

Médiafogyasztási szokások elemzése – Filmes streaming szolgáltatások

Sipos Adorján

Kereskedelem és Marketing, alapképzés, levelező

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing tanszék

Belső témavezető: Horváth Ádám Benedek

Egyetemi tanársegéd, Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

A kutatásom során egy tudományosan viszonylag ritkán kutatott területet vizsgáltam. A dolgozat megírásával az volt a célom, hogy feltárjam mik a hazai streaming használati szokások, és mik az elsődleges fogyasztói preferenciák a szolgáltató választás mögött.

Munkám a szakirodalmi áttekintés bemutatásával kezdtem, melyben egészen a streaming kialakulásáig vezető út legelejére mentem vissza. Így bemutattam a digitalizáció fogalmát, folyamatát, majd a digitális tartalmak megjelenésének formáit is. A streaming ellenlábasként írtam a broadcastingról is, ami tulajdonképpen a hagyományos, lineáris tartalomfogyasztást jelenti. Ezek után következett kutatásom fő témája, vagyis a streaming fogalmának, megjelenésének, elterjedésének, és a különböző fajtáinak bemutatása.

Ezután bemutattam az általam választott két nagy szolgáltatót, vagyis a Netflixet és az HBO-t, mely itthon és világviszonylatban is a két piacvezető szolgáltató. A két vizsgált vállalatot a történelmi életútjukon keresztül mutattam be, majd kitértem az üzleti modellek bemutatására is. Miután bemutattam a két legfontosabb szereplőt, egy rövid összehasonlításra is kitértem, hogy jól láthatóak legyenek a hasonlóságaik és különbségeik.

Primer kutatásom először egy kvalitatív (mélyinterjúk megkérdezés) majd egy kvantitatív (online kérdőíves megkérdezés) módszer segítségével vizsgáltam a szakirodalom és az empiria által felállított hipotéziseimet. Végezetül pedig bemutattam primer kutatásom módszertanát és eredményeit. Ennek keretében kvalitatív és kvantitatív módszerekkel is vizsgáltam a streaming használati szokásokat, a legnépszerűbb szolgáltatókat, a legnagyobb előnyöket, amik a streaming mellett szólnak, valamint a fogyasztói preferenciákat, hogy mi alapján döntenek egy adott szolgáltató mellett, illetve kitérek a jelszómegosztás jelenségének a megítélésére is, valamint a manapság sokat emlegetett áremelkedések hatásának vizsgálatára is. Az eredmények alapján döntöttem előzetesen felállított hipotéziseim elfogadásáról, vagy elvetéséről, majd ezek alapján megfogalmaztam javaslataimat a kutatás eredményeinek hasznosíthatóságához.

A kutatás korlátjai, hogy a kérdőívet valószínűleg számos, hasonló jellemzőkkel bíró alany töltötte ki költségvetés híján, ami homogénebb eredményeket jelenthet a valóságnál. További torzító hatást jelenthetett, hogy a kérdéseket nem mindenki ugyanúgy értette, továbbá nem biztos, hogy fel tudtak idézni minden vizsgált szituációs helyzetet.

Jövőbeni kutatási irányként érdemes lenne további kvalitatív módszereket, például egy fókuszcsoportos kutatást végezni, a fogyasztók preferenciáinak és véleményének mélyebb feltérképezésének érdekében. Amit még külön érdemes lenne vizsgálni, az az árváltozás elfogadásának hajlandósága, továbbá, hogy milyen hatása lesz az egyre szegmentálódó piacnak a felhasználók döntéseire.