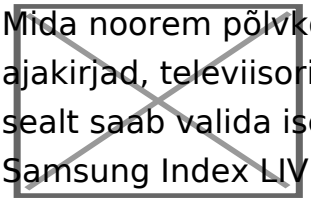
Nutiseade surmab teleka: uus põlvkond enam pildikasti eriti ei hinda

12 aastat tagasi - 24.07.2014 Autor: AM



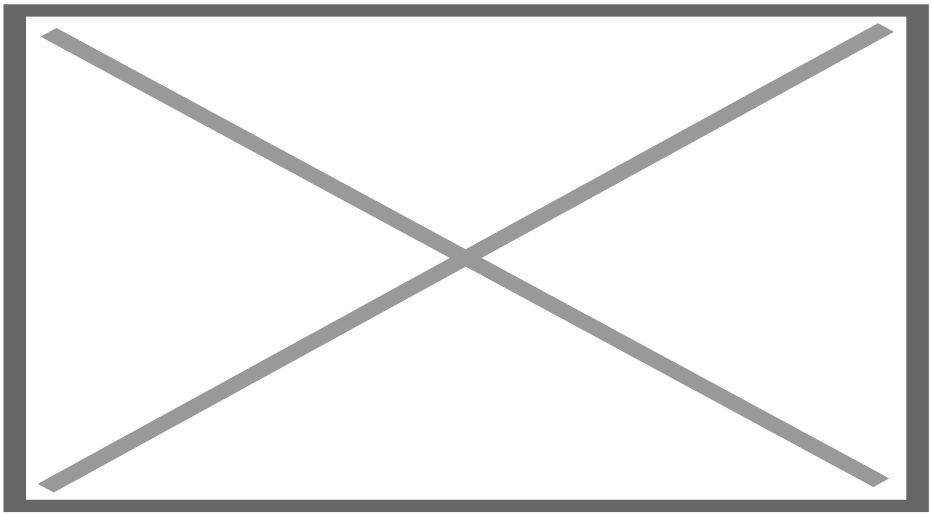
Mida noorem põlvkond, seda vähem huvitab seda "vana meedia": paberist ajakirjad, televiisorid ja raadiod. Nutiseadmed on info ammutamise aluseks, sest sealt saab valida ise, mida, millal ja kuidas vaadata. Seda kinnitab ka hiljutine Samsung Index LIVING´u tarbijakäitumise uuring.

Eesti, Läti ja Leedu noored vaatavad televiisorit aina vähem, sest filmide ja videote allalaadimiseks ning vaatamiseks kasutatakse nutiseadmeid, selgub Samsung Electronics Baltics'i tarbijakäitumise uuringust LIVING.

15 protsenti Eesti noortest ei vaata näiteks enam üldse televiisorit ning ligi pooled noortest on nõus televiisorist nutiseadmete kasuks loobuma.

Inimeste käitumis- ja tarbimisharjumusi analüüsivast uuringust Samsung Index LIVING selgub, et inimeste telekavaatamise harjumused muutuvad – 92 protsenti eestlastest vaatab televiisorist televisiooniprogrammi, kuid juba 25 protsenti eestlastest kasutab televiisorit ka Internetist videote allalaadimiseks ja vaatamiseks.

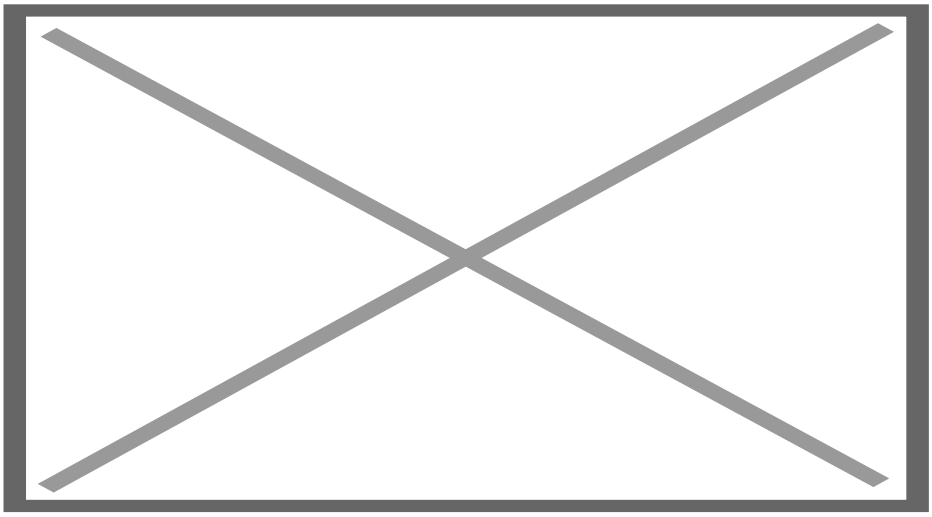
Paljud Baltimaade inimesed kasutavad videote ja filmide allalaadimiseks ja vaatamiseks oma nutiseadmeid – 36 protsenti eestlastest kasutab nende vaatamiseks nutitelefoni ja 60 protsenti tahvelarvuti omanikest tahvelarvutit. Lätis ja Leedus vaadatakse videosid nutiseadmetest vähem– 54 protsenti lätlastest ja 57 protsenti leedulastest vaatab videosid tahvelarvutitest ning vastavalt 21 ja 24 protsenti inimestest nutitelefonidest.



Tarbijakäitumise uuringust Samsung Index LIVING selgub, et alla 35-aastased vaatavad televiisorit küllaltki vähe ning teleri vaatamise osatähtsus kasvab alles peale 35. eluaastat – 15 protsenti 18-34 aastastest eestlastest ei vaata üldse televiisorit. Rohkem kui pooled 45-65 aastastest eestlastest ei kujuta elu ilma televiisorita ette, kuid peaaegu iga teine alla 24-aastane eestlane oleks nõus televiisorist nutiseadmete kasuks loobuma. Lätis loobuks televiisorist nutiseadmete kasuks 42 protsenti alla 24-aastastest ning Leedus 43 protsenti.

„Samsung Index LIVING kinnitab teooriat, et tarbijakäitumine ei eristu vaid regiooniti, vaid ka vanusegruppide vahel. Uuring näitab selgelt tehnoloogia kasutamise harjumuste erisusi riikide vahel, mis tähendab, et Balti riigid ei ole tarbijakäitumise kontekstis ühtne piirkond," kommenteeris Riigi Infokommunikatsiooni Sihtasutuse kvaliteedijuht ja Tallinna Ülikooli töö- ja inseneripsühholoogia lektor Avo-Rein Tereping.

Tarbijakäitumise uuringu Samsung Index LIVING eesmärk on analüüsida inimeste käitumis- ja tarbimisharjumusi ning tehnoloogia mõju inimeste elule Eestis, Lätis ja Leedus. Uuring viidi Balti riikides läbi ligi 2200 vastaja hulgas. Tarbijakäitumise uuring Samsung Index LIVING viidi läbi turu-uuringute firma GfK CR Baltic poolt, kasutades CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) meetodit.



- Uudised