizetéseikért. Annak ellenére, hogy átlagosan 2-3 szolgáltatásra is előfizetnek, ami tovább erősíti azt a feltételezést, hogy az árak elfogadhatóak számukra.



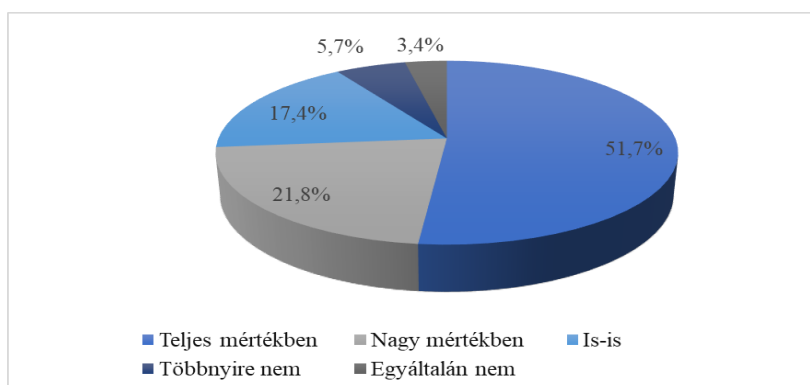
10. ábra: Preferenciák megoszlása, n=87

Forrás: saját kutatás, 2023

A negyedik kérdésem a letöltési lehetőségre vonatkozott. Kutatásom szerint ez az opció nem minden streaming szolgáltatásnál elérhető. Amennyiben azonban van, lehetővé teszi a tartalmak letöltését, így internetkapcsolat nélkül is élvezhetők. Nagyon fontosnak ezt a funkciót a megkérdezettek 20,7 százaléka (18 fő), fontosnak 27,6 százalék (24 fő), se fontosnak se nem fontosnak 19,5 százalék (17 fő), nem túl fontosnak 14,9 százalék (13 fő), egyáltalán nem fontosnak pedig 17,3 százalék (15 fő) tartotta. Az eredmények átlaga 4, tehát többségében fontosnak találták ezt a funkciót.

Az utolsó kérdésem a Likert-skála alapján a kép és hang minőségére irányult. Nagyon fontosnak tartotta 49 százalék (43 fő), fontosnak 43,6 százalék (38 fő), se fontosnak se nem fontosnak 6,9 százalék (6 fő) gondolta. Egyetlen válaszadó sem találta sem túl fontosnak, sem pedig egyáltalán nem fontosnak. Ennél a kérdésnél az átlag 4,4 lett, így elmondható, hogy ez is szintén egy fontos tényező a választók számára.

Kérdőívem ezen részén a hipotézisemre tértem ki. Megkérdeztem a kitöltőket, mennyire értékének azzal egyet, hogy a streaming szolgáltatások megjelenése óta több filmet és/vagy zenét néznek vagy hallgatnak. A válaszadók teljes mértékben 51,7 százalékuk (45 fő) nagy mértékben 21,8 százalékuk (19 fő) , is-is 17,4 százalék (15 fő), többnyire nem 5,7 százalék (5 fő) , egyáltalán nem 3,4 százalékuk (3 fő). Tehát legtöbbjük teljes mértékben vagy nagy mértékben így gondolja.



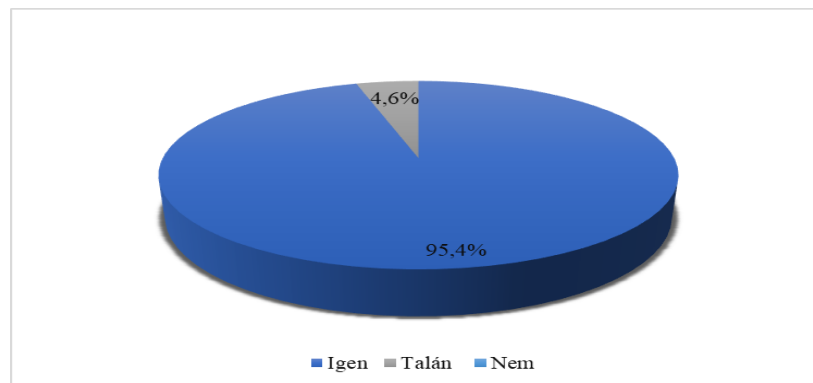
11. ábra:Egyetértések megoszlása, n=87

Forrás: saját kutatás, 2023

A következő kérdéssel a streaming szolgáltatások használatának gyakoriságára voltam kíváncsi heti átlagos szinten. A válaszadók 1,14 százaléka (1 fő) heti egyszer sem, heti egy vagy két alkalommal 16,9 százaléka (14 fő), három-négy alkalommal 24,1 százaléka (21 fő), öt vagy hat alkalommal 18,3 százalékuk (16 fő), hatnál többször pedig 44,8 százalékuk (39 fő) használja azt. Ezek alapján megállapíthatjuk, hogy a legtöbb válaszadó hetente hat alkalomnál többször streamel valamilyen tartalmat. A későbbiekben ezt az eredményt hasonlítanám össze a hagyományos TV és rádió használatának gyakoriságával, hogy a hipotézisemet megtudjam cáfolni vagy alátámasztani, miszerint az emberek többet használják a streaming szolgáltatásokat.

A következő kérdéssel felmértem, hogy a válaszadók, akik előfizetnek bizonyos streaming szolgáltatásra, mennyire ajánlanák azt másoknak. A 87 válaszadó közül 95,4 százaléka (83 fő) ajánlaná, 4,6 százalékuk (4 fő) pedig talán ajánlaná a streaming

szolgáltatásokat másoknak. Az eredmények alapján láthatjuk, hogy a legtöbben ajánlanák, feltehetően ezáltal elégedettek ezekkel a szolgáltatásokkal.



12. ábra: Ajánlások megoszlása, n=87

Forrás: saját kutatás, 2023

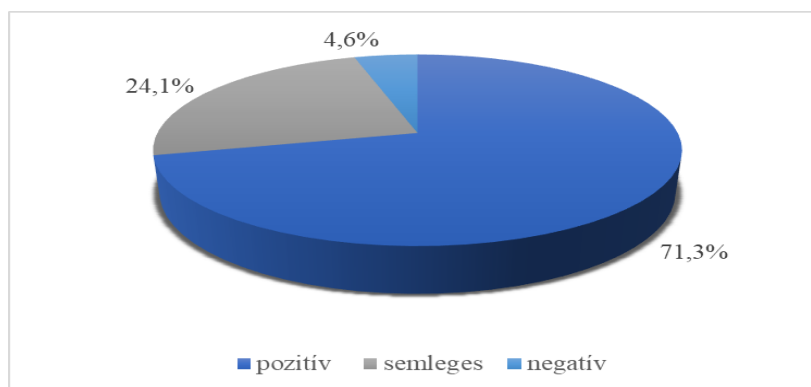
Érdeklődtem a továbbiakban a kitöltők véleményére, hogy szerintük milyen változtatások javíthatnának a leginkább a streaming szolgáltatásokon. A választási lehetőségek között szerepelt a kínálat bővítése, melyre a kitöltők 58,6 százaléka (51 fő), a kedvezőbb árazásra voksolt a válaszadók 42,5 százaléka (37 fő), a letöltési lehetőségre 6,9 százalék (6 fő), a gyorsabb letöltésre szintén 6,9 százalék (6 fő), a szabadabb megosztásra 24,1 százalék (21 fő), a jobb hang- és képminőségre 5,7 százalék (5 fő), több magyar szinkronizált filmekre 1,1 százalék (1 fő), és a régi filmek elérhetőségére is 1,1 százalék szavazott.

A következő részben érdeklődtem a kitöltők véleményéről a streaming szolgáltatások használatával kapcsolatban. A válaszadók 46 százaléka (40 fő) kiválónak gondolja, 42,5 százaléka (37 fő) jónak véli, 10,3 százaléka (9 fő) inkább jónak tartja, semlegesnek pedig 1,1 százalék (1 fő) értékeli a streaming szolgáltatásokat. Más válaszok, mint az inkább rossz vagy a rosszra való értékelés, nem érkeztek.

A következő kérdésben megkértem a kitöltőket, hogy hasonlítsák össze a streaming és a hagyományos televízió szolgáltatásokat. A válaszadók 100 százaléka (87 fő) az árazás, kép- és hangminőség, élvezhetőség, kínálat, és elérhetőség szempontjából előnyben részesítette a streaming szolgáltatásokat a hagyományos televíziós szolgáltatásokkal szemben.

A következő kérdésben arra voltam kíváncsi, hogy a kitöltők szerint a streaming szolgáltatások által lehetőség nyílik-e az idegen nyelvek fejlesztésére, ez nem kötelezően megválaszolható kérdés volt. A válaszadók 96,8 százaléka (30 fő) szerint igen, míg 3,2 százalék (1 fő) talán ajánlaná.

A következő kérdésben felmértem, hogy a streaming szolgáltatások használata mennyire változtatta meg a mindennapjait a kitöltőknek. A válaszadók összesen 87 főből álltak, melyből 71,3 százaléka (62 fő) pozitívnak, 24,1 százaléka (21 fő) semlegesnek, 4,6 százalék (4 fő) pedig negatívnak értékelte ezt a változást.



13. ábra: Streaming szolgáltatások hatása az életre, n=87

Forrás: saját kutatás, 2023

A következő kérdésben kíváncsi voltam arra, hogy a fogyasztók mennyire maradnának hűek a streaming szolgáltatásokhoz, ha az valamilyen szigorítást vezetne be a jelszómegosztással kapcsolatban. A válaszadók 87 főből álltak, melynek 60,9 százaléka (53 fő) ebben az esetben nem tenne semmit, 29,9 százaléka (26 fő) nem tudja, 9,1 százaléka (8 fő) pedig lemondaná az előfizetést ebben az esetben.

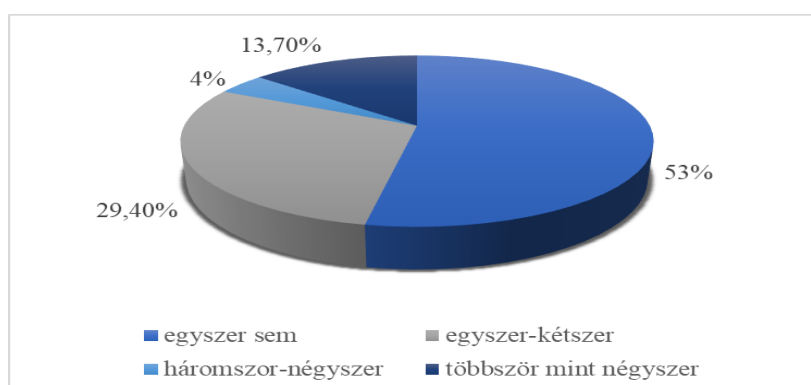
A kérdőív másik részében pedig felmértem, hogy azok, akik nem fizetnek elő bármely streaming szolgáltatásra, mi az álláspontjuk ezzel a témával kapcsolatban.

Azok, akik nem fizetnek elő, jóval kevesebben voltak, mindössze a kitöltők 14,7 százaléka (15 fő). Az első kérdésem feléjük irányult, hogy terveznek-e előfizetni valamely streaming szolgáltatásra a jövőben. A 15 fő közül 20 százalék (3 fő) tervez előfizetni, míg 80 százalékuk (12 fő) nem.

Azok, akik terveznek előfizetni, azok válaszát vizsgálom tovább. A három fő közül 66,6 százalék (2 fő) a Netflix-re, 33,3 százalék (1 fő) a Sky Showtime-ra tervez előfizetni. A választott szolgáltatás okát is megkérdeztem, és a válaszadók azért terveznek előfizetni, mivel korábban pozitív tapasztalatokat szereztek ezekkel a szolgáltatásokkal kapcsolatban.

Azok, akik nem terveznek előfizetni bármely streaming szolgáltatásra, okként említik az anyagiakat, vagy hogy nincs rá szükségük, illetve nem tartozik az érdeklődési körükbe ezek a szolgáltatások.

A közös részben, melyet mind az előfizetők, mind a nem előfizetők kitöltöttek, felmértem a kitöltők szokásait a hagyományos tévézésükkel kapcsolatban. Hetente átlagosan a kitöltők 53 százaléka (54 fő) egyszer sem, egyszer-kétszer 29,4 százaléka (30 fő), háromszor-négyszer 4 százaléka (4 fő), többször, mint négyszer 13,7 százalékuk (14 fő) néz hagyományos televízió csatornákat.



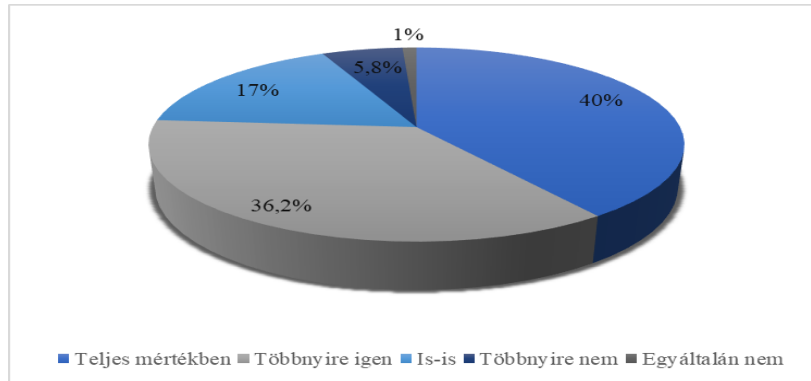
14. ábra:Televízió használatának gyakorisága,n=102

Forrás: saját kutatás, 2023

Felmértem a kitöltők rádió hallgatási szokásait is. Hetente átlagosan a válaszadók 51 százaléka (52 fő) egyszer sem, egyszer kétszer 33,3 százaléka (34 fő), háromszor négyszer 5 százaléka, és többször, mint négyszer 10,8 százaléka (11 fő) hallgat hagyományos (FM) rádiót.

A továbbiakban megkérdeztem a kitöltőket, hogy mennyire értenek egyet azzal, hogy a streaming szolgáltatások a közeljövőben le fogják váltani a hagyományos Tv-

csatornákat. A válaszadók összesen 102 főből álltak, és válaszukat Likert-skálán értékeltem. A válaszadók 40 százaléka (41 fő) teljes mértékben, 36,2 százaléka (37 fő) többnyire igen, 17 százaléka (17 fő) is-is, 5,8 százaléka (6 fő) többnyire nem (6 fő), 1 százaléka (1 fő) pedig egyáltalán nem ért egyet ezzel az állítással.



15. ábra: A hagyományos televízió szolgáltatások jövője, n=102

Forrás: saját kutatás, 2023

8. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

8.1. Konklúzió

A felmérés során az adatok egyértelműen mutatják, hogy a résztvevők jelentős része rendelkezik valamilyen formában előfizetéssel a streaming szolgáltatásokra. Különösen a fiatalabb korosztályok, főként a 14 és 20 év közöttiek, emelkedett arányban veszik igénybe ezeket a szolgáltatásokat. Az adatokból egyértelműen kirajzolódik, hogy a streaming szolgáltatások iránti érdeklődés erősen összefügg a korral, mivel a fiatalabb generációk körében szinte általános az előfizetés, míg az idősebb korosztályok között jelentős visszaesés tapasztalható ezen a téren.

Megfigyelhető továbbá, hogy a nagyobb városokban élők nagyobb valószínűséggel rendelkeznek előfizetéssel, míg a falvakban és kisebb településeken ez az arány jóval alacsonyabb. Azok, akik nem fizetnek elő, leggyakrabban anyagi okokra vagy az érdeklődési kör hiányára hivatkoztak.

A Netflix kiemelkedik a legnépszerűbb szolgáltatók közül a válaszadók körében, amelyet többek között a hang és kép minősége miatt értékelték kiemelkedően. A Netflix-et a HBO Max és a Disney Plus követi, de számos más platform, mint például a Spotify, Amazon Prime Video vagy a Sky Showtime is jelentős számú felhasználóval rendelkezik.

Az előfizetők jelentős része (43,6%) havi 2000 és 4000 forint közötti összeget szán a streaming szolgáltatásokra. Ez az árkategória elfogadhatónak bizonyult a felhasználók számára. Az árazás fontossága kiemelkedő tényező, ami azt jelzi, hogy az előfizetésük ára elfogadhatónak tűnik az előfizetők számára.

A tartalom mennyisége és a felhasználói élmény (kép- és hangminőség) kiemelkedő fontosságú szempontok az előfizetők számára. Ez azt sugallja, hogy a minőségi tartalom és a kiváló felhasználói élmény meghatározó szempontok a szolgáltatások kiválasztásában.

Az előfizetők jelentős része hetente hat alkalomnál többször veszi igénybe a streaming szolgáltatásokat. Ez egyértelműen jelzi, hogy a streaming platformok rendkívül népszerűek és gyakran használtak a felhasználók körében, ami összehasonlítva a hagyományos TV és rádió használatával fontos adat lehet a további elemzések során.

Az adatok elemzése rámutat arra, hogy a hagyományos televízió csatornák nézése már nem a fő szórakozási vagy információforrás a megkérdezettek jelentős részének életében. A vizsgált mintán belül a válaszadók többsége, azaz 53 százaléka, hetente egyszer sem néz hagyományos televízió csatornákat. Hasonló tendencia figyelhető meg a hagyományos rádióhallgatás terén is: a válaszadók 51 százaléka hetente egyszer sem hallgat hagyományos rádiót.

Ez az eredmény alátámasztja az első hipotézisemet, miszerint azok, akik előfizetnek a streaming szolgáltatásokra, kevesebb időt töltenek hagyományos televíziós műsorok nézésével, és inkább az online streaming tartalmakra támaszkodnak. Ugyanakkor érdemes megemlíteni, hogy a válaszadók több mint háromnegyede (76,3 százalék) teljes mértékben vagy többnyire egyetért azzal a feltételezéssel, hogy a streaming szolgáltatások előbb-utóbb leváltják a hagyományos televízió csatornákat, amely az előző hipotézisemet tükrözi. Azonban a kutatásom nem teljes mértékben támasztja alá ezt a hipotézist. Bár egyre többen részesítik előnyben a streaming szolgáltatásokat a rugalmasságuk, személyre szabhatóságuk és a tartalom sokfélesége miatt, még mindig van egy bizonyos korosztály, amely inkább a hagyományos televíziót részesíti előnyben. Ezért a második hipotézisem részben cáfolom a kutatás eredményei alapján.

Az előfizetők 95,4%-a nagyon pozitívan értékelte a streaming szolgáltatásokat, és szívesen ajánlaná másoknak is. Ez azt sugallja, hogy elégedettek a jelenlegi szolgáltatásokkal. A felhasználók leginkább a kínálat bővítését (58,6%) és kedvezőbb árazást (42,5%) preferálnák a streaming szolgáltatásokban.

Érdemes megemlíteni, hogy a streaming szolgáltatásokra való előfizetés a pandémia alatt mutatott jelentős növekedést, majd azóta visszaesett az új előfizetők száma.

Összességében az adatok azt mutatják, hogy a felhasználók elégedettek a streaming szolgáltatásokkal és inkább preferálják azokat a hagyományos médiaformákkal

szemben. Azonban az ár, kínálat és egyéb fejlesztések továbbra is kulcsfontosságúak lehetnek a szolgáltatók számára, hogy továbbra is megőrizzék és növeljék a felhasználói elégedettséget és lojalitást.

8.2. Javaslattétel

A streaming szolgáltatások általános népszerűsége és az elégedettségi mutatók magas szintje azonban nem jelenti azt, hogy nincs lehetőség további fejlődésre és javításra. Az elvégzett felmérés kiemel néhány olyan területet, ahol innováció és változtatások révén a szolgáltatások még vonzóbbá tehetők a felhasználók számára.

Az egyik legfontosabb javaslat a tartalomkínálat bővítése. A felhasználók igénylik az egyre változatosabb és egyedibb tartalmakat, és az új sorozatok, filmek vagy akár exkluzív tartalmak hozzáadása rendkívül fontos lehet a felhasználói elkötelezettség és az új felhasználók megszerzése szempontjából. A minőségi, izgalmas és egyedi tartalmak bevezetése egyaránt lehetőséget kínál a szolgáltatóknak az állandó figyelem fenntartására és a versenytársak előtt való kitűnésre.

Az árazás és csomagok terén tett változtatások is kulcsfontosságúak lehetnek. Az ár gyakran meghatározó tényező a felhasználók döntéseiben, ezért olyan kedvezményes csomagok és rugalmasabb előfizetési lehetőségek kínálata, amelyek jobban illeszkednek a felhasználók igényeihez és költségvetéséhez, nagyban hozzájárulhatnak a felhasználói elégedettség növekedéséhez és az új előfizetők megszerzéséhez.

A streaming szolgáltatások minősége is létfontosságú a felhasználók számára. A kép- és hangminőség folyamatos javítása, valamint az új technológiák bevezetése elengedhetetlen ahhoz, hogy a felhasználók teljes mértékben élvezhessék az online tartalmakat. A fejlett technológia és a magas minőségű streaming élmény hozzájárulhat a szolgáltatások vonzerőjének növekedéséhez és a felhasználói elégedettség további emeléséhez.

Mindezek a javaslatok a streaming szolgáltatók számára új lehetőségeket teremtenek a piaci részesedés növelésére és megtartására, miközben javítják a felhasználók élményét. Az innováció és a folyamatos fejlődés fontos a versenyképesség fenntartása és az iparág

folyamatos növekedése szempontjából. A változások révén a szolgáltatók képesek lehetnek kielégíteni a fogyasztók igényeit és elvárásait, ezáltal hosszú távon fenntartható és sikeres üzleti modellt építeni.

9. ÖSSZEFOGLALÁS

A streaming szolgáltatások által hozott változások nem csupán a tartalomfogyasztás módját módosították, hanem mélyrehatóan befolyásolták a mindennapi rutinokat és életmódot is. Az ezekkel járó hatások összetettek és sokirányúak, ezért kulcsfontosságú megérteni és elemezni azokat a változásokat, amelyek az életünkbe kerültek a digitális média térnyerésével.

A streaming szolgáltatások térnyerése az elmúlt években forradalmi változásokat hozott a mindennapi életünkben, átformálva a tartalomfogyasztás szokásait és megváltoztatva a hagyományos médiafelhasználási mintákat. Az internet elterjedése és a digitális technológia fejlődése lehetővé tette, hogy a felhasználók gyorsan és könnyen elérhessék kedvenc filmjeiket, sorozataikat, zenéiket vagy játékaikat bármikor, bárhol.

A streaming szolgáltatások legkiemelkedőbb előnyei közé tartozik a tartalom személyre szabhatósága. Ezek a platformok olyan algoritmusokat alkalmaznak, amelyek figyelembe veszik a felhasználói előzményeket, preferenciákat és viselkedési mintákat. Ennek eredményeként az ajánlások egyre pontosabbak, lehetővé téve a felhasználóknak, hogy szélesebb kínálatból válasszanak olyan tartalmakat, amelyek valóban érdeklik őket, és mélyebb, személyre szabottabb élményt nyújtanak.

Az idő- és térbeli rugalmasság is jelentős hatással van mindennapi életünkre a streaming szolgáltatások révén. A tartalomfogyasztás nem korlátozódik egy adott időpontra vagy helyszínre, így a felhasználók beilleszthetik azt napi rutinjukba, ami jelentősen nagyobb szabadságot és rugalmasságot biztosít az időgazdálkodásban és a szórakozásban.

Ugyanakkor a könnyű hozzáférésnek és a szabadon elérhető tartalomnak is megvannak a maga kihívásai és potenciális veszélyei. A folyamatosan elérhető tartalom könnyen vezethet a túlzott médiafogyasztáshoz, ami negatív hatással lehet az időmenedzsmentre és az egészségre. Ráadásul a hagyományos médiumoknak is alkalmazkodniuk kell a digitális változásokhoz annak érdekében, hogy versenyképesek maradjanak ebben az új korszakban.

A szakdolgozatom célja az, hogy teljes körű képet adjon arról, hogy a streaming szolgáltatások milyen mértékben változtatják meg a mindennapi életünket és milyen hatással vannak rá. Ehhez hipotéziseimet teszteltem egy kérdőíves kutatás során, amelynek eredményei alátámasztják vagy éppenséggel cáfolják az előzetes feltevéseimet.

10. IRODALOMJEGYZÉK

1. AGUIAR, L. (2017): Let the music play? Free streaming and its effects on digital music
2. CARRONI, E. – PAOLINI, D. (2020): Business models for streaming platforms: Content acquisition, advertising and users
3. CARTER, M. (2021): TwitchTV Strategic Analysis
4. DEFINO, D. J. (2013): The HBO Effect
5. DIXON, W. W. (2013): Streaming: Movies, Media, and Instant Access
6. GREEN, W. – LANCASTER, B. (2006): Over-the-Top Services
7. HEAJI, K. – SANG, H. K. (2019): Pricing Strategy within the U.S. Streaming Services
8. IDLAND, E. – QVERBY, H. – JAN, A. (2015): Economic Markets for Video Streaming Services
9. LOBATO, R. – LOTZ, A. (2020): Imagining Global Video: The Challenge of Netflix.
10. LOTZ, A. (2014): The Television Will Be Revolutionized, Second Edition
11. MARC, R. (2019): That Will Never Work: The Birth of Netflix and the Amazing Life of an Idea
12. PALOTÁS Gábor (2006): Multimédia szolgáltatások IP hálózatokon: Triple Play
13. PINTÉR Róbert – HACK-HANDA József (2017): Kell-e a Netflix a magyaroknak?
14. SUJATAL, J. – SOHAG, S. – DEWAN, T. – CHINTAN, D. – SHUBHAM, P. – SUMIT, G. (2015) :Impact of Over- the -Top (OTT) Services on Telecom Service

15. WEEKS, R. (2022): History by HBO
16. XUMIN, C. – XINXIANG, L. – XUANJI, W. (2022): Comparative Analysis of Disney+ and Netflix in Post-covid19
17. YASMIN, A. – PUTU, W. – HANDAYANI, I. – CHANDRA, H. (2021): Actual Use of Transactional Video on Demand: The Extended of Technology Acceptance Model

Elektronikus hivatkozások

1. <https://media1.hu/2022/08/05/eldolt-osszeolvad-az-hbo-max-es-a-discovery-streamingszolgalattas/> (Utolsó letöltés :2023.10.01)
2. <https://help.disneyplus.com/hu/article/disneyplus-introduction> (Utolsó letöltés :2023.10.01)
3. <https://nmhh.hu/cikk/241952/Megindult-a-televizioelofizetesek-lemorzsolodasa-erosodik-a-streaming> (Utolsó letöltés: 2023.10.01)
4. THOMSEN, S. (2015):Netflix Just Cracked 10% of the Australian Market (Utolsó letöltés: 2023.10.05)
5. ROY, M. (2017):Over 1 in 3 Australians Now Have Netflix as Subscriptions Jump 20 Percent in First Quarter of 2017, www.roymorgan.com/findings/7242-netflix-subscriptions-march-2017-201706080957 (Utolsó letöltés: 2023.10.05.)
6. ROY, M. (2019): Almost 14 million Australians have subscription or pay, <http://www.roymorgan.com/findings/8036-svod-netflix-foxtel-stan-fetch-youtube-amazon-pay-tv-may-2019-20190701050> (Utolsó letöltés: 2023.10.05)
7. <https://blog.filmtrack.com/industry-insights/in-the-press/streaming-platforms-and-their-impact-on-the-film-industry> (Utolsó letöltés: 2023.10.01)

8. ADALIAN, J. (2020): Which streaming service do you actually want?
<https://www.vulture.com/article/best-streamingservices-guide.htm> (Utolsó
letöltés: 2023.10.15.)
9. [https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-
tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott/](https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott/) (Utolsó letöltés: 2023.10.21)
10. [https://www.hwsz.hu/hirek/60891/hbo-go-streaming-internet-lokalis-
lejatszas-offline.html](https://www.hwsz.hu/hirek/60891/hbo-go-streaming-internet-lokalis-lejatszas-offline.html) (Utolsó letöltés: 2023.11.18)
11. [https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/technologia-media-
telekommunikacio/articles/elo-sportkozvetitesek-a-streaming-haboru-kovetkezo-
szintere.html](https://www2.deloitte.com/hu/hu/pages/technologia-media-telekommunikacio/articles/elo-sportkozvetitesek-a-streaming-haboru-kovetkezo-szintere.html) (Utolsó letöltés: 2023.11.19)
12. KOVÁCS D. (2018): [https://hu.ign.com/streaming-1/39772/feature/a-
streaming-szolgaltatasok-evolucioja](https://hu.ign.com/streaming-1/39772/feature/a-streaming-szolgaltatasok-evolucioja) (Utolsó letöltés: 2023.11.25)

TARTALMI KIVONAT

A szakdolgozat a streaming technológia és streaming szolgáltatások térnyerésének és hatásainak átfogó elemzését foglalja össze. Az írás fókuszában a digitális forradalom által hozott változások állnak, amelyek mélyen befolyásolják mind a médiafogyasztást, mind pedig mindennapi életünket.

Az elemzés során az első fejezet általános bevezetésként szolgál a digitális forradalom és streaming szolgáltatások térnyerése témakörébe. Ezt követően a streaming technológia hatásait részletesen vizsgálja, különös tekintettel a médiafogyasztási szokások és az életvitel alakulására.

A dolgozat további részeiben a népszerű streaming szolgáltatók, például a Netflix, HBO Max és Disney+ szerepét és hatását tárgyalja, különös figyelmet szentelve az általuk kínált tartalomra és globális befolyásukra.

A kutatás részeként a szakdolgozat azt is megvizsgálja, hogy az interaktivitás, testre szabhatóság és az azonnali hozzáférés milyen módon formálja és változtatja meg a médiafogyasztást és az emberi életmódot.

A zárófejezet összefoglalja a főbb megfigyeléseket és eredményeket, hangsúlyozva a streaming technológia és az OTT szolgáltatások általános hatásait mindennapi életre és médiafogyasztásra. Az elemzések és kutatási eredmények részletesebb betekintést kínálnak a digitális technológia által kiváltott változásokra és az ezekkel járó hatásokra az olvasók számára.

SUMMARY

This thesis summarises a comprehensive analysis of the rise and impact of streaming technology and streaming services. The focus of the paper is on the changes brought about by the digital revolution, which are profoundly affecting both media consumption and our everyday lives.

The first chapter provides a general introduction to the digital revolution and the rise of streaming services. It then examines in detail the impact of streaming technology, with a particular focus on the evolution of media consumption habits and lifestyles.

The rest of the paper discusses the role and impact of popular streaming services such as Netflix, HBO Max, Disney+, with a particular focus on the content they offer and their global influence.

As part of the research, the thesis will also examine how interactivity, customization, and instant access are shaping and changing media consumption and human lifestyles.

The final chapter summarises the main observations and findings, highlighting the overall impact of streaming technology and OTT services on everyday life and media consumption. The analyses and research findings offer readers a more detailed insight into the changes brought about by digital technology and the resulting impacts.