

Kommunikációs szokások tegnap és ma

Az internet és a mobilkommunikációs eszközök megjelenése radikálisan átalakította mind a privát szféra, mind az üzleti szféra kommunikációs szokásait.

A korábbi századokban a futár, a postagalamb, majd később a modern időkben a távirat volt az üzenetküldés leggyorsabb eszköze. Ma már a leggyakrabban rövid szöveges üzenetet, azaz sms-t, vagy e-mail-t írunk, avagy egyéb az internet kínálta megoldásokat használunk kommunikációnk eszközeként.

2006. elején a szomszédos Ausztriában megszűnt a táviratküldési lehetőség. Magyarországon még elérhető ez a szolgáltatás, de míg a posta 1992-ben közel 8 millió táviratot kézbesített, 2004-ben már csak 440 ezret (2001-ben pedig csak 360 ezer darabot). Ehhez képest a Nemzeti Hírközlési Hatóság statisztikája szerint naponta 3–4 millió sms-t küldünk. A levélforgalmon is érződik az internet térhódítása. Noha maga a levélforgalom az utóbbi években nőtt, a magánszemélyek közti levelezés és a képeslapküldés drámaian csökkent. Az sms és az e-mail vette át az emberek közti kommunikációban a vezető szerepet, ezt támasztja alá az is, hogy húsvétkor a mobilszolgáltatók közlése szerint 30–70 százalékkal megnő az sms forgalom. (www.origo.hu, 2005.)

A következőkben egy rövid áttekintés következik az internet és a mobilkommunikáció kialakulásáról, hazai fejlődéséről, majd bemutatásra kerül néhány a hazai kommunikációs szokások változásával, az egyes kommunikációs eszközök lakossági megítélésével kapcsolatos primer kutatási eredmény.

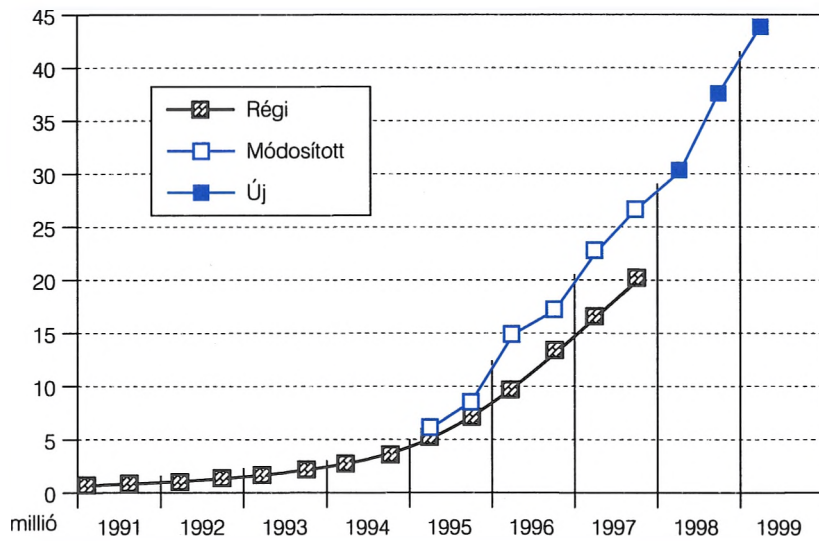
AZ INTERNET ÉS A MOBILKOMMUNIKÁCIÓ FEJLŐDÉSE

Az internet

Az internet elődjének tekinthető ARPANET program kezdetben néhány telephely számítógépeinek adatátviteli célú összekötésére törekedett, fejlesztése 1969-ben indult, majd 1972-ben már nem csupán a védelmi kutatás kiváltságos intézményei között hozott létre összeköttetéseket, hanem egyre inkább és egyre nagyobb súllyal a polgári kutatóhelyek és felsőoktatási intézmények lépésről lépésre bővülő számítógép-hálózatát eredményezte. (Bakonyi, 2000) Ray Tomlinson 1971 őszén küldte el a világ első e-mailjét. Az e-mail szülőatyja azonban nem emlékszik pontosan sem az időpontra, sem a küldemény címzettjére, de még az üzenet tartalmára sem. Egyik nyilatkozata szerint lehet, hogy Lincoln gettysburgi beszédének első sorát küldte el, de mivel több testüzenetet küldött, nem biztos a levél tartalmában. „A legelső üzenet valószínűleg ez volt: QWERTYUIOP. Vagy valami ilyesmi”. A feltaláló mérföldkőnek sem tartja

1. ábra

Az internetre kapcsolt számítógépek száma 1990-től évente megduplázódott



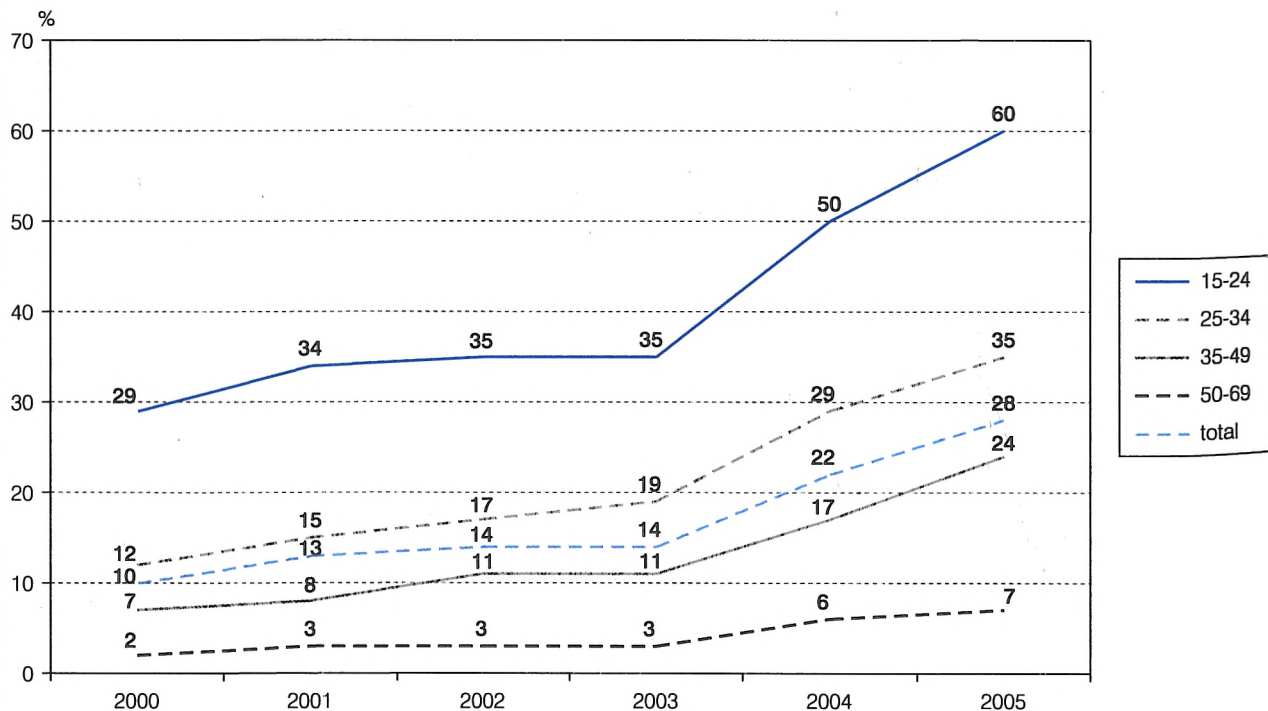
Forrás: Bakonyi, 2000

találmányát, mivel a program csak 200 sornyi kódból állt és két, már létező rendszert kapcsolt össze. (Simon, 2001) A hetvenes évek végére, a nyolcvanas évek elejére kialakult az a hálózat, amely a mai internet alapjait képezte. 1987-re már több mint 10 ezer számítógép kapcsolódott a hálózatra, míg 1990-re ez a szám megközelítette a 300 ezret. 2000-ben az internet 190 országban volt jelen, a hálózat regisztrált számítógépeinek száma 50 millió felett volt, a felhasználók számát közel 200 millióra becsülték. (Bakonyi, 2000) (1. ábra).

2005-ben elérkeztünk az internet történetének egy nagyon fontos mérföldkövéhez: immáron egy milliárd ember használja a világhálót. A Morgan Stanley becslése szerint jelenleg az internetfelhasználó

2. ábra

Rendszeresen internetezők aránya 2000–2005.



Forrás: www.nrc.hu

nálók 36 százaléka Ázsiában él, 24 százalékuk európai és csupán a felhasználók 23 százaléka él Észak-Amerikában. A második milliárd felhasználó várhatóan a következő 10 évben fog a világhálóra kapcsolódni. (Jakob, 2005.) A korszerű információs infrastruktúra fejlesztése Magyarországon 1986-ban indult el az Információs Infrastruktúra Fejlesztési (IIF) program keretében. Első lépésként itthon is – a nyu-

„Egyre szélesebbé vált az interneten elérhető szolgáltatások köre: vásárlás, internetes fizetés, sms küldés, banki és biztosítási szolgáltatások, adóbevallások stb. 2003-ban megjelentek és 2004-ben egyre szélesebb körben váltak ismertté a blogok avagy webes naplók, megnőtt a blogszolgáltatók száma és megjelentek az üzleti blogok is.”

gati világban végbement folyamatoknak megfelelően – a kutatási-fejlesztési és felsőoktatási közösségek gondozásában alakult ki a versenyképes információs infrastruktúra. A Nemzeti Információs Infrastruktúra Fejlesztési program 1995-ben kezdődött. 1995 után az internet kereskedelmi terméké vált, és Magyarországon is egymás után jelentek meg az internet-szolgáltatók. 1993 januárjában 645 számítógép kapcsolódott az internetre hazánkban, egy évvel később 1407, 1996. januárban 17 456, míg 1999 elején több mint 100 ezer. Az új évezred beköszöntével az internet hazai terjedése felgyorsult. (Bakonyi, 2000) 2000-ben már Magyarországon is elérhetővé vált a

digitális aláírás szolgáltatás. 2001-ben a kormány elfogadta az elektronikus aláírásról szóló törvényt. Egyre szélesebbé vált az interneten elérhető szolgáltatások köre: vásárlás, internetes fizetés, sms küldés, banki és biztosítási szolgáltatások, adóbevallások stb. 2003-ban megjelentek és 2004-ben egyre szélesebb körben váltak ismertté a blogok avagy webes naplók, megnőtt a blogszolgáltatók száma és megjelentek az üzleti blogok is (2. ábra).

A mobilkommunikáció

„Rudy Krolopp 1972-ben hozta létre az első, féltéglaméretű, akkor még felfoghatatlan előnyökkel járó, első mobilkommunikációs eszközt, amely húsz-harminc év elteltével alapvetően átértelmezte a kommunikáció fogalmát, és új kultúrát teremtett.” (Dén, 2003)

A hazai mobilkommunikáció kivonatos története

1993. A Pannon GSM Távközlési Rt. és a Westel 900 aláírja a 15 évre szóló Koncessziós szerződést a Közlekedési, Hírközlési és Vízügyi Minisztériummal.

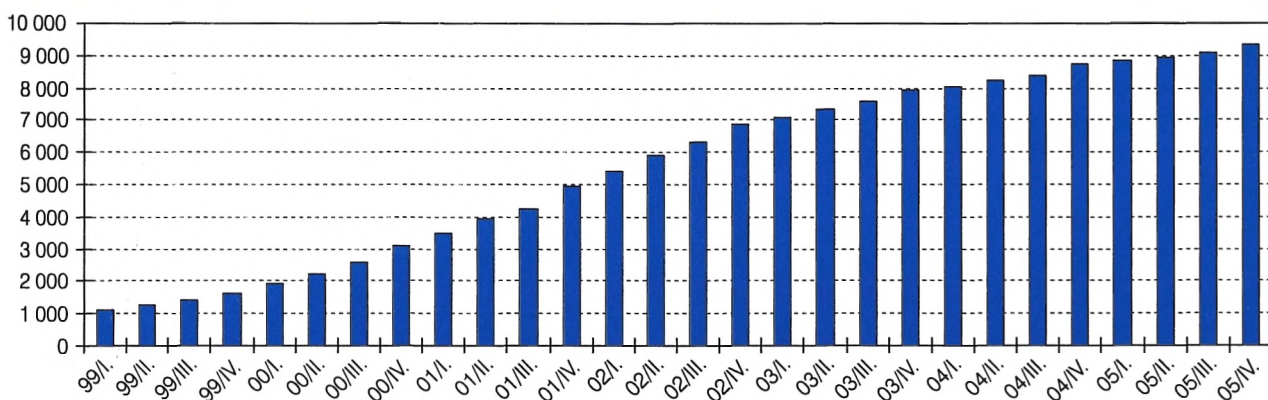
1994–1995. Elérhetővé válnak az sms-, adat- és faxszolgáltatások, illetve a hangposta.

1996. Magyarország lakosságának közel 99 százaléka „lefedetté” válik.

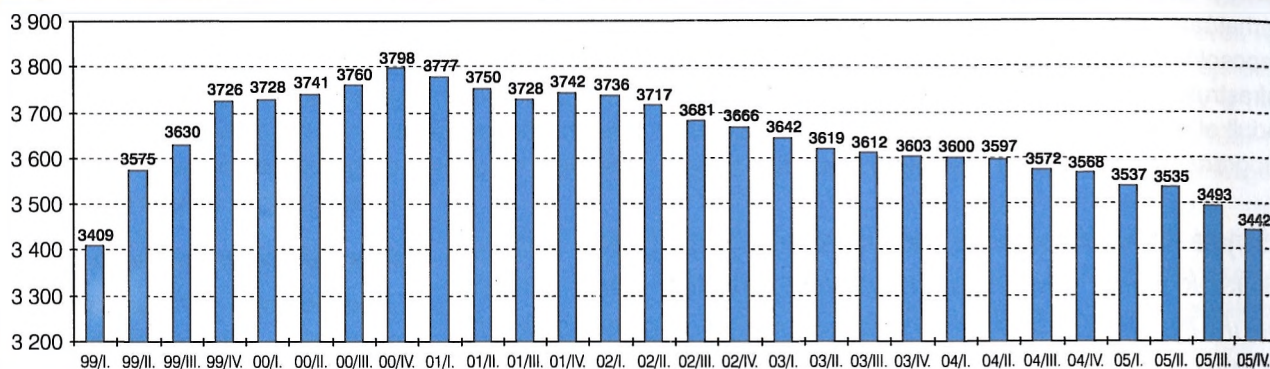
1997. A Westel megjelentette az előre fizetett, Domino névre keresztelt, első magyar újrátölthető mobil egységkártyát.

3. ábra

Aktív mobilelőfizetések alakulása 1999–2005. (ezer db)



Forrás: www.nhh.hu



Forrás: www.nhh.hu

1998. Az OTP Mobil TeleBank szolgáltatás a Panon GSM előfizetők számára lehetővé teszi, hogy interaktív módon rövid szöveges üzenetek formájában banki információkat kapjanak, illetve kérjenek mobiltelefonjaikra. Szeptember 12-én néhány óra leforgása alatt mindkét magyarországi GSM-szolgáltató mobiltelefonszámai hatról hétjegyűre változnak.

1999. A Vodafone is belép a magyar piacra.

2000. Bevezetésre kerülnek a WAP-szolgáltatások, megkezdik működésüket az internetes online ügyfélszolgálatok, illetve a szolgáltatásokat kiterjesztik az 1800 MHz-es frekvenciatartományokra.

2001. A GPRS szolgáltatások megjelenése. A mobilelőfizetők száma Magyarországon meghaladja a vezetékes előfizetők számát.

2002. Megtörténik a távközlési liberalizáció. Elérhetővé válik az MMS szolgáltatás.

2003. A Férihegyi repülőtéren kiépül a vezeték nélküli helyi hálózati szolgáltatás (Wireless Local Area Network), már lehetőség van videotelefonálásra, és megjelenik a harmadik generációs (3G – UMTS) mobiltelekommunikációs adatátviteli rendszer. Ez az új technológia vezetékes kapcsolat nélkül is gyors adattovábbítást, élvezetes mozgókép- vagy éppen zenei letöltést biztosít.

2005. Év végére az aktív mobilelőfizetések száma meghaladta a kilencmilliót.

Miközben a mobil előfizetések száma fokozatosan nőtt, a vezetékes előfizetések száma csökkent. Az előfizetések számának alakulását mutatja be a 3. és 4. ábra.

PIACKUTATÁS ÉS INTERNET

Megkülönböztetünk offline és online internetes kutatásokat. Az online kutatások jellemzője az interaktivitás, ilyenek például az online fókuszcsoportok vagy a webfelületen elhelyezett interaktív kérdőíves kutatások is. Az offline kutatások mellőzik az interaktivitást, ide sorolhatjuk például az e-mail-es megkerde-

1. táblázat

Különböző piackutatási módszerek összehasonlítása
5=kitűnő, 4=jó, 3=megfelelő, 2=gyenge, 1=nem kezelhető helyzet. [*] Scipione, 1994.

	postai [*]	telefonos [*]	otthoni/irodai [*]	internetes
adatgyűjtés költsége	5	4	2/1	5
reprezentatív minta	4	5	5	4/3
adatgyűjtéshez szükséges idő	2	5	2/1	5
az időjárás negatívan hathat	4	5	2	5
anyagokat tud bemutatni	2	1	5	3
mások torzíthatják a válaszokat	3	5	5	3
kihasználhatók az új számítástechnikák előnyei	1	5	2	5
a névtelenség érzete	5	5	2	5
az utasítások biztos érthetősége	2	5	5	2

Forrás: Danó, 2006

zéseket. Igen érdekesek az online térben folyó kvalitatív kutatások. Ilyenek például az online fókuszcsoportok. Egy hagyományos fókuszcsoporton rendszerint 6–10 ember folytat beszélgetést egy moderátor vezetésével, ez személyes jelenléte igényel. Míg mindez online közegben történhet például egy chat szobában, anonim módon is. Ezen online kutatások egyik igen nagy előnye, hogy egyszerűen legyőzhetőek a földrajzi távolságok. Szintén érdekes területe az online kutatásoknak az ún. online mystery shopping. A hagyományos mystery shoppingok során képzett shopperek személyesen vagy telefonon vizsgálják, tesztelik az egyes szolgáltatókat, frontvonalukat vagy az eladószemélyzetet. Ez a világhálón úgy valósul meg, hogy a vállalatok, szolgáltatók

online kapcsolati lehetőségein keresztül keressük meg őket, és értékeljük válaszukat mennyiségi és minőségi szempontok alapján. (Danó, 2006) Az 1. táblázatban a különböző piackutatási módszerek összehasonlítását mutatom be néhány szempont alapján.

PRIMER KUTATÁSI EREDMÉNYEK

2005. decemberében a KÓD Piac-, Vélemény- és Médiakutató Intézet panelkutatásának keretében vizsgáltam a hazai lakosság egyes kommunikációs szokásait, illetve véleményüket a különböző kommunikációs eszközökről.

Az adatfelvétel során a kérdezőbiztosok 1032, 18 éven felüli személyt kérdeztek meg telefonon. A kutatás országos, nemre, korra és településtípusra nézve reprezentatív mintán történt; a minta egyenetlensége súlyozással lett korrigálva. Az eredmények hibahatára 1000 válaszadó esetén, 95 százalékos valószínűségi szint mellett $\pm 3,2\%$.

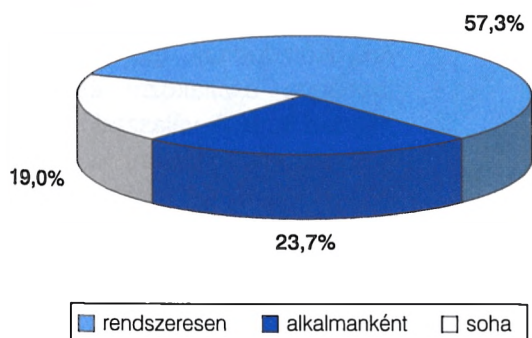
A kutatás során tehát vizsgáltam a hazai lakosság kommunikációs, internetezési szokásait is. Az elsőként bemutatásra kerülő kérdés a megkérdezettek mobiltelefon-, számítógép-, internethasználati szokásait térképezte fel. (n=1032) A válaszadók több mint 80% használ mobiltelefont, és közülük minden 7. rendszeresen teszi ezt (5. ábra).

Azok, akik használnak számítógépet, valamivel többen, mint minden második válaszadó (55,7%), ezt többnyire rendszeresen teszik, ők az összes számítógép-használók 70 százalékát teszik ki. Ennél va-

5. ábra

Mobiltelefon-használati szokások

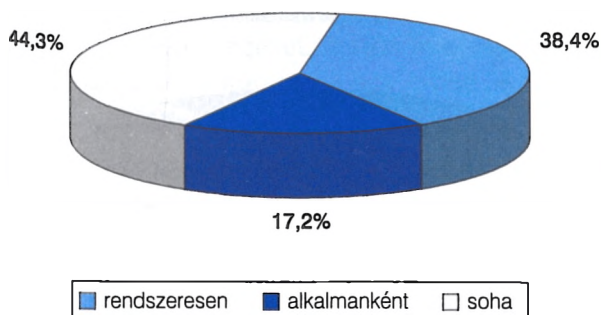
Milyen gyakran használ Ön mobiltelefont?



6. ábra

Számítógép-használati szokások

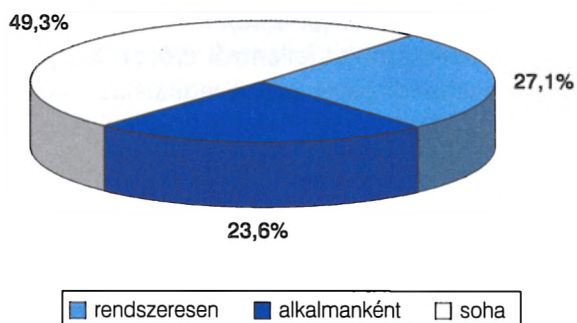
Milyen gyakran használ Ön számítógépet?



7. ábra

Internethasználati szokások

Milyen gyakran használ Ön internetet?



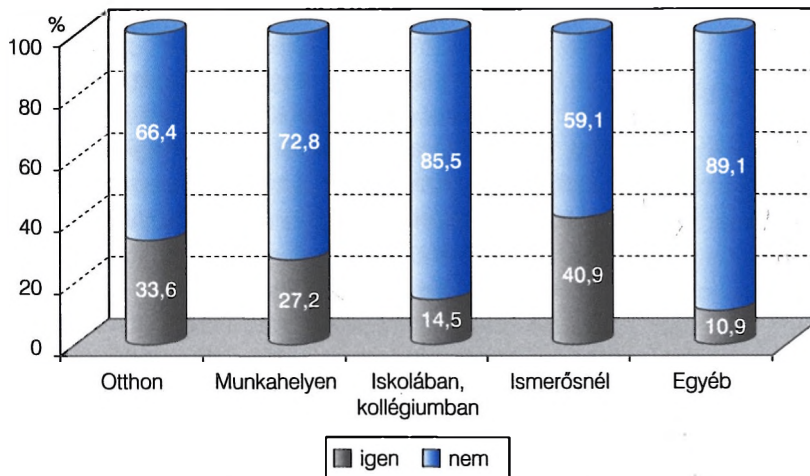
Az internethasználat gyakorisága korcsoportonként

Milyen gyakran használ Ön internetet?				
kérdezett kora	rendszeresen	alkalmanként	soha	Összesen
18–29	56,0	37,3	6,7	100,0
30–39	36,9	37,5	25,6	100,0
40–49	26,2	21,0	52,8	100,0
50–59	19,2	20,3	60,5	100,0
60+	3,6	8,0	88,3	100,0
Összesen	27,1	23,6	49,3	100,0

8. ábra

Az internethozzáférések aránya

Függetlenül attól, hogy használja-e az internetet, rendelkezik Ön valahol internethozzáféréssel a következők közül?



A válaszadóknak mindegyik felsorolt lehetőségénél meg kellett mondaniuk, hogy ily módon hozzáférnek-e az internethez vagy sem. Összesen 1/3-uk rendelkezik otthoni internettel, ennél valamennyivel kevesebben vannak, 27,2 százalékuk, akik a munkahelyükön tudnak, tudnának a világhálóra csatlakozni és közel minden hatodik válaszadó megteheti ezt az iskolában, kollégiumban. A legtöbben említették – tőből hat –, hogy ismerősüknél hozzáférhetnek az internethez, a legkevesebben 10,9 százaléknian neveztek meg egyéb helyszínt. Itt a legtöbben könyvtárat, művelődési házat, internetkávét említettek.

lamivel alacsonyabb azok aránya, akik használnak internetet (50,7%), a rendszeres használók aránya ez esetben viszont már jóval alacsonyabb, ők a netezők 53,5 százalékát alkotják, az összes megkérdezettnek pedig 27,1 százalékát (6. ábra).

Az internethasználat jellemzői erősen függenek a megkérdezettek korától. Míg a legfiatalabb korcsoportba tartozók 56 százaléka használja a világhálót rendszeresen, addig ez az arány a legidősebbek körében mindössze 3,6%. A korcsoportok szerinti válaszok megoszlását a 2. táblázat mutatja be (7. ábra).

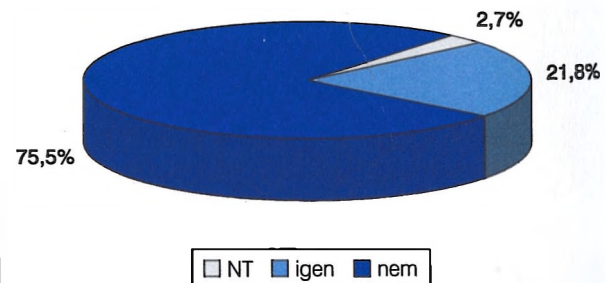
Függetlenül attól, hogy használja-e az internetet, a megkérdezettek 70,1 százaléka fér, férhetne hozzá az internethez valamilyen módon (8. ábra).

9. ábra

Internethozzáférés létesítésének tervezése

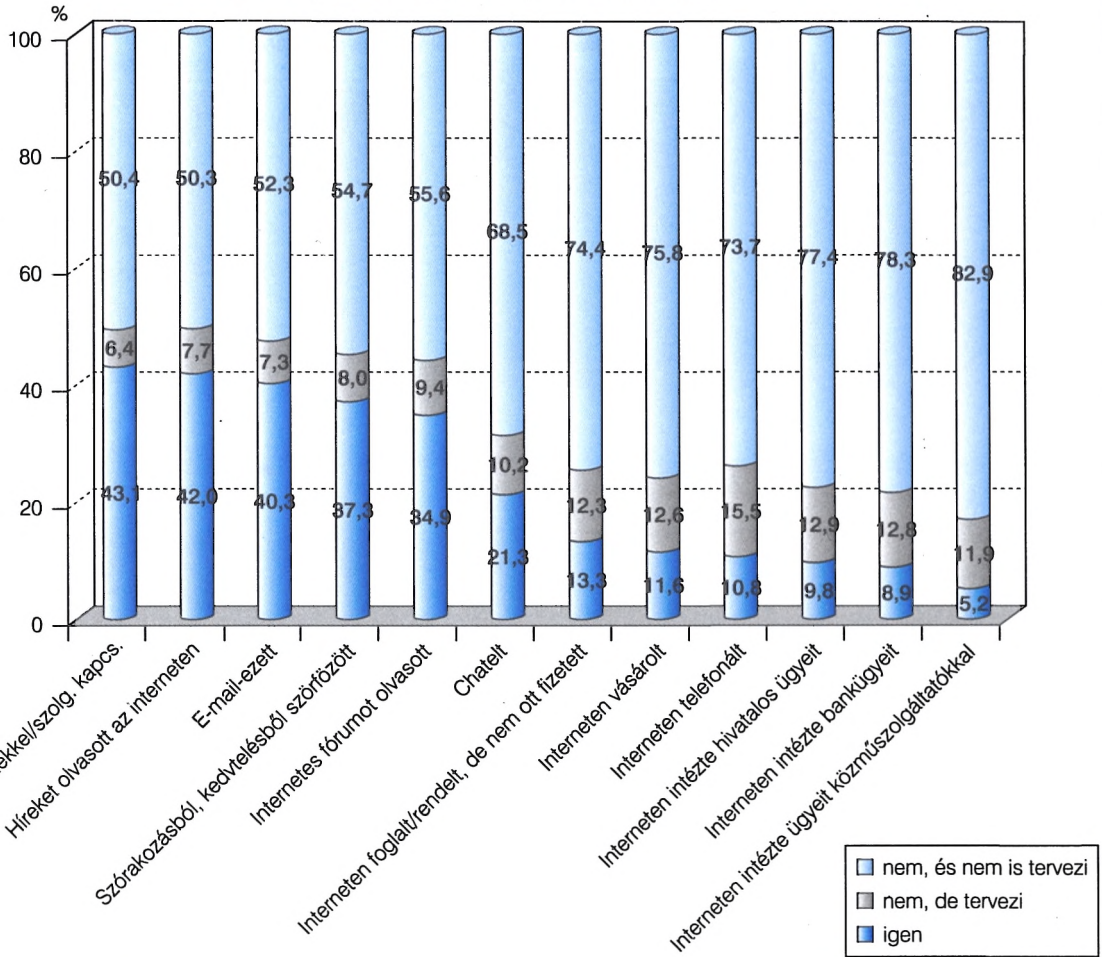
Tervezi Ön egy éven belül internethozzáférés létesítését otthonában?

(ha még nincs otthoni hozzáférése, n = 685)



Internetes tevékenységek

Az elmúlt egy évben végzett internetes tevékenységek



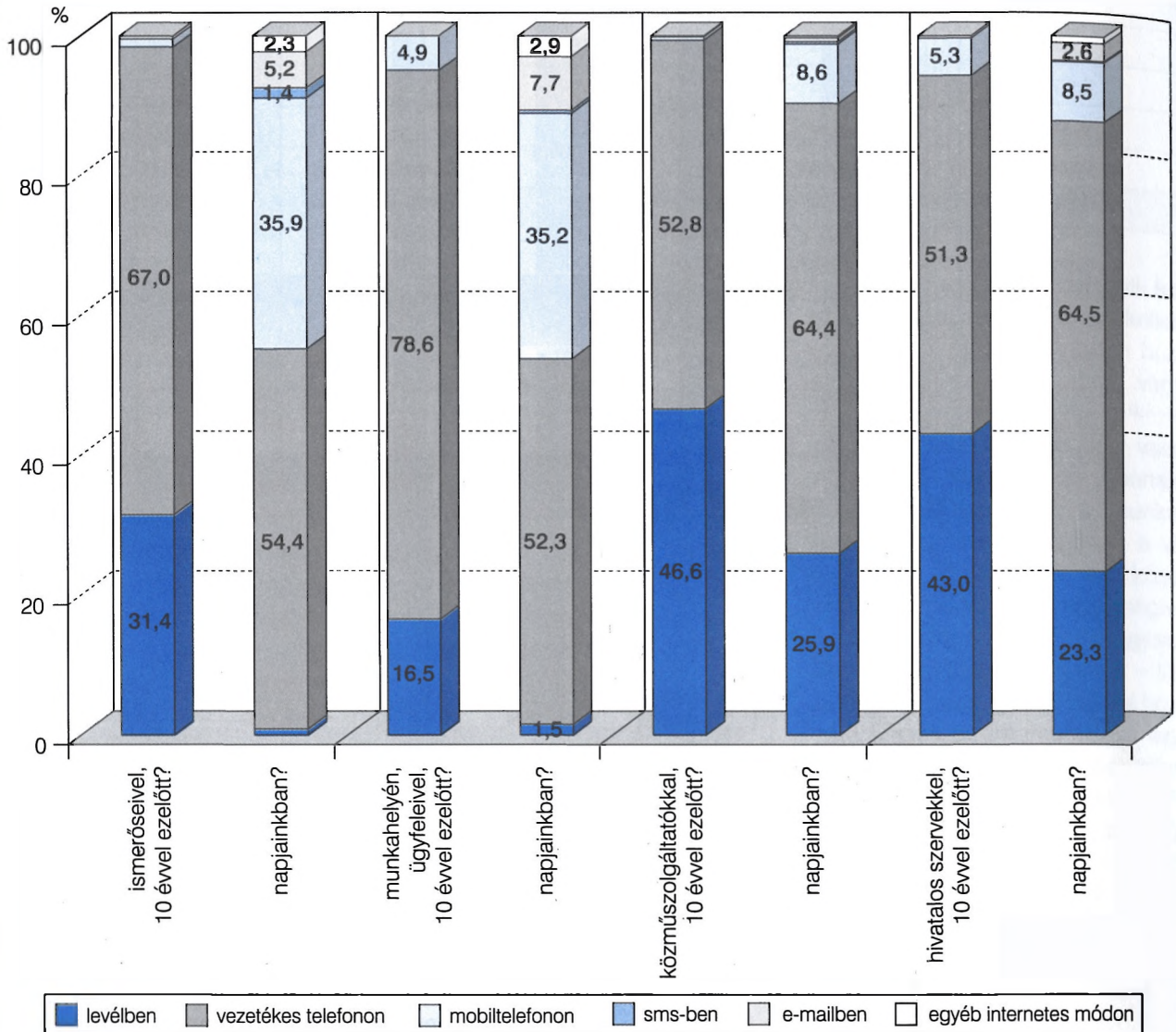
Azok közül, akik nem rendelkeznek otthoni internethozzáféréssel, valamivel több, mint minden negyedik válaszadó (21,8%) tervezi, hogy egy éven belül változtat ezen (9. ábra).

A következő kérdésblokk segítségével arra kerestem a választ, hogy akik interneteznek, azok az elmúlt egy évben mire használták a világhálót, illetve azokat a tevékenységeket, amiket még nem végeztek itt, tervezik-e a következő egy évben. A tervek azok esetében is rákérdeztünk, akik ez idáig még egyáltalán nem éltek az internet nyújtotta lehetőségekkel. Az összes megkérdezett 50,7 százaléka internetezett már valaha. A válaszadók közül a legtöbben az elmúlt egy évben információt kerestek, híreket olvastak a neten (43,1% és 42,0%). Hasonló azok aránya, akik e-maileztek (40,3%), valamint több mint minden harmadik válaszadó szörfözött szórako-

zásból és olvasott internetes fórumot. A chatelők aránya már csak 21,3%. Az interneten vásárlók, valamint az interneten rendelők, foglalók, de nem a neten fizetők 13,3%, illetve 11,6 százaléknyan vannak, viszont mindenképpen említésre méltó, hogy mindkét esetben a válaszadók 12–13 százaléka említette, hogy eddig ugyan nem élt ezekkel a lehetőségekkel, de a jövőre nézve – egy éves távlatban – szándékában áll. A tervek szempontjából a legtöbben az interneten történő telefonálás igénybevételét említették, a válaszadók 15,5 százaléka tervezi a következő egy évben (10. ábra).

Vizsgáltam azt is, hogy jellemzően milyen kommunikációs eszközöket használtak a válaszadók tíz évvel ezelőtt és használnak napjainkban. A kérdés különböző esetekre irányult, úgy, mint ismerősökkel, munkahelyen, ügyfelekkel, illetve közmű szolgálta-

A személyes kapcsolattartáson kívül Ön jellemzően hogyan tartotta/tartja a kapcsolatot...
(csak a kérdésre válaszolni tudók említései)



tókkal, hivatalos szervezetekkel való kapcsolattartásra. A megkérdezetteknek mindegyik esetben egy, a rájuk leginkább jellemzőbb kapcsolattartási formát kellett kiválasztaniuk. Tíz évvel ezelőtt alapvetően a levelezés és a telefonálás (vezetékes) dominált, míg napjainkban a mobiltelefon és az internet is kiemelkedő jelentőséggel bír. A közmű vállalatok és hivatalos szervezetek esetében korábban 51–53 százaléknyi volt a vezetékes telefonálás aránya és 43–47% a levelezésé, napjainkra ez utóbbi 23–26 százalékra csökkent,

míg a vezetékes telefonon történő ügyintézés aránya 64–65 százaléknyra emelkedett. Emellett 8–9 százaléknyi a mobiltelefonon intézkedők aránya, illetve a hivatalos szervezetek estében 2,6% az e-mailt nevezte meg a legjellemzőbb kapcsolattartási formának. Az ismerősökkel és a munkahelyi ügyfelekkel való kapcsolattartás terén visszaszorult a vezetékes telefon, és mindkét esetben a válaszadók több mint 1/3-a említette a mobiltelefont. Szintén e két esetben volt jelentős – 5,2 és 7,7% – az e-mailt említők és 2–3

százaléknyi az egyéb internetes módot említők aránya (11. ábra).

Az utolsó kérdésblokk az ügyintézés során használatos egyes kapcsolattartási formák megítélését térképezte fel. A válaszadók hatékonyság, megbízhatóság és ár szempontjából értékelték ezeket. A következő diagramokon először egy összehasonlítás látható a különböző kapcsolattartási formákról, majd pedig az egyes jellemzők esetében külön-külön is bemutatásra kerülnek az eredmények. Összességében a legmegbízhatóbbnak a telefonos, a legkevésbé megbízhatónak pedig az interneten történő ügyintézés tartották a megkérdezettek. Előbbit 3 százalékkal többen ítélték teljes mértékben megbízhatónak. Hatékonyság tekintetében viszont az internetes ügyintézészt ítélték a legjobbnak a megkérdezettek, és lényegesen rosszabbnak ítélték a levelezést. Az ár (mennyire olcsó) esetében magasan az internet megítélése a legpozitívabb, míg a telefonos ügyintézésé a legkevésbé (12–15. ábra).

ÖSSZEFOGLALÁS

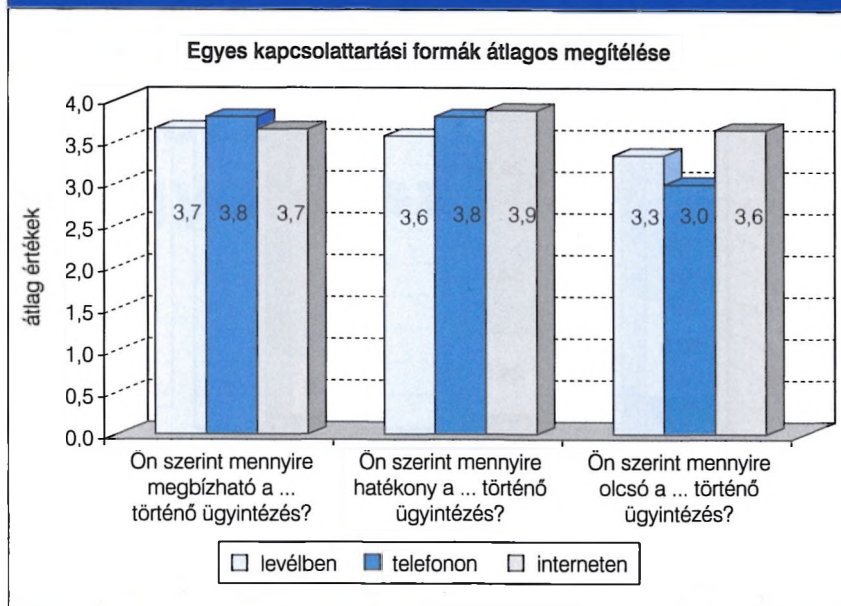
Az internet szüntelen kínál újabb és újabb lehetőséget, megoldásokat a felhasználók számára. A hazai internetezők aránya ugyan még alacsony, de egyre többen, egyre több esetben ismerik fel a világháló előnyeit és élnek vele. Folyamatosan nő azok száma is, akik már nem csak a kapcsolattartás, de a vásárlás, a pénzügyek intézése esetén is az internetes megoldásokat preferálják.

FELHASZNÁLT IRODALOM

DANÓ GYÖRGYI (2006): New methods in marketing research In: microCAD 2006 International Scientific Conference. Company Competitiveness in the XXI Century. Konferencia kiadvány. pp 39–44.

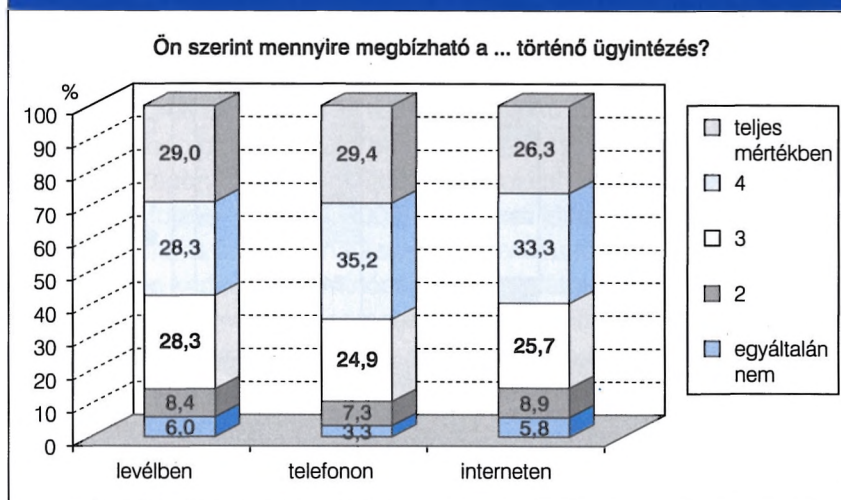
12. ábra

Egyes kapcsolattartási formák átlagos megítélése



13. ábra

Ügyintézési formák megbízhatóságának megítélése



ESZES ISTVÁN – BÁNYAI EDIT (2002): Online m@rketiing, Műszaki Könyvkiadó.

PAUL A. SCIPIONE (1994.): A piackutatás gyakorlata, Springer Verlag

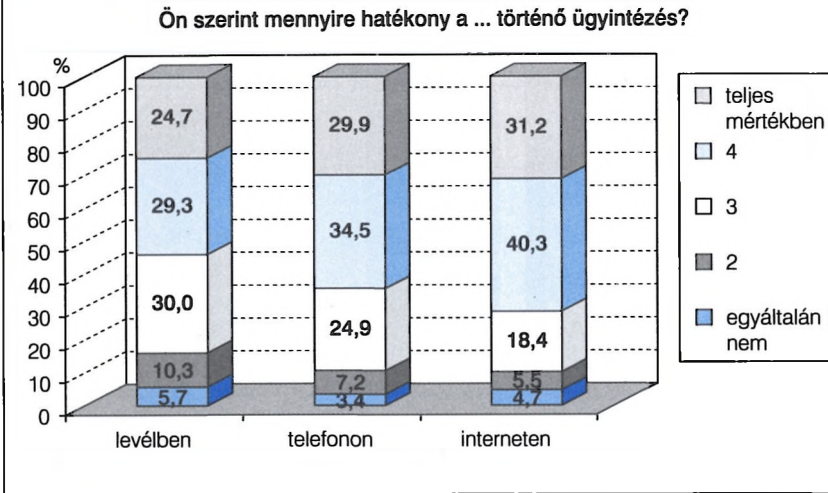
VASNÉ DR. EGRI MAGDOLNA (2005): Marketingdöntések a fejlett gazdaságokban, Aula Kiadó Kft.

FELHASZNÁLT INTERNETES FORRÁSOK

BAKONYI PÉTER: Az internetjelenség és Magyarország, Teremtészet Világa, 2000. II. különszám

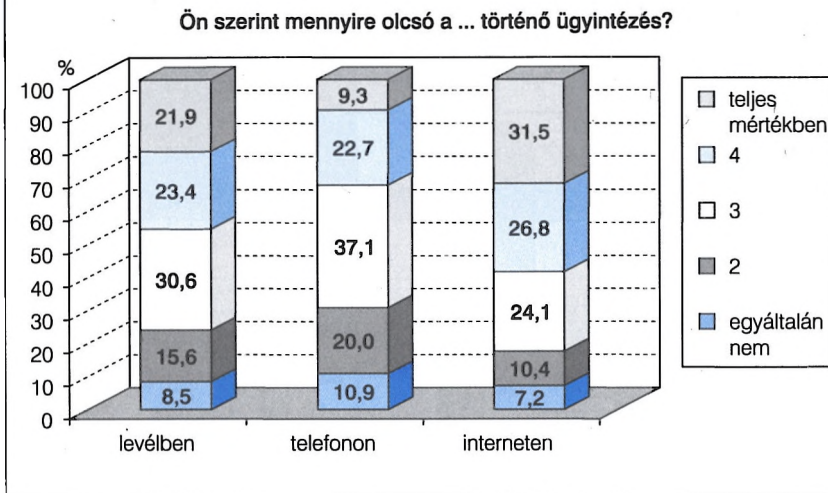
14. ábra

Ügyintézési formák hatékonyságának megítélése



15. ábra

Ügyintézési formák árának megítélése



<http://kommunikacio.transindex.ro/index.php>

(2006/06/01)

<http://origo.hu/techbazis/20051102/evelethozottaposta.html>

(2006/06/01)

http://www.ihm.gov.hu/data/33498/IT_gyorsjelentes_2002_12.pdf

(2006/06/01)

<http://www.netlock.net/html/hirek.html>

(2006/06/01)

http://www.nhh.hu/menu3/m3_1.htm

(2006/06/01)

http://www.nhh.hu/menu3/m3_1/2006/nhh_szonda_lakossagitavkozles.pdf

(2006/06/01)

http://www.nhh.hu/menu3/m3_1/eneten/01/p0100.htm

(2006/06/01)

http://www.nhh.hu/menu3/m3_1/2006/enetennhhinternet20054.pdf

(2006/06/01)

http://www.nrc.hu/Hirek?&news_id=375&page=details&newsprint=1

(2006/06/01)

<http://www.pannon.hu/panon/sajtoszoba/ceginformaciok/cegtortenet/>

(2006/06/01)

<http://www.t-mobile.hu/egyeni/rolunk/ceginformaciok/cegtortenet/index.shtml>

(2006/06/01)

http://www.vodafone.hu/sajtoszoba/a_vodafone_mo_tortenete.html

(2006/06/01)

<http://www.chemonet.hu/TermVII/kulonsz/k002/internet.html>

(2006/06/01)

DÉN MÁTYÁS ANDRÁS (2003.): Mobil életstílus

<http://www.piacprofit.hu/?s=32&n=42&mr=1203>

(2006/06/01)

JAKOB NIELSEN'S ALERTBOX (2005/12/19): One Billion internet Users

http://www.useit.com/alertbox/internet_growth.html

(2005/12/20)

SIMON ANDRÁS (2001/10/10): Harmincéves az e-mail

http://www.cvonline.hu/news/index.php?news_id=78&sec=1

(2006/05/30)

Danó Györgyi PhD hallgató
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi
Egyetem

Menedzsment és Vállalatgazdaságtan Tanszék