KPMG uuring näitab: meediatarbimine liigub nutitelefonidesse

13 years ago- 13.02.2013 By AM

Tarbijad kulutavad traditsioonilisele meediale endiselt rohkem aega ja raha kui digitaalmeediale, kuid eriti Hiinas ja mujal Aasias kaotavad paberväljaanded oma positsiooni, selgub KPMG Internationali ja uuringufirma YouGov uuringust *Digital Debate 2013*.

Meediatarbimise tulevikku kujundavad nutitelefonid, mida omab või soovib omada veidi üle poole uuringus osalenutest, teatas KPMG Baltics OÜ.

Digitaalmeedia kasutamine on 2011. aastaga võrreldes suurenenud ja rohkem kui pooled küsitletutest leiavad, et neil on parem ligipääs digitaalmeediale. Lisaks peab tarbijatest 70 protsenti *online*-meedia uudiste valikut laiemaks, kuid sellele vaatamata kulutavad tarbijad tavameediale ühes kuus seitse dollarit ehk 5,17 eurot rohkem kui digitaalmeediale.

Keskmiselt kulutavad tarbijad kuuga traditsioonilisele meediale keskmiselt 12 dollarit ehk 8,86 eurot ja digitaalmeediale viis dollarit ehk 3,69 eurot. Kusjuures arengumaades on kulutused meediale kaks dollarit ehk 1,48 eurot suuremad kui arenenud maades.

KPMG Baltics OÜ nõustamisteenuste juhi Karin Rätsepa sõnul näitab uuring, et meedia suurenev tarbimine mobiilsetes seadmetes viitab tulevikutrendile, kus tarbijad eelistavad *online*-meediat traditsioonilisele meediale – see omakorda soodustab digitaalse lõhe vähenemist.

Uuringus osalejate seas on endiselt populaarsemaks uudistekanaliks televisioon, mida jälgib näiteks Saksamaa ja Austraalia elanikest 92 protsenti. Suur osa tarbijatest vaatab aga telekanaleid läbi telefoni või tahvelarvuti: ligi kolmandik Singapuri elanikest ja 14 protsenti ameeriklastest. Tahvelarvutit omab või plaanib osta 26 protsenti küsitletutest, samal ajal kui 53 protsenti omab või soovib omada nutitelefoni.

„Digitaalmeedia kasutuse poolest on eeskujuks Hiina, kus enamus tarbijaid loevad uudiseid nutitelefoni, tahvel- või sülearvuti vahendusel. Väga vähesed hiinlased ostavad paberajalehti või –ajakirju. Hiina tuleviku märksõnaks on

mobiilne tarbimine, seda tõestavad ka uuringu tulemused, mille põhjal riikide võrdluses omavad või soovivad omada kõige enam tahvelarvuteid (51 protsenti) ja nutitelefone (78 protsenti) just hiinlased,“ kommenteeris Rätsep.

KPMG ja uuringufirma YouGov läbiviidud uuringus osales üle 9000 tarbija üheksast erinevast riigist: Austraalia, Brasiilia, Kanada, Hiina, Saksamaa, Singapur, Hispaania, Ühendkuningriik ja Ameerika Ühendriigid.

Uuringu kokkuvõttega saab tutvuda siin.

- Uudised

- Mobiiltelefonid
- Androidiblog