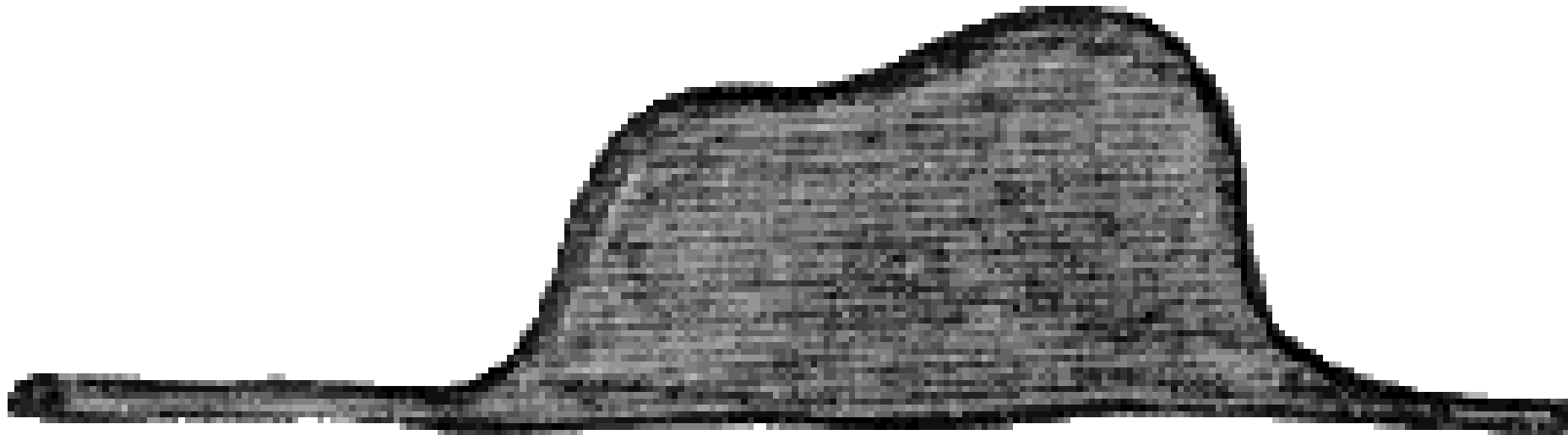
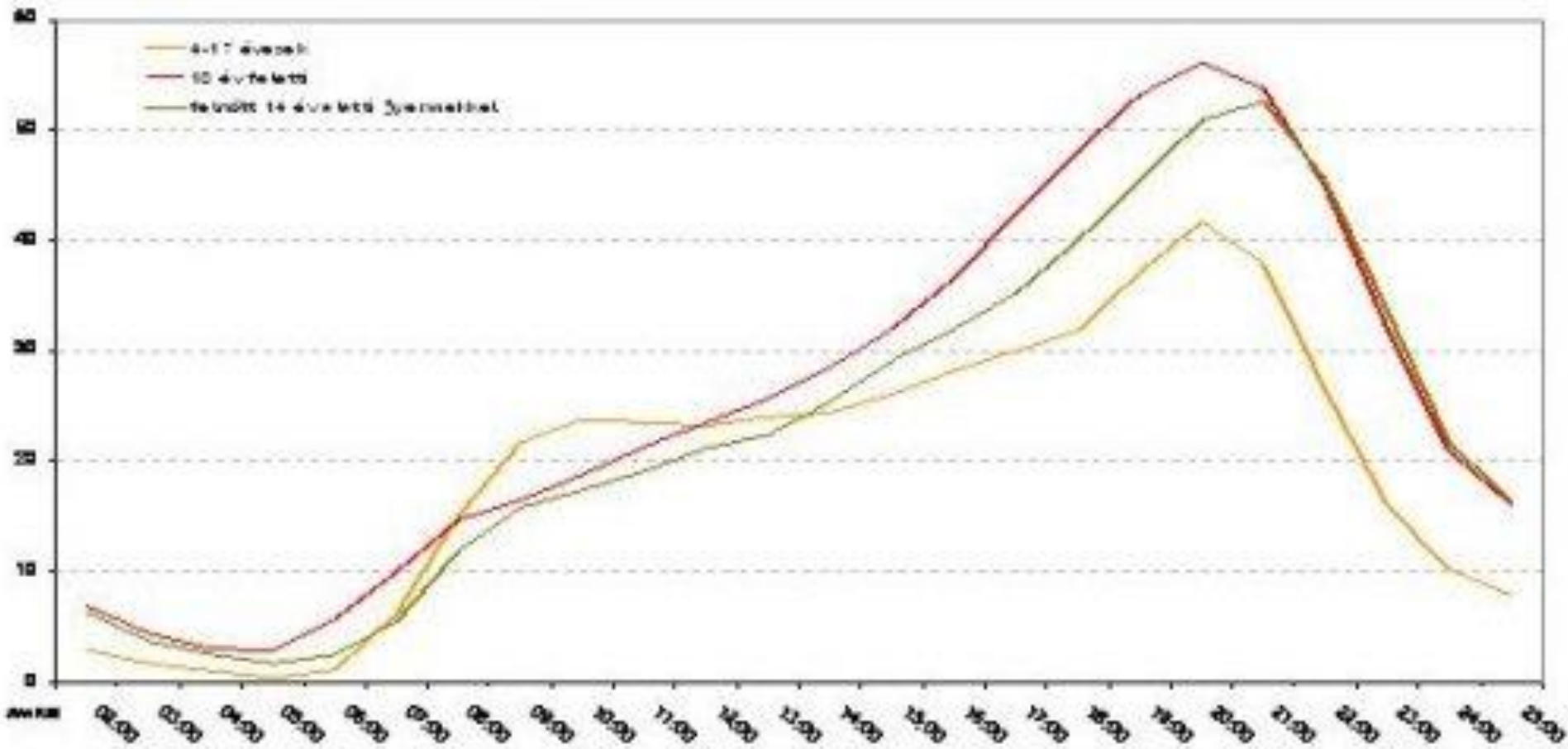


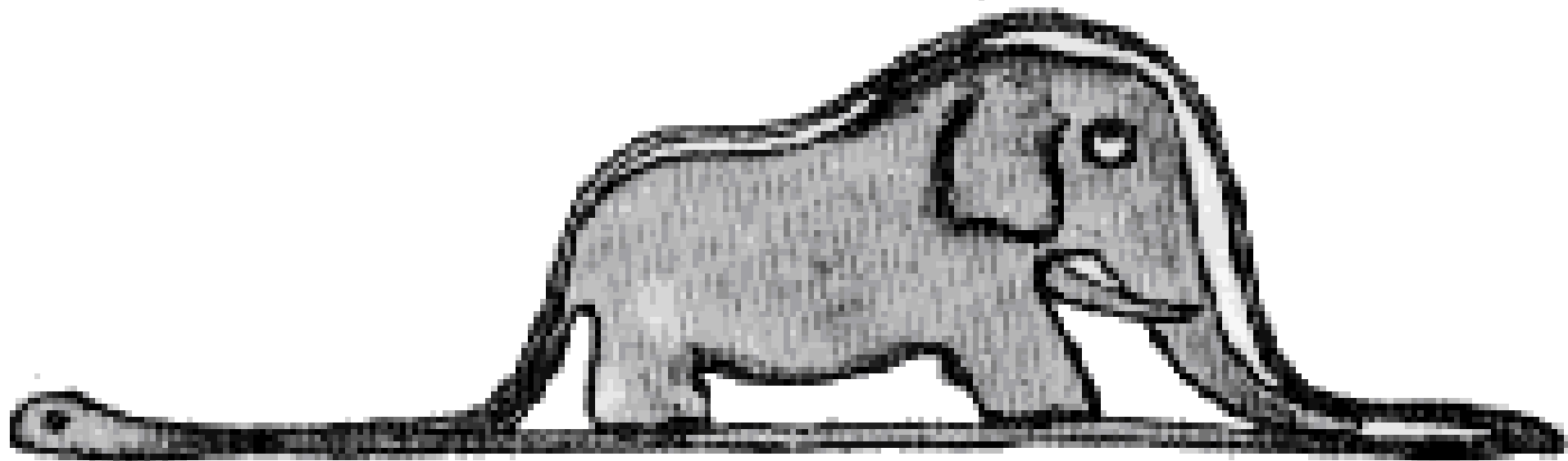
Digitális televíziózás és innovativitás?

Nyirő Nóra

Marketing és Média Intézet
Média, Marketingkommunikáció és
Telekommunikáció Tanszék







Innováció

- szakmai fejlesztés, újítás létrehozása, egy új ötlet megvalósulása
- pozitív, fejlődést, előrelépést sugalló fogalom
- „innováció alatt új ismereteket, ötleteket, módszereket, eljárásokat, szervezeteket, új stratégiákat, piacokat, új termékeket és szolgáltatásokat értünk – és ezek létrehozását”, (Vágási és munkatársai, 2006)
- invention vs innovation (Schumpeter, 1954)
- találmány első, gyakorlatban való megjelenés; jellemzően üzleti vállalatoknál
- innováció szervezett, tervezett tevékenység, amely során a vállalatok új, a meglévőktől különböző értéket próbálnak létrehozni, valamint új, a meglévőktől eltérő igényeket próbálnak kielégíteni (Drucker, 1998)

Az Innováció tehát.....

ÖSSZETETT

SZUBJEKTÍV

PARTTALAN.....

TV készülékek penetrációja



- 20 év óta először csökkent 98,9-ről 96,7 %-ra az USA-ban

■ Negroponte (1995): *My channel*



■ Rushkoff (1999): *do it yourself attitude*

Egy hype az 1990-es évekből

- „From idiot box to information appliance” (The Economist 1994. február 12.)
- „The End of TV As We Know It” (Fortune, 1996. december 23.)
- „Infinite variety” (The Economist, 1998. november 21.)

A digitális televíziózás (DTV) jelentései

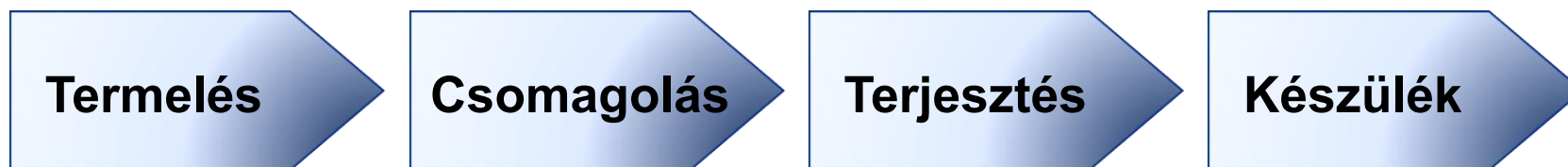
- Szűkebb értelemben: hang és kép apró információrészecskékre, bitekre bontása és ezen adatok továbbítása
 - → televíziós jelek digitalizációja
- Tágabb értelemben: új, digitális technológiára épülő műsorterjesztési eljárások is (IPTV, mobil televízió), kapcsolt szolgáltatások, változó értéklánc

A DTV érintettjei

- Nézők
- Tartalomtulajdonosok
- Produkciós műhelyek
- Csatornák
- Terjesztők
- Platformok
- Készülékgyártók
- Technológia szolgáltatók
- Állam

Az analóg technológiára épülő televíziózás ellátási lánc

Korlátozott kínálatú modell (ingyenes)



Sokcsatornás modell (fizetős)



Termelés – tartalom gyártás

- 3 képernyőre gyártás
 - HD tartalomgyártás
 - lineáris és non-lineáris tartalmak
 - műsorfüggő és műsor független tartalmak
-
- „Cross-platform content is the king!”
 - VC2 – nézői tartalmak (I-report)

Csomagolás – tartalomcsomagolás

- Digitális tartalmak összefűzése
- Interaktív reklámok
- Virtuális reklámok
- Multiplatform formátumok
- Innovatív szolgáltatások (T-shopping, T-betting, T-government)

Terjesztés

- Digitális
- Műhold
- Földfelszíni

- IP
- Kábel
- Mobil
- Internet

- Innovatív szolgáltatások (T-shopping, T-betting, T-government)

Feltételes hozzáférés

- STB

Vevőkészülék

- Ultraóriás – Ultramini (Panasonic 150 inch - Pocket Tv standard DVB-H)



Vevőkészülék

- Ultraóriás – Ultramini (Panasonic 150 inch - Pocket Tv standard DVB-H)
- Ultravékony, Ultrahajlékony (Sony 0,3 mm)
- HDTV
- MobilTV
- 3D TV
- Google TV
-

Innovatív tartalmak

Innovatív szolgáltatások

Innovatív platformok

Innovatív készülékek

Innovatív fogyasztók?

Televíziófogyasztás változása

„új típusú” tévé nézés négy tipikus és közismert gyakorlata

- az időben eltolt tévéfogyasztás (*time shifting*),
 - a szimultán médiafogyasztás (*multitasking*)
 - *Video on Demand* és az online videonézés
 - mobiltelevíziózás fogyasztói gyakorlatai
- (Csigó, 2009; Gálik-Urbán, 2008)



MIRE VÁGYNAK A NÉZŐK?

15 % HDTV

6 % DVR

9 % TV
internettel

10 % 3D TV

8 %
netbook

10 %
okostelefon

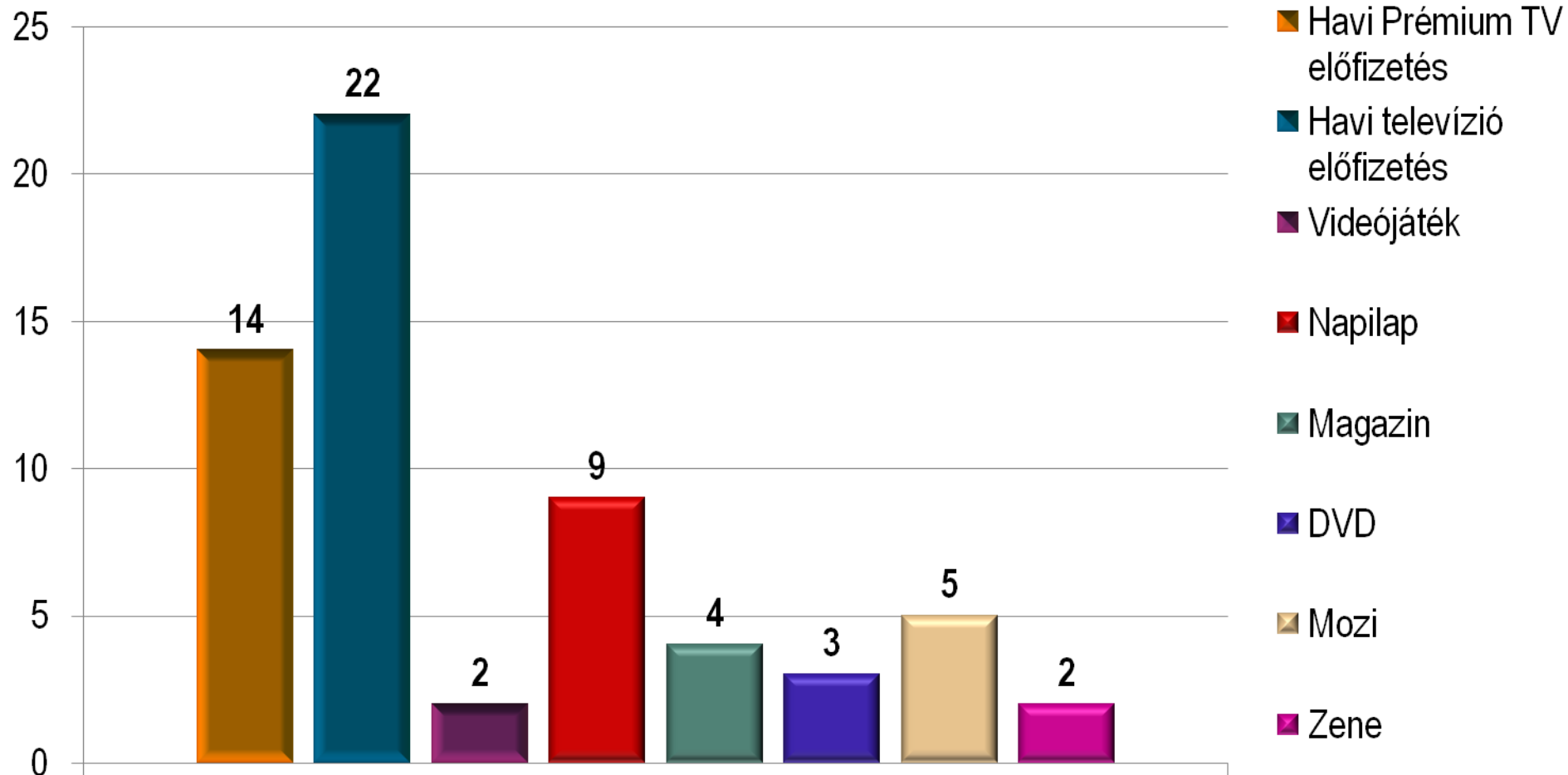
Mit szeretnének a televíziótól?

- *„visszanézés lehetősége a kedvenc műsorait”*
- *„egy like gomb kéne a távirányítóra”*
- *„belső kommentelési rendszert, belső tittert el tudnék képzelni ... nézegetem a filmeket, megnézem, hogy az emberek miket mondtak róla az jó lenne”*
- *„ne a tévé döntse el, hogy én mit akarok nézni ... ajánlani ajánlhatna, de ne vegyen fel magától”*
- *„Akkor lenne értelme a digitális rögzítőnek, ha érdekes műsorokat sugároznának a TV-ben, amit többször is megnéznék.”*

ÉS MIRE KÖLTENÉNEK?

Eszköz/ Szolgáltatás	Rendelkezik vele	Tervezi megvenni 2011
iPhone	14%	8%
E-könyv olvasó	6%	4%
3D TV	1 %	1 %
TV internettel	5%	2%
DVR	38 %	4 %
VOD / catch up TV	23 %	2 %

Melyikről mondana le legnehezebben? (%)



Digitális előfizetők lojalitása

- Előfizetők kb. 1/3 már több mint két éve DVR tulajdonos → lojális réteg!
- Előfizetők kb. 1/3 esetén szempont a DVR elérhetősége tv előfizetés választásnál
- DE multiplatform használat videótartalom fogyasztásban

Dilemmák

- Kihalás vs. metamorfózis
- Radikális vs. inkrementális (távirányító jelenség)
- Teljes vs. szegmens penetráció
- Kereslet vs. kínálat alapú terjedés
- Technológia vs. Tartalom

Innovatív üzleti modellek?

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET