



ÓBUDAI EGYETEM

**Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés és Infokommunikációs Intézet**

SZAKDOLGOZAT

**ÓE-KGK
2023**

Hallgató neve:

Hegyi Zsanett

Hallgató törzskönyvi száma:

T123456/FI12904/G



ÓBUDAI EGYETEM
ÓBUDA UNIVERSITY

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés és Infokommunikációs Intézet

SZAKDOLGOZAT FELADATLAP

Hallgató neve: Hegyi Zsanett

Szaktervező száma: [REDACTED]

Törzskönyvi száma: T007979/FI12904/G

Neptun kódja: [REDACTED]

Szak: Gazdaságinformatikus

Specializáció: Vállalatinformatikai specializáció

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, javaslattevételeket, 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. 10. 31.



[Signature]
Intézetigazgató

A dolgozatot beadásra alkalmasnak találom.

[Signature]

belső konzulens

[Signature]
külső konzulens



HALLGATÓI NYILATKOZAT

Alulírott Hegyi Zsanett (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. december 10.


hallgató aláírása

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
2.	SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	3
2.1.	Mi az a Stream/Streaming.....	3
2.2.	Stream eredete, fajtái és hatása a gazdasági döntésekre	4
2.3.	Youtube és Youtuberek Magyarországon.....	9
2.4.	Spotify mint a legfelkapottabb zenei streaming	14
2.5.	Netflix	15
2.5.1.	Árazás-áremelés	16
2.5.2.	Marketing-Versenytársak.....	19
2.5.3.	Érzékenyítés, Binge watching.....	20
2.6.	Twitch.tv	22
3.	SAJÁT KUTATÁS.....	23
3.1.	Kutatás a kérdőív alapján.....	25
3.2.	Kutatás a kérdőív adatai alapján SPSS-ben	37
4.	KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK.....	41
5.	ÖSSZEFOGLALÁS	42
	IRODALOMJEGYZÉK	I
	MELLÉKLETEK	V
	TARTALMI KIVONAT	IX
	SUMMARY	IX

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra - Youtube logó	9
2. ábra - Hollywood Hírügynökség logó	10
3. ábra - Netflix logó.....	18
4. ábra- Streaming szolgáltatások népszerűsége	19
5. ábra- A streaming szolgáltatás népszerűségének alakulása 2022	19
6. ábra- A streaming szolgáltatás népszerűségének alakulása 2022	19
7. ábra - Twitch logó.....	22
8. ábra - A kitöltők neme, n=133	25
9. ábra - A kitöltők életkora, n=133	26
10. ábra - A kitöltők végzettsége, n=133	27
11. ábra - A kitöltők munkahelyének területe, n=133	28
12. ábra - A kitöltők nettó havi jövedelme, n=133	29
13. ábra - A kitöltők életvitelszerű lakhelynek helye, n=133	30
14. ábra - Mennyi kitöltő szokott streaming szolgáltatást használni?	31
15. ábra - Mennyi időt töltenek a kitöltők a streaming nézéssel átlagosan naponta n=133	32
16. ábra - Melyik streaming szolgáltatásért fizet a kitöltő, n=133	33
17. ábra - Leggyakrabban használt streaming, n=49	34
18. ábra - Legtöbbször használt streaming szolgáltatás, n=133	35
19. ábra - Átlagos havi költsége a kitöltőknek streaming platformokra, n=133.....	36

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat - 2023-as Netflix előfizetés árai \$-ban	17
2. táblázat - 2019-es Netflix előfizetés árai \$-ban kifejezve.....	17
3. táblázat - Havi nettó jövedelem és munkaterület vizsgálata	17
4. táblázat - Havi nettó jövedelem, nem, és a legtöbbet használt streaming szolgáltatás	38
5. táblázat - Életkor szerint átlagosan a monitor előtt töltött órák száma	39
6. táblázat - Nemek és a szolgáltatói változások	40

1. BEVEZETÉS

Manapság nagyon meghatározó a különböző szolgáltatások tartalma a felhasználókra nézve. Ez nem volt mindig így. Permanensen érdeklődtem a számítógépek és a videó tartalmak iránt, és szerencsére jó korba születtem, mert 2000 azaz a születésem után indult el hatalmas fejlődésnek a streaming. A szüleim elmondása szerint rögtön tudtam hol kell bekapcsolni a számítógépet kis iskolás koromban vagy használni az egeret, velük ellentétben. Emlékszem régebben volt két három videó, ami a számítógépünkön volt és csak azokat tudtuk nézni, viszont azokat végtelenszer. Mindezek után, ahogy cseperedtem úgy fejlődött a technika is, megjelentek a telefonok, majd az okos telefonok. A családban engem ért a megtiszteltetés, hogy Androidos telefonom legyen 2012-ben, ami tudott wifire csatlakozni és ezáltal tudtunk zenét hallgatni a Youtube-on vagy csak böngészni. Még ezekben az években is nagy divat volt, hogy amennyi memóriája volt a készüléknek annyi zeneszámot tartalmazott. A telefonok mellett az MP3 és MP4 eszközöket lehetett zene lejátszására használni, aminek a kezeléséhez csak én értettem a családomban. Az enyém volt a szerep a zenék letöltéséhez, majd az eszközre tétele is az én reszortom volt.

Az első videómegosztó a Youtube amivel találkoztam, olyan 2010 környékén, miközben a platformra 2005-ben töltötték fel az első videót. Elérkezett a filmek letöltése és nézése, mert gyermek koromban a szüleim esküvői videóját még kazettán, majd DVD-n lehetett visszaneézni, napjainkban pedig már Pendrive-on is. De a mesék leginkább DVD adathordozókon voltak leginkább elterjedtek. A filmek letöltésével gimnáziumi éveim alatt találkoztam, ekkor még bőven a zenéket is leginkább letöltve hallgattam és is és az ismerőseim is. A streaminggel egyetemi éveim alatt találkoztam. Ennek az oka, lehetett az is, hogy vidéken nem annyira fogékonyak az emberek az újításokra, ezért hozzám sem jutottak el olyan lehetőségek, mint a Netflix, vagy a Spotify, pedig már évek óta több milliós felhasználókkal rendelkeznek. 2016-ban vásároltak a szüleim először okos televíziót, amely rendelkezett wifi-vel, Netflix gombbal és Youtube-ozási lehetőséggel. Először a Netflixre történt meg az előfizetés, 2021-ben, amikor elhatároztam, hogy megéri a pénzt a szolgáltatás. Sokkal egyszerűbbé tette a filmnézést, minden eszközön. Mindemellett Panasonic-kal történő kooperációjának köszönhetően egy gombnyomásra megnyílik a TV eszközön a platform, ezért is volt szimpatikus a szolgáltatás.

A Spotify volt a következő szolgáltatás, amire megtörtént az előfizetés, viszont azóta is vegyesen használom a konkurens platformmal váltva.

Nagyon érdekes volt végig követni a technikai fejlődését és útját az emberekhez a szolgáltatásoknak, ezért is választottam témámnak a streaming szolgáltatásokat kutatásom témájaként. Manapság már, sok felhasználó nem tudná elképzelni a mindennapjait ezek a platformok nélkül, ahogy én sem. De sokan nem tudják, hogy is alakult ki mindez. Ez a kutatásom célja, hogy bemutassam, hogyan váltak a mostani szolgáltatások olyanná amilyenek. És rálátást adjak a kialakulásukra, hatásaikra és típusaikra.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Maga a streaming szó az angol stream szóból ered, ami a magyar nyelvben folyam szót jelent. Ez a kifejezés (folyam), az adatok folyamatos továbbítására utal. Ez a kifejezés és technika nem újkeletű dolog, hiszen az 1920-as években is jelen volt. George O. Squier 1865-ben született katona, tudós és feltaláló 1910-ben egy áramkörön történő megosztási és átviteli rendszerhez kapott szabadalmat, amely alapja volt annak, ami rádió használata nélkül folyamatosan közvetíthette a zenét kereskedelmi vásárlóknak. Az 1980 és 1990-es évektől a technológia lehetővé tette, hogy több és bonyolultabb streaming médiát is lejátszanak (Wheeler, 2013).

2.1. Mi az a Stream/Streaming

A streaming fogalmát különböző módon is értelmezhetjük, nem lehet egy merev, fix egy mondatban meghatározni. Egyes tanulmány szerint a streaming egy koncepció, amely metaforikusan egyesíti a médiakutatást az iparágak, gyakorlatok és médiaformák között, ösztönözve az összehasonlító kutatást (Spilker & Colbjørnsen, 2020). Egy másik szerint, a jelenséggel kapcsolatos kutatások többsége egy tartalomtípusra (zene, videó, könyv) és egy iparágra (zeneipar, filmipar) korlátozódott. Tudományos szempontból véve olyan videó vagy hanganyag, amely tömörített formátumban, az interneten keresztül kerül elküldésre és azonnal lejátszódik a felhasználó eszközén, bármilyen mentés nélkül (Wongkitrungrueng & Assarut, 2020).

A kérdés, hogy hogyan lehetséges mindez. Úgy lehetséges, hogy a felhasználó eszközén lejátszott média vagy audio fájl egy távoli helyről kerül letöltésre és folyamatosan továbbítódik az interneten keresztül. Tehát a felhasználónak nem kell bajlódni a film vagy zene letöltéssel, mert a streaming szolgáltatások havi pár ezer forintért lehetőséget adnak arra, hogy azonnal meg tudjunk nézni egy számunka szimpatikus filmet, vagy meg tudjunk hallgatni egy kedvenc előadó zenéjét letöltés nélkül.

Egy másik megközelítés szerint a streaming szolgáltatásokat, olyan platformnak tekinthetjük, amelynek a tartalma az internetes hálón keresztül jut el a nyilvánossághoz (Keseru, 2023).

A streaming szolgáltatások előnyei a TV adásokkal szemben, hogy a felhasználó szüneteltetheti, visszatekerheti, vagy esetleg gyorsítva is megtekintheti a nézni kívánt média fájlt. Mindemellett fontos megjegyezni azt is, hogy nagyon sok segítséget tud nyújtani egy szolgáltatás, a nyelvtanulásban, mert a felirat és a hang szövegét is lehet széles körben módosítani. A Netflix esetében nézhetjük a filmet vagy sorozatot akár eredeti nyelven vagy egy kiválasztott egyéb nyelven is és a feliratot is hasonlóképpen tudjuk változtatni. A Spotify esetében pedig akár egy angol szövegű dal esetén könnyedén nyommon tudjuk követni a zene szövegét.

2.2. Stream eredete, fajtái és hatása a gazdasági döntésekre

Eredete:

Maga a streaming fogalom az 1980-as évek óta folyamatosan használatban van az adatforgalommal és a hálózati eloszlással kapcsolatban, viszont az elmúlt évtizedben került igazán a középpontban. Abban az időben a nagy kiterjedésű hálózatoknak sem kapacitásuk, sem protokolljaik nem voltak, ahhoz, hogy lehetővé tegyék a tiszta szövegen kívül bármi valós idejű továbbítását (Spilker & Colbjørnsen 2020).

Nagy valószínűséggel 1991-ben került sor a történelem első távolsági audio streaming eseményére. Ez után az esemény után mondhatjuk, hogy a streaming technológia gyors fejlődésen ment keresztül. Elsőként a rádióipar volt érintett az internetes streaming által. Míg a világon már több ismert rádióállomás hagyományos műsora volt elérhető az interneten keresztül egyes rádióműsorok, Magyarországon az 1990-es években arra használták a rádiót, hogy belpolitikai műsorokat sugározzanak az országban. A 168 óra című műsor nagy szerepet játszott abban, hogy a liberális szemlélet határozta meg a műsorok többségét. Ez a szellemiség nem változott, vagy csak kis mértékben, amikor 1993-tól, miután Csúcs László került az elnöki pozícióba alelnöki pozícióból. 1994-től egészen 1996-ig A Magyar Rádió elnöke Szirányi János volt. Ebben az időszakban is jelentős politikai tartalom került az rádióba, viszont negatívan bírálva az előző kormány eredményét (Tertinszky, 1998).

A következő iparág, amely érintett volt, mégpedig úgy, hogy az internetes zenei rádióállomás lehetőséget adott a felhasználók számára, hogy műfaj vagy lejátszási listák szerint válasszon zenét (CNBC, 2023).

Fajtái:

Első sorban két fő csoportot különböztetünk meg a streaming szolgáltatásokon belül az élő és a nem élő streaminget (előre rögzített videó tartalom). Ezen belül van mindkét fajtára példa az alábbi típusok közül, ilyen a

1. Zene és podcast streaming platformok,
2. Játékok streamingelésére létrehozott platformok,
3. Fitness streaming platform,
4. Online rádió streaming platform,
5. Film streaming szolgáltatás,
6. Egyéb (El Passion, 2022).

A felsorolásban lévő első pontban a legfelkapottabb szolgáltatások vannak, amiken keresztül streamingelhetünk különböző zenéket, podcastokat, de akár jóga videókat vagy különböző oktató videókat. Ilyen például a Youtube, vagy a Spotify.

Először szeretném bemutatni és definiálni a HSS-t, azaz a Hit Song Science-t. A kutatók tanulmányozták a dalokat belső minőségét és a népszerűség szerint és megvizsgálták a közöttük lévő kapcsolatot.

A zeneipar jelentős változáson ment keresztül az elmúlt években. A fizikai CD-k értékesítése radikálisan csökkent ezzel szemben az online zenei streamingek mint például a Spotify, Youtube vagy az Apple Music jelentős növekedést értek el a piacon. Ezt is nagyon jól mutatja az, hogy a Youtube-on a spanyol művészek, Luis Fonsi és Daddy Yankee a "Despacito" című slágerük a legnézettebb videóklip lett közel 8,2 millióan nézték meg 2020-ban. A legújabb HSS-tanulmányok még nem építették be az ezeket a trendeket vagy fejlesztéseket.

Watt & Hasker elismerte, hogy a társadalmi befolyás hatását, amit a szerzők szerint a lemezkiadók vezetőinek figyelembe kell venniük a marketing stratégia kidolgozása közben. Ez az első tanulmány a HSS területén, amely a Youtube adatait használja fel, hogy megjósolja a slágerdalokat.

Az idő múlásával egyre több mutató is kinyerhető a zeneszámok rangsorolásának köszönhetően. Ezeket a népszerűségi mutatókat a rank pontszám segítségével mérjük, amely az (1) -ben van definiálva, ahol a Max_rank a diagram lehető legalacsonyabb rangja és az (i) rank a dal ragja. $Rang_pontszám(i) = Max_rang - rang(i) + 1$

A négy darab alap Youtube-alapú funkció mellé még három másik változót is betettek, ilyen például a szavazatok száma, a megjegyzések száma vagy a nem tetszik száma.

Szavazatok száma 1000 megtekintésenként =

*Szavazatok száma * 1000 / Megtekintések száma*

Megjegyzések száma 1000 megtekintésenként =

Hozzászólások száma :1000 / Megtekintések száma

Nem tetszik arány = Nem tetszik / Kedvelések száma + Nem tetszik száma

(Yee & Raheem, 2022)

A játékok streamelésére létrehozott platformok piaci résből mainstream tevékenységgé nőtte ki magát. Robbanásszerűen megnőtt a játékok terén kínált szolgáltatások és technológiák kínálata. Manapság egyes streamerek nagyobb közönséget szereznek, mint a nagy média szolgáltatók, ilyen például a Twitch játéktstreaming szolgáltatás, amit napi felhasználók milliói használnak. A változások a hagyományos médiával párhuzamosan növelték a média tartalom készítő, mint egyén fontosságát. Emiatt megváltozott a hírességek kultúrája is, kialakult az influencers kultúra. Mindenki tisztában van napjainkban, hogy a közösségi tartalmakat, mint például a videókat decentralizált személyek generálják, és a kereskedelmi videómegosztó szolgáltatások segítségével terjesztik. Ilyen például a Youtube és a Twitch (Sjöblom et al., 2019).

Vannak különböző csatornák, ahol számos sportolási lehetőséget tudunk folytatni. Itt is megjelenik az élő közvetítés, ami az adott pillanatban történik és nem visszanezhető. De előre elkészített videó tartalmak is népszerűek, amit számos alkalommal megnézhet az egyén megállíthatja, de lassított verzióban is nézheti azt. Ezek nagyon előnyösek a jóga vagy különböző nyújtásokat mutató videóknál.

Napjainkban megint népszerűek lettek a különböző rádióadások Magyarországon de szerte a világban is. Jelen helyzetben megemlítenék egy érdekességet a napjaink történéseiből. A magyar Petőfi rádió teljes megújulás útjára lépett és nemsokára csak magyar zeneszámokat fognak sugározni az adásban. Ez egy nagyon bátor stratégia a rádió szempontjából, ugyanis az eddigi stratégiának hála az egyik leghallgatottabb rádió volt az országban.

Az ötös alpont alapján a film streamingelés típust veszem górcső alá. Sok kutatás folyt és folyik napjainkban, amiben a filmek népszerűségét hivatottak kutatni. Az egyik kutatás, Ahmad és munkatársai által készült, ami kimondja, hogy azok a változók, mint például az előzetesek megtekintése, kómmentelése, kedvelései és nem kedveléseinek száma hatékony a betételek előrejelzésére. (Yee & Raheem, 2022)

Többféleképpen is csoportosíthatjuk a Streaming fajtáit. Első körben 5 kulcsfontosságú dimenziót azonosít:

- (1) professional versus user-generated streaming,
- (2) legal versus piracy streaming,
- (3) on-demand versus live streaming,
- (4) streaming on dedicated versus multi-feature platforms, and
- (5) niche versus general-audience streaming (Spilker & Colbjørnsen, 2020).

Hatása a gazdasági döntésekre

A streaming szolgáltatások elterjedése nagy hatást gyakorol az emberek mindennapjaira. Ha sorban szeretnénk haladni, akkor a zenehallgatási szokásokkal szeretném kezdeni, az eset megvizsgálását. A 2000-es években mivel, nem volt jelen még, vagy csak nagyon fejletlen technológiaként a streaming, még le kellett tölteni a zeneszámokat különböző adathordozókra, amik persze utána képesek voltak lejátszani azokat vagy fülhallgatón keresztül, vagy pedig hangszóróval rendelkező objektumon. Ezek mivel kezdetlegesek voltak, nem rendelkeztek nagy tárhellyel, ezért maximalizálva volt a zeneszámok mennyiségeinek száma. Itt költségről csak az eszközt és a fülhallgatót tekinthetjük egyszeri befektetésnek, amelyet használhattunk évekig. Mivel a zeneszámokat ingyenesen le lehetett tölteni az internetről, ezért egyéb havi költségekkel nem kellett számolni. Ezt a rendszert felváltotta az a pillanat, amikor a telefonunk is képes volt zenét tárolni és lejátszani elkoptak az MP3 és MP4 készülékek a piacról. 2005-ben megalapították a Youtube-ot. Abban az időben felhasználók nem saját akaratukból választottak a megnézni kívánt videót, hanem véletlenszerűen dobálta fel a rendszer nekik. A legelső Youtube videót Jawed Karim töltötte fel 2005 április 23-án „Me at the zoo” magyarra lefordítva Én, az állatkertben névvel (Youtube, 2005). Ebben a videóban beszél az elefántok ormányáról 19 másodpercben, ez a videó a mai napig megtekinthető bárki számára. Ez a híres videó napjainkban 289 millió megtekintéssel büszkélkedhet (Youtube, 2005).

Majd 2006-ban felvásárolta a Google LLC és azóta is annak leányvállalataként működik. Később kialakult a Youtube kultúrája a mindennapi emberek körében, ez sem járt különösebb fix havi költséggel, mivel ingyenes szolgáltatásról beszélünk. 2011-ben megjelentek az okos TV-k, amik még népszerűbbé tették a Youtube szolgáltatást, mert a TV-n is elérhető lett. Manapság a Youtube stratégiája, a reklámentesség. A reklámok félbeszakítják a videókat, lejátszási listákat, de a zeneszámokat is. Ezt használja ki a stratégia, ugyanis pénzért reklámentességet ajánl a szolgáltatás, Youtube Prémium néven.

Igaz, hogy a Spotify is közel egy időben került megalapításra az előbbieken említett szolgáltatással, viszont Magyarországon majdcsak a 2010-es években jelent meg.

Sokan, mivel ismeretlen volt a szolgáltatás, és a kezdetekkor nem is jelent meg minden zeneszám a stream-en a Youtube-bal ellentétben, ezért nem is volt népszerű Magyarországon. Majd szépen lassan népszerűvé vált hazánk területén is. Az ingyenes próbaidőszak lehetőséget teremtett, hogy megismerkedjen a hétköznapi ember a legnépszerűbb videómegosztó konkurenciájával. 1 vagy esetenként 3 hónap ingyenes próbaidő elég ahhoz, hogy a felhasználó megszokja az alkalmazást és miután letelik a próbaidőszak hiányát érezzék az extra funkcióknak vagy az applikációnak, weboldalnak. A Spotify leginkább az Apple felhasználók között volt kezdetben népszerű, ugyanis az IOS nem támogatta az internetről feketén letöltött zeneszámok tárolását az eszközön, ezért kellett egy alternatíva az Iphone-t használók körében.

2.3. Youtube és Youtuberek Magyarországon

A kifejezés hagyományos értelmében a sztár olyan személyt jelöl, aki kimagasló tehetsége, egyedülálló, megismételhetetlen alkotásai és népszerűsége révén a filmművészet, a zeneművészet vagy általánosságban az előadó- és alkotóművészet széles körben ismert és elismert alakja (Orth, 2004, 11. o.).



1. ábra -Youtube logó

Forrás: Google, 2023

Egyre népszerűbb lett a 2010-es években a Youtube által megosztott tartalmak a fiatalok körében.

Egy 2010-es kutatás eredményei szerint az online videófogyasztás csak a fiatalok 32%-ára volt jellemző. Az adatok azt mutatják, hogy az online videófogyasztás fiatalok körében gyorsan terjed, ami elősegíti a YouTube sztárok növekvő ismertségét és népszerűségét ebben a médiahasználói csoportban. A legfrissebb Egyesült Államokbeli kutatások szerint az új médiában ismert hírességek egyre nagyobb vonzerővel bírnak a fiatalabb generációk körében. Sőt, már a 13-17 éves korosztályban is felülkerekednek a hagyományos film-, televízió- és zeneipar sztárjainak ismertségében és népszerűségében (Ádám, 2022).

Az előbbieken idézett gondolat alkotói a 2015-ös Youtuber kínálatról úgy nyilatkoztak, hogy az első három helyen két angol nyelvű fenimation-csatorna és egy artcsatorna mögött sorakozik a Videómánia, a HollywoodNewAgency, amit sokan Hollywoodi hírügynökségként ismerhetünk. Szintén itt található a Pamkutya, a DumaRagu, a luckeY és a GoodLike. Ezzel szemben az idei (2023. évi) Magyar Youtube toplista feliratkozók szerinti adatok alapján a VamossArt az első helyen van. A PamKutya a különböző témában és stílusban készített



2. ábra - Hollywood Hírügynökség logó

Forrás: Google, 2023

videóinak köszönhetően a második helyen tartózkodik, 1 390 000 db feliratkozóval. A Videómánia 1 220 000 db feliratkozóval pedig a dobogó harmadik helyén foglal helyet a Youtuberek képzeletbeli feliratkozók szerinti versenyén. Ebből konstatálhatjuk, hogy a Dancsó Péter, Osbáth Márk és Norbert által készített videótartalmak a legidőtállóbbak voltak az elmúlt években. 2010. június 27-én lett regisztrálva a Videómánia a Youtube-on. Kezdetben magyar filmekkel foglalkozott, de később kibővítette érdeklődési körét a nemzetközi sikerfilmek bemutatásával. 2014-ben a Videómánia volt a legnépszerűbb magyarországi Youtube-csatorna. Érdekesség a csatornával kapcsolatban a nézők nemek közötti aránytalan eloszlása, ugyanis 80%-ban férfiak és csak 20%-ban nők nézik a csatornát. Dancsó Péter sikerének nagy valószínűséggel az aktuális témák feldolgozásában rejlik sikere. Különös tehetsége van, ahhoz, hogy megragadja az emberek érdeklődési körébe eső témákat, majd szakszerűen kiparodizálja azokat (Youtube, 2023). Egyre gyakoribb manapság, hogy a különböző márkákat forgalmazó cég megkeres egy híres embert és szerződésen keresztül népszerűsítene kell az adott márkát a celebnek a videóin keresztül. Sok ilyet tapasztalhatunk napjainkban. Ilyen például a fentebb említett celebritás, Dancsó Péter és az Unicum kapcsolata. De megfigyelhetünk olyan típusát is az efféle marketingnek, amikor egy Youtuber és Game streamer létrehoz egy saját márkát majd egy az előbb említett márkára egy vendéglátóegységet, majd a saját videóin keresztül népszerűsíti azokat. Ez teljesen logikusnak tűnik, hiszen az előbb említett videók a jelenlegi toplistának a 17. helyén áll 635 000 feliratkozóval (influensterkereso, 2023).

Kijelenthetjük, hogy a fentebb említett Youtube és a későbbiekben kifejtett Spotify radikálisan eltérnek egymástól. A különbség nagyrészt a műfajok és előadók sokszínűségében rejlik. Világszinten a Youtube olyan platform, amely sokkal nemzetközibb, színesebb kultúrát és a Dél előadóit is felvonultatja. Ezzel szemben a Spotify inkább angolszász-centrikusabb és jellemzően preferálja az északi műfajokat és előadókat reprezentálni. Magyarországon a legtöbbet streamelt előadó Azahriah, azaz teljes nevén Baukó Attila, aki vezeti a stream toplistát belföldön Youtube-on és Spotifyon is. Youtube-on a külföldi legtöbbet streamelt előadó az erdélyi származású Bagossy Brothers Company, Spotifyon pedig Dua Lipa (Tófalvy et al., 2023).

A legújabb trendet és felkapott számokat meghatározó platform lett az úgynevezett Tiktok szolgáltatás. A Tiktok lényege, hogy a felhasználók rövid pár másodperces videókat készítsenek, amiben különböző táncokat vagy mozdulatokat mutatnak be. De számos témában lehet alkotni videókat 3 másodperctől akár 3 percig. 2016-ban lezdődött, viszont 2017-ben a Douyin egyesült a Musical.ly-vel és így lett végül a ma is ismert alkalmazás. Napjainkban 34 millió videót közölnek a Tiktokon naponta, tehát kijelenthetjük, hogy amit felkap a tiktok, abból sláger lesz (Shopify, 2023).

Számunkra azért érdekes ez az applikáció, mert nagy mértékben befolyásolja napjaink slágereit. Ugyanis amit felkap a Tiktok közössége és egy aktuális koreográfiát is gyártanak rá, biztos a siker. Emberek milliói képesek táncolni ugyanazt a pár mozdulatot ugyanannak az előadónak a slágerére, ezzel segítve a zenét a toplisták élére.

Van olyan is, amikor összekapcsolódnak a különböző streaming szolgáltatások. Ilyen volt a tavalyi évben a Wednesday című sorozat, ami az Addams Family karaktereit alapul véve Tim Burton rendezésével készült. Jenna Ortega főszereplésével, aki Wednesday Addams karakterét alakítja rendkívül sikeresen. Ez a sorozat a Netflix harmadik legnépszerűbb sorozatává nőtte ki magát mindössze 752,52 millió megtekintett órával. Azért kapcsolódik a témához ez a nagyon népszerű sorozat, mert ennek az egyik epizód részéből, pontosan a az első évad 4. részén belül a 15. percben és 19. másodpercben kezdődik és egészen a 15 perc 55 másodpercig tart.

Ez a pár lépés különböző karmozdulatokkal igazán jól kifejezi a karakter jellemét és szerepét a sorozaton belül. Ez a sorozatban a The Cramps zenekar Goo Goo című számára történik. A meglepetés a történetekben, hogy ezekre a mozdulatokra a Lady Gaga által 2011-ben Youtube-on közzétett Bloody Mary című dalára alkották meg a trendet, amely dal mellel napjainkban elérte a 101 millió megtekintést. Tehát adott egy sorozat és a koreográfia a Netflixen, egy populáris Zene a Youtube-on és egy videómegosztó szolgáltatás, mint a Tiktok és meg is született egy milliós nagyságrendű egész világot átszövő trend.

Youtube és a film vásárlás és kölcsönzés:

A Youtube platformon 2010 óta lehet filmeket vásárolni, vagy kölcsönözni. De ahhoz, hogy valaki kölcsönözni tudjon meg kell felelnie néhány kritériumnak, amit a Youtube előír. Ilyen például, a kor. Csak minimum 18 évesek tudják használni, ezt a területét a videómegosztónak. Mindemellett csak bizonyos eszközökön áll rendelkezésre ez a funkció. Területenként eltérő lehet a műsorok és filmek rendelkezésre állásra, és az idő múlásával fenntartják a meg változtatás jogát. A megvásárolt vagy kölcsönzött filmek megtekintéséhez stabil internet kapcsolat szükséges, ellenben a Netflix-en letöltött filmeket meg lehet nézni offline állapotban is. Különböző szabályok vonatkoznak a kölcsönzött és megvásárolt filmekre. A kikölcsönzött filmet 30 nap alatt el kell kezdeni megnézni, és az első lejátszástól számítva 48 órán keresztül akármennyi alkalommal megtekinthető a film. A kölcsönzés kifizetése előtt lehet választani milyen minőségben szeretnének kikölcsönözni, ugyanis nem egy árban vannak a különböző minőségű filmek (Youtube Sógó, 2023). Itt az árazás úgy lett kialakítva, hogy a vásárlóknak a magas minőségű kölcsönzés legyen a legszimpatikusabb. Ugyanis nagyon egyszerűen lehet látni, hogy a legalacsonyabb ár (1100 Ft) és a középső ár (1500 Ft) között kisebb a különbség, mint a középső és a ledrágább (2400 Ft) között (Youtube, 2023).

A világon nem mindenhol, elérhető a filmek vásárlása és kölcsönzése a híres videómegosztó alkalmazáson. Itt vannak kölcsönzési és vásárlási lehetőségek a Youtubeon: Argentína, Málta, Ausztrália, Mexikó, Ausztria, Észak-Macedónia, Belgium, Hollandia, Bosznia-Hercegovina, Új-Zéland, Brazília, Norvégia, Kanada, Fülöpszigetek, Ciprus, Lengyelország, Csehország, Portugália, Dánia, Oroszország,

Finnország, Szenegál, Franciaország, Szingapúr, Németország, Szlovákia, Görögország, Szlovénia, Hongkong, Dél-Korea, Magyarország, Spanyolország, India, Svédország, Indonézia, Svájc, Írország, Tajvan, Olaszország, Uganda, Japán, Ukrajna, Lettország, Egyesült Királyság, Litvánia, Egyesült Államok (Youtube Sógó, 2023).

Youtube Shorts

Napjainkban nagyon felkapott és divatosak lettek a rövid tartalmú videók gyártása és megtekintése különböző platformokon. Ilyen platform például a TikTok, az Instagram Reels és amiről jelenleg bővebben fogok írni az a Youtube Shorts. Valószínűleg erről kevesen hallottak az elmúlt időkben, pedig létezik. Ez egy alaptól népszerű platformnak az egyik ága, ahol 60 másodperces videókat lehet megtekinteni és kreálni, de csakis álló formátumút, hogy egyszerűbb legyen a videók kezelése (Rackhost, 2023).

Jól látható, hogy a platform külföldön kifejezetten népszerű, ugyanis 2023 februárjában a platform átlépte a 50 milliárd napi megtekintőt. Hihetetlen gyorsan fejlődik a platform, ezt semmi sem mutatja jobban, mint hogy a 2022 Q1 jelentésében a Googlenek, a napi felhasználók száma csak 30 milliárd volt a youtube shorts platformján. A havi megtekintők száma is igen magas 2022-ben 1.5 milliárd bejelentkezett felhasználó használja a Shorts-ot havi szinten, míg a TikTok 2021-ben lépte át az 1 milliárd aktív felhasználót (techcurnch).

2.4. Spotify mint a legfelkapottabb zenei streaming

Spotify eredete:

A Spotify megalapítása három svéd nevéhez köthető, Daniel Ek, Martin Lorentzon és Ludvig Strigeus. Kezdetekben illegális letöltött zenéket hallgattak és kezdetleges programokon dolgoztak. Az egyik alapító tag, Strigeus fejlesztette ki a ma is ismert uTorrentet, a másik alapító tag Daniel Ek 2006-ig, az eladásáig volt a cég vezérigazgatója. Mindezekre visszavezethető az ok amiért létrehozták a céget, ugyanis ezután elhatározta Ek és Lorentzon, hogy alkotnak egy legális zenemegosztót, ami hasonló működéssel bír, mint a Torrent, vagyis egyesével hozzáférhetőek a dalok. Az összes pénzüket feltették erre az ötletre, és befektetők kereséséhez kezdtek. Ebben az időben nagyon népszerű volt az illegálisan letöltött zenék hallgatása, ezért nem ekkor élte a zeneipar a virágkorát, a befektetett összegek nem kerültek vissza a zeneiparba. Ezen okok miatt se kellett sokáig befektetőket keresnie a két alapítónak. Az adott problémára tökéletes volt a Spotify, ugyanis, most már az évek alatt kiderült, hogy az felhasználók hajlandóak fizetni a zene streameléséért vagyis, hogy kényelmesen, letöltés nélkül hallgathassák kedvenceiket (háximozi, 2023).

2016 közepére több mint százmilliós aktív havi felhasználóval a „világ legnagyobb streaming platformjának” nevezték. Egy évvel később, 2017-re újabb negyven millióval bővült a felhasználók száma, így felülmúlta riválisát az Apple Musicot. Ebben az évben becsülték a céget 13 milliárd dollárra, ami közel 4 753 905 000 000 Ft. Mint fentebb említettem a kalózkodás ihlette cég, valóban megfékezte az illegálisan szerzett nem engedélyezett fájlmesosztást. A Spotify megmentette a zeneipart. Tekintettel arra, hogy a Spotify felhasználónként 20 dollárral járul hozzá a zeneiparhoz, addig a Youtube 1 dollárral. (Ellis-Petersen 2016) A Spotify lehetővé tette a hirdetők számára, hogy sok fogyasztó jelenlétében profitáljanak, mivel a cég reklámtámogatott ingyenes verziója kulcsfontosságú volt a növekedés eléréséhez. A 2016-ban jelentett több száz millió hallgató felhasználó több mint 70%-a elfogadta a hallgasson ingyen opciót (Murgia 2016).

2.5. Netflix

A Netflix az Egyesült Államokban online filmkölsönzőként kezdte a karrierjét. A versenytársai nem tudták követni a fogyasztói szokások megváltozását, nem tudtak sikeres online szolgáltatóvá válni, ezért ki is szelektálódtak a piacról. A céget egy egykori matematika tanár, Reed Hasting alapította 1997-ben, aki most a cég vezérigazgatója. A társ alapító Marc Randolph volt, aki a Pure Software cégnél dolgozott Hastinggel, amit szintén a mostani Netflix vezérigazgatója alapított. A legenda arról szól, hogy egy 40 dolláros késedelmi díj miatt született meg az alap koncepció, az filmkölsönző ötlete, ahol eleinte filmként kellett fizetni, mint az eredeti videótékákban azzal a különbséggel, hogy a kért filmeket postán küldte ki és úgy is kellett visszajuttatni. 1999ben indult az előfizetési rendszer, amely egy fix összegű havidíjért cserébe akármennyi filmet ki lehetett kölcsönözni. 2002-ben léptek be a tőzsdére, és három évvel később már 4 millió fölötti előfizetője van a szolgáltatásnak. Ezt mind az ajánlási rendszernek köszönheték, ugyanis a tagok filmnézési szokásaik alapján ajánlották a filmeket a felhasználóknak. 2006-ban felajánlottak egy egymillió dolláros díjat is annak, aki az általuk használt algoritmusnál jobbat talál ki. 2007-ben indították el az online szolgáltatást, ahol a felhasználók már online, az internet segítségével is nézhették a filmeket. A következő években amekkora mértékben növekedett a Netflix a streamingpiacon annyival csökkent a DVD eladások és kölcsönzések száma. 2010-ben kezdett a Netflix külföldi terjeszkedésbe. Kanada volt az első ország, ahol elindította a szolgáltatást először. Már a terjeszkedés kezdetekor nyilvánvalóvá vált a cég számára, hogy nem fogják tudni ugyanazt a tartalmat szolgáltatni a különböző országokba a forgalmazási jogok sokszínűsége miatt. A cég 2012-ben hozta el Európába a Netflix használatának lehetőségét először az Egyesült Királyságba és Írországba, később pedig az északi országokba. Igaz évekkel később, de Nyugat-Európában is sikeresen elindult a Netflix. 2016-ban a Las Vegas-i bemutatója közben törölte el a régiós korlátozásokat majdnem az egész világon Reed Hasting az esemény utolsó perceiben történő bejelentésével. Kínát kivéve, viszont úgy nyilatkozott, hogy dolgoznak rajta, ennek ellenére a mai napig sem sikerült a különleges engedélyt kérni a kormányzattól.

Napjainkban a Netflix valóban szinte a világ minden táján elérhető kivéve az előbb említett Kínában, Oroszországban az Ukrajna elleni háború miatt, Szíriában, ÉszakKoreában és a Krím-félszigeten (Index, 2016).

2.5.1. Árazás-áremelés

A Netflix differenciált árainak elemzése:

A differenciált árpolitika flexibilisebb árpolitikai magatartást tesz lehetővé, magyarul ez azt jelenti, amit a következőkbe be fogok mutatni a Netflix árazásán keresztül, azaz, hogy az exportáraknak eltérő piaconként a meghatározása. A differenciál áraknak van egy hátránya más árazásokkal szemben, hogy a vállalat által nem ellenőrzött forgalmat generálhat az adott termékben az olcsóbb árkategóriájú országból a magasabb felé.

A streaming szolgáltatás három típusú csomagot kínál a felhasználóinak. A legalacsonyabb árkategóriájú az alap díjcsomag, ami korlátlan film, tévéműsor és mobiljátékot és egyszerre egy képernyőn való streamelést HD minőségben kínál és letöltést egyszerre egy támogatott eszközön. Ez a díjcsomag 2490 Ft/hónap költség ellenében használható, de a könnyebb elemzés szempontjából átváltom USD-ra ami a jelenlegi árfolyam szerint 360 Ft/dollár, tehát az alap csomag 6,92 \$. A Standard csomag 3190 Ft-ba kerül, azaz 8,86 \$-ba. Ez a csomag az alap csomagtól a minőségben tér el, ugyanis HD helyett ebben a csomagban FULL HD minőségben nézheti a felhasználó a tartalmakat nem egy, hanem már két eszközön egyszerre, ugyanúgy a letöltésre is két támogatott eszköz érvényes. ebben a csomagban egy vendégfelhasználót is hozzá lehet adni, akinek a lakcíme nem egyezik a díjcsomag tulajdonosával. A Prémium csomagért 12,47 \$-ral azonos 4490 Ft értékű térítést kell fizetniük a streaming nézőknek ahhoz, hogy 4 támogatott eszközön tudjanak nézni és 6 eszközön lehessen letölteni video streaminget Ultra HD minőségben. Akár 2 vendégfelhasználó is hozzáadható a csomaghoz és jár még emellé Netflix térbeli hangzás is (Netflix, 2023).

Összefoglalva egy táblázatban a következőképpen néz ki a jelenlegi árazása a Netflixnek:

	Basic csomag (\$)	Standard csomag (\$)	Premium csomag (\$)
Legalacsonyabb ár (Pakisztán)	1,58	2,82	3,88
Magyarország	6,92	8,86	12,47
Legmagasabb ár (Svájc)	13,33	21,16	27,88

1. táblázat - 2023-as Netflix előfizetés árai \$-ban

Forrás: Saját kutatás

	Basic csomag (\$)	Standard csomag (\$)	Premium csomag (\$)
Legalacsonyabb ár (Törökország)	2,62	4,37	6,12
Magyarország	7,97	10,20	12,76
Legmagasabb ár (Svájc)	11,19	15,90	20,60

3. táblázat - 2019-es Netflix előfizetés árai \$-ban kifejezve

Forrás: Pál, Rekettye, Veres, 2021, 9.2 fejezet

Ebből is látható, hogy az árfolyamnak milyen fontos szerepe van mindenhol. 2018 január legalacsonyabb árfolyami árával számolva az alapsomag 10,10 dollár lenne, egy négy évvel ezelőtti kutatásban 7,97 \$ ugyanaz a szolgáltatás napjainkban pedig 6,92 \$ a dollárban való értéke 2490 Ft-nak. Láthatjuk, hogy a svájci franknak a forinttal ellentétben nem gyengült az értéke, hanem jelentősen növekedett, ugyanis azonos mennyiségű forint 2019-ben majdnem elérte a 8 dollárt, napjainkban pedig még a 7 \$-t sem éri el, ez a négy év alatt 1 dollárnyi inflációra mer következtetni. Svájcban négy évvel ezelőtt 11 dollárba került az alapsomag manapság pedig ugyanaz az összeg 13 \$-ba, ez 2 \$-nyi növekedést mutat (Pál, Rekettye, Veres, 2021). Az Euróövezetben, ahol azonos a valuta, ott az árak is azonosak. A differenciált árak mellett a szolgáltatás nyújtása is differenciált, ennek okát fentebb a bevezetésben olvashatják. Egy részletes elemzésben kiszámították az egyes országokban, mindhárom csomagban az egy filmre eső költségeket és ezek 3000 és 6000 között szóródnak (Rebecca Moody, 2019).

A napjainkban történő áremelés:

Külföldön ismét áremelésre lehet számítani a Netflix csomagjait tekintve. Áremelés legutóbb egy kevéssel több mint egy évvel ezelőtt történt a cég szolgáltatásainak életében. A basic csomag 2 dollárral lesz több, mint eddig tehát 12 dollár fejében streamingelhetnek a felhasználók. A prémium csomag 20 dollárról lett 23 dollár. A tavalyi évben csak az Egyesült Államokat érintette az áremelés, most viszont számos európai országra is ki fog terjedni. A Netflix közleményben értesítette a részvényeseit az áremelésről, amiben a következő állt. Közölték, hogy mivel több értéket nyújtanak a felhasználóknak, így idővel többet is kérnek tőlük. Ezen kívül még versenyképednek nevezik a streaming indulóárait, mindemellett összehasítást tesz egy átlagos mozijegy árra, és arra a következtetésre jut, hogy még így is olcsóbb a szolgáltatás.



3. ábra - Netflix logó

Forrás: Google, 2023

Nagyjából 25 %-kal emelkedtek az utóbbi félévben a streaming szolgáltatások ára, hiszen a szórakoztatóipari vállalatok célja, hogy minél több profitot szert tegyenek a platformok által. Október elején a Discovery+ szolgáltatás havidíja is emelkedni fog közölte a Warner Bros. Discovery, úgy tűnik mindenhol a 2 dolláros emelést tartják a legmegfelelőbbnek idén (Index, 2023).

2.5.2. Marketing-Versenyársak

Mivel a Netflix nincs monopol helyzetben a piacon léteznek versenytársai, akik hasonló tartalmakat hasonló árak fejében kínálnak, mégis amint az ábra is mutatja, a Netflix 33 %-os aránnyal a legnézettebb streaming szolgáltatás. Ezek az adatok mind a Magyarországi videószerződések iránti érdeklődést mérő adatok a 2023-as évben.



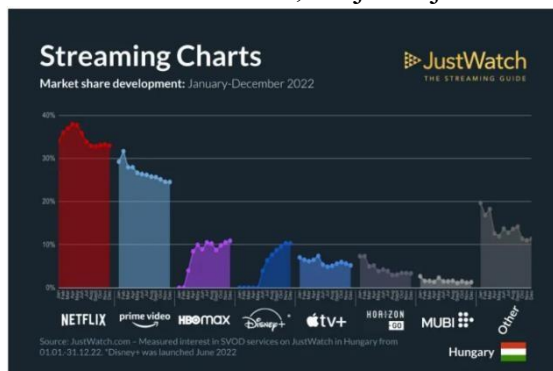
4. ábra- Streaming szolgáltatások népszerűsége

Forrás: JustWatch, 2023

Összehasonlításként szeretném górcső alá venni az ábra alapján a streaming szolgáltatások alakulását a 2022-es évben. Majd ezután megvizsgálom az idei év első hat hónap indulását is.

Mindenki számára látható, hogy a Netflix torony magasan vezette a sikerlistát az előző és az idei évben is. Igaz a tavalyi évben nem kevés csökkenést láthatunk a diagrammon, viszont még így sem közelíti meg egyik versenytársa sem.

A prime video állt tavaly is és idén is a legközelebb, ahhoz, hogy utolérje a Netflix népszerűségét, viszont nála is komoly csökkenést hozott az év vége. Azt is megfigyelhetjük, hogy hogyan robbant be a streaming piacra a tavalyi évben először az HBO max februárban, majd májusban a Disney+.



5. ábra- A streaming szolgáltatás népszerűségének alakulása 2022

Forrás: JustWatch, 2023

sikeres kezdete után felívelő tendenciát mutat a Netflix népszerűsége a piacon (házimozi, 2023).

2.5.3. *Érzékenyítés, Binge watching*

Érzékenyítés:

2022-ben megjelent egy cikk miszerint a jobboldali narratíva szerint azért veszít előfizetőket a Netflix, mert túl nagy mennyiségben gyakorolta a progresszív érzékenyítést. Példaként szeretnék egy pár példát bemutatni:

Elsőként a Bridgerton család kosztümös sorozatra esett a választás, ahol a 19. századi Nagy-Britanniát sokszínű, multikulturális társadalomként van ábrázolva. Itt felsorakoznak a fekete bőrű arisztokraták, és a királyné, aki szintén fekete bőrű. Ezt a jelenséget Nyári Krisztián történelemhamisításnak nevezte, viszont ebben az esetben nem a történelemhű bemutatás a sorozat célja. Ennek a faji szempontból sokszínű szereplőgárdának a célja, hogy előremozdítsa a diverzitást úgy, hogy a kissebbségi színészeket kérnek fel fehér bőrű szerepekre.

Második sorozat a Sex education brit Netflix-sorozat bemutatására kerül a sor. Itt egy fiktív középiskolában játszódik a történet, és a főszereplő Otis szemszögéből ismerkedhet meg a néző különböző LMBTQ vagy éppenséggel szexuális természetű dilemmákkal.

Harmadik példaként pedig a Breaking Bad című drámasorozatot hoznám, ahol a mozgássérült, beteg emberek irányában történik az egész sorozaton keresztül ívelő érzékenyítés. Ugyanis a főszereplő fia Walt White Junior agyi bénulásban szenved, ami beszédzavarban és csökkent motoros kontrollban nyilvánul meg. Az egész sorozat alatt az apja, Walter segítségére vagy a barátjáéra van utalva.

Binge-watching

Napjainkban fontos a megfelelő időbeosztás, mert sokan hajlamosak húzni halasztani az egyénekenként különböző fontos dolgokat és helyette inkább sorozatot nézni. Egy kifejezés is keletkezett ebből a cselekvésből, ha valaki egy sorozat több részét egymás után szünet nélkül nézi meg, ezt nevezik Binge-watching-nak. A szó magyar nyelvre való helyes fordítása a sorozatdarálás vagy a zsinórban nézés. Az angol binge kifejezés és a watching szóból tevődik össze, vagyis a dőzsölés és a nézés (Lexiq, 2020).

A streaming szolgáltatások megjelenésével a binge-watching lett a normális. Teljesen élethű és nem élet idegen manapság számunkra, ha azt halljuk, hogy egy ismerősünk megnézett egy sorozatot irreálisan rövid idő alatt, mert manapság már ez jelenti a normálisat. Raj Dasguta orvos és professzor kutatta a binge-watching-et. A doktor úr kijelentette, hogy ha alváshiányos vagy, akkor semmi jó dolog nem történik veled. Ez arra utal ezzel a mondatával, amit a Journal of Clinical Sleep Medicine című folyóiratban is szerepel miszerint a binge-watching alváshiányhoz is vezethet. A tanulmányban 423 fiatal felnőtt vett részt, akiknek a 80 %-a sorozatdarálónak nevezte magát és átlagosan 3 óra sorozatnézést közöltek. A kutatások azt mutatták, hogy a sorozatdarálók sokkal magányosabbak és depresszívebbek. Viszont pozitívum, hogy ad témát a társas beszélgetések során, amelynek hála könnyebb társadalmi interakciókat fenntartani.

Wendy Wood azt mondta, hogy a „Netflix egy lépéssel tovább ment”. Ezzel a sorozatok közötti pár másodperces időintervallumra céloz, ami megnehezíti, hogy abbahagyja a felhasználó a sorozatot, hiszen egy gombnyomás nélkül pár másodperc alatt el is indul a következő rész. A Netflix arról számolt be, hogy például a Breaking Bad a nézők átlagosan napi 2,5 órát nézik a sorozatot.

Dasgupta javaslata szerint állítottunk fel korlátokat a binge-watching elkerülése érdekében. Mindemellett, hogy kapcsoljuk ki az epizódot egy unalmas résznél, hogy ne essünk a túl sok rész nézésének gödrébe. Azt is javasolta Baron, hogy adjon meg a felhasználó önmagának ne csak felkelési időpontot, hanem elalvási időpontot is és tartsa magát ahhoz.

Wood, azt a tanácsot adja a tudatos felhasználóknak, hogy kapcsolják ki az automatikus lejátszás funkciót, igaz megjegyezte azt is, hogy neki még nem sikerült ezt megtennie (USC Today, 2017).

2.6. Twitch.tv

Az egyik legfontosabb és legnézettebb streaming platform a Twitch.tv, hiszen közel több mint 140 millió leányvállalattal és 30 millió napi látogatással rendelkezik. A platform a többi versenytársához viszonyítva fiatal streaming szolgáltatásnak mondható. 2011-ben született a Justin.tv-hez csatolt alkalmazásként. Manapság a videójátékok streamingjének a gyűjtőtégelyévé vált, viszont a kezdetekor fő célja az eSport közvetítés volt (TrucoTeca, 2023). Jelenleg bármilyen témájú videót meg lehet tekinteni a platformon, ilyen például a különböző játékokról szóló videók megnézése, vagy esetlegesen az élő adásban játszott mérkőzések, mint a League of Legends Világbajnokság. Lehet nagyon sokféle zenei lejátszásból válogatni, de élőben közvetített zenét is hallgathat a felhasználó. Vannak a platformon beszélgető műsorok, sport élő és visszanézhető tartalmak és még számos témában csupa érdekes videó tartalom, amit bárki ingyenesen megtekinthet. Sőt akár bármelyik felhasználó is készíthet egy csatornát és posztolhat tartalmakat a szolgáltatás különböző ajánlásokat is tesz, hogy hogyan kell csinálni, hogy minél több emberhez eljusson a felhasználó által kreált videó anyag.



7. ábra - Twitch logó

Forrás: Google, 2023

3. SAJÁT KUTATÁS

Hipotézisek:

H1: A Netflix túlzott használata egészségügyi problémákhoz vezethet.

H2: Napjainkban bárki megengedheti Magyarországon, hogy valamilyen streaming szolgáltatást használjon.

Az első hipotézisemben a binge-watchingra utalok és annak negatív hatásaira. Itt az egészségügyi probléma lehet a sorozatok miatt kialakuló alváshiány és az ebből adódó depresszió. A második hipotézisemben pedig a Magyarországi fizetések figyelembevételével, úgy gondolom minden háztartásban belefér egy maximum 3000 Ft-os streaming szolgáltatás, főleg úgy, hogy egy háztartásban több személy is használhatja és örömet lelheti benne.

A hipotéziseket elfogadom. Az első hipotézist a 2.5.3 alfejezetben bővebben kifejtem, hogy miért az elfogadás mellett került a döntés. Raj Dasguta orvos és professzor kutatása adta meg a végső bizonyítékot a hipotézissel kapcsolatban. Ugyanis a professzor úr kijelentette a kutatása alapján, hogy különböző egészségügyi problémákhoz vezethet az, ha valaki folyamatosan több órát tölt a monitor előtt sorozatnézéssel, mint amennyi még egészséges lehet.

A H2 hipotézis pedig a következő fejezetben lévő jövedelemre utaló kérdésből származó adatok alapján fogadtam el, hiszen a streaming szolgáltatás díja eltörpül a kitöltők keresetével szemben.

Kutatás módszertana kvantitatív kérdőíves kutatás, melyet statisztikai vizsgálatokkal is alátámasztottam. Azért ezt a fajta kutatást választottam, mert ezzel tudom a leginkább bemutatni a streaming szolgáltatások hatásait.

A célom a kutatásommal az, hogy feltérképezzem a streaming szolgáltatások hatását a magyar fogyasztókra. A kérdőívet találtam az optimális választásnak, hiszen egyszerű, rövid időn belül lényeges és valódi kitöltőktől kapott információkhoz juthatunk. Felhasználó barát a kérdőív kitöltéséül szolgáló felület, és segít az elemzésben is. A kérdőív kitöltése anonim módon történt és erre felhívtam többszörösen a kitöltők figyelmét is. Megvizsgálom először az általános adatokat a kitöltőkről, ilyen például a válaszadó neme, kora, legmagasabb végzettsége. Ezek után a területre kérdezek rá, amin a válaszadó jelenleg dolgozik és a keresetére. Kíváncsi vagyok még arra is, hogy hol él életvitelszerűen. Az első konkrét kérdésem, hogy a kitöltő szokott-e streaming szolgáltatást használni, és átlagosan mennyi időt naponta. Ezután a streaming szolgáltatásokról kérdezek.

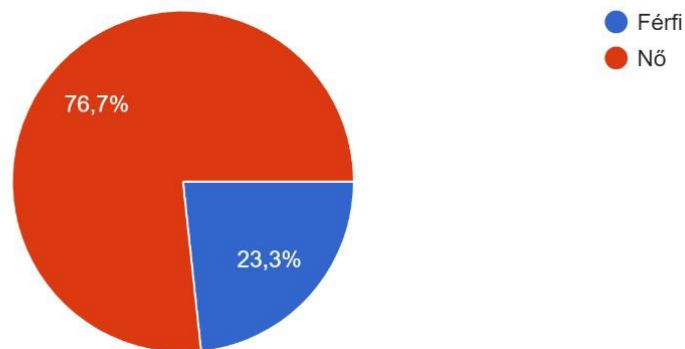
3.1. Kutatás a kérdőív alapján

A kérdőívem 18 napig volt elérhető és kitölthető különböző közösségi média felületein, azon belül is.

Közel 3 hét leforgása alatt 133 válasz érkezett a feltett kérdésekre, és ezeket a válaszokat fogom a következőkben kiértékelni különböző módszerekkel.

Mi az Ön neme?

133 válasz



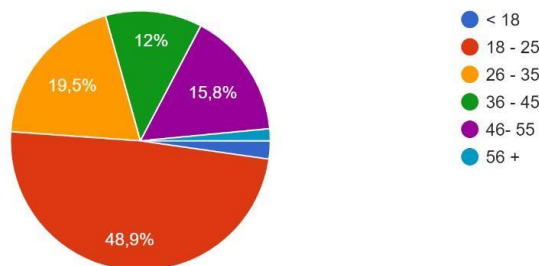
8. ábra - A kitöltők neme, n=133

Forrás: Saját kutatás, 2023

A kördiagram is jól szemlélteti, a kitöltők között sokkal inkább nők vannak jelen, mint a férfiak, ezzel arra lehet következtetni, hogy a kitöltők nagy része nő. Pontos adatokban kifejezve 76,7 %, míg a férfi kitöltők száma mindössze 23,3 %. Itt gondolhatunk arra, hogy a férfiak nem szánnak időt a kérdőívek kitöltésére vagy pedig, hogy a férfiak nem szoktak olyan gyakorisággal streaming szolgáltatásokat használni, mint a nők. Egyik állításra sem mondható, hogy mindenféleképpen helyes az állítás, inkább csak feltételezés.

A kor szinte az egyik legfontosabb információ egy kérdőív elemzés során, hiszen az egyik legmérvadóbb adatok közé tartozik. Az ábrámon is látható, hogy a fiatalabb korosztály sokkal nyitottabb az újítások felé, mint az idősebb korosztály. A kitöltők majdnem fele, azaz 48,9 %-a 18 és 25 év közötti, tehát az egyetemisták vagy a fiatal pályakezdők voltak a legnagyobb arányban a kitöltők között. A második legnagyobb százalékban a 26 és a 35 év közöttiek töltötték ki, ebbe a szakaszba tartoznak a kisgyermekes családok, akik a mesefilmek miatt is rendelkeznek feltehetően streaming szolgáltatások legalább egyikével. Érdekes módon a harmadik legnagyobb százalékban nem a következő eggyel nagyobb életkor szakasz lett, hanem a 46 és 55 év közöttiek. Ez a szám nagy valószínűséggel a családi csomagok miatt is alakult így, mert a fiatal felnőtt gyermekek megosszák a szüleikkel az előfizetés lehetőségét és ezáltal tudomást szerez az idősebb korosztály is a streaming szolgáltatások lehetőségéről. Ezután nem kevéssel a várt 36 és 45 közötti korosztály következik, majd a fiatakorúak, végül pedig a 56-nál idősebb kategória.

Mennyi az Ön életkora?
133 válasz



9. ábra - A kitöltők életkora, n=133

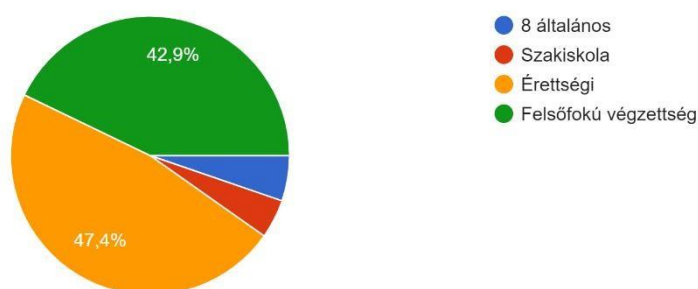
Forrás: Saját kutatás, 2023

A felhasználók végzettsége majdnem ugyanolyan fontos információ a kutatásom szempontjából, mint a streaming felhasználók életkora. Látható, hogy a diagram szerint elég magas a felsőfokú végzettséggel rendelkezők száma az érettségivel rendelkezők számához képest is. Érettségivel rendelkezők száma ugyanis 47,4 % a felsőfokúvégzettséggel rendelkezők száma pedig eléri a 42,9%-ot. Kisebb számban jelennek meg a szakiskolai és a 8 általánossal rendelkező kitöltők a kutatásban, de megjelennek.

A szakiskolások jelennek meg a legkisebb számban a kitöltők között, ez valószínűleg amiatt van, mert az ismeretségemben kevés a szakiskolai végzettséggel rendelkezők száma. Ráadásul olyan csoportban is osztottam meg a kérdőívet, ahol a diploma előtt álló hallgatók töltötték ki még nagy számban.

Mi az Ön legmagasabb végzettsége ?

133 válasz

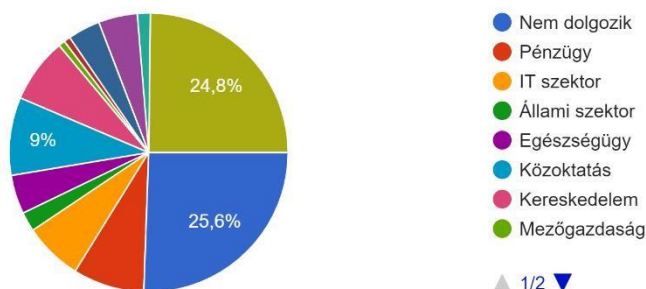


10. ábra - A kitöltők végzettsége, n=133

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ön milyen területen dolgozik jelenleg?

133 válasz



11. ábra - A kitöltők munkahelyének területe, n=133

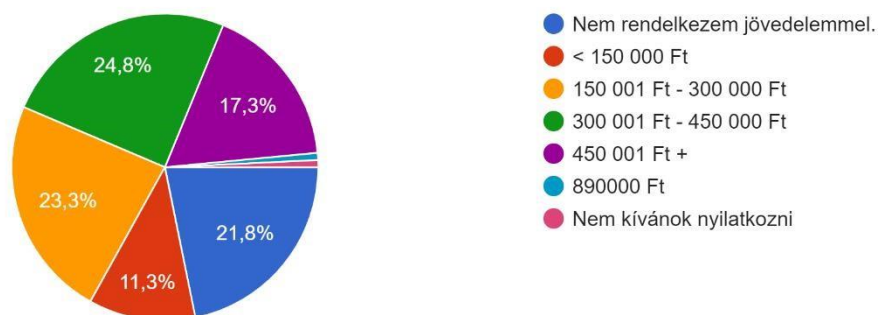
Forrás: Saját kutatás, 2023

A kitöltőknek választaniuk kellett a különböző számos terület közül amelyiken dolgoznak. Nagyon szerteágazó lehetőségek voltak megadva opcionális választhatóként, viszont ennek ellenére is a második legnagyobb százalékban az egyéb kategóriát választották a kitöltők 24,8%-a. A legtöbben a válaszadók közül, 25,6% rendelkezik munkahellyel, tehát nem dolgozik.

Ennek az opciónak a sok lehetőség miatt lett ilyen magas a száma, ugyanis az életkort megfigyelve, mindössze 3-an válaszolták, hogy fiatalok és 2-en hogy idősebbek. Kiemelendő kategória még a pénzügy, IT, közoktatás és kereskedelem, hiszen ezeket 6-10%-ig jellemzően választották.

Mennyi az Ön egy havi nettó jövedelme ?

133 válasz



12. ábra - A kitöltők nettó havi jövedelme, n=133

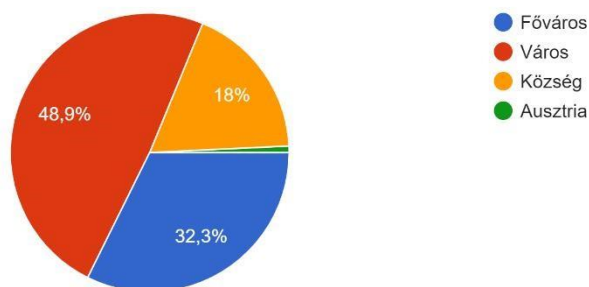
Forrás: Saját kutatás, 2023

A magyar köztudatban a havi nettó jövedelem nagyon intim kérdésnek minősül, mert a magyar emberek nem szeretnek beszélni róla, mégis egy válaszadó nyilatkozott úgy, hogy nem kíván nyilatkozni a témával kapcsolatban, ezzel szemben egy lelkes válaszadó pontos összeget adott meg a sávok rendszer helyett.

Itt is megjelenik a munkanélküliek aránya úgy, mint ahogy az előbb is részletesen elemeztem a munkahellyel nem rendelkező válaszadók válaszait. Jelen kimutatásban a legtöbben, szám szerint 33-an a középmezőnyben keresnek, 32 válaszadó ennél kevesebbet, 23 válaszadó pedig többet. 11,3 % pedig véleményem szerint nem teljes állású diákmunkát végeznek, vagy pedig nyugdíj melletti bérkiegészítő munkát.

Hol él Ön életvitelszerűen?

133 válasz



13. ábra - A kitöltők életvitelszerű lakhelynek helye, n=133

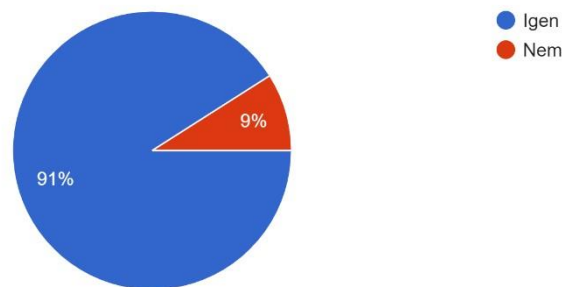
Forrás: Saját kutatás, 2023

Azért érdekes a kutatás szempontjából, hogy hol élnek életvitelszerűen a válaszadók, hogy megfigyelhessük, hogy van-e függés a streaming szolgáltatások használata és a lakóhely nagysága között. Ezt majd a későbbiekben fogom kifejteni ennek az eredményét. Viszont az alábbi ábrán láthatjuk, hogy a legtöbb kitöltő városban él, mint egy 48,9% azaz 65 válaszadó. 43 fő a budapesti lakhellyel rendelkezik a kutatás szerint, ami az egészhez képest 32,3 %, 18% pedig községben. Egy kitöltő jelölte, hogy külföldön tartózkodik, mégpedig Ausztriába.

Ha megfigyeljük a lakosság számát a fővárosban és a különböző méretű városokban az 1-es számú mellékleten láthatjuk, hogy a főváros lakossága 2023.01.01-én 1 671 004 fő volt, a városok lakossága pedig 3 098 924 fő és a számolunk a megyei jogú városokkal, ahol pedig a népesség 1 968 793 fő. A lakosság arányait nézve többen kitöltötték a fővárosban élők a kérdőívet, hiszen 1 968 793 főből 43 kitöltő keletkezett, miközben az 5 067 717 városok lakosságából pedig 65 fő töltötte ki a kérdőívet. Tehát nem mondhatjuk, hogy a városok lakosságával egyenlő a kitöltők számának aránya is.

Szokott-e streaming szolgáltatást használni? (Netflix, Eurosport, Spotify...stb.)

133 válasz



14. ábra - Mennyi kitöltő szokott streaming szolgáltatást használni? n=133

Forrás: Saját kutatás, 2023

A streaming nézés napjainkban nagyon elterjedt kikapcsolódási lehetőség, hiszen nem kell hozzá semmilyen extra kellék, csak egy TV készülék. Mindemellet széles választékban lehet megnézni kívánt videóanyagok keresni különböző platformokon keresztül. Azért is ilyen népszerű ez az időtöltés, mert nagyjainkban preferáltabbak az otthon a négy fal között eltöltött szabadidős tevékenységek, véleményem szerint a Covid járvány óta. Ezt igazolja a kutatásom is.

A megkérdezettek közül mindössze 9%, pontosan 12 ember a 133-ból nem használ semmiféle streaming szolgáltatást. Ez azt jelenti, hogy nagy valószínűséggel minden 10. megkérdezett ember nemmel válaszolna a kérdésre, ami véleményem szerint nagyon alacsony szám.

Jelölje meg, hogy átlagosan naponta hány órát tölt monitor előtt streaming nézéssel:

133 válasz

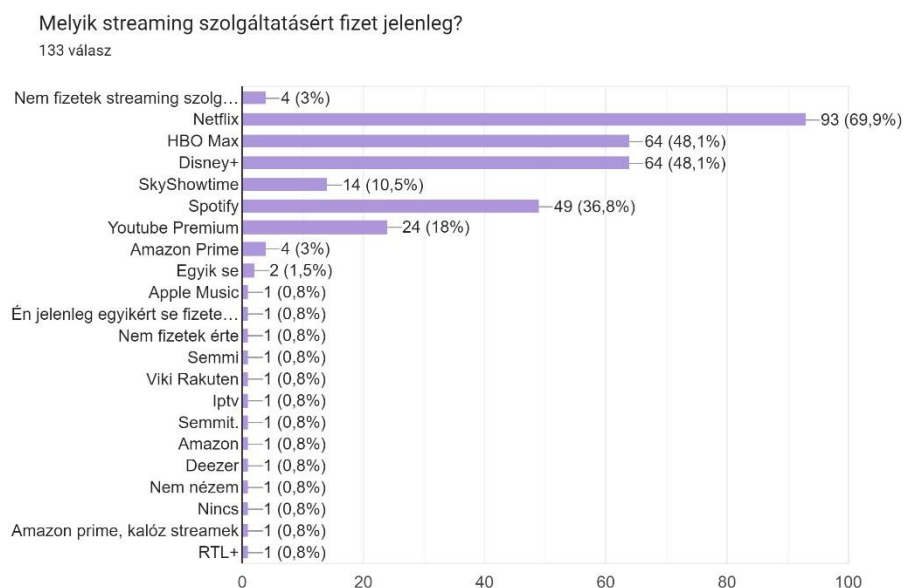


15. ábra - Mennyi időt töltenek a kitöltők a streaming nézéssel átlagosan naponta n=133

Forrás: Saját kutatás, 2023

Érdekes eredmények születtek annál a kérdésnél, hogy ki hány órát tölt monitor előtt átlagosan naponta streaming nézéssel. Érdekes anomáliára bukkantam a kutatás során ugyanis az előző kérdésnél 12 kitöltő válaszolta, hogy nem használ streaming szolgáltatást, viszont ennél a diagramnál csak 4 kitöltő, 3 % jelölte, hogy nem tölt időt monitor előtt streaming szolgáltatások használatával. A legtöbbet a napi 1-2 óra került megválasztásra 77 kitöltő által, ami véleményem szerint teljesen a normális kategóriába esik. Elég sokan jelölték meg a napi 3-5 óra streaming nézést is, szám szerint 32,3 %, 43 fő.

Fentebb említett binge-watchingról beszélhetünk a következő értékeknél, ugyanis napi 6-8 órát töltenek átlagosan a monitor előtt azok a kitöltők, akik ezt jelölték meg. Összesen 7 kitöltő jelölte meg az ábra szerinti zöld jelölést, viszont van, aki még ennél is több időt tölt vele, ugyanis 2 vállalkozó a 8 óránál többet jelölték meg. A sok média tartalom nézése egészségügyi kockázatokkal és depresszióval is járhat, erről bővebben a binge watching résznél térek ki részletesen.



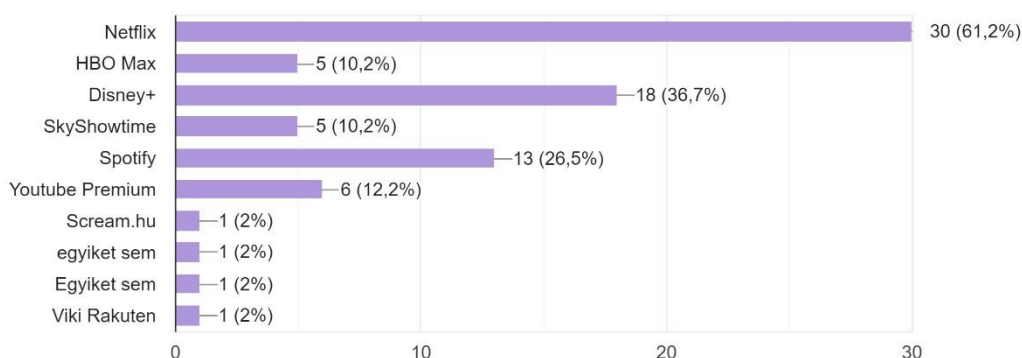
16. ábra - Melyik streaming szolgáltatásért fizet a kitöltő, n=133

Forrás: Saját kutatás, 2023

Itt is megjelenik a 4 fő, akik az előző kérdésekre is azt válaszolták, hogy nem használnak streaminget és nem töltenek időt monitor előtt sem ezzel a tevékenységgel. Az is megfigyelhető, hogy többen jelölték, hogy nem fizetnek érte, tehát vagy nagyobb előfizetési csomagban tartoznak, ahol a fióktulajdonos finanszírozza, vagy pedig osztott fiókhasználattal tudják elérni az adott szolgáltatást. Itt egyértelműen látszódik, hogy a Netflix-ért adnak ki a leginkább pénzt a kitöltők, de ez az arányaiba nézve az összes előfizető számára is elmondható. Valószínűsíthető, hogy azért ilyen magas ez a szám, mert a Netflix mindig hoz újításokat, nagyon sok anime, film és nemrégiben bevezetett játék is elérhető a platformon. Ezután fej-fej mellett a HBO Max és a Disney+ a második legnépszerűbb mapjainkban a média streaming terén. A zenei streaming népszerűségének vizsgálata alapján a Spotify előfizetés népszerűbb és elterjedtebb szolgáltatás, mint a Youtube prémium. Megjelennek számos kisebb streaming platformok a média terén, mint például az Amazon prime vagy a nemrég megjelent Skyshowtime. A zenei platformok alternatívái is felbukkannak, ilyen az Apple music vagy a Deezer, de jóval kisebb számban. Érdekes, hogy két esetben írták azt a kitöltők, hogy illegális módon jutnak hozzá a tartalmakhoz.

Melyik streaming szolgáltatást használja a legtöbbet jelenleg?

49 válasz



17. ábra - Leggyakrabban használt streaming, n=49

Forrás: Saját kutatás, 2023

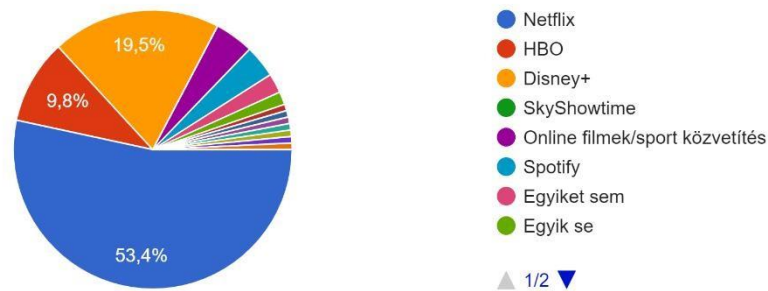
Mint az előbbi diagramon, itt is a streaming szolgáltatások népszerűsége van a kérdés központjában. Mivel egyértelmű, hogy azt a szolgáltatást használják és fizetnek elő a felhasználók, amik számukra megfelelők és érnek annyit, amennyit kérnek érte.

Ennél a kérdésnél is kiderült, hogy a film és sorozatok streamingelésére szolgáló platformok közül a legnépszerűbb és a legtöbbet használt az a Netflix. A kitöltők a Netflix után a Disney + szolgáltatást jelölték meg, amit a legtöbbet használják, majd pedig következik a HBO Max és a Skyshowtime. A zenehallgatásért felelős platformok is hasonlóan alakultak, mint a fentebb elemzett kérdésnél, hiszen látszódik, hogy a Spotifyt majdnem dupla számú kitöltő jelölte meg legtöbbet használt streamingként, mint a Youtube prémiumot.

Fontos megjegyezni, hogy a telefonmárkák és a streaming szolgáltatók között léteznek megállapodások. Egy ilyen megállapodást szeretnék kiemelni, amely azért jött létre, hogy az Apple felhasználóknak nyújtott szolgáltatásokhoz hasonló tudjanak adni az Android rendszerű telefonokra is. Ha vesz a fogyasztó egy Apple telefont, akkor a mobilon alaptól gyárilag rajta van az Apple music és a Apple Tv.

Ezeket a szolgáltatásokat úgy akarta pótolni a Samsung, hogy a saját fejlesztésű és márkájú platformok helyett a Samsung telefon tulajdonosokat első bekapcsoláskor a Spotify és a Netflix várja. Így tudták kompenzálni eme rendszerű telefonok hiányosságait.

Melyik streaming szolgáltatást használja a legtöbbször?
133 válasz



18. ábra - Legtöbbször használt streaming szolgáltatás, n=133

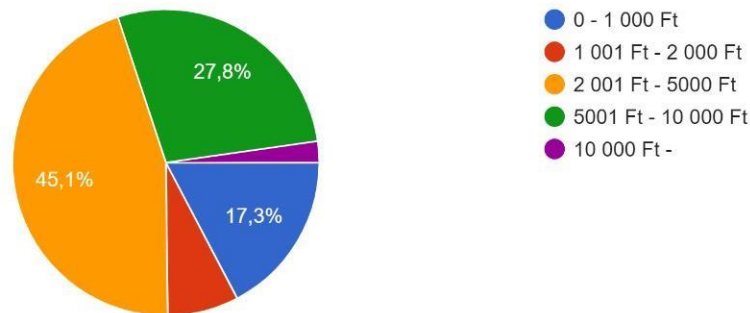
Forrás: Saját kutatás, 2023

Ennél a diagramnál, szintén megfigyelhető, hogy végső rangsor szerint is a Netflix a legnépszerűbb és legfelkapottabb platform a többi közül. A megkérdezettek több mint fele a Netflixet használja a legtöbbször, szám szerint 53,4% vagyis 71 kitöltő.

A többi kisebb népszerűségnek örvendő szolgáltatás közül a SkyShowTime-ot szeretném kiemelni, hiszen ez a szolgáltatás nem régen került piacra egy nagyon jó marketing stratégiával. Amely nem más, mint lehetőséget adnak a felhasználóknak, hogy egy csekély összegű havidíjért fizessenek elő egész életükben változatlanul.

Mennyit fizet átlagosan összesen egy hónapban streaming szolgáltatásért?

133 válasz



19. ábra - Átlagos havi költsége a kitöltőknek streaming platformokra, n=133

Forrás: Saját kutatás, 2023

A teljes nagy egész átlagát tekintjük, akkor egy felhasználó havonta 4200 Ft-ot költ streamingre. Ez a szám úgy adódik össze, hogy a legtöbben 2 000 Ft és 5 000 Ft között költenek ilyenfajta szórakozásra, pontosan 45,1 %, 60 fő. A legkevesebben, 3-an 10 000 Ft felett fizetnek a streamingért havonta.

A fizetésekhez képest teljes mértékben elérhetőek a szolgáltatások az alacsonyabb fizetéssel rendelkező felhasználóknak is, a diagramok alapján nem az ár a tényező, ami miatt a felhasználó lemondja a szolgáltatást.

3.2. Kutatás a kérdőív adatai alapján SPSS-ben

Társadalmi adatok elemzése:

		Mennyit az Ön egy havi nettó jövedelme ?						Nem rendelkezem jövedelemmel.
		< 150 000 Ft Count	150 001 Ft - 300 000 Ft Count	300 001 Ft - 450 000 Ft Count	450 001 Ft + Count	890000 Count	Nem kívánok nyilatkozni Count	
Ön milyen területen dolgozik jelenleg?	Állami szektor	0	2	0	1	0	0	0
	Egészségügy	0	0	2	2	1	0	1
	Egyéb	4	9	12	6	0	0	2
	Építőipar	1	0	2	2	0	0	0
	Feldolgozó ipar	0	0	1	0	0	0	0
	IT szektor	1	1	3	4	0	0	0
	Kereskedelem	0	7	1	2	0	0	0
	Közoktatás	0	5	6	1	0	0	0
	Mezőgazdaság	0	1	0	0	0	0	0
	Nem dolgozik	6	1	1	0	0	0	26
	Pénzügy	3	2	3	3	0	0	0
	Szolgáltató szektor	0	1	2	2	0	1	0
	Vendéglátás	0	2	0	0	0	0	0

3. táblázat - Havi nettó jövedelem és munkaterület vizsgálata

Forrás: Saját kutatás, 2023

Fontosnak tartottam a kutatásom szempontjából, hogy minél több területen dolgozók töltsék ki, hogy minél szerte ágazóbb legyen a végeredmény. Szerencsére nagyon sok típusú ember töltötte ki a kérdőívemet, így a kutatás is elég változatos eredményeket adott ki.

Az ábrán látható, hogy a válaszadók közül melyik területen dolgoznak és mit nyilatkoztak a havi nettó jövedelmükről. Az állami szektorban 3 fő dolgozik, az egészségügyben és az építőiparban is szintén 5 fő, 1 kitöltő a feldolgozóiparban, 9 fő az IT szektorban és 10 fő a kereskedelemben, a közoktatásban 12 fő, mezőgazdaságban 1 fő, a pénzügy területén 11 fő, szolgáltató szektorban 6 fő, a vendéglátásban pedig 2 fő dolgozik. 34 kitöltő nem dolgozik és nem rendelkezik jövedelemmel, viszont ebből 2 főnek nem nulla a havi nettó jövedelme.

Az egyéb kategóriájú munkaterületen dolgozók jelölték meg a legtöbben a közép- és felsőkategóriájú fizetést. Másodikként az IT szektorban dolgozók jelölték meg a legmagasabb fizetést, viszont harmadikként pedig a pénzügyben dolgozók. A kereskedelemben dolgozók a második legkisebb értéket jelölték meg 7-en.

		Mennyi az Ön havi nettó jövedelme?																	
		< 150 000 Ft			150 001 Ft - 300 000 Ft			300 001 Ft - 450 000 Ft			450 001 Ft +			890000			Nem kívánok nyilatkozni		
		M az Ön neme?			M az Ön neme?			M az Ön neme?			M az Ön neme?			M az Ön neme?			M az Ön neme?		
		Férfi	Nő	Total	Férfi	Nő	Total	Férfi	Nő	Total	Férfi	Nő	Total	Férfi	Nő	Total	Férfi	Nő	Total
Melyik streaming szolgáltatást használja a leggyakrabban?	Disney+	2	4	6	0	5	5	1	3	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
	HBO	0	0	0	0	4	4	2	3	5	1	2	3	0	0	0	0	0	0
	Netfli	1	4	5	1	17	18	4	12	16	5	8	13	0	1	1	0	1	1
Total		4	11	15	1	30	31	10	23	33	9	14	23	0	1	1	0	1	1

4. táblázat - Havi nettó jövedelem, nem, és a legtöbbet használt streaming szolgáltatás Forrás: Saját kutatás, 2023

Ez a táblázat csak a három legnépszerűbb média streaming szolgáltatót és adatait tartalmazza. Ez egy szerkesztett táblázat, azért nem egyezik a total az adatok összegével. Először is az egyetlen kiemelkedő adatot megadó személyről a fentebb levő táblázatból tudjuk, hogy az egészségügyben dolgozik egy községben és hogy nő. Egy nő nem kíván nyilatkozni a nettó havi jövedelméről. Megfigyelhető, hogy aki nem rendelkezik jövedelemmel és Disney+-t használ, azok közül 1 férfi és 6 nőnemű van. Egy férfi a HBOt használja legtöbbször jövedelem nélkül. A Netflixet használják a legtöbben úgy, hogy közben nem rendelkeznek fix havi jövedelemmel, ugyanis 4 férfi és 13 nő nyilatkozott erről a kutatásban. Összességében 29 kitöltő állította, hogy jövedelem hiányában is használnak streaming szolgáltatást, ennek valószínűleg az oka lehet, hogy éppen két munkahely között van a kitöltő vagy pedig fiatalok és még nincs jövedelme. A következőkben azokat az adatokat szeretném megvizsgálni, amik még nem kerültek sorra, tehát azok a kitöltők, akik tájékoztatást adtak a havi nettó jövedelmükről és arról, hogy melyik streaming szolgáltatást használják a leggyakrabban. Négy kategória keletkezett a fizetés nagyságának szintjeiből, az egyszerűség kedvéért növekvő sorba beszámozom őket a könnyebb leírás miatt. Az első, a legkevesebb fizetéssel rendelkező csoportban 15 kitöltő nyilatkozott. A legtöbb kitöltő a Disney + alkalmazást választotta, és megfigyelhető, hogy csak ennél az egy csoportnál több a szavazat más platformon, mint a Netflixen, tehát következtetni lehet, hogy a Disney + alacsony árai miatt a kevesebb fizetéssel rendelkező felhasználók körében népszerűbb, mint más drágább szolgáltatás. A második kategóriában van a legnagyobb különbség a férfiak és a nők arányaiban, 31 nyilatkozóból mindössze egy férfi. Itt 18 fő voksolt a Netflix mellett, a többi válaszadó pedig a másik 2 szolgáltatásra. A harmadik kategóriába közelebb vannak a nemek aránya egymáshoz, 33 főből 10 férfi volt. Ennél a kategóriánál is a legmagasabb szolgáltatás ugyanaz, mint az előzőnél, csak itt 16 szavazattal.

		Mennyi az Ön életkora?					
		< 18	18 - 25	26 - 35	36 - 45	46 - 55	56 +
		Count	Count	Count	Count	Count	Count
Jelölje meg, hogy átlagosan naponta hány órát tölt monitor előtt streaming nézéssel:	1 - 2 óra	0	37	16	10	13	1
	3 - 5 óra	3	22	7	4	7	0
	6 - 8 óra	0	5	0	0	1	1
	8 óra +	0	0	1	1	0	0
	Nem töltök időt a monitor előtt streaming nézéssel.	0	1	2	1	0	0

5. táblázat - Életkor szerint átlagosan a monitor előtt töltött órák száma

Forrás: Saját kutatás, 2023

A negyedi kategóriában és egyben az utolsóban szintén a Netflix a legnézettebb, viszont itt van a legközelebb egymáshoz a nemek aránya, ugyanis 14 nőnemű és 9 férfi nemű nyilatkozott összesen.

Ennél az táblázatnál az volt a cél, hogy megvizsgáljam, hogy az életkor mennyiben befolyásolja, a monitor előtt streaming szolgáltatással eltöltött órák számát. Megfigyelhető, hogy egyhangúan a fiatalok 3 és 5 óra között töltnek időt naponta a monitor előtt streaming nézéssel. Ez valószínűleg azért van, mert ide tartoznak az általános- és középiskolás diákok és nekik van ennyi szabadidejük az iskolai tevékenységek mellett, vagy éppenséggel helyett. A 18 év és 25 év közötti kitöltők között már nagyobb a differencia óraszámok között. 37 kitöltő csak 1-2 órát tud szánni, erre a szabadidős tevékenységre, mert nagy valószínűséggel ezek a kitöltők már teljes állásban dolgoznak és nem szánnak annyi időt erre, mint a következő kategóriában szereplő kitöltők, akik 3-5 órát töltnek el a monitor előtt naponta. 22 kitöltő nyilatkozta, hogy az előbb említett kategóriába tartozik, ők pedig véleményem szerint még éppen egyetemisták, akiknek van idejük az órákra járás mellett az ilyen fajta szabadidős tevékenységre. 5 fő jelölte azt ebbe a korcsoportba, hogy 6-8 órát tölt ezzel a tevékenységgel itt már binge-watchinggal számolhatunk ennyi monitor előtt töltött idővel. Egy fő pedig nem tölt időt a monitor előtt, ahogy rajta kívül még 3 személy nyilatkozott erről, tehát valószínű ez a négy fő, akinek nincs előfizetése és nem is használ semmilyen streaminget. A következő két kategóriában hasonló adatok születtek a legtöbben 1-2 órát töltnek monitor előtt, összesen 11 kitöltő 3-5 órát és összesen 2 fő nyolc óránál többet. Érdekes a 46 évesnél idősebb korosztályban a legmagasabb idő az a harmadik érték a 6-8 óra, amit csupán 2 fő jelölt be. 3-5 órát 7 kitöltő jelölt be, ugyanabban a 56 évesnél idősebb kategóriában.

És összesen 14 fő jelölte, hogy mindössze 1-2 órát tölt ezzel a tevékenységgel. Ebbe a korcsoportba tartoznak már a nyugdíj előtt állók és a nyugdíjasok, ennek ellenére nem kiemelkedő a monitor előtt töltött idő száma.

		Mennyi az Ön életkora?									
		< 18 Mi az Ön neme? Nő Count	18 - 25 Mi az Ön neme? Férfi Count Nő Count		26 - 35 Mi az Ön neme? Férfi Count Nő Count		36 - 45 Mi az Ön neme? Férfi Count Nő Count		46- 55 Mi az Ön neme? Férfi Count Nő Count		56 + Mi az Ön neme? Nő Count
Hogyha a Streaming szolgáltatója megemeli az árat, hajlandó-e többet fizetni ugyanazért a szolgáltatásért?	Igen	2	8	34	7	8	2	9	2	10	0
	Nem	1	5	18	3	8	2	3	2	7	2

6. táblázat - Nemek és a szolgáltatói változások

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ezen a táblázaton megfigyelhetjük, hogy ha a streaming szolgáltató megemeli az árat, ami a napjainkban aktuális probléma, akkor nemek és életkor szerint válogatva látjuk a válaszadók döntéseit.

Először is kiugró értékként a legtöbb válaszadó 18 és 25 év közötti nő közül egyharmad-kétharmad arányban oszlik meg az igen-nem válaszok aránya. Tehát kijelenthetjük, hogy a fiatal felnőtt nők kétharmada fizetne többet a szolgáltatásért. A fiatal felnőtt férfiak esetében ez nem mondható el, ugyanis ott az arány az 8:5 tehát a 13 főből mindössze 8 fő költene átlagosan többet a szolgáltatásra.

Azt is megfigyelhetjük a táblázatban, hogy az idősebb kategóriába eső válaszadók nem hajlandóak többet fizetni a szolgáltatásért az esetleges emelés esetén.

4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A kutatásom alapján arra a következtetésre jutottam, hogy egyre népszerűbbek a streaming szolgáltatások különböző életkorú, nemű és anyagi helyzetben levő emberek körében. A kutatásomat magyar viszonylatban vizsgáltam és az adatokat is magyar emberek válaszaiból szűrtem le. Kijelenthető, hogy a lakosság több %-nak van valamilyen streaming előfizetése, mint akinek nincs. A 133 kitöltő mindössze 4%-nak nem volt semmilyen előfizetése. Igaz, hogy a kutatás reprezentatív. Nem mondható teljeskörűnek, de eléggé látszódik, hogy népszerűek napjainkban ezek a platformok. A nemek arányán látszódik, hogy a nők sokkal szívesebben nyilatkoznak, és töltenek időt különböző kérdőívek kitöltésére, mint a férfiak.

Az SPSS kutatás első ábrája alapján azt a konklúziót vontam le, hogy az IT és a pénzügyi szektorban keresnek a legtöbbet a kitöltők. A kereskedelem pedig még mindig nem a legkifizetőbb szakma napjainkban.

Sok felhasználó számára kikapcsolódás, a streaming használata, viszont figyelmesen és tudatosan kell használni, hiszen ezt is túlzásba lehet vinni. A kutatásomban említett bingewatching miatt azt javasolnám a felhasználóknak, hogy ne töltsenek 3-4 óránál többet naponta filmek és sorozatok nézésével, mert drasztikus egészségügyi következményei lehetnek.

Zárásként elfogadom mindkét hipotézist, amelyet a kutatás elején tettem, hiszen a kutatásom alapján és a fentiekben kiderül, hogy az első állítás valóban igaz. A második hipotézisre, pedig a saját kutatásom alapján kijelentem, hogy az is a valóságnak megfelelő.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

A dolgozatom célja az volt, hogy betekintést adjak a streamingek kialakulásának folyamataiba, típusaiba és napjaink történéseibe. A dolgozatomat öt nagy részre tagoltam és némely nagy fejezeteket kisebb alfejezetekre. A bevezetés után először pár mondatban összefoglaltam honnan ered a streaming szó, majd bővebb leírást adtam a szó fogalmáról. A második alfejezetben részletesen bemutatam az eredetét, a fajtáit és a gazdasági hatásait a felhasználókra nézve. A harmadik alfejezetben a Youtube-ot és a Youtubereket vettem górcső alá. A negyedik alfejezetben egy másik zenei szolgáltatót elemeztem, mégpedig a Spotify-t. A zenei streaming után áttértem a film és sorozatok streamingelésére szolgáló platformokra először a Netflixre. Ennek a fejezetnek több alfejezetet nyitottam, hogy átlátható képet kapjunk a szolgáltatás egészéről. Első alfejezetben az árazást vizsgáltam meg, ezek után a napjainkban történő áremelést, majd pedig a versenytársakat. Mindezek után még a Netflixhez tartozóan írtam az érzékenyítésről, és a binge-watching-ról. A streaming rész végére pedig egy kisebb elemzésben bemutatam a Twitch platformot. A harmadik nagy fejezetet két részre osztottam. Az első nagy részben a Google Forms által kreált diagramok alapján elemeztem a kitöltők válaszait. A második nagy részben pedig az SPSS program segítségével vontam le messzemenő következtetéseket.

Úgy vélem sikeresen bemutatam a streaming területeit és egyes szolgáltatások keletkezését és működését. Az első részhez alapos kutatásra volt szükségem, ahhoz, hogy forrásokat találjak, mert a történelmi adatokhoz képest elég új szolgáltatásnak számítanak a streaming platformok. Ezen okok kapcsán a hozzájuk kapcsolódó forrásokból is véges számú dokumentum található.

A kutatásom 18 napig volt elérhető egy nyilvános platformon, ahol 133 felhasználó töltötte ki. Megosztottam egy erre a célra létrehozott csoportban is, ahol szereztem még egy pár kitöltést, a meglévők mellé. Végérvényesen elég adatot gyűjtöttem ahhoz, hogy elemezni tudjam és következtetéseket is le tudjak szűrni belőle, amit meg is tettem a kutatásomban.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Ádám, G. R. G. Új média–új típusú sztárok? A YouTube magyar hírességei.12
<http://real.mtak.hu/148317/1/inftars.XV.2015.2.3.pdf>
Behavior, 92, 20-28. [link](#)
[G.pdf](#)
<https://onlineplatformok.hu/files/b92235b0-8169-4a1c-a53e-c1bd1c6e7338.pdf>
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296318304168>
2. Keseru, B. A. (2023). A Streaming Szerzoi Jogi Megitelese, Kulonos Tekintettel a Filmipar Nagy Streaming Szolgáltatoinak Gyakorlatara. *Iustum Aequum*
3. Pál, D. Rekettye Gábor és Veres István. *Modern árazás*.
https://mersz.hu/hivatkozas/m770modar_63/
Salutare, https://ias.jak.ppke.hu/20231sz/04_KeseruBA_normal_IAS_2023_1.pdf
4. Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J., & Macey, J. (2019). The ingredients of
5. Spilker, H. S., & Colbjørnsen, T. (2020). The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept. *Media, Culture & Society*, 42(7-8), 1210-1225.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443720904587>
6. Tamás, T., Júlia, K., Árpád, K., Pálma, M., & Stefi, M. A magyar populáris zene a globális platformokon. 10.o.
Twitch streaming: Affordances of game streams. *Computers in Human*
7. Wheeler Winston Dixon (2013): Streaming: Movies, Media, and Instant Access, University Press of Kentucky, Kentucky
https://dolgozattar.unibge.hu/28721/1/Szakdolgozat_Balask%C3%B3v%C3%A1%20Cyntia_YBBV3
8. Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of business research*, 117, 543-556.3
9. Yee, Y., & Raheem, M. (2022). Predicting music popularity using spotify and youtube features. *Indian Journal of Science and Technology*, 15(36), 1786-1799.
<https://sciresol.s3.us-east-2.amazonaws.com/IJST/Articles/2022/Issue-36/IJST2021-2332.pdf>

Elektronikus hivatkozások

1. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:YouTube_logo_\(2017\).png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:YouTube_logo_(2017).png)
[letöltés dátuma: 2023.december 02.]
2. <https://help.netflix.com/hu/node/24926>
[letöltés dátuma: 2023.október 22.]
3. <http://lsedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64>
[letöltés dátuma: 2023.október 15.]
4. https://index.hu/tech/2016/01/07/a_nagy_netflix_sztori/
[letöltés dátuma: 2023.október 22.]
5. <https://index.hu/techtud/2023/10/19/netflix-streaming-egyesult-allamok-aremeles/>
[letöltés dátuma: 2023.október 22.]
6. <https://index.hu/techtud/2023/10/19/netflix-streaming-egyesult-allamokaremeles/?token=22a9a329684b60709e54be99c44684ca>
[letöltés dátuma: 2023.október 27.]
7. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1527476417741200>
[letöltés dátuma: 2023.október 31.]
8. <https://lexiq.hu/binge-watching>
[letöltés dátuma: 2023.október 29.]
8. <https://mek.oszk.hu/02100/02185/html/504.html>
Tertinszky Edit (353–406)
[letöltés dátuma: 2023.október 10.]
9. <https://sulilife.unilife.hu/mileszek/20210915-az-evszazad-vallalkozoi-a-spotifyalapitoi-akik-kalozokbol-milliardosok-lettek.html>
[letöltés dátuma: 2023.október 20.]
10. <https://support.google.com/youtube/answer/9674101?hl=hu>
[letöltés dátuma: 2023.október 20.]
11. <https://support.google.com/youtube/answer/9675559?hl=hu&co=GENIE.Platform%3DAndroid>
[letöltés dátuma: 2023.október 22.]

12. <https://today.usc.edu/is-netflix-bad-for-you-how-binge-watching-could-hurt-yourhealth-amazon-hulu-tv/>
[letöltés dátuma: 2023.október 30.]
13. <https://trucoteca.com/hu/twitch-que-es-y-como-funciona/>
[letöltés dátuma: 2023.október 29.]
14. <https://techlabor.hu/aremelessel-kezdi-a-2019-es-evet-a-netflix/>
[letöltés dátuma: 2023.december 02.]
15. https://techcrunch.com/2023/02/03/google-says-youtube-shorts-has-crossed-50-billion-daily-views/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLnNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAXNbUzKwUPHpgu6FqQ12dOD2JG2n50e5FqzOwl0fEVYPVIn3lZ3J3Z5brnmjfyKt3hvQgB4CICmgWDRpEOZqb9lbu62HzglhsO7CaY7L1Yh58ZN52EewA3lg78H3onGQqlzH-5uNnPkPcCUOfF1QyMM5acp72xt2qgbryHj4EK
[letöltés dátuma: 2023.október 22.]
16. <https://variety.com/2013/film/news/lionsgate-sets-expendables-3-for-aug-15-20141200491462/>(Varitey, 2014 augusztus).
[letöltés dátuma: 2023.október 15.]
17. <https://www.cnbc.com/2023/05/10/streaming-wars-are-over-whats-next.html>
[letöltés dátuma: 2023.október 10.]
18. <https://www.elpassion.com/blog/types-of-streaming-services>
[letöltés dátuma: 2023.október 15.]
19. <https://www.hazi-mozi.hu/streaming-piac-idehaza-is-a-netflix-a-legnepszerubb/>
[letöltés dátuma: 2023.október 30.]
20. <https://www.influencerkereso.hu/toplista/youtube/feliratkozok/>
[letöltés dátuma: 2023.október 15.]
21. <https://www.justwatch.com/>
[letöltés dátuma: 2023.december 02.]
22. <https://www.jstor.org/stable/23271778>
[letöltés dátuma: 2023.október 31.]
23. <https://www.rackhost.hu/tudasbazis/online-marketing/milyen-modszerrel-hozhasznol-a-youtube-shorts/>
[letöltés dátuma: 2023.október 27.]

24. <https://www.shopify.com/blog/tiktok-logo>
[letöltés dátuma: 2023.október 17.]
25. https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw&ab_channel=jawed
[letöltés dátuma: 2023.október 17.]
26. <https://www.youtube.com/>
[letöltés dátuma: 2023.október 16.]
23. https://www.youtube.com/watch?v=SDrU7ftOYUQ&ab_channel=YouTubeMovies
[letöltés dátuma: 2023.október 22.]
24. <https://www.youtube.com/user/HollywoodNewsAgency>
[letöltés dátuma: 2023.december 02.]
25. <https://www.pinterest.com.au/pin/347903139967910462/>
[letöltés dátuma: 2023.december 02.]

MELLÉKLETEK

1. számú melléklet:

Területi egység		megyei jogú városok, főváros	Városok	Nagyközségek	Községek	Települések	megyei jogú városok, főváros	Városok	Nagyközségek	Községek	Települések
neve	színtje	száma				népessége					
Budapest	főváros, régió ^a	1	–	–	–	1	1 671 004	–	–	–	1 671 004
Pest	vármegye, régió ^b	1	54	23	109	187	70 800	855 543	136 527	265 920	1 328 790
Közép-Magyarország	nagyregió ^c	2	54	23	109	188	1 741 804	855 543	136 527	265 920	2 999 794
Fejér	vármegye	2	15	14	77	108	137 788	112 758	47 840	121 179	419 565
Komárom-Esztergom	vármegye	2	10	2	62	76	94 554	106 272	6 908	93 758	301 492
Veszprém	vármegye	1	14	3	199	217	56 777	147 252	8 488	125 825	338 342
Közép-Dunántúl	regió	5	39	19	338	401	289 119	366 282	63 236	340 762	1 059 399
Győr-Ménfőcsanak	vármegye	2	10	4	167	183	191 804	80 667	10 623	188 215	471 309
Vas	vármegye	1	12	–	203	216	78 446	75 086	–	96 280	249 812
Zala	vármegye	2	8	3	245	258	98 621	45 737	9 114	108 331	261 803
Nyugat-Dunántúl	regió	5	30	7	615	657	368 871	201 490	19 737	392 826	982 924
Baranya	vármegye	1	13	3	284	301	141 031	91 663	5 943	116 678	355 315
Somogy	vármegye	1	15	2	228	246	59 270	93 160	4 332	138 554	295 316
Tolna	vármegye	1	10	5	93	109	30 057	87 000	14 854	76 133	208 044
Dél-Dunántúl	regió	3	38	10	605	656	230 358	271 823	25 129	331 365	858 675
Dunántúl	nagyregió	13	107	36	1 558	1 714	888 348	839 595	108 102	1 064 953	2 900 998
Borsod-Abaúj-Zemplén	vármegye	1	28	9	320	358	145 248	216 885	28 016	234 070	624 219
Heves	vármegye	1	10	5	105	121	50 018	84 394	14 432	138 689	287 533
Nógrád	vármegye	1	5	–	125	131	31 223	41 799	–	109 016	182 038
Észak-Magyarország	regió	3	43	14	550	610	226 489	343 078	42 448	481 775	1 093 790
Hajdú-Bihar	vármegye	1	20	10	51	82	201 582	216 972	30 082	72 020	520 656
Jász-Nagykun-Szolnok	vármegye	1	21	4	52	78	67 126	192 594	17 037	79 631	356 388
Szabolcs-Szatmár-Bereg	vármegye	1	28	15	185	229	115 711	176 287	37 687	198 283	527 968
Észak-Alföld	regió	3	69	29	288	389	384 419	585 853	84 806	349 934	1 405 012
Bács-Kiskun	vármegye	2	20	9	88	119	142 873	194 111	32 394	125 185	494 563
Békés	vármegye	1	21	8	45	75	55 091	187 642	23 087	48 560	314 380
Csongrád-Csanád	vármegye	2	8	8	42	60	200 773	93 102	28 975	68 357	391 207
Dél-Alföld	regió	5	49	25	175	254	398 737	474 855	84 456	242 102	1 200 150
Alföld és Észak	nagyregió	11	161	68	1 013	1 253	1 009 645	1 403 786	211 710	1 073 811	3 698 952
Ország összesen	ország	26	322	127	2 480	3 155	3 639 797	3 098 924	456 339	2 404 684	9 599 744

KSH A települések száma és népessége jogállás szerint, 2023. január 1.

Forrás: KSH, 2023

2. számú melléklet:

Streaming szolgáltatások hatása a mindennapokra

Kedves Válaszadó!

Hegyi Zsanett vagyok jelenleg az Óbudai Egyetemen végzős, gazdaságinformatikus szakos hallgató.

Ez a kérdéssor az egyetemi kutatásom, a TDK-m és egyben a szakdolgozatom összeállításának legfontosabb kérdéseit tartalmazza. Szeretnék információkat szerezni a streaming szolgáltatások felhasználóinak válaszaiból.

Kutatásomban szeretném számszerűsíteni és megvizsgálni a streaminget használó fogyasztók válaszait.

Nagyon hálás lennék, ha egy kitöltéssel segítené a munkámat!

Segítségét előre is köszönöm!

Mi az Ön neme?

- Férfi
- Nő

Mennyi az Ön életkora?

- < 18
- 18 – 25
- 26 – 35
- 36 – 45
- 46 – 55
- 56 +

Mi az Ön legmagasabb végzettsége?

- 8 általános
- Szakiskola
- Érettségi
- Felsőfokú végzettség

Ön milyen területen dolgozik jelenleg?

- Nem dolgozik
- Pénzügy IT szektor
- Állami szektor
- Egészségügy
- Közoktatás
- Kereskedelem
- Mezőgazdaság
- Feldolgozó ipar
- Építőipar
- Szolgáltató szektor
- Vendéglátás
- Egyéb

Mennyi az Ön egy havi nettó jövedelme?

- Nem rendelkezem jövedelemmel.
- < 150 000 Ft
- 150 001 Ft - 300 000 Ft
- 300 001 Ft - 450 000 Ft
- 450 001 Ft +

Hol él Ön életvitelszerűen?

- Főváros
- Város
- Község

Szokott-e streaming szolgáltatást használni?

(Netflix, Eurosport, Spotify...stb.)

- Igen
- Nem

Jelölje meg, hogy átlagosan naponta hány órát tölt monitor előtt streaming nézéssel:

- Nem töltök időt a monitor előtt streaming nézéssel.
- 1 - 2 óra
- 3 - 5 óra
- 6 - 8 óra
- 8 óra +

Melyik streaming szolgáltatásért fizet jelenleg?

- Nem fizetek streaming szolgáltatásért.
- Netflix
- HBO Max
- Disney+
- SkyShowtime
- Spotify
- Youtube Premium
- Amazon Prime

Melyik streaming szolgáltatást használja a legtöbbet jelenleg?

- Netflix
- HBO Max
- Disney+
- SkyShowtime
- Spotify
- Youtube Premium

Melyik streaming szolgáltatást használja a legtöbbször?

- Netflix
- HBO Max
- Disney+
- SkyShowtime
- Online filmek/sport közvetítés

Mennyit fizet átlagosan összesen egy hónapban streaming szolgáltatásért?

- 0 - 1 000 Ft
- 1 001 Ft - 2 000 Ft
- 2 001 Ft - 5000 Ft
- 5001 Ft - 10 000 Ft
- 10 000 Ft –

Szokott-e élni a streaming szolgáltatók nyújtotta ingyenes próba hónap lehetőségével?

- Igen
- Nem

Mi volt az Ön reakciója, hogy a Netflix egy háztartásra korlátozta az egy fiókot használó felhasználókat?

- Lemondta az előfizetést
- Maradt az előfizetése
- Csökkentette a képernyők számát
- Növelte a képernyők számát

Szívesebben használja-e Ön a Netflixet más streaming szolgáltatásokkal szemben?

- Igen
- Nem

Hogyha a Streaming szolgáltatója megemeli az árat, hajlandó-e többet fizetni ugyanazért a szolgáltatásért?

- Igen
- Nem

TARTALMI KIVONAT

A szakdolgozat első körben ismerteti a streamingek legnépszerűbb és leggyakrabban használt szolgáltatásait, majd miután elég információt adott a témával kapcsolatban, akkor beletekint olyan témákban, mint a gazdasági hatások és negatív következmények. Az egyik hipotézisa is erről a témáról szól, amelyet elfogad, de előbb megindokolja azt. A kutatás első része egy 133 kitöltőből álló kutatás, amely bőven van kifejtve a későbbiekben. Itt minden diagram elemezve van és százalékos és darabszámos adatokkal is rendelkezik a leírás. Mindezek után az SPSS programban készült elemzések következnek. Az első táblázatban a havi nettó jövedelmet és a munkaterület van vizsgálva, a második táblázatban a nettó jövedelem és a használt streaming szolgáltatás. A harmadik táblázatban pedig a kor és a naponta átlagosan streaminggel töltött órák száma.

SUMMARY

The thesis initially outlines the most popular and frequently used streaming services. Once it provides sufficient information on the topic, it delves into areas such as economic impacts and negative consequences. One of its hypotheses revolves around this topic, which it accepts after providing justification. The first part of the research consists of a survey with 133 participants, elaborated further in subsequent sections. Here, every diagram is analyzed, accompanied by both percentage and numerical data in the description. Following this, analyses conducted in the SPSS program are presented. The first table examines monthly net income and the field of work, the second table explores net income and the utilized streaming service. The third table focuses on age and the daily average hours spent on streaming.