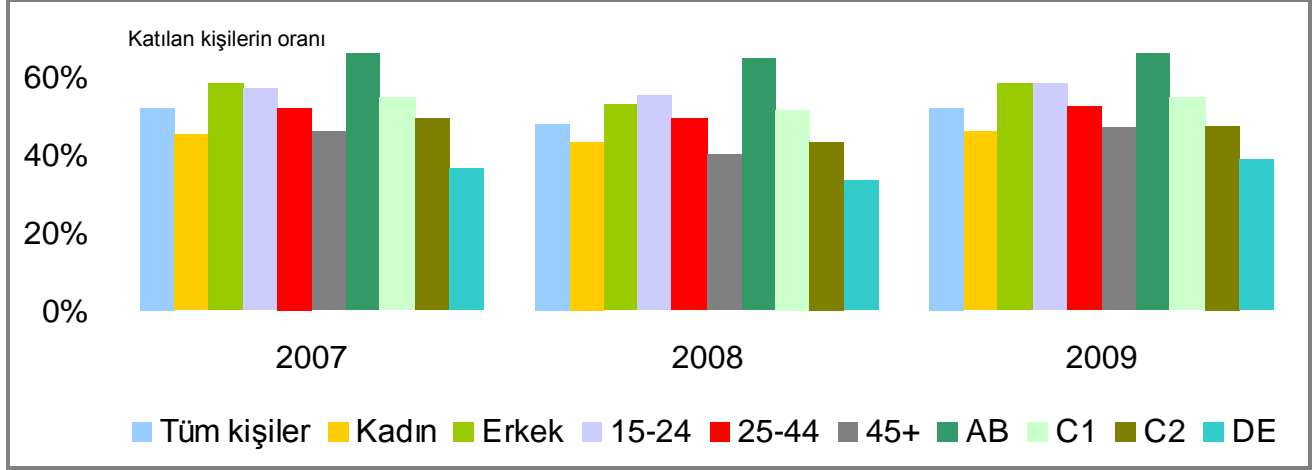


## Volume 18: Türk Tüketicisinin Teknolojiyle Uyumu 2.0

Günümüzde teknolojiye yaşanan gelişmelerinin hızına ayak uydurmak giderek zorlaşmaya başladı. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren bu değişim daha da belirginleşti. Teknolojideki gelişmeleri daha iyi görebilmek için birkaç yıl öncesine bile bakmamız yeterli. Bugün satın aldığımız ileri teknolojiye sahip bir ürünün yerini daha gelişmiş özelliklere sahip olan bir model kısa zamanda alıyor. Bir örnek verecek olursak; Türkiye'de ilk cep telefonu görüşmesinin 1994 yılında yapıldığını düşündüğümüzde –geçen 16 senede– şu an gelinen nokta oldukça çarpıcı. Önceleri sadece konuşup mesajlaşabilirken artık cep telefonumuz aracılığıyla internete girebiliyor ve görüntülü konuşma yapabiliyoruz. Bu durum her kategori için oldukça büyük önem taşımakta. Teknolojide yaşanan değişimler her sektörde olduğu gibi iletişim sektörünü de değişime uğratmaya başlamıştır. Teknolojinin hayatımızdaki önemini giderek artmasından yola çıkarak son 3 yılda çeşitli hedef kitlelerin teknolojiyle olan ilişkilerinin değişimini inceledik.

Grafikte yıllar içinde çeşitli hedef kitlelerde "Teknolojideki gelişmeleri takip ederim" cümlecğine katılanların yıllar içindeki değişimini görüyoruz

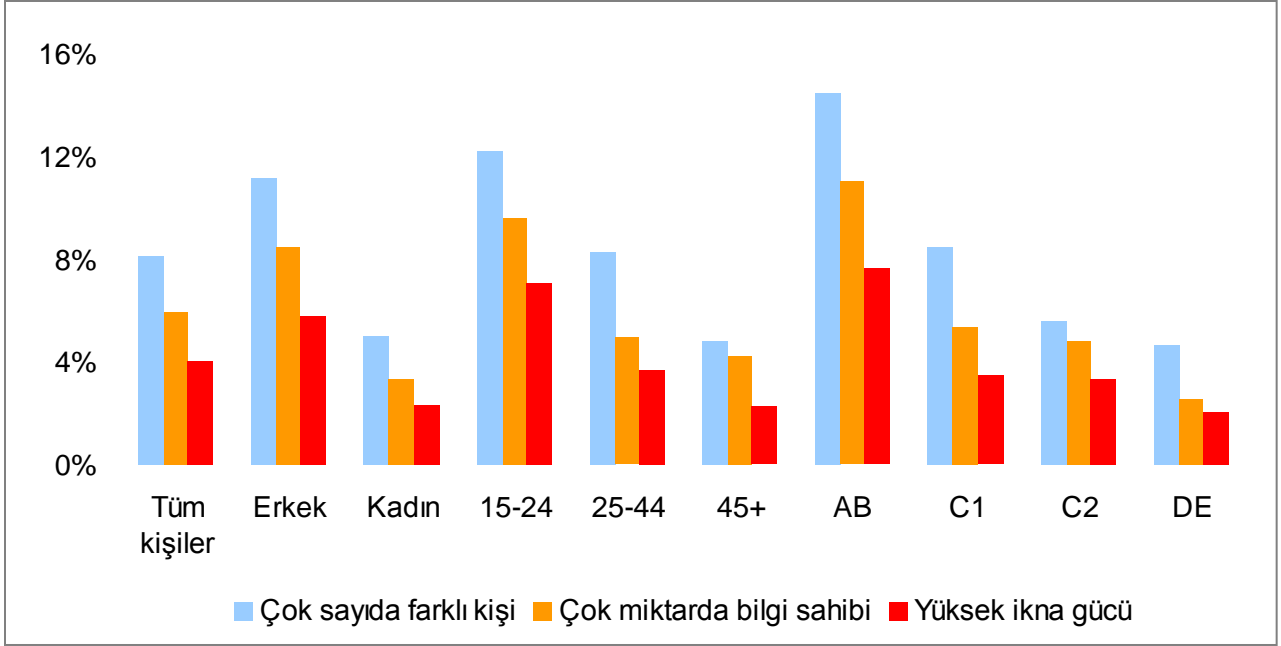


### Teknolojideki gelişmeleri takip ediyoruz

Yukarıdaki grafikte görüldüğü üzere "Teknolojideki gelişmeleri takip ederim" diyenlerin oranı tüm hedef kitleler genelinde artıyor. Bu artışın tek istisnası C2 SES grubu. Önceki yıla oranla DE SES grubunda yaklaşık % 6'lık bir artış gözlemliyoruz.

# SMG Turkey Insider

Grafikte çeşitli hedef kitlelerde teknoloji hakkında bilgi yayma, konuşma ve etkilme gücünün dağılımını görüyoruz



Teknoloji konusunda toplum olarak çok sayıda farklı kişiyle konuşuyoruz. Konuşuyoruz, ancak teknoloji hakkında çok fazla bilgiye sahip değiliz. Grafikte de görüleceği gibi özellikle AB SES grubu diğer hedef kitlelere kıyasla teknoloji konusunda daha fazla etkilme gücüne sahip. AB SES grubunu 15-24 yaş grubu gençler izliyor.

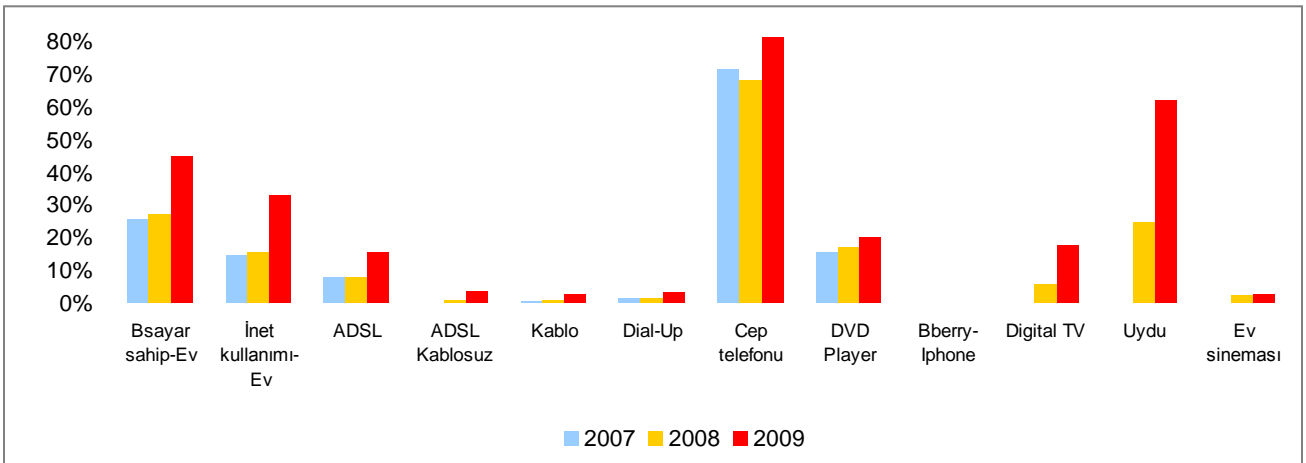
Grafikte yıllar içinde tüm kişilerde teknoloji ile olan ilişkilerin değişimi incelenmektedir.

Katılan kişilerin oranı

Bilgisayar/internet

Mobil

TV



## Bilgisayar sahipliği ve internet kullanımı birbirine paralel olarak artıyor

Bilgisayar sahipliği ve evde internet kullanımı birbirine paralel olarak yükseliyor. 2007 yılında %25 olan bilgisayar sahipliği 2009 yılında %44'e ulaşmış. Evde internet kullanımı da %14'den %33'e yükselmiştir. Yapılan araştırmalar gösteriyor ki Türkiye'deki hanelerin de %30'u online (TUIK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, Nisan 2009). Evlerde internet kullanımının artmasıyla birlikte internet cafelere gitme oranı da yıllar içinde azalmakta.

# SMG Turkey Insider

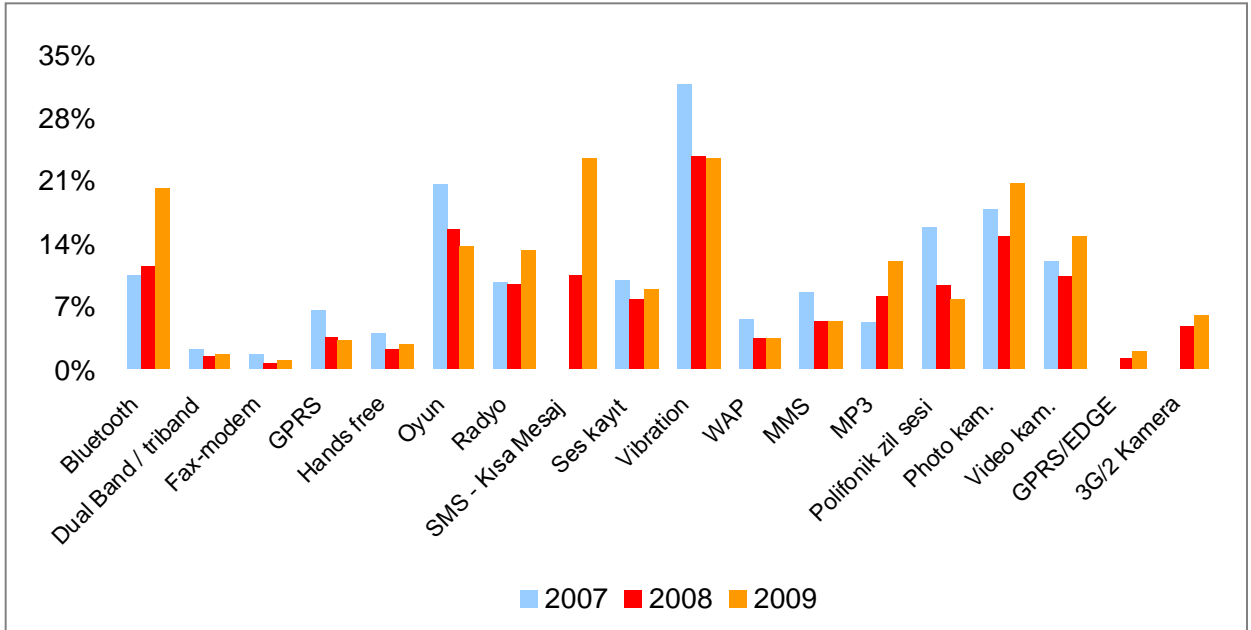
## Geniş bant kullananların oranı giderek artıyor

Önceki yıllarla karşılaştığımızda ADSL kullanıcı oranında artış gözlemliyoruz. 6.2 milyon ADSL abonesini düşündüğümüzde (*Telekom, Şubat 2010*) bu artışlar oldukça anlamlı. Bununla birlikte çok sayıda da kablo, internet ve 3G modem bağlantısı da var.

## Cep telefonu olmadan sokağa çıkamıyoruz

Dikkati çeken bir diğer bulgu da cep telefonu penetrasyonundaki artıştır. Toplum olarak cep telefonu (2009 yılı Bil. Tek. İlet Kur. Araşt.) ayda 189 dakika konuştuğumuzu düşündüğümüzde penetrasyonun artması da kaçınılmaz. Önceki yıla kıyasla bu oran %71'den %84'e yükselmiştir.

Grafikte yıllar içinde cep telefonunun kullanım özelliklerinin değişimi incelenmektedir.



Yukarıdaki grafikte görüldüğü üzere tüm kişiler genelinde cep telefonunun teknolojik özelliklerinin kullanımı giderek artıyor. Cep telefonu konuşmanın ötesinde şeyler yapıyoruz. Bu durumda artan sadece yapılan konuşmalar değil; cep telefonunun (*sms, mms, internet* v.b) katma değerli özelliklerinin de kullanımının artıyor olmasıdır. 2009'da resmi olarak hayatımıza giren 3G ile birlikte artan kullanıcı sayısını gözönünde bulundurduğumuzda cep telefonlarının toplum hayatımızdaki önemli rolü daha net anlaşılıyor.

Özellikle son 1-2 sene içinde yapılan GSM kampanyalarını düşündüğümüzde mobilin teknolojik olarak katettiği yol daha fazla anlaşılmaktadır.

Teknolojik araçlarda internet, bilgisayar ve mobil TV izliyor. Dijital platform ve uydu anteni aracılığıyla TV yayınlarını izleyenlerin oranı da yıllar içinde giderek yükseliyor. Geniş ekran, ince profil, LCD, HDTV gibi yüksek teknolojik özellikler taşıyan TV'lerin sahipliği giderek artıyor.

# SMG Turkey Insider

Özetleyecek olursak;

- Toplum olarak giderek daha fazla teknolojiye ilgi duyulduğunu gözlemliyoruz.
- Teknolojinin gelişimiyle birlikte ileri teknolojik özelliklere sahip tüketici elektroniği ürünleri sahipliğinde yıllar içinde yükseliş gözlemlenmektedir.
- Cep telefonu penetrasyonunun artmasıyla beraber hayatımızdaki önemli rolü de giderek artıyor.
- Teknoloji konusunda en fazla etkileme gücüne sahip olanlar AB SES grubu ve 15-24 yaş grubu gençlerdir.