



Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2022

İnternete erişim imkanı olan hane oranı %94,1 oldu

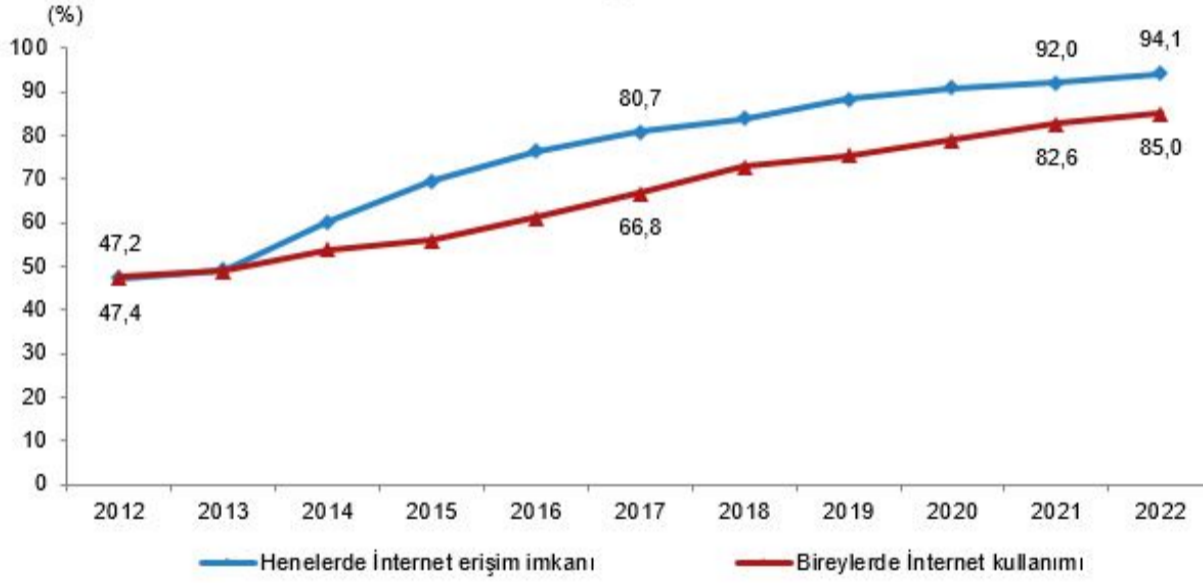
Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre; 2022 yılında hanelerin %94,1'inin evden İnternete erişim imkanına sahip olduğu gözlemlendi. Bu oran, geçen yıl %92,0 olarak gerçekleşti.

İnternet erişim imkanı olan hane oranı İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1. Düzeye göre, en yüksek olan bölgeler sırasıyla, %98,7 ile TR1 İstanbul (İstanbul), %98,3 ile TR5 Batı Anadolu (Ankara, Konya, Karaman) ve %94,4 ile TR3 Ege (İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) olarak gerçekleşti.

İnternet kullanan bireylerin oranı %85,0 oldu

İnternet kullanım oranı, 16-74 yaş grubundaki bireylerde 2021 yılında %82,6 iken 2022 yılında %85,0 oldu. Erkeklerin İnternet kullanım oranınının 2022 yılında %89,1, kadınların ise %80,9 olduğu görüldü.

Hanelerde İnternet erişim imkanı ve bireylerde İnternet kullanımı, 2012-2022



İnterneti düzenli kullanan bireylerin oranı %82,7 oldu

Bireylerin %82,7'sinin, 2022 yılının ilk 3 ayını kapsayan dönemde İnterneti düzenli olarak kullandığı görüldü. Düzenli olarak İnternet kullanan erkeklerin oranı %86,9, kadınların ise %78,6 oldu.

Bireylerin İnternet kullanım sıklığı, 2022

	Toplam (%)		
	Toplam	Erkek	Kadın
Düzenli İnternet kullanımı	82,7	86,9	78,6
Günde birkaç defa	69,1	73,3	64,9
Günde bir defa veya hemen hergün	10,9	11,0	10,9
Haftada en az bir defa (ancak hergün değil)	2,7	2,6	2,9
Haftada bir defadan az	0,7	0,7	0,7

Tablodaki rakamlar yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

E-devlet hizmetlerini kullanan bireylerin oranı %68,7 olarak gerçekleşti

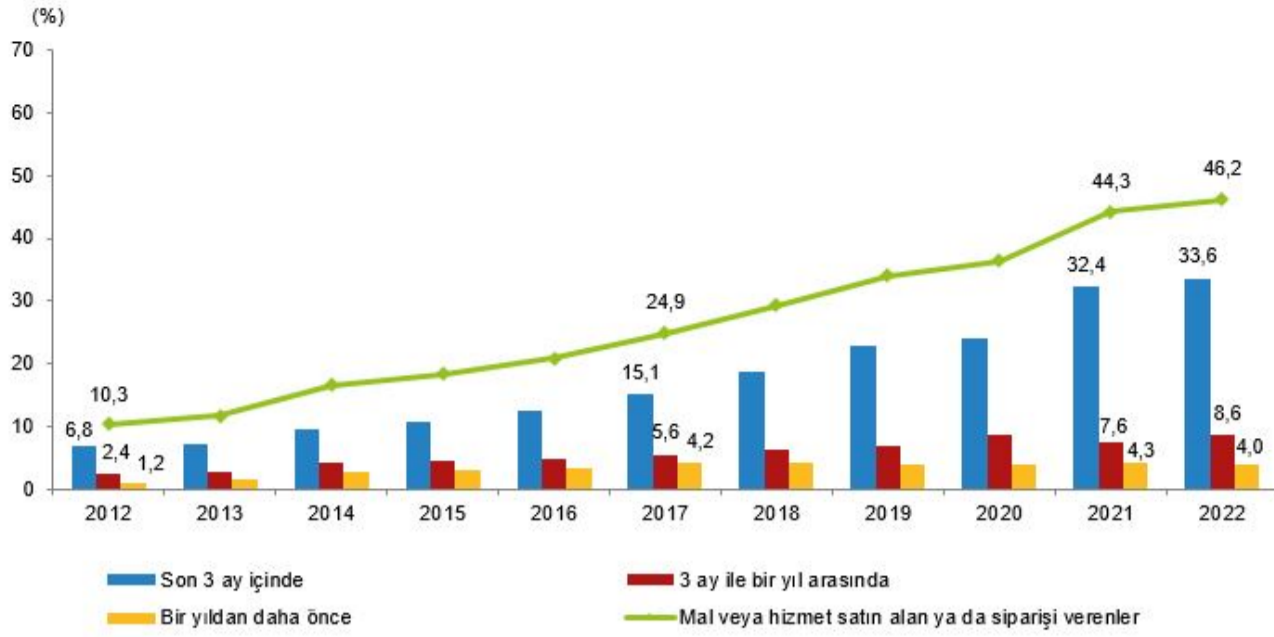
Son 12 ay içinde özel amaçla resmi makamların web sitelerini ve uygulamalarını kullanan ve İnternet üzerinden kamu hizmetlerinden yararlanan bireylerin oranı %68,7 oldu. E-devlet hizmetlerini kullanım amaçları arasında, %64,4 ile resmi makamlar veya kamu hizmetleri tarafından kendisi hakkında saklanan kişisel bilgilere erişme ilk sırayı aldı. Bunu, %48,5 ile kamu kurumlarından veya kamu hizmetlerinden bir randevu alma veya rezervasyon yaptırma ve %44,1 ile kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinme takip etti.

İnternet üzerinden mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme oranı %46,2 oldu

Son 12 ayda İnternet kullanan bireylerin İnternet üzerinden özel kullanım amacıyla mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme (e-ticaret) oranı, 2021 yılında %44,3 iken 2022 yılında %46,2 oldu. Cinsiyete göre İnternet üzerinden mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme oranı erkeklerde %49,7 iken kadınlarda %42,7 oldu. Bu oran, bir önceki yıl sırası ile %48,3 ve %40,3 olarak gerçekleşti.

Bu oran, en son mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme zamanlarına göre incelendiğinde; bireylerin %33,6'sının son 3 ay içinde (2022 yılı ilk 3 ayı) mal veya hizmet satın aldığı ya da sipariş verdiği görüldü. Bu oran, geçen yılın son 3 ayı içinde (2021 yılı ilk 3 ayı) %32,4 oldu.

İnternette en son satın alma veya sipariş verme zamanına göre satın alma ya da sipariş verme oranı, 2012-2022



Tablodaki rakamlar yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

İnternette en fazla %71,3 ile giyim, ayakkabı ve aksesuar satın alındı

İnternet üzerinden 2022 yılının ilk 3 ayı içerisinde mal veya hizmet satın alan ya da sipariş veren bireylerin en fazla satın aldığı mal, %71,3 ile giyim, ayakkabı ve aksesuar oldu. Bunu, %50,2 ile lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatlar, %41,9 ile gıda ürünleri, %28,7 ile temizlik ürünleri, kişisel bakım malzemeleri ve %27,4 ile kozmetik, güzellik ve sağlık ürünleri takip etti.

İnternet üzerinden en fazla satın alınan mal türleri cinsiyete göre incelendiğinde; erkeklerin %64,7 ile giyim, ayakkabı ve aksesuar, %51,1 ile lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatlar ve %40,9 ile gıda ürünleri; kadınların ise %78,4 ile giyim, ayakkabı ve aksesuar, %49,2 ile lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatlar ve %43,0 ile gıda ürünleri satın aldığı görüldü.

En fazla satın alınan veya abone olunan dijital içerik %26,4 ile film veya dizi izleme hizmeti oldu

İnternet üzerinden 2022 yılının ilk 3 ayı içerisinde mal veya hizmet satın alan ya da sipariş veren bireylerin en fazla satın aldığı veya abone olduğu dijital içerik, %26,4 ile film veya dizi izleme hizmeti veya indirme oldu. Bunu, %23,2 ile müzik dinleme hizmeti veya müzik indirme ve %15,1 ile yazılımları indirme (sürüm yükseltmeleri dahil) takip etti.

Bu bireylerin en fazla satın aldığı çevrimiçi hizmetler ise, %21,0 ile web sitesi veya uygulama üzerinden ulaşım hizmeti (otobüs, tren, uçak ve gemi bileti) satın alımı, %14,9 ile kültürel etkinliklere (sinema, tiyatro, konser, fuar vb.) bilet alma ve %13,4 ile İnternet veya mobil telefon bağlantı aboneliği oldu.

İnternet üzerinden öğrenme faaliyeti gerçekleştiren bireylerin oranı %15,9 oldu

İnternet üzerinden son 3 ay içinde eğitim, mesleki veya özel amaçlar için öğrenme faaliyeti gerçekleştiren bireylerin oranı, 2021 yılında %17,1 iken 2022 yılında %15,9 oldu. Bu oranın 2022 yılında erkekler için %15,6, kadınlar için ise %16,3 olduğu görüldü.

Bireylerin %82,0'ı WhatsApp kullandı

Bireylerin en fazla kullandıkları sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları %82,0 ile WhatsApp, %67,2 ile YouTube ve %57,6 ile Instagram oldu. En fazla kullanılan sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları cinsiyete göre incelendiğinde; erkeklerin en fazla %85,9 ile WhatsApp, %70,8 ile YouTube ve %61,5 ile Facebook uygulamalarını, kadınların ise %78,1 ile WhatsApp, %63,7 ile YouTube ve %55,9 ile Instagram uygulamalarını kullandığı gözlemlendi.

Bu konu ile ilgili bir sonraki haber bülteninin yayımlanma tarihi Ağustos 2023'tür.