

החיים בעידן הדיגיטלי

דוח בזק למצב האינטרנט בישראל 2014





החיים בעידן הדיגיטלי

דו"ח בזק למצב האינטרנט בישראל לשנת 2014

בזק מפרסמת לראשונה דו"ח שנתי מקיף, הסוקר את מצב האינטרנט בישראל האינטרנט, הזירה הדיגיטלית וההתפתחויות הטכנולוגיות משפיעות על כל פן בחיינו באופן עמוק ומהותי. ובכל זאת, עולם הדיגיטל אינו מנותח בישראל בצורה עקבית, מקיפה ולאורך זמן. לאור זאת, בזק החליטה לבחון לעומק את התנהגות הגולשים, הצרכנים, הקוראים והמשתמשים באינטרנט בישראל, במטרה לקבל תמונה מלאה על החיים הדיגיטליים כחול-לבן, להסיק מסקנות ולהצביע על טרנדים מהותיים בתחום. מעתה, בזק תייצר דוח שנתי העוקב אחר מגמות והתפתחויות בתחום הדיגיטל בישראל, שיהווה בסיס מידע השוואתי להתפתחות בתחום. הדו"ח יוצר לראשונה חיבור בלתי נפרד בין העולם הפיזי לזה הווירטואלי.

מהן השפעות האינטרנט על הרגלי היומיום של הישראלי הממוצע? מהן השפעותיהן של ההתפתחויות הדיגיטליות על המשפחה, הזוגיות, הילדים ועד הביקור אצל רופאים?

במסגרת הדו"ח ביצעה בזק סקר מקיף הבוחן את עשרות קטגוריות המרכיבות את החיים הדיגיטליים: הרגלי גלישה ושימושים, משפחה וזוגיות, ילדים, קניות ברשת, תחושת ביטחון, צריכת תרבות, התנהלות כלכלית, פוליטיקה ועוד.

הסקר ונתוני התשתיות שנאספו ממערכות בזק בצרוף אנליזה של נתוני השוק, משקפים תמונת מצב של החיים בעידן הדיגיטלי לשנת 2014. השילוב של כל מקורות המידע הם שיצרו כר נרחב לכתיבת הדו"ח.

איך ביצענו את המחקר?

ביצענו סקר ראיונות מקיף בשיתוף ד"ר מינה צמח, במדגם מייצג בן 522 איש המייצגים את האוכלוסייה הבוגרת בישראל אשר גולשת באינטרנט. האוכלוסייה חולקה לקטגוריות שונות המרכיבות את החיים הדיגיטליים של כל אחד מאיתנו. המדגם הוצא מהפאנל האינטרנטי I-Panel, שמקיף כ-100 אלף פאנליסטים. במסגרת המחקר התמקדנו גם בתת אוכלוסיית ההורים לילדים בגילאי 17-6. סה"כ נדגמו 295 הורים לילדים בגילאים אלו. הראיונות נערכו באמצעות האינטרנט בתחילת חודש דצמבר 2014.

מכירים יותר, משתמשים יותר, תוססים יותר

בניגוד לתדמית הילד הרע שדבקה באינטרנט, לעולם הדיגיטלי יש השפעות חיוביות רבות על חיינו היומיומיים, לרבות חיינו החברתיים, שהם תוססים מתמיד. מנתוני הסקר עולה כי האינטרנט אינו מהווה תחליף למפגשים אישיים, אבל בהחלט תורם להרחבת ההזדמנויות להיכרויות חדשות – בתחומים רבים ברומנטיקה כמו גם בעסקים. הנתונים חיזקו את הטענה כי ישראלים הנם מאמצים ראשוניים של טכנולוגיות חדשות ואינם מפחדים מחידושים והמצאות. תחליפים רבים נכנסו לשירותים קיימים, הבית הדיגיטלי מתחיל להתרומם ובהרגלי גלישה ושימושים דיגיטליים אין פער משמעותי בין המרכז לפריפרייה.

בדרך לחתונה עוצרים בפייסבוק - מהפכה בזוגיות

שינויים גדולים נרשמים בתחום הזוגיות והמשפחה בעידן הדיגיטלי. 32% מהזוגות הטריים בישראל הכירו באינטרנט. בסקר שנערך לפני חמש שנים רק 6% זוגות בישראל השתדכו בספרה הדיגיטלית. 26% מהם לא מרשים לבן או בת הזוג להציץ להם בסמארטפון. מעניין מה הם מסתירים?

נולד עם איפון זהב כפה - מהפכה במשפחה

הגיל הממוצע שילד מקבל סמארטפון הוא 11. בגילאים קטנים יותר, הם פשוט משתלטים על הסלולרי של ההורים: מעל ל-60% מהילדים מורידים אפליקציות לטלפון של ההורים שלהם. ואת ליל הסדר נארגן באמצעות הוואטסאפ: ל-70% מאיתנו יש קבוצת וואטסאפ משפחתית. לחיי המשפחה!

חברות אמת המבוססת על לייקים - מהפכה בחברות

חברות אמת היא מושג חמקמק. לישראלי הממוצע יש כ-310 חברים בפייסבוק, הוא מעיד כי 21 מהם (7%) הם חברים קרובים. מעניין כמה מהם יבואו לעזור לו במעבר דירה הבא...

הקניון עובר לסלון - מהפכה בקניות

82% מהישראלים קנו בשנה האחרונה לפחות מוצר אחד באינטרנט. התחום החזק ביותר תיירות ונופש. בתחום זה האינטרנט הפך לזירת הקניות המועדפת על הישראלים. לעומת זאת, הרוב המוחלט של הרוכשים והרוכשות מעדיפים למשש ולמדוד, כך שרק 19% רוכשים ביגוד והנעלה ברשת. כדאי לציין כי בתחום זה, בניגוד לרכישת כרטיסי טיסה, הישראלים קונים יותר באתרים בחו"ל מאשר באתרים מקומיים. תחום ה-E-Commerce הוא אתגר משמעותי ובהעדר היצע מתאים בארץ הקניות של הישראלים יברחו לחו"ל.

אין לי זמן! - מהפכה באיך שאנחנו מבליים את הזמן שלנו

שינויים דרמטיים נרשמים בתחום צריכת התרבות שלנו. 80% מהנשאלים שומעים מוזיקה ברשת, 75% משתמשים באינטרנט לצפייה בסרטים ובסדרות. יחד עם זאת, רק 5% משלמים על סרטים וסדרות ברשת. 75% העידו שאינם משלמים על תוכן באינטרנט

פרטיות נשאר רק במחשבות (כינתיים) - מהפכה בפרטיות, או בהעדרה

רוב הגולשים (65%) מודאגים מכמות המידע שנאסף עליהם, למרות שרק מחצית מהאוכלוסייה חושבים שהם יודעים איזה מידע ונתונים נאסף עליהם ברשת. מעטים מהגולשים נוקטים בגישה אקטיבית כדי למנוע זאת: 28% בלבד דואגים למחוק נתונים והיסטוריית גלישה, סיסמאות, קבצי קוקיז וכדומה.

ומה עוד?

עד שמקבלים תור לרופא, מתייעצים עם ד"ר גוגל

הרופאים שביניכם בוודאי יתעניינו בעובדה שמעל למחצית מהישראלים (56%) מעידים כי הם קוראים על בעיה רפואית באינטרנט לפני שהם מגיעים לרופא. יתרה מכך, כ-40% מהנשאלים דיווחו כי הם מעדיפים לקרוא על בעיות רפואיות באינטרנט מאשר ללכת לרופא.

הפוליטיקאים עדיין לא פיצחו את הקודים של הסושיאל

עם הבחירות בפתח, כדאי לדעת כי הפוליטיקאים עדיין לא פיצחו את הקודים של השפעת הרשתות החברתיות. כ-33% מהגולשים עוקבים אחר הפוליטיקאים ברשתות החברתיות, אך רוב הנשאלים, כ-63% העידו כי מה שעוזר להם לגבש דעה על פוליטיקאים הם דווקא ראיונות בטלוויזיה או בעיתונות.

האינטרס של הגולש

שני אלמנטים זקוקים לטיפול, בין השאר גם של מוסדות המדינה, והם ההגנה על המידע הדיגיטלי ופרטיות הגולשים. מדובר בתחום שהוא כמעט פרוץ בישראל ונדרשות פעולות הן ברמת חינוך הגולשים והן ברמת הרגולטור.

אתגרים לעתיד

הסקר מסמן את האתגרים העומדים לפנינו בתחום הדיגיטל. הסחר האלקטרוני, תחום הרפואה אונליין ולימודים אונליין עוד צריכים להתפתח בארץ ולמשוך את הגולש/הצרכן הישראלי. אלו תחומים שנמצאים בשלבים מאוד ראשוניים שלהם כאן בישראל.

העתיד נמצא בסיבים האופטיים

שוק התקשורת בארץ נמצא בתקופה בה חברות משקיעות משאבים רבים בשדרוג התשתיות ובפריסה מסיבית של סיבים אופטיים שיאפשרו קצבי גלישה גבוהים במיוחד, ויהוו פלטפורמה מתקדמת לשירותים ופיתוחים עתידיים. אם בעבר רק ענקי תקשורת ותאגידי פיננסיים יכולים היו להרשות לעצמם חיבור ישיר של סיבים אופטיים "עד למשרד", בקרוב גם הצרכנים הפרטיים עומדים להצטרף אליהם ויהנו מסיב אופטי עד הבית. צרכי התקשורת של הלקוחות הפרטיים גדלים בקצב שמצדיק פריסת תשתיות חדשות. חיבור הבית לתקשורת בסיבים אופטיים מהווה נקודת מפנה שכזו. משמעו זרימה חופשית ובלתי מוגבלת של מידע אל הבית ומהבית החוצה. הגישה הישירה לרשת מאפשרת העברה כמעט מיידית של כל תוכן במהירות שלא הכרנו עד היום.

בזק נמצאת בימים אלו בעיצומו של פרויקט ה-Bfiber, שמשמעותו פריסת סיבים אופטיים ברחבי המדינה. בזק משקיעה בקצב מואץ בפריסת הרשת האופטית, כך שעד סוף שנת 2014 הסיב האופטי יגיע למיליון בתי אב בישראל. בזק תמשיך להתמקד ולהשקיע בשדרוג התשתיות והרחבת מגוון שירותי התקשורת, זאת לצד מהלכים טכנולוגיים נוספים, כדי לספק ללקוחות כל קצב גלישה ושירות שיידרש. מדובר במהלך אסטרטגי של בזק המציע את כל לקוחות החברה לקצבי גלישה גבוהים, ועל ידי כך להקדים את הביקושים ולהיות מוכנים לעתיד לבוא.

עולם הדיגיטל משתנה במהירות עצומה ומשפיע על כל פן בחיינו



ולמרות זאת הוא לא מנותח בישראל
באופן עקבי ומקיף, לאורך זמן

החלטנו לקחת אחריות על הנושא ולייצר מעקב קבוע אחר המגמות וההתפתחויות בתחום הדיגיטל בישראל



הדוח מציג את תמונת מצב האינטרנט בישראל 2014 ומתבסס על מגוון נתונים

אנליזה של
נתוני שוק

נתונים
ממערכות בזק

סקר ייעודי בשיתוף
ד"ר מינה צמח
ממכון מדגם

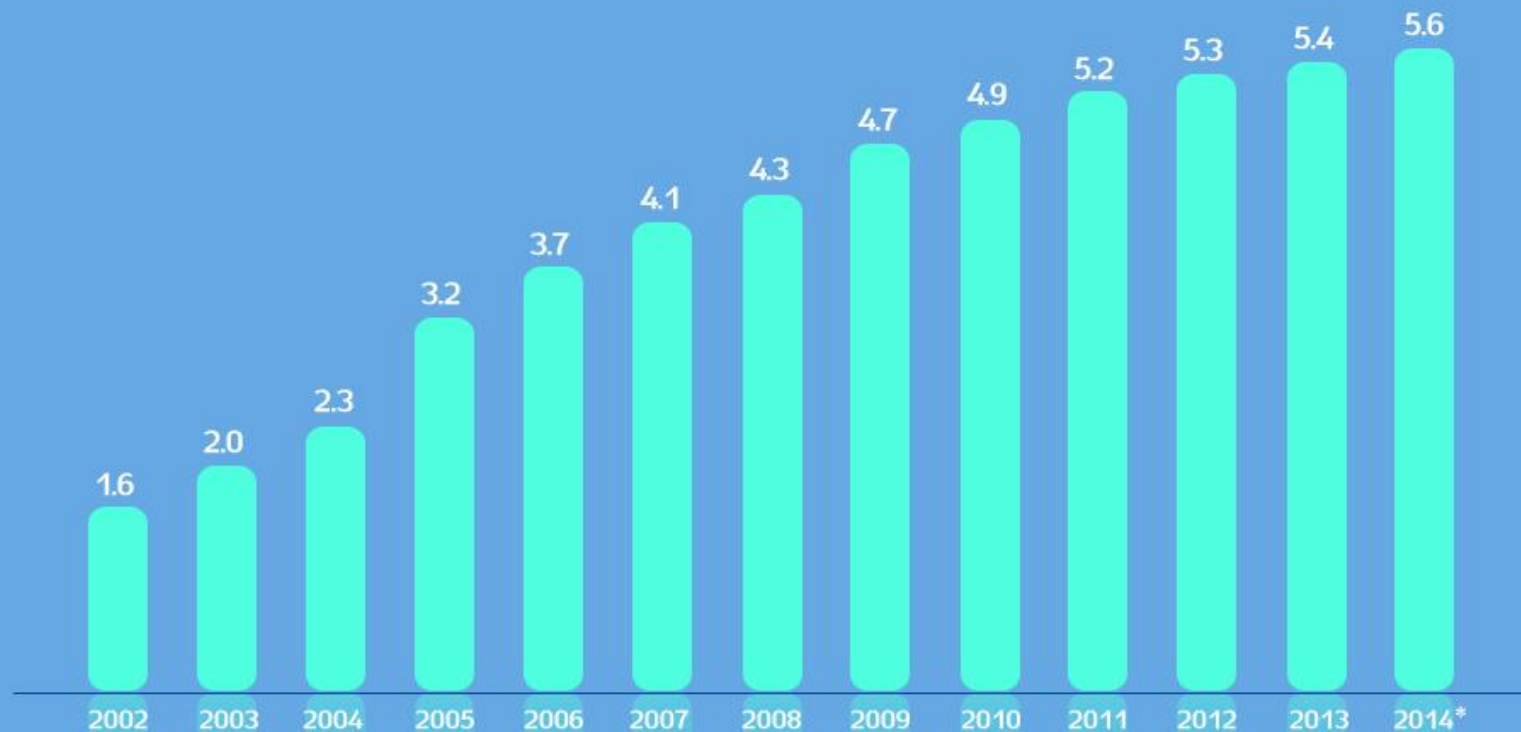


*הסקר נערך ע"י מכון מדגם בשיתוף ד"ר מינה צמח, בקרב מדגם ארצי ומייצג בגילאי 18 ומעלה, בוצע בדצמבר 2014

אז מה גילינו?



ישראל 2014 - 5.6 מיליון משתמשי אינטרנט



*נ"פ אומדנים

ישראל 2014 - מעל 2 מיליון מנויי אינטרנט



ישראל 2014 - ממשיכה הקפיצה בקצב האינטרנט הממוצע

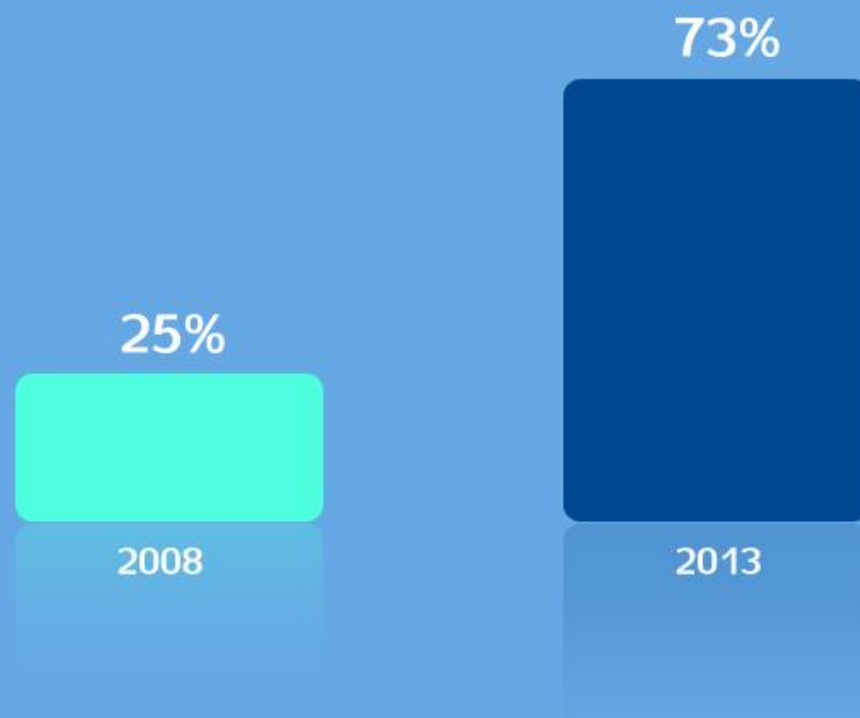


*נ"פ אומדנים

רוב הבתים בישראל גולשים עם רשת אלחוטית (WiFi)

אחוז בעלי רשת אלחוטית*

בקרב בעלי חיבור לאינטרנט



*מבוסס על נתוני סקר צרכנים

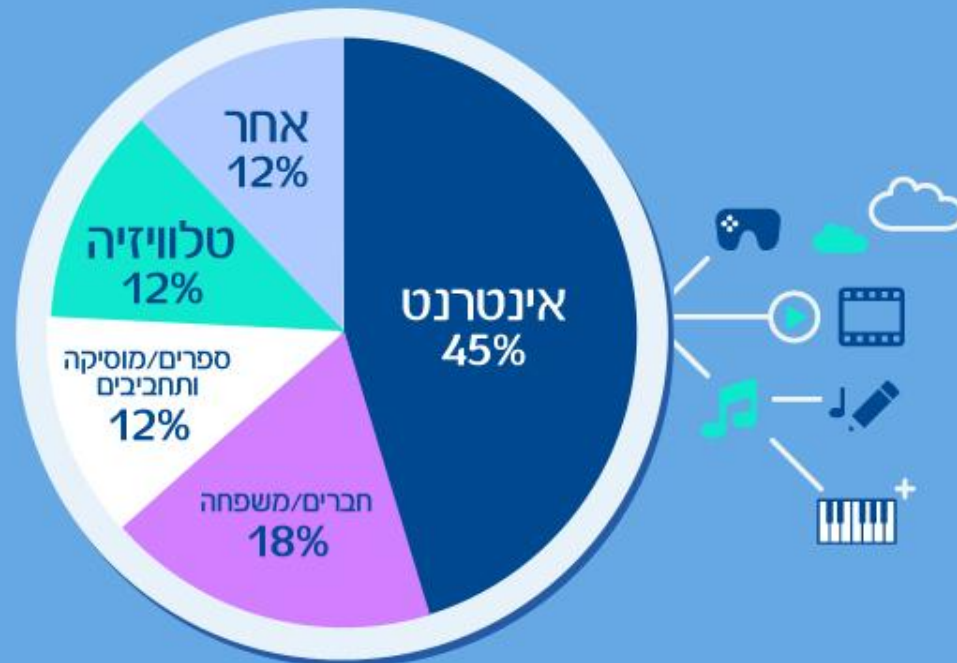
גולש ממוצע מוריד **2 ג'יגה ביום** באינטרנט נייח! בעוד שחבילה ממוצעת בשוק הסלולר היא כ- **3 ג'יגה בחודש**

ממוצע הורדת תכנים (MB) ליום למשתמש



כמחצית מהזמן הפנוי מוקדש לאינטרנט

מה עושים בזמן הפנוי?



- < זמן ממוצע (בשעות) לגלישה באינטרנט בפריפריה - 4.3 שעות
- < זמן ממוצע (בשעות) לגלישה באינטרנט במרכז - 6.2 שעות

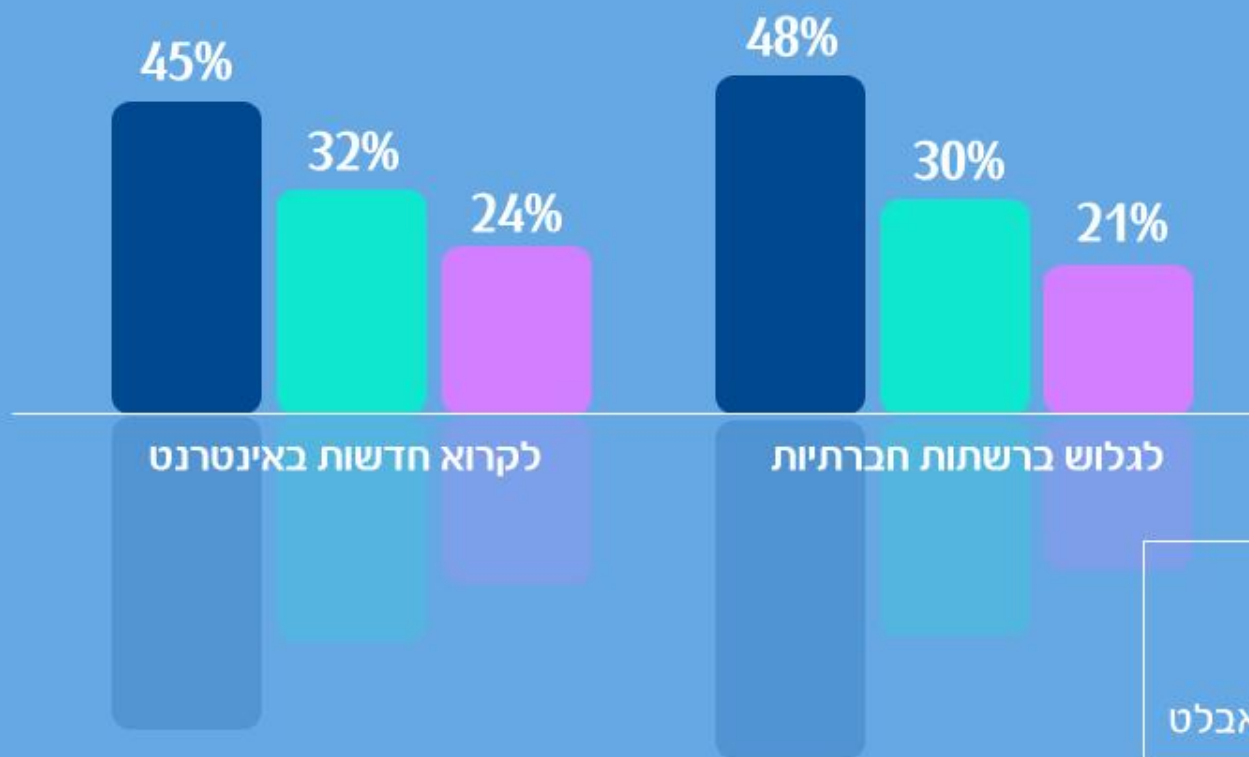
גבוה יותר במרכז מאשר בפריפריה

"לפניך כמה פעולות שאנשים עושים בזמן הפנוי שלהם במהלך יום ממוצע.
נסה להעריך כמה זמן אתה באופן אישי משקיע בכל אחת מהפעולות הבאות במהלך יום ממוצע"

בקרב הצעירים, המחשב הנייח גוסס בקצב מהיר

”מאיפה אתה מעדיף לבצע כל אחת מהפעולות הבאות?”

(בקרב גילאי 18-34)



מחשב נייח
מחשב נייד
סמארטפון/טאבלט

Digital Life

אין בית בלי רשת ביתית

ל-75% ממשקי הבית
יש רשת אלחוטית

טלוויזיות חכמות הופכות לסטנדרט

ל-22% יש כבר
Smart TV

יותר מכשירים מתחברים לרשת

למשק בית יש בממוצע
5 מכשירים מחוברים

קצב גלישה בעלייה

קצב החבילה הממוצע
בישראל עומד
על כ-40 מגה



בשנה האחרונה, ישראל זינקה בדירוגים העולמיים של קצב ממוצע

קצב ממוצע בפועל - Net Index Ookla - Download
ב-Mbps



בדקנו גם מה ההשפעה של הדיגיטל על תחומי החיים השונים



תמצאו אותי בWhatsApp

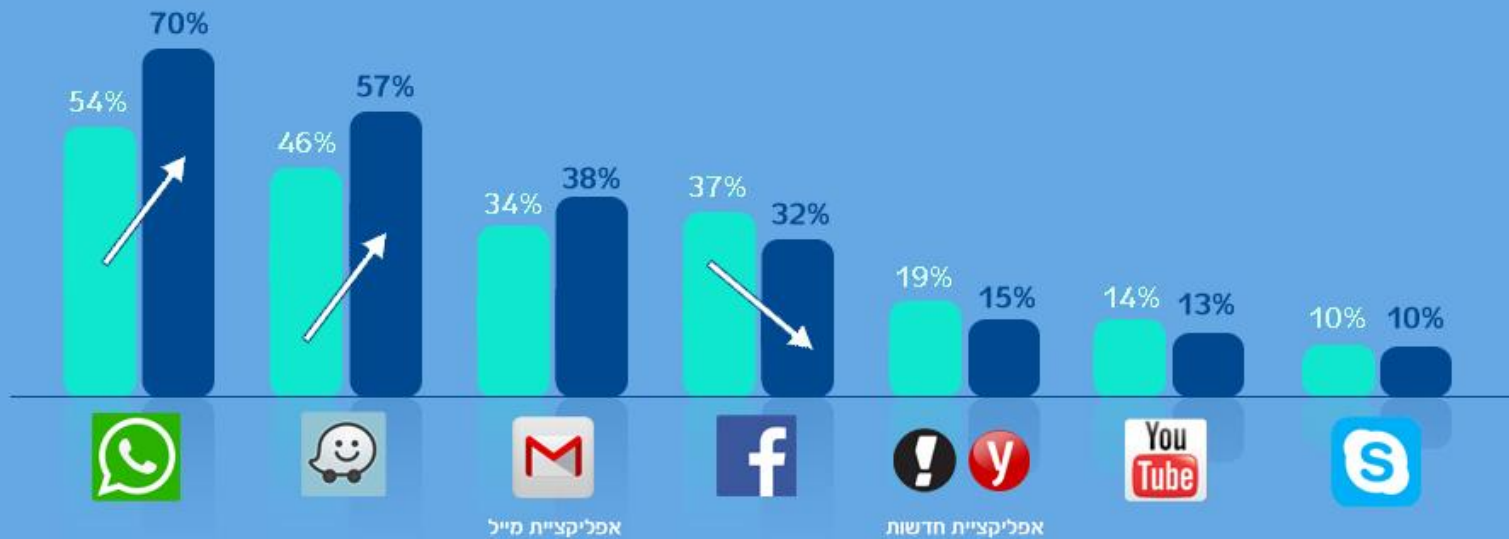
הדיגיטל יצר מהפכה באופן שבו אנו
מבלים את **הזמן הפנוי שלנו**



הישראלים לא מוותרים על WhatsApp ו-Waze

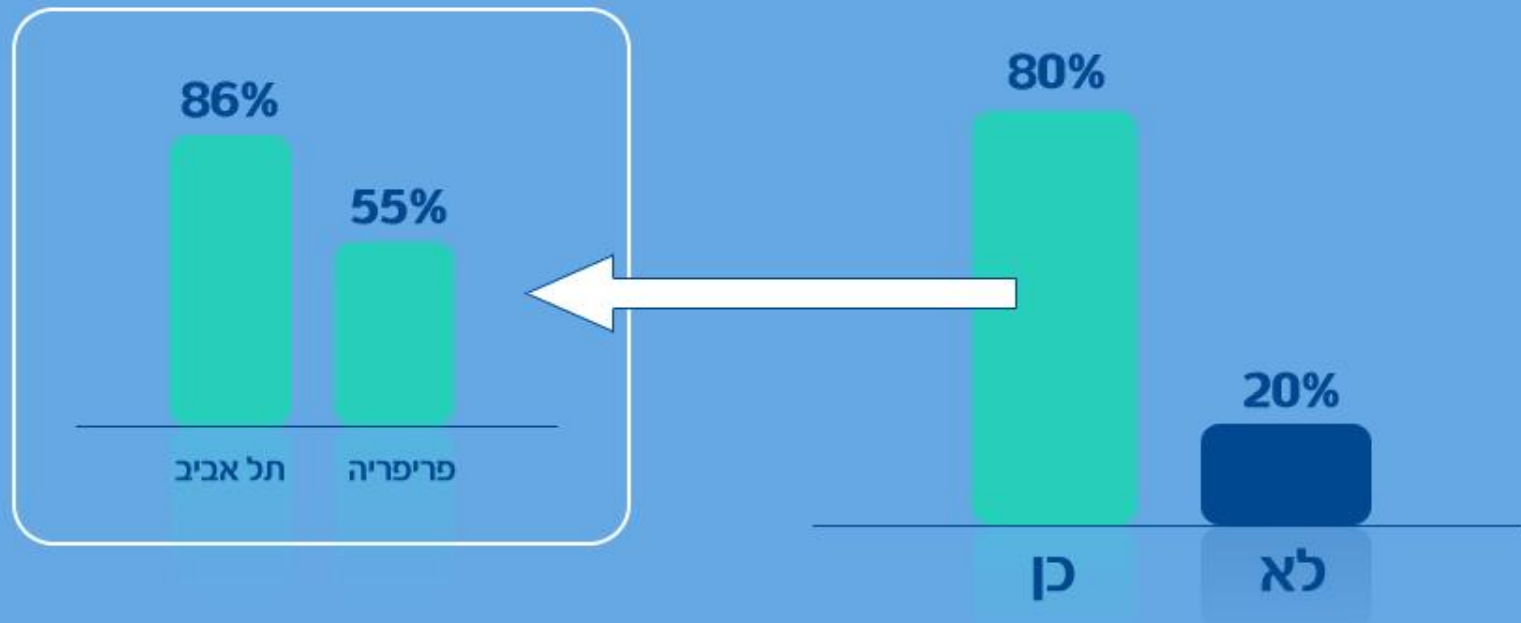
”מבין האפליקציות הבאות, על איזו אפליקציה לא היית מוותר?”

2013 יולי ● 2014 דצמבר ●



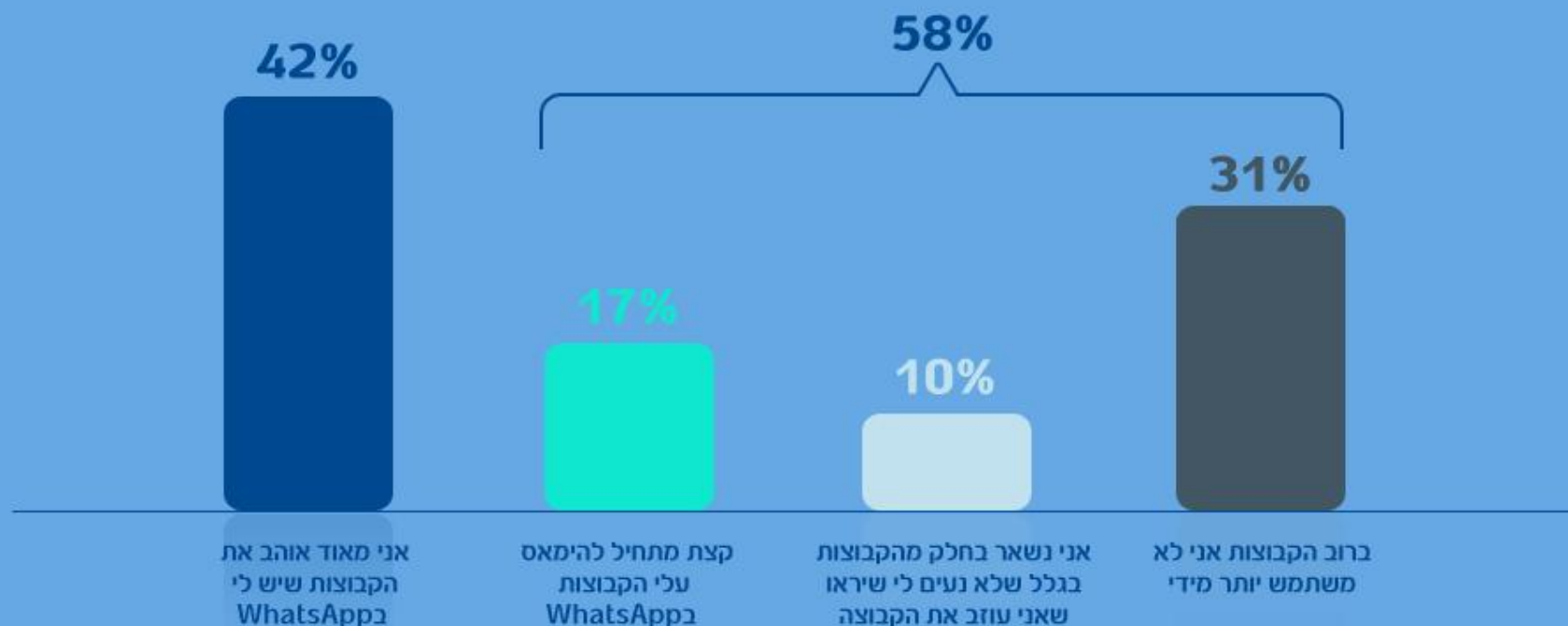
מדינת תל אביב - מדינת ה-WhatsApp

”האם אתה משתמש באפליקציית WhatsApp?”



אבל צריך להזהר מעומס של קבוצות...
בקרוב 58% הקבוצות מתחילות לאבד מהאטרקטיביות שלהן

”איזה מבין המשפטים הבאים מייצג בצורה הטובה ביותר את עמדתך לגבי הקבוצות שיש לך בWhatsApp?”



הפייסבוק נכנס לפרופורציה

הפעילות מצטמצמת והפלטפורמה משמשת בעיקר עדכונים



**עשו השנה פחות בפייסבוק
ביחס לשנה חולפת**

< תגובות לפוסטים

< קריאת פוסטים של חברים



**עשו השנה יותר בפייסבוק
ביחס לשנה חולפת**

< קריאת עדכוני חדשות

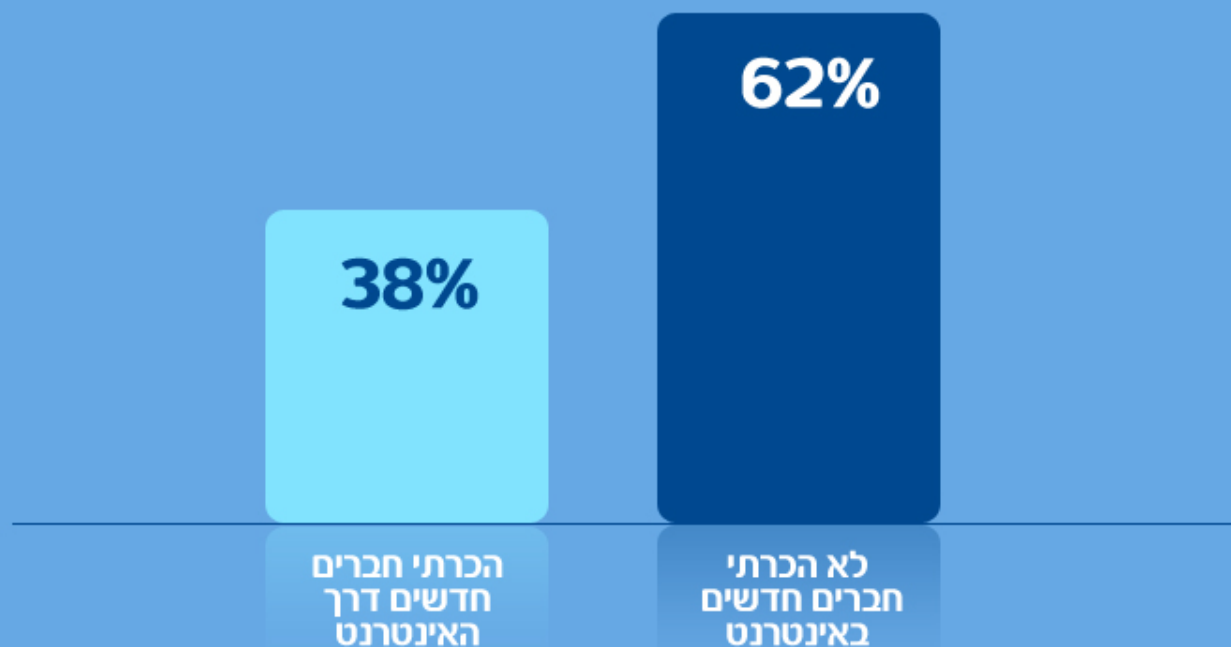
< העלאת תמונות

< שיחה עם חברים
באמצעות הצ'ט

ניכור או חיבור?

מסתבר שכ- 40% הכירו חברים חדשים
באמצעות האינטרנט

”האם הכרת חברים חדשים דרך האינטרנט?”



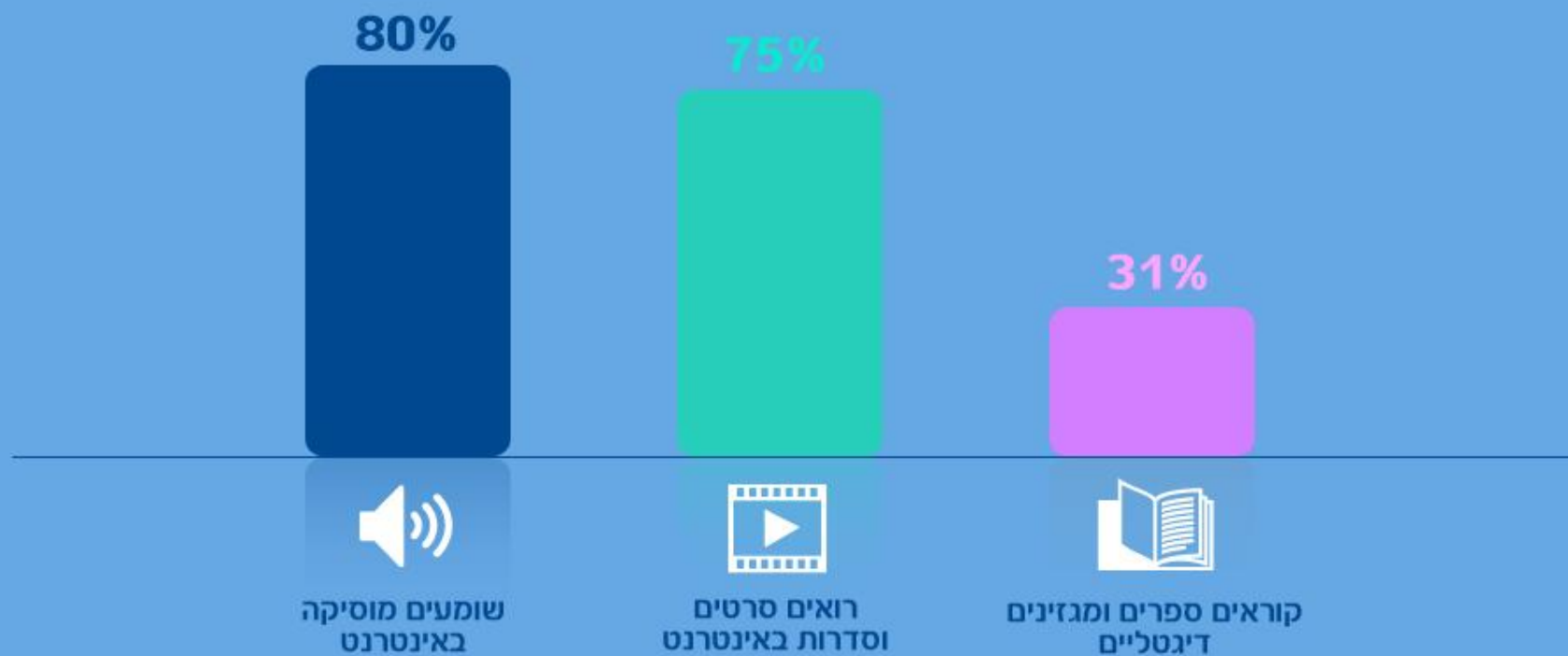
התוכן הוא המלך גם באינטרנט

צריכת תוכן עוברת מהפכה



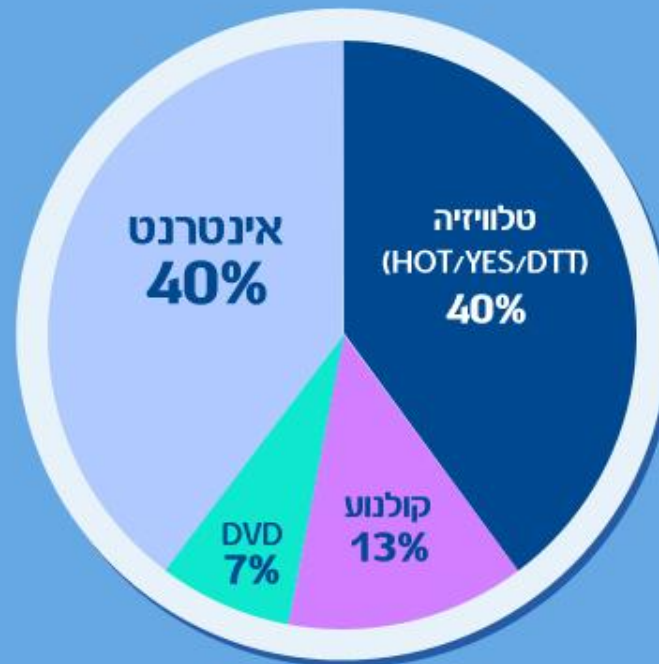
צריכת התוכן באינטרנט מתרחבת לוידאו וספרים

”איזה מהפעולות הבאות אתה נוהג לבצע באמצעות האינטרנט?”



האינטרנט הפך לאמצעי עיקרי לצפייה בסרטים

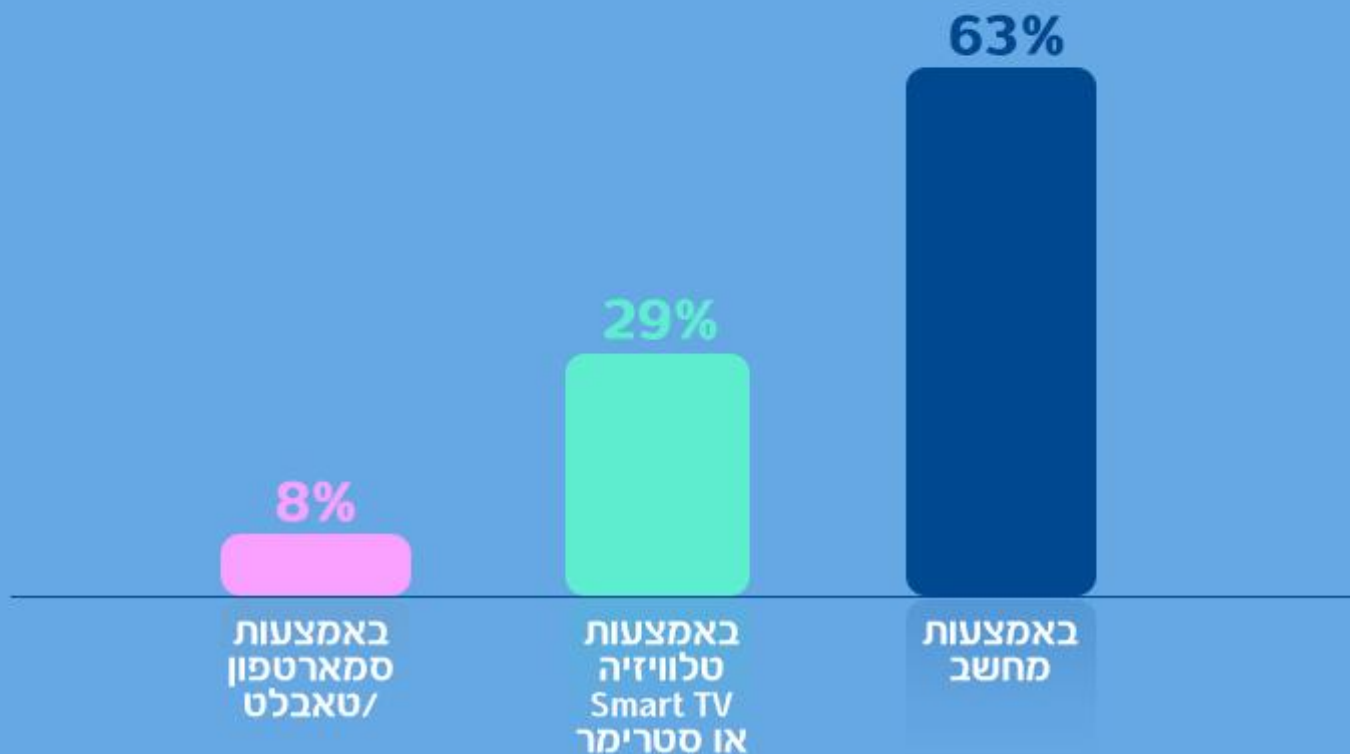
”האם ראית סרטים בשלושה חודשים האחרונים?
אם כן, היכן ראית אותם?”



100% = סה"כ הסרטים שראו בשלושת החודשים האחרונים

וכשצופים בתכנים מהאינטרנט הסמארטפון הוא לא חלופה רלבנטית...

”האם אתה צופה בסדרות, סרטים או תוכניות באינטרנט?
אם כן, איך אתה בדרך כלל עושה זאת?”



אבל הישראלים לא אוהבים לשלם על תוכן באינטרנט



בנוסף, על כל 32 אפליקציות בחינם שישראלי מוריד,
הוא משלם על אפליקציה אחת

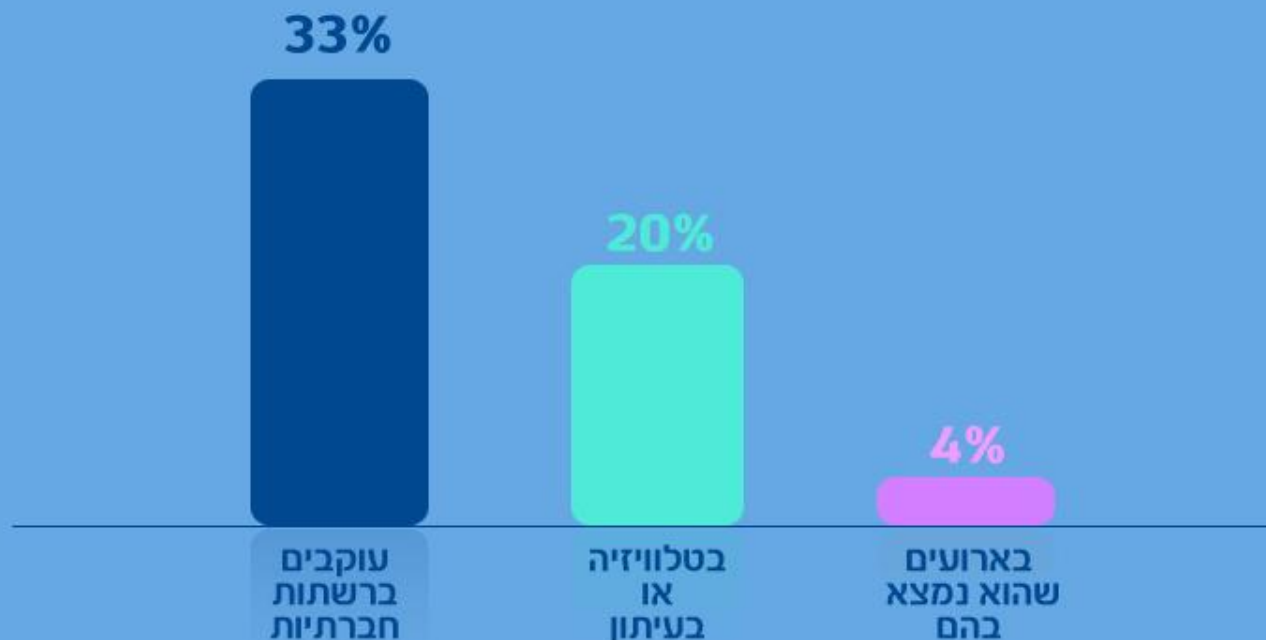
מתפקדים ברשתות החברתיות

הפוליטיקה מושפעת מהפעילות בדיגיטל



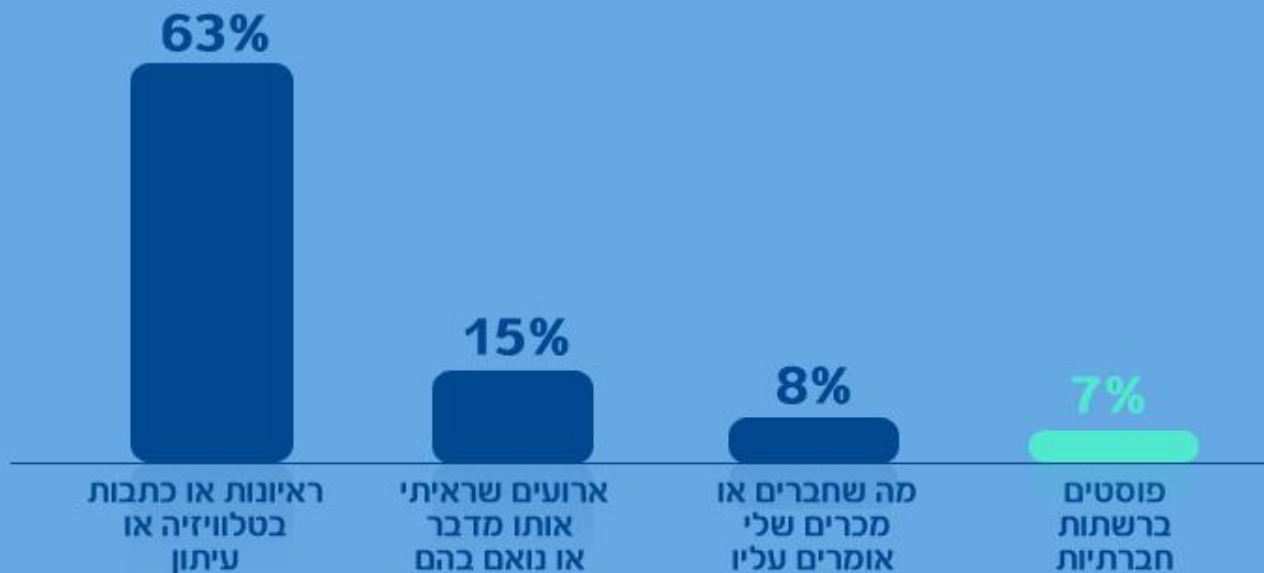
30% מהציבור עוקבים אחרי פוליטיקאים ברשתות החברתיות

”היכן אתה עוקב אחר פוליטיקאים?”



אבל המצביעים עדיין קובעים את דעתם לפי הטלוויזיה והעיתון

”מה עוזר לך לגבש דיעה על פוליטיקאים?”



את הפיקניק מארגנים ב - WhatsApp

המשפחה הופכת לדיגיטלית



מאפייני המשפחה הדיגיטלית



והילדים בכל זאת משתלטים

ב- 44% מהמשפחות
הילדים מורידים אפליקציות
למכשיר של ההורים
ללא אישור

ב- 21% מהמשפחות
הילדים משתמשים
בסלולרי של ההורים
ללא רשות

ההורים שומרים על הילדים

62% מההורים עוקבים
בתדירות גבוהה
אחרי פעילות הילד
באינטרנט/סמארטפונים

78% מגבילים
את זמן הילדים באינטרנט
/סמארטפון/טאבלט

כולם מחוברים

ל- 70% יש קבוצת
וואטסאפ משפחתית

ילד מקבל סמארטפון
בממוצע בגיל 11
הגיל הכי צעיר – 7.5

בעולם דיגיטלי ההורים חייבים להיות עירניים לפעילות הילדים ברשת

בדרך לחתונה עוצרים בפייסבוק

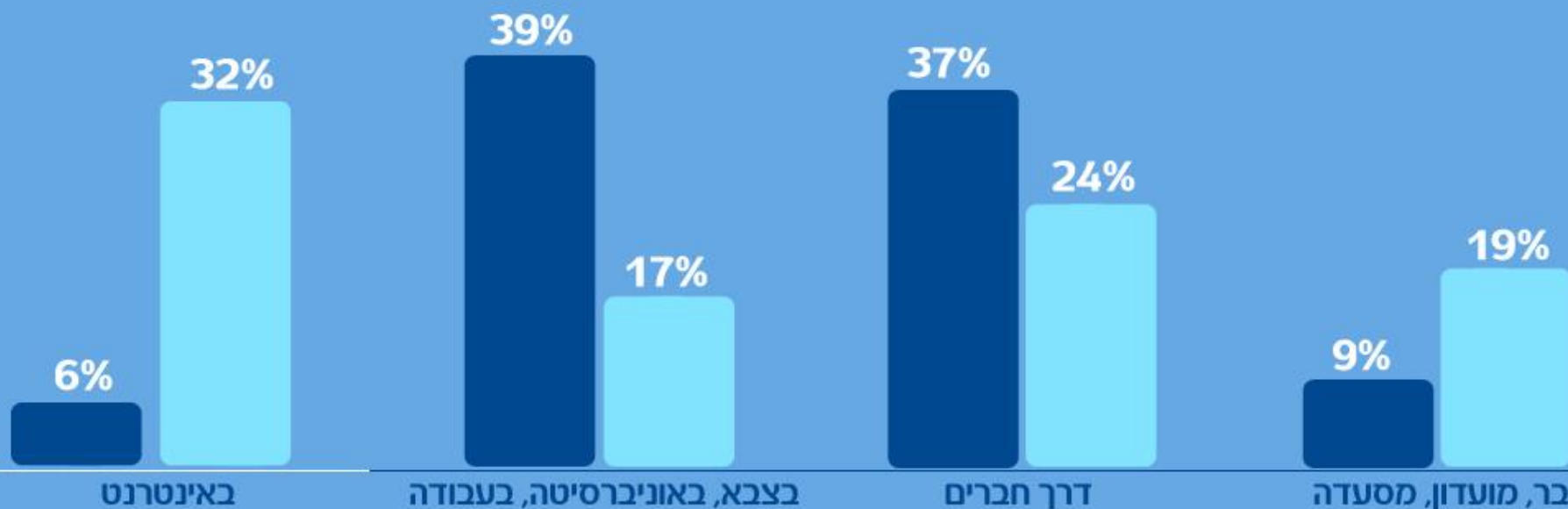
האינטרנט השפיע גם על הזוגיות





שליש מהזוגות הטריים הכירו באינטרנט

”כיצד הכרת את בן/בת זוגך?”



● בשנה האחרונה ● לפני יותר מ-5 שנים

אבל כשיש זוגיות, היא נשארת מחוץ לעולם הדיגיטלי

אך לא על הפרטיות של בן הזוג...

40% מודים שהם עוקבים אחרי פעילות בן הזוג באינטרנט

38% מרגישים שבן הזוג עסוק יותר מידי זמן בסלולר שלו / באינטרנט

שומרים על הפרטיות האישית

אצל 30% מהזוגות בן הזוג לא שותף באף קבוצה ב-Whatsapp

אצל עוד 21% - בן הזוג שותף רק בקבוצה אחת (לרוב המשפחתית)

26% לא מאפשרים לבן הזוג גישה לסמארטפון שלהם

הקניין סוף סוף עובר לסלון

מהפכה בקניות



אחרי שנים של פיגור קניות באינטרנט תופסות תאוצה

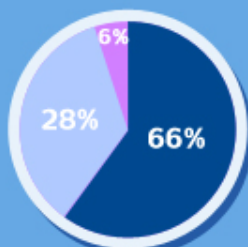


82% מהישראלים קנו בשנה האחרונה לפחות מוצר אחד באינטרנט

אבל כשבדקים איפה עושים את רוב הקניות רואים שיש תחומים רבים שעדיין בפיגור

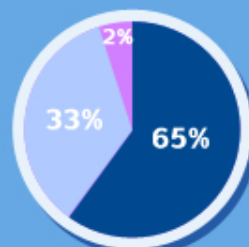
מכשירים חשמליים

אתרים ישראלים מתחילים
לצבור תאוצה



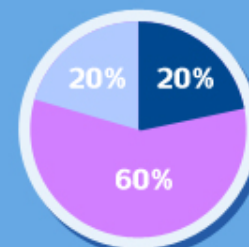
ביטוח ומוצרים פיננסיים

אתרים ישראלים מתחילים
לצבור תאוצה



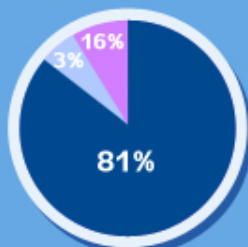
נופש, כרטיסי טיסה ובתי מלון

האינטרנט הפך לדרך המועדפת
לרכישה - בעיקר אתרים ישראלים



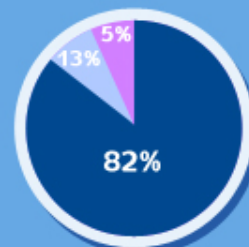
ביגוד והנעלה

הרחק מאוד
ואתרים ישראלים מחוץ למשחק



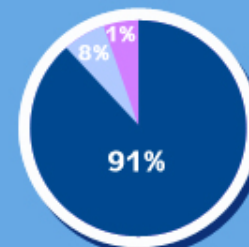
ספרים

הרחק מאוד



מוצרי מזון

הרחק מאוד

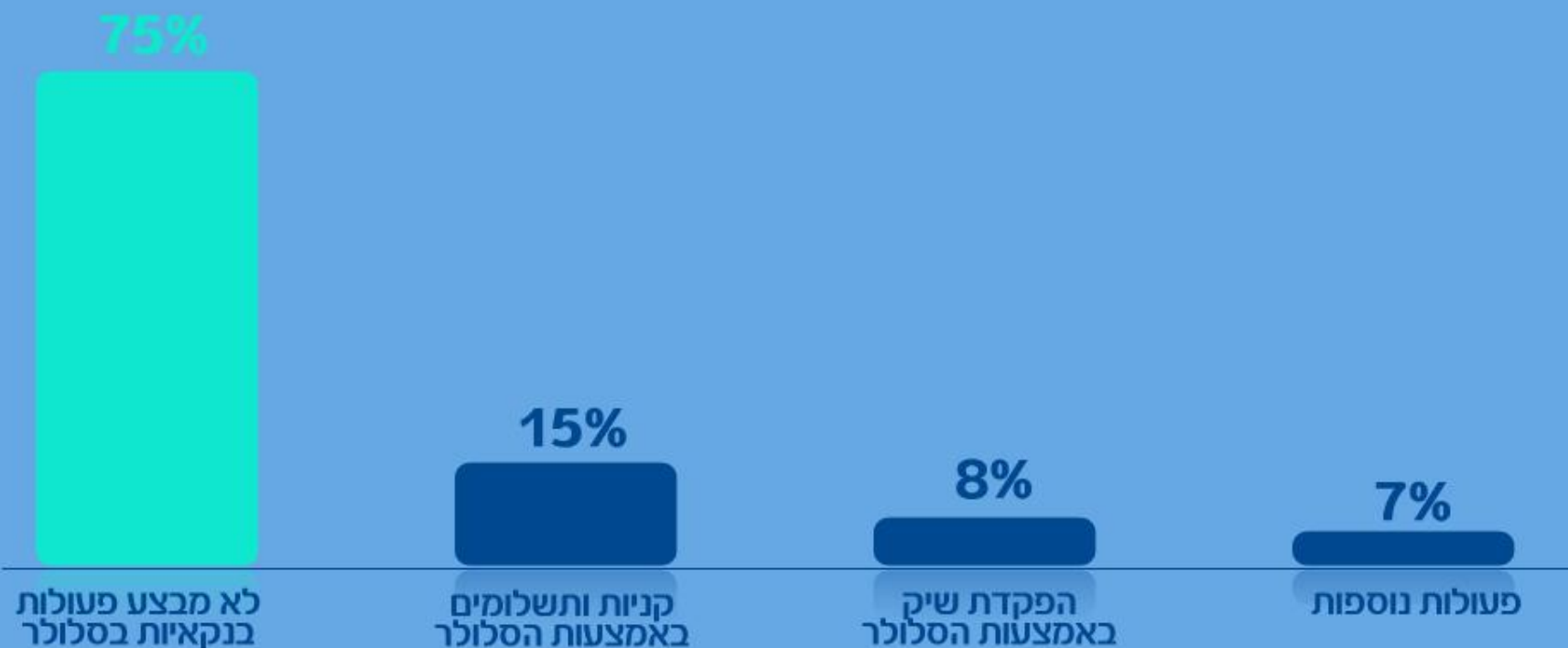


"ביחס לכל אחד מהמוצרים או השירותים הבאים, ציין היכן קנית את רובם בשנה האחרונה?"

● בחנות \ טלפון ● אתר ישראל ● אתר בחו"ל

למרות שכולם צופים במידע בנקאי באינטרנט, ביצוע פעולות בסלולר עדין לא התרומם

”הבנקים וחברות הסלולר מאפשרים לבצע מגוון פעולות באמצעות הסלולר
באילו מבין הפעולות יצא לך להשתמש?”



ד"ר גוגל

המהפכה ברפואה עדיין בתחילת דרכה



כולם הולכים לד"ר גוגל

56% בודקים בגוגל
לפני שמגיעים לרופא

רפואה מקוונת עדיין
בתחילת דרכה בישראל

"בדרך כלל אני מגיע לרופאים עם בעיה מסויימת
אחרי שקראתי עליה קצת באינטרנט?"

"האם יצא לך לבצע צ'אט עם רופא באינטרנט
כדי לטפל בבעיה בריאותית כלשהי?"



אובדן הפרטיות

תחושת בטחון האישי השתנתה



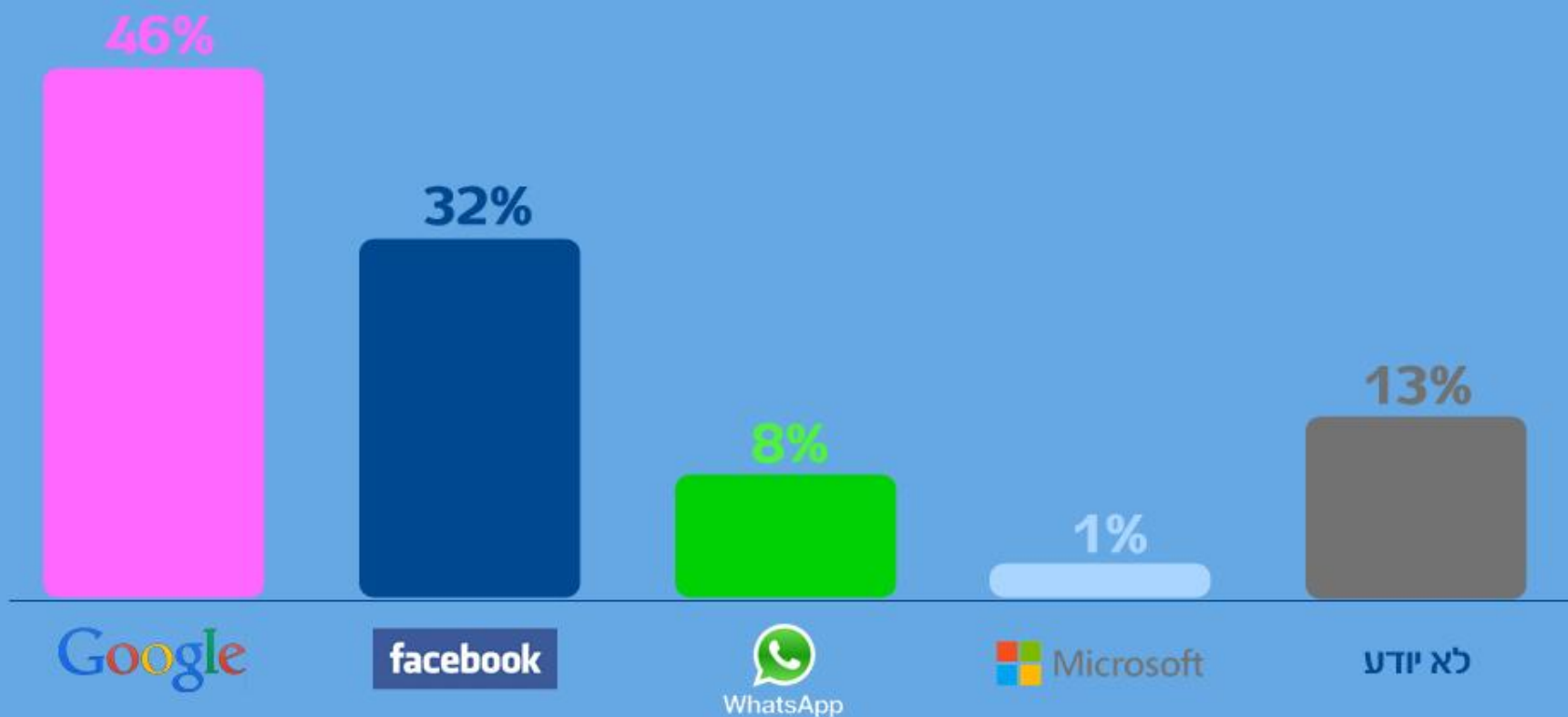
רוב הגולשים חוששים מכמות המידע שנאסף עליהם ברשת

65% חוששים מהמידע שנאסף עליהם ברשת



גוגל נתפסת כמי שמכירה אותנו הכי טוב מכולם

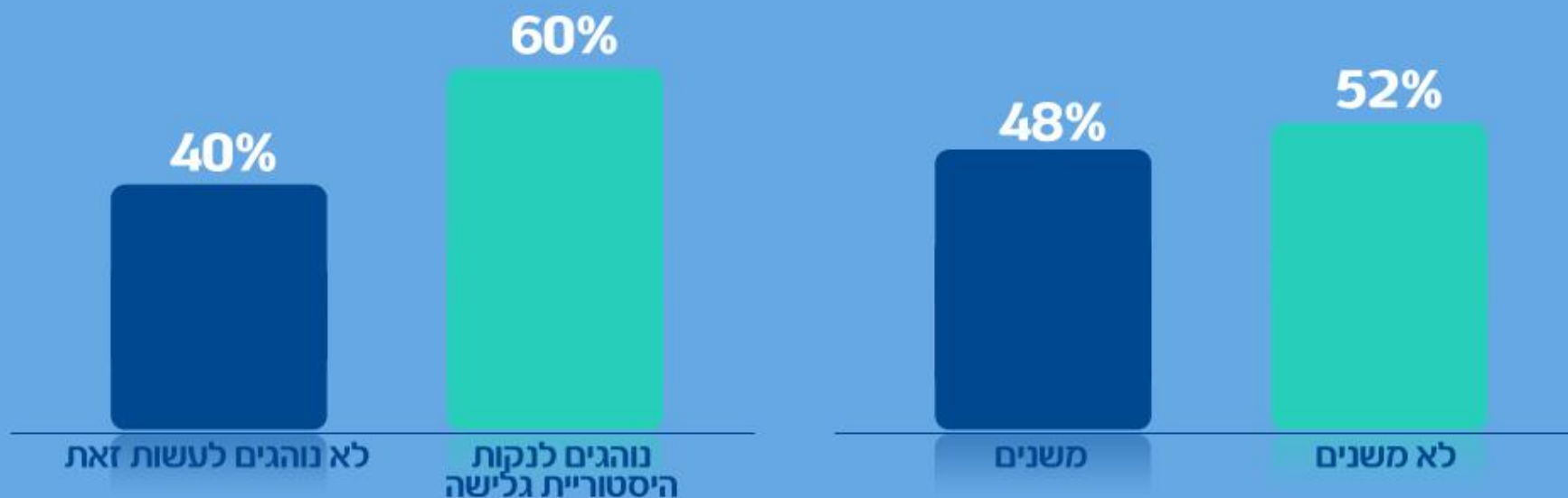
”לאיזו חברה יש את הגישה למידע הרב ביותר עליך?”



ולמרות זאת, רוב הגולשים לא עושים משהו אקטיבי להגנה על המידע שלהם

”האם אתה נוהג לנקות נתוני גלישה, היסטוריית גלישה וקבצי cookies?”

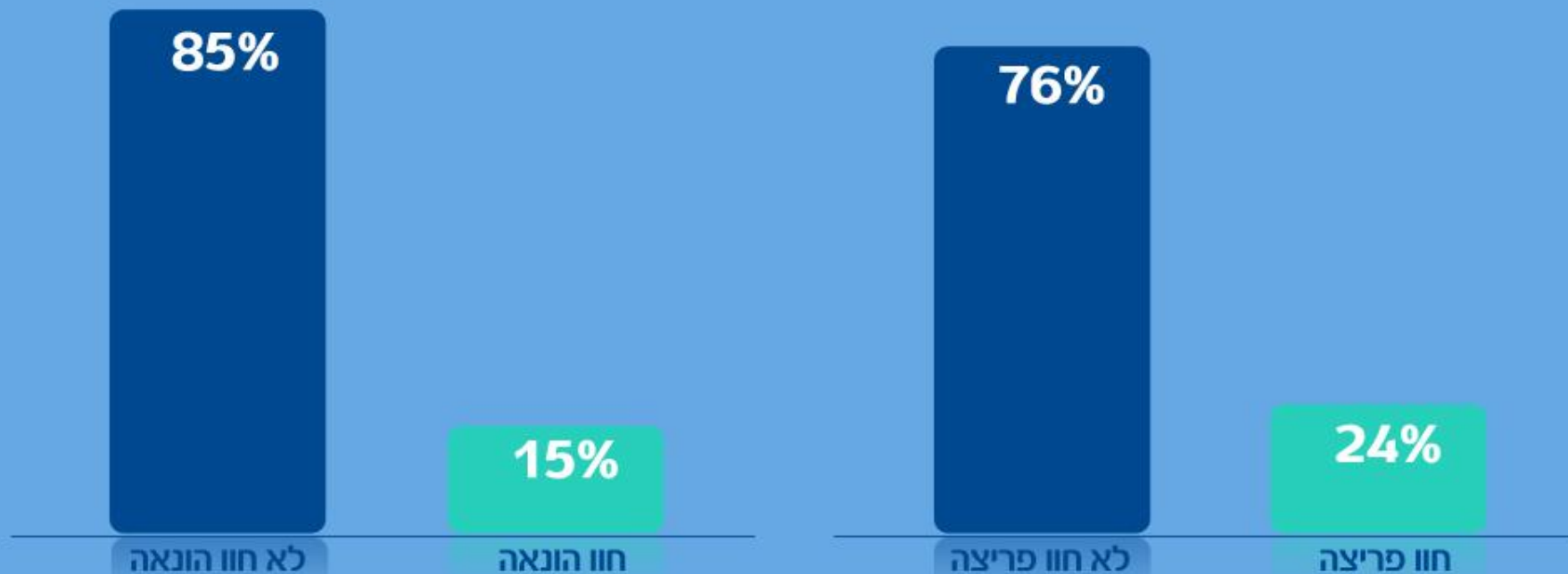
”האם אתה נוהג לשנות או להחליף את הסיסמאות שלך מידי פעם?”



20% מהגולשים חוו תקיפה ו/או הונאה ברשת

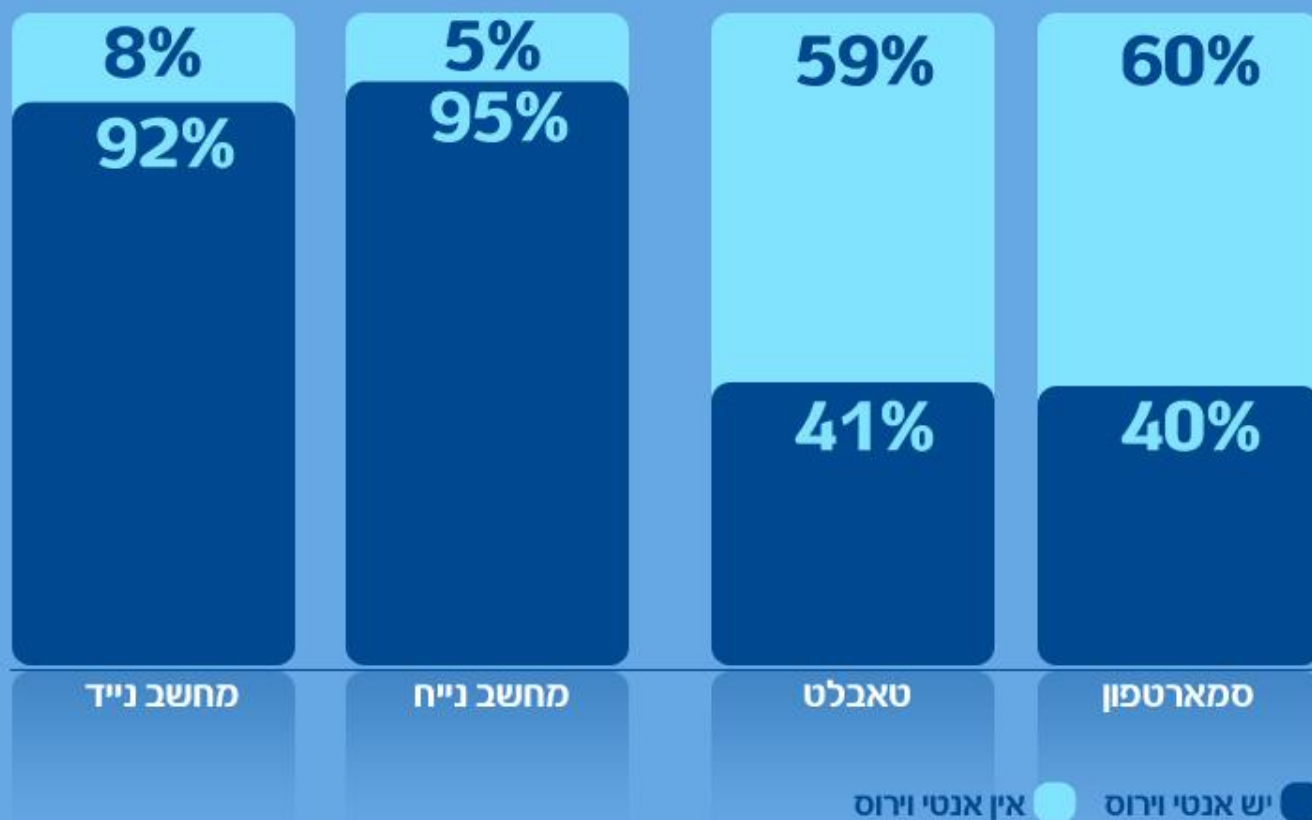
”האם קרה שפרצו לך לפרטי כרטיס האשראי או שזייפו את כרטיס האשראי?”

”האם קרה שפרצו לך למייל, לפייסבוק או לחשבונות באתרים אחרים?”



אך הם לא מגנים על הטאבלטים והסמארטפונים מפני וירוסים

”לגבי כל אחד מסוגי המכשירים הבאים,
האם יש לכם הגנה למכשיר באמצעות אנטי-וירוס?”*



*נשאל בקרב בעלי כל אחד מהמכשירים

סיכום



בניגוד למיתוסים הקיימים, מסתבר שהאינטרנט זו דווקא לא מדיה מנוכרת, ולדיגיטל יש השפעות חיוביות רבות

הרשתות החברתיות נכנסות
לפרופורציה ומתרחב ההיצע

הבית הדיגיטלי מתחיל להתרומם

צמצום הפער בין המרכז לפריפריה

יצירת חיים חברתיים תוססים

לא בהכרח תחליף למפגשים אישיים:
פלטפורמה להרחבת ההזדמנויות להכרויות

נכנסו תחליפים חדשים לשירותים קיימים

קיימת פתיחות רבה לחידושים

אבל הסקר מסמן באופן ברור גם את האתגרים שאנחנו עומדים בפניהם בתחום הדיגיטל

רפואה אונליין

ביצוע פעולות
באינטרנט/
בסלולר

ספרים
דיגיטליים

סחר אלקטרוני

הגנה
על המידע
הדיגיטלי

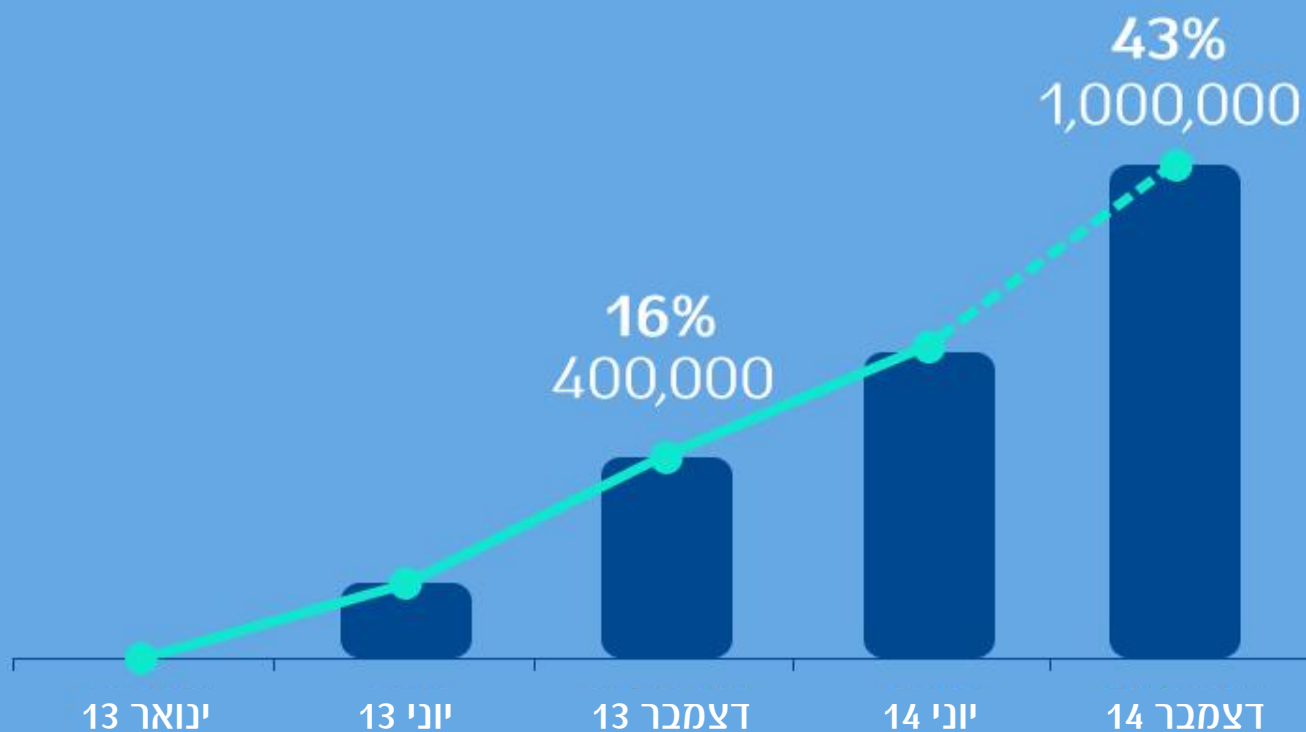
פרטיות

לימודים אונליין

מדובר באתגרים משמעותיים שיש בהם תפקיד
לחברות העסקיות, לממשל ולצרכנים

מתקדמים לדור הבא העתיד נמצא בסיבים אופטיים

כמות משקי בית שנפרסה להם תשתית סיבים (Fiber)



עד סוף 2014 נגיע לכ- 1,000,000 משקי בית

תודה