



Development
Fund



Kadınlar ve Cep Telefonları: Küresel bir Fırsat

Düşük ve orta gelirli ülkelerde, cinsiyetler arası mobil iletişim
uçurumu üzerine bir araştırma





GSMA (GSM Birliđi), dünya mobil iletişim endüstrisinin çıkarlarını temsil etmektedir. 219 ülkeyi kapsayan GSMA, dünyadaki mobil operatörlerin yaklaşık 800'ünü ve genel mobil ekosisteminden 200 başka şirketi bünyesinde topluyor. Daha fazla bilgi için www.gsmworld.com adresini ziyaret edebilirsiniz. GSMA ayrıca Barcelona'daki Dünya Mobil Kongresi ve Mobil Asya Kongresi gibi, sektörün önde gelen etkinliklerini organize ediyor. Ayrıntılı bilgi için kongrelerin web sitelerini şu adreslerde ziyaret edebilirsiniz: www.mobileworldcongress.com ve www.mobileasiacongress.com.



Cherie Blair Foundation for Women (Cherie Blair Kadın Vakfı), eşit fırsatlara sahip olmadıkları ülkelerde kadın girişimcilerin kapasitesini güçlendirmeyi hedefliyor. Özellikle, ekonomideki 'eksik orta katman' diye anılan orta ve küçük boylu işletme eksikliğinin giderilmesi için kadın girişimcilere destek veriyor. Vakıf, yerel örgütlerle işbirliği yaparak kadın girişimcilerin iş geliştirme araçlarına, ağlara ve finans imkanlarına erişmesini sağlayacak ortak projeler geliştiriyor ve hayata geçiriyor.



Vital Wave Consulting (Vital Wave Danışmanlık) geliştirmekte olan piyasalarda sürdürülebilir büyümeyi hızlandırmak amacıyla strateji danışmanlığı hizmetleri sağlıyor. Konusunda uzman danışmanları ve geliştirmekte olan ülkelerde bulunan alan ekipleri kanalıyla, şirket, Fortune 500 firmalarına ve küresel vakıflara strateji danışmanlığı ve piyasa bilgisi sunuyor. Şirketin çalışmaları özellikle teknoloji ve geliştirmekte olan piyasaların kesişim noktalarına odaklanıyor. Vital Wave, müşterileriyle mobil hizmetler, e-sağlık, mikrofinans, para havaleleri, düşük maliyetli cihazlar ve alternatif iş modelleri gibi alanlarda işbirliği yapıyor.



Daha fazla bilgi için:
mwomen@gsm.org
GSMA Londra Ofisi
Tel: +44 (0) 20 7356 0600
www.gsmworld.com/mwomen

İçindekiler

Yönetici Özeti	04
Giriş	09
Kritik Bir İlk Adım	09
Cep Telefonları ve Cinsiyetler Arası Uçurum	09
Kadınlar ve Cep Telefonu: Kalkınma için Başarılı Bir Birleşim	09
Cinsiyetler Arası Uçurumu Tanımlamak	10
Metodoloji Üzerine Kısa Not	11
Cinsiyetler Arasındaki Mobil İletişim Uçurumunu Kapatmak	12
Cinsiyetler Arası Uçurumun Sıcak Noktaları: Güney Asya, Ortadoğu ve Afrika	13
Yarının Abonelerinin Çoğu Kadın Olacak	15
Ülke Örneği: Pakistan'da Mobilink ve UNESCO Kadın Okur-Yazarlığını SMS ile Artırıyor	16
Cep Telefonu Sahibi Olmak Kadınlara Fayda Sağlıyor	17
"Cep Telefonum Olduğu için Kendimi Daha Güvenli Hissediyorum"	17
"Cep Telefonu Sayesinde Bağlantılarımın Daha Kuvvetlendiğini Hissediyorum"	18
"Cep Telefonum Olduğu için Kendimi Daha Bağımsız Hissediyorum"	18
Cep Telefonları Ekonomik Fırsatların Kapısını Açıyor	18
Cep Telefonları Kadınların Sesinin Duyulmasını Sağlıyor	19
Ülke Örneği: Kosova'da Kadınlar Anayasa'da Söz Sahibi Olmak için 'Mobil-ize' Oldu	20
Cep Telefonu Sahipliği ve Kullanımı	21
Cep Telefonu Sahipliğini Belirleyen Beş Ana Özellik	21
Cep Telefonu Ödünç Alan ya da Hiç Kullanmayan Kadınlar	23
Cep Telefonu Sahibi Olmanın Önündeki Engeller	26
Kadınların Cep Telefonu Sahipliği	27
Beş Önemli Demografik Grup	27
Piramidin Tabanındaki (PT) Kadınlar: Son Sınır	29
Çalışan ve Kırsal Alanlar Yaşayan Kadınlar: Gelir Talebi Sınırlıyor	30
Ülke Örneği: Hindistan'da SEWA'lı Kadınlar Bilgiye Yatırımdan Faydalaniyor	31
Ev Kadınları: En Büyük ve En Fazla Çeşitlilik Arz Eden Grup	32
Ülke Örneği: MTN Ev Kadınlarının Çeşitliliğine Hitap Eden Çözümler Üretiyor	33
Okula Giden Kadınlar: Yoğun SMS Kullanımı ve Harcama İsteği	34
Ülke Örneği: Malezya'nın En Büyük Operatörü Maxis, Cep Telefonunu "Yaşam Tarzı" Cihazı Haline Getiriyor	35
Kariyer Sahibi Kadınlar: Cep Telefonunu Fırsatlar Yaratmak için Kullanmak	36
Öneriler ve Sonraki Adımlar	37

Son beş yılda, mobil iletişim endüstrisi gelişmekte olan ülkelerin çoğuna mobil bağlantı imkanlarını taşıma noktasında olağanüstü bir ilerleme kaydetti. Cep telefonları Afrika, Asya ve Latin Amerika'da iki milyardan fazla insanın daha üretken ve verimli olmasını sağladı; ancak, bu bölgelerdeki kadınların söz konusu faydalardan erkekler kadar yararlanmadığına işaret eden pek çok örnek de mevcuttu.


Mobil iletişim alanındaki cinsiyetler arası uçurumun boyutlarını ve nedenlerini daha iyi anlamak için, GSMA Kalkınma Fonu olarak, ekonomik piramidin tabanındaki insanların yoksulluktan kurtulmak için istihdam imkanları bulmak ve iş kurmak açısından gerekli araçlarla donanması gerektiği yolundaki inancımızı paylaşan Cherie Blair Kadın Vakfı ile işbirliğine gittik. Bu araçların en önemlilerinden biri de cep telefonudur.

GSMA Kalkınma Fonu, Cherie Blair Vakfı ve Vital Wave Danışmanlık birlikte, pek çok düşük ve orta gelirli ülkedeki cep telefonu kullanımındaki cinsiyetler arası uçurumun çapını ilk kez ortaya koyan elinizdeki çığır açıcı raporu hazırladı. Türünün ilk ayrıntılı ve küresel örneği olan bu araştırmaya göre, düşük ve orta gelirli ülkelerdeki cep telefonu sahibi kadınların sayısı erkeklerden %21 daha düşük.

Birleşmiş Milletler'in cinsiyet eşitliği alanındaki Üçüncü Milenyum Hedefi doğrultusunda söz konusu uçurumun kapanması, daha fazla kadının elini güçlendirecek, onların aile ve arkadaşlarıyla daha iyi bağlantı kurmasını, ücretli istihdam imkanları bulmasını, hatta kendi işini kurmasını mümkün kılacaktır. Daha fazla kadının cep telefonu kullanması sosyal ve ekonomik büyümeyi tetiklerken, aynı zamanda mobil operatörler için de yeni aboneler ve gelir artışı anlamına gelecektir.

Kadınlara daha yaygın hizmet götürmenin mobil operatörler açısından çok faydalı olacağı açıktır. Elinizdeki rapora göre, mobil iletişim kapsama alanındaki bölgelerde cep telefonu olan kadın abone sayısı erkeklerden 300 milyon azdır. Eğer operatörler kadınlar arasındaki cep telefonu penetrasyonunu erkeklerle aynı düzeye getirirlerse, rapora göre, yıllık toplam 13 milyar dolar ek gelir edinmeleri söz konusu olacaktır.

Peki mobil iletişim sektörü cinsiyetlerarası uçurumu nasıl aşabilir? Araştırmamıza göre, gelişmekte olan ülkelerdeki kadınların cep telefonu edinmesinin önündeki en büyük iki engel, maliyet ve cep telefonuna sahip olmanın gerekli olmadığı algısıdır. Yeni mWomen programı kanalıyla GSMA, (gelişmekte olan ülkelerdeki mobil operatörlerin ezici çoğunluğunu kapsayan) üyeleriyle birlikte çalışıp bu engelleri aşmak ve cep telefonu mülkiyeti ve erişiminden faydalanan kadın sayısını ciddi biçimde artırmak için çabalayacaktır. Söz konusu program kanalıyla, toplumsal cinsiyet alanındaki uzmanları, mobil operatörleri ve uygulama geliştiricilerini bir araya getirerek, kadınlar arasındaki cep telefonu mülkiyetini artırma amaçlı en başarılı pratikleri ve promosyonları paylaşmalarını sağlayacağız. GSMA, cinsiyetler arası uçurumu aşma hedefine yürekten bağlıdır.



Rob Conway, Genel Müdür, GSMA



Yönetici Özeti

Erkeklerden 300 Milyon Daha Az Kadın Abone: 13 Milyar Dolarlık Fırsat

Düşük ve orta gelir düzeyindeki ülkelerde cep telefonu sahipliği son yıllarda olağanüstü bir hızla artmaktadır. Ancak bu ülkelerde hâlâ bir kadının cep telefonuna sahip olma ihtimali bir erkeğe göre %21 daha az olmaktadır. Afrika'da bu oran %23'e, Ortadoğu'da %24'e ve Güney Asya'da %37'ye çıkmaktadır. Cinsiyetler arasındaki bu uçurumu kapatmak, 300 milyon kadını daha cep telefonunun faydalarıyla tanıştırmak anlamına gelmektedir. Daha fazla kadının cep telefonlarından faydalanmasını sağlamak, bir dizi sosyal ve ekonomik hedefe ulaşma imkânını da beraberinde getirmektedir.

On Kadından Dokuzu Cep Telefonu Sayesinde Kendisini Daha Güvende Hissediyor

Cep telefonu sahipliği kadınlara eğitim, sağlık, iş ve istihdam imkanlarına daha iyi erişim gibi belirgin faydalar sağlamaktadır. Üç kıtada düşük ve orta gelirli ülkelerde araştırmaya katılan kadınlar, cep telefonunun onlara daha güvenli, bağlantılı ve üretken bir yaşamın kapılarını açtığı inancındadır. Araştırma şu sonuçlara da işaret etmektedir:

- Hindistan'dan Senegal'e ve Kosova'ya, kadınlar cep telefonunun gücünden yararlanarak ekonomik fırsatları değerlendirmektedir
- Özellikle işyeri sahibi kadınlar, cep telefonunu vazgeçilmez bir üretkenlik aracı olarak görmektedir ve bu kadınların yarısından fazlası ek gelir elde etmek için cep telefonundan faydalandığını belirtmektedir
- Araştırmaya katılan kadınların %85'i cep telefonu sayesinde kendini daha bağımsız hissettiğini ifade etmektedir.

2/3

Potansiyel cep telefonu müşterilerinin üçte ikisini kadınlar oluşturuyor. Önümüzdeki beş yılda piyasa lideri olmayı hedefleyen mobil operatörler, özellikle yeni kadın aboneler kazanmak için üstün performans sergilemeliler.



Joshua Haynes

“Toplumları birbirine bağlamaktan iletişimi dönüştürmeye, refahı artırmaktan ticareti genişletmeye kadar pek çok etki yaratan cep telefonu Ürdün'de, özellikle de kırsal bölgelerde, iş yapma şekillerinde devrim yaratıyor. Ancak bu aracın potansiyeli henüz dünya çapında yeterince değerlendirilemiyor. Bu kapsamlı rapor, gelişmekte olan ülkelerde iş kuran kadınlar açısından çok önemli bir ilk adım; rapor, kadınları diyaloga dahil etmenin ve mobil teknolojiye erişimde cinsiyetler arası uçurumu aşmanın ne kadar önemli olduğuna işaret ediyor. Bu konu çok uzun zamandır gündemde! Dünyanın dört bir yanındaki tüm kadınların bu güçlü kalkınma aracından faydalanacağı günleri heyecanla bekliyorum.”

Rania Al Abdullah,
Ürdün Haşimi Krallığı Kraliçesi

Kadınlar Arasında Cep Telefonu Sahipliği ve Kullanımının Genel Görünümü

Hangi kadınların cep telefonu sahibi olduğunu ya da kullandığını belirleyen etkenleri anlamak, cep telefonu sahipliğini yaygınlaştırma stratejileri geliştirmek açısından kilit önem taşımaktadır.

Beş temel etken, bir kadının düşük ve orta gelirli ülkelerde cep telefonuna sahip olup olmasını belirlemektedir:

- 1 Hanehalkı geliri
- 2 Kentsel/kırsal konum,
- 3 Yaş
- 4 Meslek
- 5 Eğitim düzeyi

Hanehalkı geliri ve bir kadının kentsel ya da kırsal bölgede ikamet ediyor olması, cep telefonu sahipliği üzerinde en fazla etkisi olan iki etken olarak belirlenmektedir. Örneğin iki kadın aynı yaşta, aynı gelir ve eğitim düzeyine sahip olsa ve aynı mesleği icra etse bile, kentsel bölgede yaşayan kadının kırsal bölgede yaşayan bir kadına göre cep telefonuna sahip olma oranı %23 daha fazladır. Gelirin de cep telefonu sahipliği oranları üzerinde benzer bir etkisi bulunmaktadır; aylık hanehalkı gelirindeki 100 dolarlık her artış bir kadının cep telefonuna sahip olma olasılığını %13 artırmaktadır. Yaş, meslek ve eğitim düzeyi de kadınların cep telefonuna sahip olmasında belirli bir rol oynamaktadır.

"Orascom Telecom faaliyetlerinin bulunduğu gelişmekte olan ülkelerde derin köklere sahiptir. Mobil teknolojinin kadınları nasıl güçlendirdiğini anlamak için hem bireysel hem de toplumsal özellikleri incelemek gerektiğinin farkındadır. Her iki analiz düzeyi, mobil teknolojinin benimsenmesinin önündeki engelleri ya da bunu mümkün kılan unsurları ortaya çıkaracaktır."

Naguib Sawiris,
Yönetim Kurulu Başkanı,
Orascom Telecom Holding

Cep Telefonu Sahipliği Önündeki Engeller

Düşük ve orta gelirli ülkelerde ödünç alma yoluyla cep telefonlarına erişen yaklaşık yarım milyar kadın bulunmaktadır; çeyrek milyardan fazla kadınsa henüz hiç cep telefonu kullanmamış durumdadır. Söz konusu kadınlar genelde ödünç almayı pratik bir yöntem olarak görmekte ve yararlandıkları hizmet karşılığında nadiren ödeme yapmaktadır. Ancak cep telefonuna aşına olmaları onları birer cep telefonu sahibi adayı haline getirmektedir.

Kadınların bir cep telefonuna sahip olmama gerekçesi olarak işaret ettikleri nedenler arasında cihazların ve hizmetin maliyeti, cep telefonuna ihtiyaç duymama ve teknolojiyi kavrayamama çekincesi yer almaktadır. Kadın ve erkeklerin toplum içindeki geleneksel rolleri gibi kültürel meseleler de kadınların cep telefonuna sahip olmasını etkilemekte ve bir kadının cep telefonu edinmesini geciktirmekte hatta önlemektedir. Bu meselelere çözüm sunacak stratejiler, kadınların cep telefonu edinmesini teşvik etmek açısından kritik önem taşımaktadır ve bu raporun öneriler kısmında ele alınmaktadır.

Cep telefonuna sahip olmamanızın ana nedenleri neler?

(cep telefonuna sahip olmayan katılımcılarca yanıtlandı)



Öneriler ve Sonraki Adımlar

GSMA Kalkınma Fonu, Cherie Blair Kadın Vakfı ile işbirliği içerisinde, düşük ve orta gelirli ülkelerde kadınların cep telefonu sahipliğini ve de cep telefonlarının kalkınma alanında yapabileceği katkıları kavramak için bu araştırmayı gerçekleştirmiştir. Raporda, mobil teknolojinin kadınlara güç katacağı görüşü savunuluyor.

Araştırma bulguları, gerek kadınların cep telefonu kullanımını artırabilecek önlemlere, gerek daha fazla araştırma ve işbirliği gerektirecek sorulara işaret etmektedir. Kadınları cep telefonları kanalıyla güçlendirmek amacıyla kapsamlı bir plan geliştirmek noktasında, özel sektör, sivil toplum örgütleri ve kamu kesiminden bütün ilgili tarafların sürece katılımı gerekmektedir. Her bir kesimin hem kendi adına birtakım önlemler alması hem de diğerleriyle işbirliği yapması önemlidir.

Eylem Programı:

Mobil Telekomünikasyon Sektörü

- Segmentasyon stratejileri ve pazarlama taktikleri kadınları özel olarak hedeflemeli
- Cep telefonu, yaşam standardını geliştiren ve gelir getiren bir araç olarak konumlanmalı
- Yerel kültür kavranılmalı ve ona uygun davranılmalı
- Alternatif finansman mekanizmaları ve kanalları geliştirilmeli

Kalkınma Topluluğu

- Alternatif finansman mekanizmaları ve kanalları geliştirilmeli
- Cep telefonu sahibi kadın oranını artırmak için yenilikçi programlar yaratılmalı
- Cep telefonu, eğitim, sağlık, istihdam, bankacılık ve iş imkanları yaratan etkili bir kalkınma aracı olarak sunulmalı
- Kadınlar arasında cep telefonu sahipliğini yaygınlaştırmak için kültürel açıdan anlamlı ve kabul edilebilir yollar belirlenmeli

Politika Yapıcılar

- Çoğunluğu kadınlardan oluşan en yoksulların sırtındaki vergi yükü alınmalı
- Kadınlara fayda sağlayacak mobil hizmetlerin gelişimi için teşvik mekanizmaları yaratılmalı

Tüm Taraflar

- Azami etki yaratmak için işbirliği yapmalı
- Kadınların cep telefonu edinmesini teşvik edecek, tanınmış şahsiyetler ön plana çıkarılmalı
- Kadınların cep telefonu kullanımını anlamak için daha fazla araştırma gerçekleştirilmeli

onlara günlük yaşamlarında faydalı olacak bilgiler sağlamaktadır. Yüksek cep telefonu penetrasyon oranlarıyla hızlı ekonomik büyüme, istihdam artışı ve kârlı işyerleri arasında bağlantı olduğunu gösteren güçlü veriler bulunmaktadır. Akademisyenler, kalkınma örgütleri ve özel şirketlerdeki araştırmacılar aşağıdaki bulgulara ulaşmıştır:

- Deloitte danışmanlık şirketi tarafından yayımlanan bir araştırmaya göre, cep telefonu penetrasyonunda yüzde 10 artış, düşük ve orta gelirli ülkelerin GSYİH'sini %1,2 oranında artırıyor.
- 2006 yılında Ovum tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, cep telefonu sektörü Hindistan'da 3,6 milyon iş imkanı yaratırken her yıl bir milyon yeni iş daha yaratılması bekleniyordu.
- Vodafone'un Güney Afrika ve Mısır'da yaptırdığı bir araştırma, Güney Afrika'daki işyerlerinin %62'sinin, Mısır'dakilerinse %59'unun cep telefonlarıyla kâr artışı arasında bağlantı kurduğunu gösteriyordu.

Cep telefonları ekonomik büyümenin bir aracıdır ve kadınlara yönelik yatırımlar gerek ailelerin gerek toplumların refahını artırır. Cep telefonları sayesinde daha fazla kadının güçlendirilmesi, sosyal ve ekonomik gelişmeyi hızlandırabilir.

Yukarıdaki istatistikler, cep telefonu penetrasyonunda artış ile ekonomik ve ticari gelişimin hızlanması arasında kuvvetli bir bağ olduğunu ortaya koymaktadır.

Kadınların Güçlenmesi Sosyal ve Ekonomik Gelişme Getiriyor

On yıllardır veriler, kadınların güçlendirilmesinin olumlu ekonomik ve sosyal değişimlere yol açtığını göstermektedir. Gelişmeyi ilerletmeye yönelik en etkili yollardan bazıları, kadınların eğitim, sağlık ve finans hizmetlerine erişimini artırmaya odaklanmaktadır; söz konusu erişim kadınların kendilerinin ve ailelerinin yaşam kalitesini yükseltmesine imkan tanımaktadır. Kadınların birer sosyo-ekonomik değişim elçisi olarak taşıdığı önem, bir dizi istatistikle gözler önüne serilmektedir:

- 2008 tarihli bir Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) raporuna göre, kadınlar gelirlerinin %90'ına kadar çıkan bir bölümünü ailelerine ve toplumlarına aktarmaktadır.
- BM Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), 2009 yılında, kadınların gıda güvenliğini sağlamakta kritik bir rol oynadığını, zira pek çok düşük ve orta gelirli ülkede gıdanın %80'ine kadar varan bir kısmının ekimini üstlendiklerini belirtmiştir.
- Amerika Ülkeleri Kalkınma Bankası (IDB) 2006 yılında, on beş Latin Amerika ülkesinden on üçünde, çalışan annelerin çocuklarının eğitim başarısının diğer çocuklardan %5 fazla olduğunu açıklamıştır.

Cep telefonları ekonomik büyümenin bir aracıdır ve kadınlara yönelik yatırımlar ailelerin ve toplumların refahını artırmaktadır. Daha fazla kadının cep telefonuyla güçlendirilmesi, sosyal ve ekonomik gelişmeyi hızlandırabilir.

Cinsiyetler Arası Uçurumu Tanımlamak

Elinizdeki çalışma, düşük ve orta gelirli ülkelerde cep telefonu sahipliği bakımından cinsiyetler arası uçurumu tanımlamakta ve sayılara dökmektedir; çeşitli paydaşlara bu uçurumun nasıl kapatılabileceğine dair önerilerde bulunmaktadır. Söz konusu uçurumu kavramanın en iyi yolu, kadın ve erkeklerin cep telefonu sahipliği oranlarını kıyaslamaktır (Şekil 1). Raporda belirtildiği gibi, cinsiyetler arası uçurum, bir kadının cep telefonu sahibi olma oranının bir erkeğinkinden ne kadar az olduğunu ifade etmektedir. Söz konusu uçurumu sayıya dökmeye süreci Şekil 1'de belirtilmiştir.

Şekil 1: Cinsiyetler Arasındaki Cep Telefonu Uçurumunun Hesaplanması



Cinsiyetler Arasındaki Mobil Telefon Uçurumunu Kapatmak

Mobil iletişim geçtiğimiz yedi yılda düşük ve orta gelirli ülkelerde hızla arttı. Birden fazla SIM kartı olan aboneler sayılmadığında söz konusu ülkelerde 2,5 milyar cep telefonu abonesi olduğu görülmektedir, ki bu da 5,8 milyarlık toplam nüfusun %43'üne denk gelmektedir. Söz konusu abonelerin 1,4 milyarı erkeklerden oluşurken, yalnızca 1,1 milyarı kadındır (Şekil 2).

Düşük ve orta gelirli ülkelerdeki kadınlar cep telefonu kullanmaya genelde ailenin erkek fertlerinden daha geç başlamaktadır ve toplamda daha azı cep telefonu sahibidir. Oysa cep telefonu sahipliği hem kadınlara hem de ailelerine bir dizi sosyal ve ekonomik fayda getirebilmektedir.

Şekil 2: Düşük ve Orta Gelirli Ülkelerde Cep Telefonu Sahibi Olan Erkek ve Kadınların Sayısı



Cinsiyetler arası uçurumu hesaplamak için, erkek ve kadın abonelerin dağılımını anlamak şarttır. Günümüzde düşük ve orta gelirli ülkelerdeki 2,9 milyar erkeğin 1,4 milyarı, yani %48'i cep telefonuna sahiptir. Buna karşılık, söz konusu ülkelerdeki 2,9 milyar kadının 1,1 milyarı, yani %38'inin cep telefonu vardır. Bu durum, cep telefonunda 300 milyon kadını kapsayan bir uçuruma işaret eder. Söz konusu 300 milyon kadın, mobil ağ kapsamındaki alanlarda yaşayan 14-74 yaş arası yetişkinlerden oluşmaktadır. Düşük ve orta gelirli ülkelerde erkek ve kadınlar arasında görülen cep telefonu penetrasyonu farkı, cep telefonu sahipliğinin kadınlarda erkeklere kıyasla %21 daha az olduğunu göstermektedir.

Düşük ve orta gelirli ülkelerde cep telefonu sahipliği kadınlarda erkeklere kıyasla %21 daha azdır.

Düşük ve orta gelirli ülkelerdeki geri kalan 3,3 milyon bireye baktığımızda 750 milyon kadının (toplamın %26'sı) mobil iletişimden faydalanabilecek durumda olduğu halde faydalanmadığını görüyoruz. Bu veri, söz konusu ülkelerdeki mevcut toplam kadın abone pazarının çapına işaret etmektedir. Oysa aynı ülkelerdeki potansiyel erkek abone pazarında sadece 500 milyon erkek (toplamın %17'si) yer almaktadır. Geriye kalan 2,05 milyar birey ya mobil ağ kapsamı dışında kalmakta ya da 14 yaş altında veya 74 yaş üstünde olmaktadır. Dolayısıyla, bu bireyler potansiyel pazarın bir parçası olarak görülmemektedir.

Düşük ve orta gelirli ülkelerde 300 milyon yeni kadın abone kazanılarak cinsiyetler arasındaki uçurumun kapatılması, mobil operatörlere anında ilave gelir getirirken kadınlara ve ailelerine de ciddi toplumsal fayda sağlayacaktır.

Mevcut cinsiyet uçurumunu oluşturan 300 milyon kadın, cep telefonu abonelerinin yeni dalgasını temsil etmektedir. Bu kadınların çoğu düşük gelir dilimlerinde yer almaktadır ve mevcut abonelerden daha az harcanabilir gelirleri bulunmaktadır. Kısa vadede bu kadınların mobil hizmetlere mevcut abonelerden daha az aylık harcama yapması beklenebilir. Araştırma sonuçlarından hareketle, yeni abonelerin mevcut abonelerin harcadığının %51'i kadar harcama yapacağı tahmin edilmektedir.

Cep telefonu alanındaki cinsiyetler arasındaki uçurumun kapatılması, düşük ve orta gelirli ülkelerdeki mobil operatörler için 13 milyar dolar ek gelir anlamına geliyor; en büyük kazanç potansiyeli ise Güney Asya, Ortadoğu ve Afrika'da bulunuyor.

Şekil 3: Cinsiyetler Arası Uçurum: Bölgelere Göre Boyutları ve Gelir (ARPU) Fırsatları



Pakistan Mobilink ve UNESCO Kadın Okur-Yazarlığını SMS ile Artırıyor Mobilink, Okuma Yazma SMS'leri

Mobilink ve UNESCO güçlerini birleştirip genç kadınların okur-yazarlığını SMS'lerle artırdı

Cep telefonlarının kadınlar üzerindeki olumlu etkisi gösterilerek, toplulukların kadınların cep telefonu edinmesine karşı direncinin önüne geçilebilir

Pakistan'ın mobil operatörlerinden, bir Orascom iştiraki olan Mobilink, özellikle Pakistan'daki penetrasyon oranlarının hızla arttığı son yıllarda, kadınlar ve cep telefonlarına yaklaşımlar konusunda çok şey öğrendi. Mobilink, Birkaç yıl önce özellikle kadınlara yönelik bir ürün geliştirmenin yanı sıra, cep telefonlarının Pakistan kırsalındaki genç kızların okur-yazarlık oranını artırma potansiyelini açığa çıkardı. Ancak genç kızların cep telefonunun simgelediği bağımsızlığa ulaşması genelde dirençle karşılaşılıyor.

2009 yılının dört ayı boyunca Mobilink, UNESCO ve yerel bir sivil toplum kuruluşu (STK) olan Bunyad ile güney Pencap'taki kırsal bir bölgede kısa süre önce temel bir okur-yazarlık programını tamamlamış 15-24 yaş arası 240 genç kızı kapsayan bir pilot projede işbirliği yaptı. Kızlardan her birine düşük maliyetli bir cep telefonu ve faturasız hat temin edildi. İlçe öğretmenleri, cep telefonlarıyla öğrencilere nasıl okuma yazma öğretecekleri konusunda Bunyad tarafından eğitildi. Şirketin STK için kurduğu sistem, katılımcıların okur-yazarlıklarını geliştirmek üzere SMS kullanmasına dayanıyordu, çünkü okur yazarlık eğitimi bölgede genelde ilginç okuma malzemesi yokluğundan dolayı sekteye uğruyordu. Düşük maliyetli telefonların İngilizce değil de yerel dil olan Urduca mesaj gönderme ve alma kapasitesi olması bu açıdan önemliydi. Kızlara her gün din, sağlık ve beslenme gibi konularda altıya kadar mesaj gönderildi ve onların da mesajları okuyup yazması ve öğretmenlerine SMS kanalıyla yanıt vermesi istendi. Öğrenme hızının ölçülmesi için katılımcılar aylık değerlendirmelere tabi tutuldu.

Programı organize edenler, bölgedeki muhafazakar toplumsal normlar nedeniyle, ebeveynlerden ve topluluk önderlerinden kızların cep telefonu edinmesi konusunda ciddi bir dirençle karşılaştı. Ancak kızlara gönderilen mesajların niteliği ve programın faydalarının anlaşılmasıyla bu direnç yumuşadı. Programa katılan kızların girdiği sınavlarda, okur-yazarlık alanında çok ciddi ilerleme kaydedildiği görüldü, öyle ki en düşük notu alan kızların sayısı %80 oranında azaldı.

Katılımcılar ve aileler cep telefonlarının hesap makinesi gibi diğer özelliklerinden de faydalanmaya başladı. Öğrenciler ve ailelerinin %56'sı başta programa olumsuz yaklaşırsa da, program sonunda %87'si sonuçtan memnun kaldı. Aileler aynı zamanda kızlarıyla veya eşleriyle daha kolay iletişim kurmanın getirdiği güvenlik hissini de olumlu karşıladı. Program sonunda kullanıcılar 6 dolar ödeyerek telefonlarını satın alabiliyor ve SMS almaya devam edebiliyor; Mobilink, UNESCO ve Bunyad programı yaymak niyetinde. Programın başarısı cep telefonlarının nasıl temel eğitim programlarının etkisini ve kapsamını artırabileceğini gösteriyor. Aynı zamanda, cep telefonunun kültürel açıdan hassas mesajların iletilmesi ve kızların güvenliğinin artırılması için kullanıldığını ebeveynlere ve kanaat önderlerine göstererek onların kuşkularının bertaraf edilebileceğini de ispatlıyor.



“Cep Telefonu Sayesinde Bağlantılarımın Daha Kuvvetlendiğini Hissediyorum”

Aile ve arkadaşlarla iletişim kurmak günlük yaşamın temel faaliyetlerinden biri haline gelmiştir. Öte yandan, kalkınma ve küreselleşme bireyleri daha hareketli hale getirdikçe aile fertlerinin evde birlikte geçirdiği süre azalmaktadır. Belirli bölgelerde, aile fertlerinin kentlere ya da yurtdışına göçü sonucu söz konusu bireylerin aile ve arkadaşlarıyla arasındaki mesafenin artması, cep telefonunu insanın sevdikleriyle temas kurması açısından son derece önemli bir araç haline getirmektedir. Araştırmamıza katılan on kadından dokuzu cep telefonu sayesinde aile ve arkadaşlarıyla bağlantısının daha kuvvetli olduğunu hissettiğini ifade etmektedir.

Ailenin erkek mensupları da bağlantı kurma imkanına sıcak bakmaktadır. Kocasının cep telefonu verdiği ev kadınlarının neredeyse tamamı, bunun amacının aile ve arkadaşlarıyla daha iyi bağlantı kurmak olduğunu belirtmektedir.

Ek Araştırma Konusu #1

Evden çıkıp işe ya da okula gitmekten başarı hissini tatmaya kadar, cep telefonu sahibi olmanın bir kadına getirdiği pek çok avantaj bulunuyor. Bağımsızlık algılarının kadınların refahını nasıl artırdığının daha iyi kavranması, cep telefonu sahipliğini artıracak kampanyalar tasarlanmasını sağlayacaktır.

“Cep Telefonum Olduğu İçin Kendimi Daha Bağımsız Hissediyorum”

Düşük ve orta gelirli ülkeler geliştikçe, kadınlara ev dışında fırsat kapıları açılıyor.. Kadınlar giderek okula veya ev dışı işlere gitme şansı yakalıyor, hatta kendi kasaba veya köylerinin dışında istihdam olanakları elde ediyor. Cep telefonu, bağımsızlık hissini geliştiriyor. Kadınlar bu fırsatları değerlendirirken, cep telefonunu da evdeki aileleriyle teması sürdürmek için kullanıyor. Araştırmaya katılan kadınlardan %85'i cep telefonu sayesinde kendini daha bağımsız hissettiğini ifade ediyor.



Cep Telefonları Ekonomik Fırsatların Kapısını Açıyor

Cep telefonunun sağladığı bilgi, iletişim ve hizmetler, kadınların para ve zamandan tasarruf etmesini, üretkenliği artırmasını, yatırımlarından elde ettiği kazancı yükseltmesini ve hanehalkı kaynaklarını azamiye çıkarmasını sağlıyor. Bir kadın cep telefonu sayesinde kendisinin ve ailesinin gelirini artırma fırsatları yaratıp bunlardan yararlanabilir. Araştırmaya katılan ve düşük ve orta gelirli ülkelerde yaşayan on kadından dördü cep telefonu sayesinde ekonomik ve profesyonel olanaklarının arttığını ifade ediyor.

“Cep telefonu artık bir lüks değil ihtiyaç.”

Michelle Berrios,
Entel S.A., Bolivia

Kenya Çiftçi Destek Hattı ya da “Huduma Kwa Wakulima”
Kencall, Kenya

Sadece 25 sentlik bir aramayla çiftçilik ve hayvancılık stratejileri üzerine pratik tavsiyeler alan Kenyalı çiftçiler, bu sayede tasarruf ediyor. Örneğin tavuklarının neden birbirine saldırdığını sormak için arama yapan çiftçiler, kümes alanının çok dar olabileceğini yanıtını aldılar. Bu tür somut tavsiyelerin çiftçiye müthiş bir getirisi oluyor. Kencall'ın Kenya Çiftçi Destek Hattı ya da “Huduma Kwa Wakulima” hizmetine gelen aramaların yaklaşık %43'ü kadın çiftçiler tarafından yapılıyor. Normal zamanda kadın çiftçiler, tarım profesyonellerinden nadiren uzman desteği alabiliyor. Kencall CEO'su Nicholas Nesbitt buna “tam zamanında bilgi” adını veriyor ve çiftçilerin “somut bir getiri elde edeceklerini düşündükleri için bu aramalara yatırım yaptıklarını” belirtiyor.

Kosova Kırsal Bölgede Yaşayan Kadınlar Anayasada Söz Sahibi Olmak için 'Mobil-ize' Oldu Women for Women International

Cep telefonları kadınları Kosova'nın yeni anayasasında söz sahibi yaptı

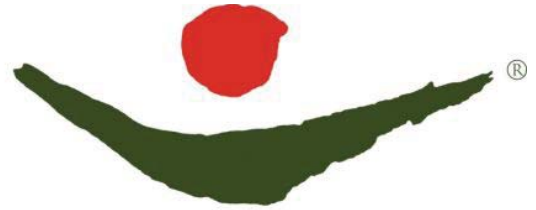
Cep telefonlarıyla birleşen kadınlar seslerini duyuruyor

Kosova'nın Şubat 2008'de bağımsızlığını ilan ettiği hareketli günlerde, genç devletin liderleri yeni bir yönetim düzeninin temellerini atmaya soyundu. Sesini duyurmak isteyen pek çok kesim arasında, kırsal kesimde yaşayan toplumdaki dışlanmış kadınlar belki de iktidar koridorlarında en az temsil edilen kesimdi. Dolayısıyla Women for Women International örgütünün ülke direktörü Hamide Latifi, yeni anayasa için kurulan kamusal platformda çok az kadın olduğunu görünce harekete geçti.

Latifi günlerce anayasa komisyonunda kadınların, özellikle de kırsal bölgelerde yaşayan kadınların taleplerinin temsil edilmesini gerektiğini savundu. Bu çabaların sonucu komisyon geri adım attı. Ancak aktivistlere kırsal bölgedeki kadınları örgütleyip, forumun toplandığı ve anayasanın kaleme alındığı Drenas kentine getirmek için 48 saatten az bir süre verdi. Bu kadar kısa bir sürede bu görevi gerçekleştirmek için kullanılacak tek araç cep telefonuydu. Women for Women çalışanları, örgütün çeşitli programlarına katılan kadınlara cep telefonlarından ulaştı ve onların bölgelerindeki diğer kadınları aramasını teşvik etti. Aktivistler ülkenin dört bir yanından 250 kadının foruma katılmasını sağladı.

Sonuçlar çok çarpıcıydı. Bir grup kadın komisyonda anayasa oluşturulurken kadın meselelerinin de dikkate alınması gerektiğini ifade etti. Bunlardan biri de, eşini savaşta kaybetmiş olan dört çocuk annesi Habibe Gerxhaliu idi. Gerxhaliu yeni anayasanın cinsiyet eşitliğini savunması ve savaşta dul kalan kadınlar için özel maddeler içermesi gerektiğini dile getirdi. Nisan 2008'de kabul edilen yeni anayasanın 7. maddesi cinsiyet eşitliğini savunuyor ve tüm kadınlara kamusal yaşamın her alanına katılma hakkı tanıyor.

Women for Women aktivistleri bu başarıyı cep telefonlarının rolüne bağlıyor. Kosova'daki Women for Women International'ın direktör vekili Majlinda Mazelliu, "Cep telefonu sayesinde 48 saatte 250 kadını mobilize ettik. Bu çok önemliydi; çünkü eğer kapı kapı dolaşacak olsaydık bu kadar zamanda bu sayının yarısına zor ulaşırdık."

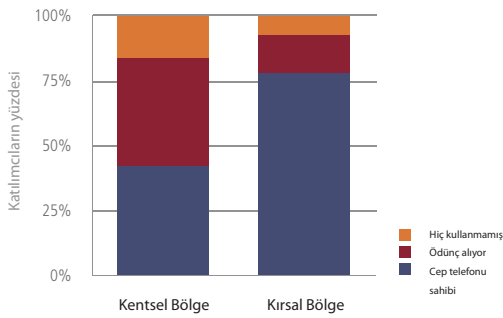


WOMEN *for* WOMEN
International

kurulabildiği kentsel bölgelerde kurulmaktadır. Kırsal bölgelere mobil teknolojinin daha geç gelmesi, kişilerin de bunu daha geç benimsemesine yol açmaktadır.

Şekil 8: Kırsal/Kentsel Konuma Göre Sahiplik ve Kullanım

(%100, cevap veren kişilerin toplamını ifade eder)



Kırsal/kentsel farkı yaratan bir diğer nedense kırsal bölgelerde yaşayanların teknolojiyle yeterince aşına olamamalarından kaynaklanmaktadır. Cep telefonları Bangkok'tan Johannesburg'a ve Mexico City'ye, kadar tüm kent merkezlerinde kullanılmaktadır. Sokakta cep telefonu ile konuşan insanlardan tutun da cihazları tanıtan ilan panoları ve vitrinlere kadar, teknoloji her yerde görülebilmektedir. Kırsal bölgelere gidildikçe, teknoloji daha az görünür hale gelmektedir. Teknolojiye aşinalığın olmaması, kişilerin cep telefonunun özelliklerinden ve faydalarından haberdar olmamasına ve dolayısıyla daha az kullanılmasına yol açabilmektedir.

Kırsal bölgelerdeki ve düşük gelir dilimindeki kadınlar, mobil iletişimdeki erkek-kadın ayrımının kapanmasından en fazla fayda sağlayacak kesimdir.

Kırsal bölgelerde, kentlere kıyasla, ödünç alma oranları yaklaşık dört kat daha yüksektir. Bu da, kentsel ve kırsal bölgeler arasında sahiplik açısından büyük bir fark olduğu halde kullanım açısından farkın çok daha düşük olduğuna işaret etmektedir.

Yaş: Sahiplik 20'lerin Sonu ve 30'ların Başında Zirveye Ulaşmaktadır

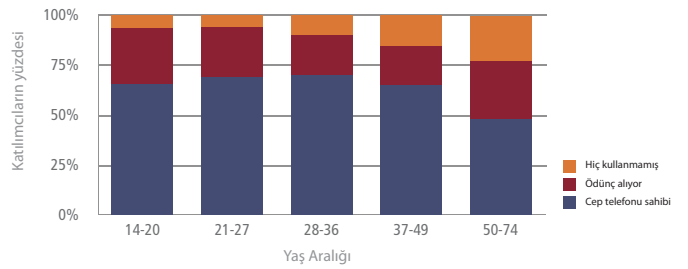
Bu araştırmaya katılan kadınlar arasında, bütün yaş dilimlerinde, cep telefonu olanların sayısı ödünç alanlardan ve henüz cep telefonu kullanmamış olanlardan fazladır. Şekil 9'da da görüldüğü üzere, sahiplik oranının zirveye çıktığı yaş aralığı 28 ila 36'dır. En düşük oran ise 50

yaş ve üstü kadınlarda gözlemlenmektedir.

Henüz hiç cep telefonu kullanmamış kadınların sayısının yaşla ciddi biçimde arttığı açıkça ortaya konmaktadır. Araştırmaya katılan 50-74 yaş arası kadınlar arasındaki

Şekil 9: Yaşa Göre Sahiplik ve Kullanım

(%100, cevap veren kişilerin toplamını ifade eder)



cep telefonu sahibi olma ya da kullanma olasılığı daha azdır. Buna karşın, hem ödünç alma hem de sahip olmayı kapsayan kullanım oranları araştırmaya katılan 14-27 yaş arası kadınlarda en yüksektir.

Araştırmanın bulguları, genç kadınlarının daha azının cep telefonu sahibi olduğuna, ancak ödünç alma oranlarının yüksek olmasının da gösterdiği gibi cep telefonlarını rahatlıkla kullanabildiklerine işaret etmektedir. Dolayısıyla genç kadınların cep telefonu sahibi olmasını engelleyen yaş dışı etkenler söz konusudur.

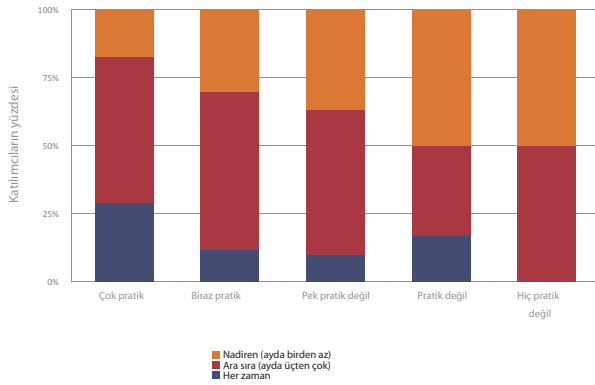
Meslek: Profesyoneller ve İşyeri Sahiplerinin Cep Telefonu Sahibi Olma Olasılığı Daha Yüksek

Mesleğin de, gelir, yaş, kentte/kırda yaşama ve eğitim düzeyinden bağımsız biçimde, cep telefonu sahipliği oranları üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Profesyonel ya da idari pozisyonlarda çalışan kadınlar arasında cep telefonu sahibi sayısının en yüksek olması şaşırtıcı değildir. Müşteriler ve tedarikçilerle temas kuran işyeri sahibi kadınlar arasında da, söz konusu yüksek sahiplik ve kullanım (ödünç alma) oranları görülmektedir. Öğrenciler okullarında ve eğitimleri boyunca farklı teknolojilere tanışmaktadır. Bunun sonucuyla beraber arkadaşlarının da cep telefonu sahibi olması sahiplik oranını etkilemektedir.

Sahiplik ölçeğinin diğer ucunda yer alan ev kadınları, zanaatkarlar ve çiftçiler arasında sahiplik oranları çok daha düşüktür. Tanım itibarıyla evde daha fazla zaman geçiren ev kadınları bir cep telefonunun getirdiği bütün avantajların farkında olmayabilmektedir. Öte yandan, tarımla uğraşan kadınlar arasında diğer mesleklerdeki

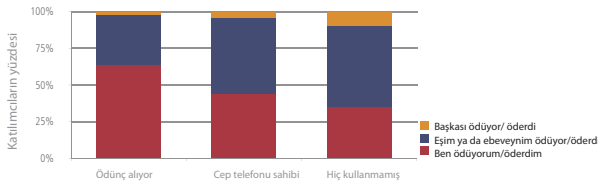
Şekil 10: Başkasının Cep Telefonunu Ödünç Almak Ne Kadar Pratik?

(sadece ödünç alan kadınlar)



Cep telefonu ödünç alan kadınlar, cep telefonu sahibi olmaları halinde mevcut araştırmadaki cep telefonu sahibi katılımcıların aylık harcamasının (abone başına gelir yani ARPU bazında) yarısı kadar harcama yapacaklarını öngörmektedir. Ödünç alan kadınların mobil hizmetlere (ARPU) daha az harcama yapacaklarını düşüncelerinin bir nedeni, muhtemelen bu hizmeti kendilerinin karşılayacak olmamasıdır (Şekil 11). Bu kadınların yaklaşık %60'ı, ödemeyi eş veya bir ebeveynin yapacağını belirtmektedir. Bu oran henüz cep telefonu kullanmamış kadınlar arasında daha da yüksektir. Bunun anlamı, kadınların cep telefonu kullanımını artırmaya yönelik programların genelde kadınlar kadar erkeklerle de hitap etmesi gerektiğidir.

Şekil 11: Cep Telefonu Harcamanızı Kim Ödüyor ya da Öderdi?



Hem cep telefonu olanların hem de ödünç alanların aldığı çağrı sayısı yaptığı çağrılardan fazla olmaktadır ve çoğu cep telefonu kanalıyla internete girmemiştir. İki kullanıcı tipi arasında farkın göze çarptığı bir nokta, SMS hizmetleridir. Cep telefonu sahiplerinin %80'i SMS hizmeti kullandığını belirtmiştir.

Kadınlar arasında cep telefonu sahipliğini yaygınlaştırmayı hedefleyen programlar kadınlar kadar erkeklerle de hitap etmelidir. Bunun nedeni, yeni abonelerin çoğunun cep telefonu faturasının muhtemelen eşi ya da ebeveynleri tarafından ödeniyor olmasıdır.

Buna karşın, ödünç alanların dörtte birinden daha azı SMS kullanmaktadır. Dolayısıyla ödünç alanlar bir cep telefonunun sağladığı hizmetlerin tamamından yararlanamamaktadır. Bu farklılık, SMS'lerin düşük ve orta gelirli ülkelerde eğitim, sağlık ve finans hizmetlerini duyurmak için kullanılmasıyla birlikte daha da büyüyecektir.

Ek Araştırma Konusu #3

Kalkınma örgütleri ve mobil iletişim şirketleri, bir kadın cep telefonu edindiğinde cihazın kullanımının ve algılanan değerinin nasıl değiştiğini, ayrıca bu değer zamanla nasıl geliştiğini belirleyecek araştırmalar yürütmelidir. Bu tür bir çalışma, kadınların cihaz edinmesinin nasıl ilerlediğini ve getireceği potansiyel gelirleri anlama imkanı yaratacaktır.

Cep Telefonu Kullanmayan Kadınlar

Mobil ağların kapsama alanındaki yetişkin kadınların (14-74 yaş arası) 270 milyonu, yani %15'i hiç cep telefonu kullanmamaktadır. Neden cep telefonu ödünç almadıkları sorulduğu zaman bu kadınların yaklaşık yarısı böyle bir ihtiyaç hissetmediklerini dile getirmektedir. Bazı kadınlar (%39), neden olarak iletişim çevrelerinin yerel olmasını gösterirken, diğerleri (%15) sabit bir telefonla iletişim ihtiyaçlarını karşıladığını belirtmektedir. Cep telefonu ödünç almamanın bir diğer nedeni ise toplumsal kaynaklıdır: Kadınlar başkasından telefon istemekten çekinmektedir. Bir ortak mülkiyet kültürünün geliştirilmesi bu meseleyi çözebilir.

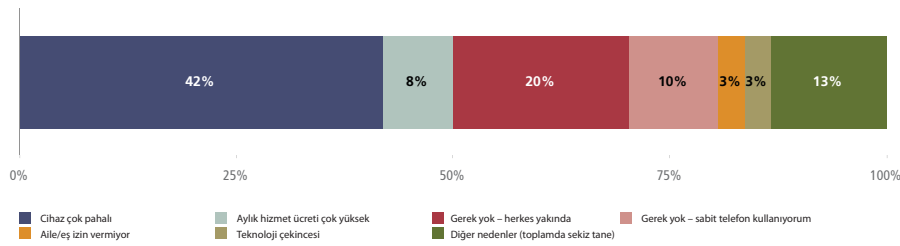
Bu kategorideki kadınların küçük bir kısmı da cep telefonu kullanmanın zor olduğunu düşünmektedir (Şekil 12). Bu algı yaşla birlikte hızla artmaktadır, öyle ki 50 yaş üstü kadınların yaklaşık onda sekizi cihazı kullanmanın biraz veya epey zor olduğunu düşünmektedir.

Cep Telefonu Sahibi Olmanın Önündeki Engeller

Her ne kadar birçok faktör devrede olsa da, Şekil 14'te de görüldüğü gibi, cihaz fiyatları ve cep telefonuna ihtiyaç olmadığı algısı, cep telefonu sahibi olmanın önündeki en önemli engelleri oluşturmaktadır. Çoğu genç olan bazı kadınlar için ebeveynlerinin izni önem kazanırken, daha ileri yaşta kadınlar teknolojiden çekinmektedir.

Şekil 14: Cep telefonuna sahip olmamanın ana nedenleri neler?

(cep telefonuna sahip olmayan katılımcılarca yanıtlandı)



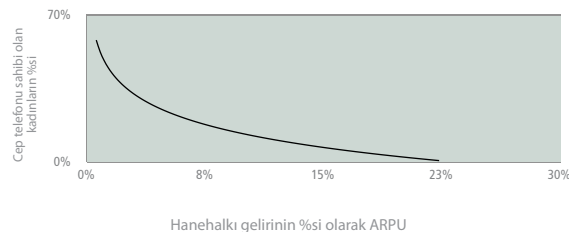
Cihaz Fiyatı Hâlâ Önemli Bir Engel

Bazı düşük ve orta gelirli ülkelerde 20 dolara kadar inen ucuz cihazların sayısının artmasına rağmen, cihaz almak için gereken nakite sahip olmamak, araştırmaya katılan kadınların cep telefonu sahibi olmalarının önündeki en yaygın engel olarak belirlenmektedir. Kadınlar, cep telefonu ödünç alsalar ve nispeten daha yüksek gelir sahibi olsalar dahi, cep telefonu sahibi olmanın önündeki temel engel olarak cihaz maliyetine işaret etmektedirler.

Cep telefonu hizmetlerinin maliyeti de sahipliği engelleyen önemli bir unsurdur. Bu bulgu, cep telefonlarından yararlanan kadın sayısını artırmak açısından hizmeti ekonomik kılmamanın, yani gelir ve hizmet maliyeti arasındaki ilişkiyi gözden geçirmenin önemli olduğu savını desteklemektedir.

Düşük ve orta gelirli ülkelerdeki kadınlar açısından ekonomik olan nedir? Şekil 15'teki eğri, tüketici araştırmasından yola çıkarak hazırlanan tahmini bir talep eğrisidir. Bu eğri, bir cep telefonunun maliyeti hane harcamalarının %5'inden düşük olduğu zaman, kadın nüfusun sahiplik oranının hızla yükseldiğini göstermektedir.

Şekil 15: Cep Telefonu Olan Kadınlar ve Hane Gelirinin Yüzdesi Olarak ARPU



İhtiyaç Olmadığı Algısı da Bir Engel Oluşturuyor

Cep telefonuna ihtiyaç olmadığı algısı, maliyetten sonra, cihaza sahip olmama ya da ödünç almamanın nedeni olarak gösterilen en yaygın ikinci nedendir. Cep telefonu sahibi olmama nedenini "İhtiyacım yok" şeklinde açıklayan kadınlar, genelde bir sabit hatta sahiptir ya da iletişim kurmayı diledikleri herkesin oldukça yakınında yaşamaktadır. Özellikle ev kadınları ve kadın çiftçiler bu nedeni sıkça dile getirilmektedir.

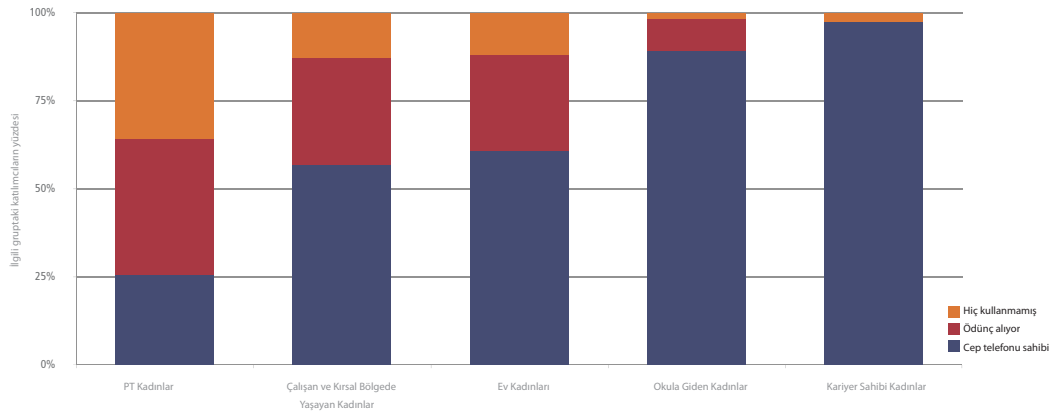
Bu kadınların çoğu için cep telefonunun tüm faydalarının bilincinde olmamak en önemli engeli oluşturmaktadır, Yerel bir sosyal çevresi olduğu gerekçesiyle cep telefonuna ihtiyacı bulunmadığını belirten kadınların üçte biri, teknolojiden çekindiğini kabul etmektedir. Bu çekince, cihazı kullanmak için gereken (temel ya da teknik) okuma-yazma düzeyiyle yakından ilişkilidir. Bu kaygıyı ortadan kaldıracak iki strateji, eğitim programları ve basit cihaz tasarımıdır. Senegal'de Tostan adlı STK tarafından yürütülen ve UNICEF tarafından desteklenen bir pilot çalışma, kadınların okuma-yazma öğrenip nasıl cep telefonu kullanmaya başladıklarına ve içinde yaşadıkları toplulukta birer değişim elçisine dönüştüklerine örnek gösterilebilir.

Sabit telefonu olan ya da sabit telefona erişebilen kadınlara bakıldığında, "ihtiyaç yok" algısını değiştirmenin yolu müşteriye temel iletişimin ötesine geçen yenilikçi hizmetler sunmaktan geçmektedir. Cep telefonunu bir üretkenlik aracı olarak ya da bir sağlık ve eğitim kaynağı olarak konumlandırmak, kadınlar nezdinde fiyat düşürmek ya da finansman seçeneklerini artırmaktan daha etkili bir yöntem olacaktır.

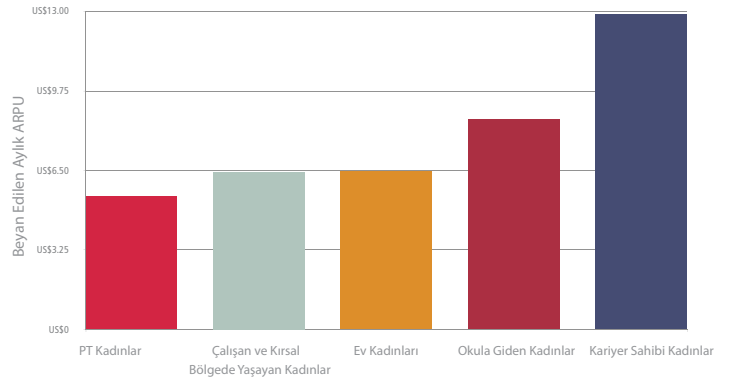
Demografik Grupların Sahiplik Oranları

Şekiller 17 ve 18, bu grupta etraflıca incelenen demografik grupların sahiplik oranlarını ve ARPU verilerini karşılaştırmaktadır. Bu veriler, değişik grupların sahiplik ve kullanım motiflerinin ciddi farklar sergilediğini göstermektedir.

Şekil 17: Farklı Demografik Gruplarda Cep Telefonu Sahibi Kadın Oranı
(100%, ilgili grupta soruyu yanıtlayan tüm katılımcılara tekabül eder)



Şekil 18: Farklı Demografik Grupların Beyan Ettiği Aylık ARPU
(cep telefonu sahibi katılımcılar arasında)

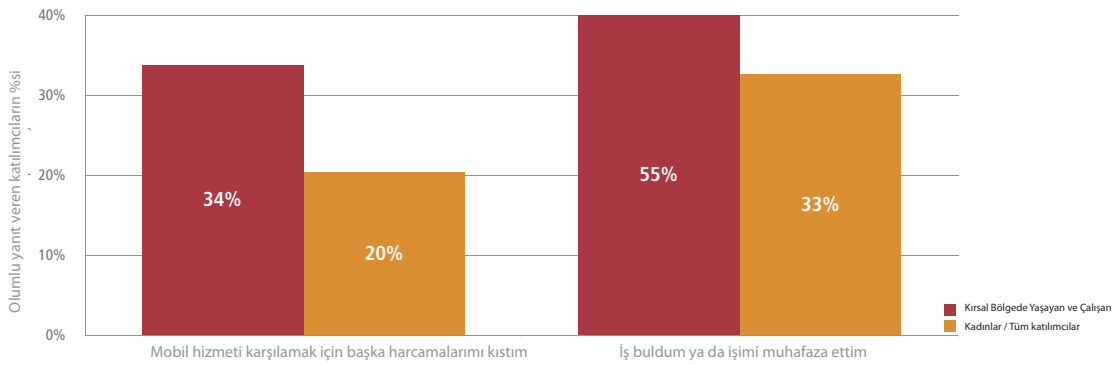


Çalışan ve Kırsal Bölgede Yaşayan Kadınlar: Gelir Talebi Sınırlıyor

Araştırmadaki en ilginç gruplardan birini, ev dışında çalışan ve kırsal bölgelerde yaşayan kadınlar oluşturmaktadır. Onların sahiplik ve ARPU düzeyleri ev kadınlarına yakın ve araştırma ortalamasından bir miktar düşük olmaktadır.

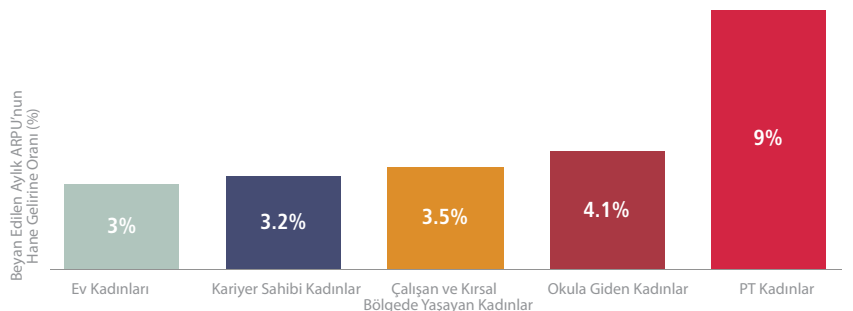
Ev dışında çalışan ve kırsal bölgede yaşayan kadınların üçte birinden fazlası, cep telefonu hizmetlerini ödemek için başka kalemlerden kısıtlarını belirtmektedir. Bu yaklaşım, diğer gruplardaki kadınların tümünden %70 daha yüksek bir değeri göstermektedir (Şekil 20). Söz konusu kadınların öğrenciler ya da ev kadınlarına nazaran daha fazlası kendi cep telefonu faturasını ödemektedir. Bu da, kullanım ve operatör seçimi gibi konularda kendi kararlarını verdiklerine işaret etmektedir. Ev dışında çalışan ve kırsal bölgede yaşayan kadınlarda abone başına gelir (ARPU) öğrenciler veya profesyoneller gibi gruplardan düşük olsa da, bu demografik grupta ARPU'nun hanehalkı gelirindeki ağırlığı daha yüksek olmaktadır. Cep telefonlarına yapılan bu yatırım, kırsal bölgede yaşayan kadınların ev dışında çalışan kentli kadınlara göre mobil hizmetlere daha fazla değer biçtiğini gösteriyor.

Şekil 20: Cep Telefonum Sayesinde, Ben...



Şekil 21: Beyan Edilen Aylık ARPU'nun Hane Gelirine Oranı

Diğer bulgular ise, ev dışında çalışan ve kırsal bölgede yaşayan kadınlarının cep telefonlarını hayat standartlarını iyileştirmek için kullandığına işaret etmektedir. Cep telefonu sahibi olduğu için iş bulan ya da ek gelir elde eden kadınların oranı, ev dışında çalışan kırsal bölge kadınları arasında diğer gruptakilerden yaklaşık üçte bir fazladır.



Bu oran, ev dışında çalışan ve kırsal bölgede yaşayan kadınlarının bir alt grubu olan çiftçiler arasında özellikle dikkat çekicidir. Çiftçiler arasında ARPU'nun hane gelirine oranı ortalamadan %37 yüksektir. Çiftçiler cep telefonlarını hem çiftçilik uygulamalarını geliştirmek hem de ürünlerini satmak için kullanmaktadır. Onların harcama düzeyi, cep telefonlarına çok büyük değer biçtiklerini göstermektedir.

Kırsal bölgede yaşayan daha fazla kadının cep telefonu sahibi olmasını sağlamak için, cihazın hayat standartlarını geliştiren bir araç olduğunu göstermek gerekiyor.

Ev dışında çalışan ve kırsal bölgede yaşayan kadınlarının cep telefonu sahipliği oranları ve ARPU düzeyi, diğer demografik grupların gerisinde yer alsada, verilen cevaplar cep telefonu olan ve kırsal bölgede yaşayan kadınların cihaza yüksek değer atfettiğine işaret ediyor (Şekil 21). Hindistan'daki SEWA (Kendi Hesabına Çalışan Kadınlar Derneği) üyesi kadınların cep telefonlarını kullanarak yaşam standardını yükseltmesi bunun iyi bir örneğini oluşturuyor.

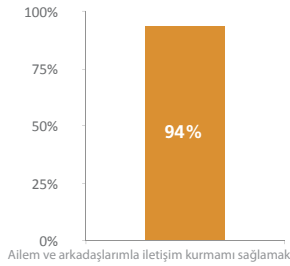
Kırsal bölgede yaşayan daha fazla kadının cep telefonu sahibi olmasını sağlamak için, cihazın hayat standartlarını geliştiren bir araç olduğunu göstermek büyük önem taşımaktadır.

Ev Kadınları: En Büyük ve En Fazla Çeşitlilik Arz Eden Grup

Araştırmadaki en büyük grup ev kadınlarından oluşmaktadır. Bu demografik grup, araştırma katılımcılarının neredeyse yarısını teşkil etmektedir ve cep telefonu piyasasının önemli ve çeşitlilik arz eden bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu grubun %40'ına denk düşen ve henüz cep telefonu olmayan ev kadınları, önemli bir potansiyel taşımaktadır. Bu kesimi cep telefonuyla tanıştırmak için onların özgül ihtiyaç ve taleplerine uygun stratejiler geliştirmek gerekmektedir.

Araştırmaya katılan ev kadınlarının, sahiplik düzeyi ve yaklaşım açısından ortalamaya yakın olduğu gözlemlenmektedir. Ancak ev kadınları cep telefonu konumu açısından diğer gruplardan farklılık göstermektedir. Cep telefonu hizmetini kendisi karşılamak üzere en düşük olan bu gruptakilerin neredeyse üçte biri cep telefonunu eşinden hediye almıştır. Kadınlar, bu hediyeleşimin temel amacının aile ve arkadaşlarıyla temas kurmasını sağlamak olduğunu belirtiyor (Şekil 22).

Şekil 22: Eşimin Bana Cep Telefonu Vermesinin Nedeni...
(%100, cep telefonunu eşinden hediye alan kadınların toplamına tekabül eder)

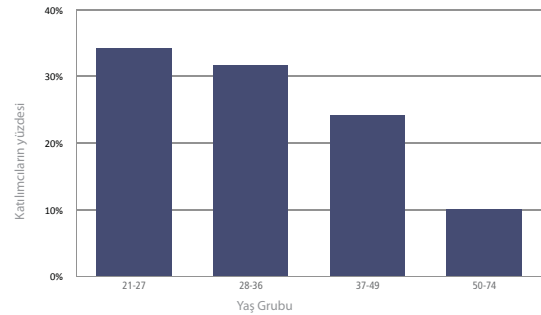


Ortalama bir kadına nazaran ev kadınlarının, iletişim kurmaları gereken herkes yakınlarında olduğu için ya da sabit telefon kullandığı için cep telefonuna ihtiyaç duymadığını söyleme olasılığı daha yüksektir. Bir cep telefonu edinmek için başka harcamalardan kısıtını söyleyen ev kadını sayısı daha azdır. Bütün bulgular, ev kadınlarının cep telefonu almaya çok değer atfetmediğini göstermektedir.

Ev kadınlarından oluşan demografik grup daha yakından incelendiğinde, özellikle de ev kadınlarının cep telefonu sahibi olmayla ilişkilendirdiği hisler noktasında, daha farklı bir resim ortaya çıkmaktadır. Yaş, bir ev kadının cep telefonuna bakışını etkileyen bir unsurdur. Genç ev kadınlarının cep telefonu sahibi olmanın kendilerini daha bağımsız hissetmelerini sağladığını söyleme olasılığı daha yüksektir. Ancak genç ev kadınları arasında, bir aile ferdinin kendisinin cep telefonu sahibi olmasına

itiraz edebileceğini belirtenlerin sayısı da daha fazladır (Şekil 23).

Şekil 23: Cep Telefonu Sahibi Olmanıza Aile Fertlerinizden İtiraz Gelir Mi?
(bu soruya olumlu yanıt veren ev kadınları)



Daha ileri yaşta ev kadınları ise, cep telefonu sahibi olmama nedeni olarak ya genel anlamda teknoloji karşısında ya da özelde cep telefonu arayüzü karşısında çekince duyduklarını belirtmektedir. Gelir düzeyleri de ev kadınlarının cep telefonu sahip olmayla ilişkilendirdiği faydaları belirlemektedir. Daha hali vakti yerinde kadınlar cep telefonları sayesinde kendilerini daha güvende veya emniyetli hissettiklerini, daha eğitilmiş ev kadınları da cep telefonu sahipliğinin bağımsızlık hissini güçlendirdiğini dile getirmektedir.

Ev kadınları arasında cep telefonu sahipliğini artırmanın iki yolu, güvenlik, bağlantı ve modernlik duygularına hitap etmek ve cep telefonunu bir iletişim aracından fazlası olarak konumlandırmak olarak belirleniyor.

Henüz cep telefonu olmayan ev kadınlarının bu tür duygularına hitap etmek önem taşımaktadır. Eşler de teknolojinin alımında ve kullanımında önemli bir rol oynamakta ve onlarından da eşleri ve aileleri için cep telefonunun değerini anlamalarını sağlamak gerekmektedir. Son olarak, halihazırda sabit hat kullanan ya da nispeten sınırlı bir yerel çevre içinde iletişim kuran kadınlar için, cep telefonunu bir iletişim aracından daha fazlası olarak konumlandırmak gerekmektedir. Çokuluslu operatör MTN, farklı pazarlardaki ev kadınlarının özgül ihtiyaçlarına hitap eden kampanyaları başarıyla yürütmektedir.

Ek Araştırma Konusu #5

Cep telefonunun yerel bağlamdaki faydalarını kavramak, kadınları hedef alan kültürel açıdan hassas kampanya ve programlar geliştirilmesine katkıda bulunabilir.

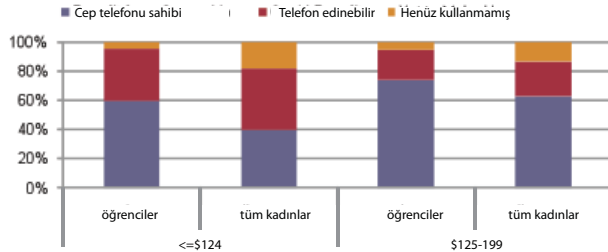
Okula Giden Kadınlar: Yoğun SMS Kullanımı ve Harcama İsteği

Öğrenciler pek çok açıdan dikkat çeken bir demografik gruptur. Sahiplik ve kullanım oranları, en yüksek gelir dilimindekiler hariç, diğer kadınların ortalamasını geçmektedir (Şekil 24). Öğrenciler diğer tüm demografik gruplara nazaran gelirlerinin daha büyük bir yüzdesini cihazlar için harcamaktadır. ARPU'ları da diğer kadınlarınkinden %10 daha fazladır.

Öğrenciler ARPU'sunun ortalamadan yüksek olmasının nedeni yoğun SMS kullanımınıdır. Öğrencilerin arama hacmi ortalamaya eşit hatta biraz düşük olsa da, Şekil 25'te görüldüğü gibi, kadın öğrenciler ortalama kadın cep telefonu sahibinden üç kat fazla SMS göndermektedir. Malezyalı mobil operatör Maxis'in "Her Maxis" adlı hizmetiyle gösterdiği gibi, bu yoğun SMS kullanımı, kadın öğrencileri hem SMS kanalıyla sunulan mobil hizmetler hem de SMS temelli sosyal programlar için iyi birer aday yapmaktadır.

Şekil 24: Beyan Edilen Hanehalkı Gelirine Göre Cep Telefonu Sahipliği: Öğrenciler ve Tüm Kadınlar

(%100 öğrencilerin ya da katılımcıların tamamını ifade eder)



Bu özelliklerin bazıları öğrencilerin en genç iki yaş diliminde yer alması ve cep telefonu kullanımının en yüksek olduğu kentsel bölgelerde yaşamasına bağlanabilir. Ancak öğrencilerin cep telefonu sahibi olması ve kullanmasının önünde de engeller mevcuttur. Cep telefonu olmayan öğrencilerin yaklaşık %37'si neden olarak cihazın ya da mobil hizmetin pahalılığına işaret etmektedir. %23'lük bir kesim de ya sabit hatta erişimi olduğu için ya da yerel bir çevrede yaşadığı için cep telefonuna ihtiyaç duymadığını dile getirmektedir.

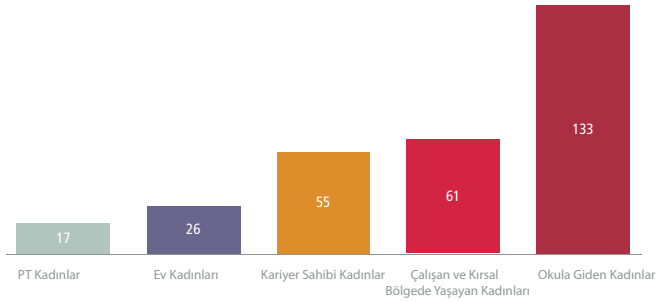
Kültürel konular da önemli bir etkidir. Cep telefonu olmayan öğrencilerin yaklaşık %39'u, ana nedenin bir

Öğrenci kadınlar SMS tabanlı sosyal programlar ve hizmetler için iyi birer adaydır.

aile ferdinin buna itiraz etmesi olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, öğrencilerin yalnızca yarısı kendi cep telefonu hizmetini ödediği için, ebeveyn ya da eşler onların kullanım alışkanlıkları üzerinde bir ölçüde söz sahibidir.

Şekil 25: Gönderilen Aylık SMS Sayısı

(sadece cep telefonu sahipleri)



Kariyer Sahibi Kadınlar: Cep Telefonlarıyla Fırsat Yaratmak

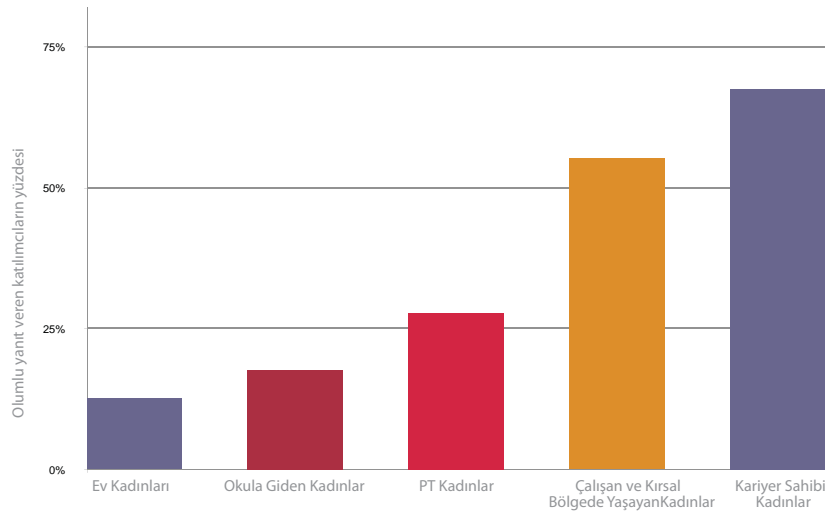
İncelenen demografik grupların en küçüğü olan profesyonel kadınların neredeyse tamamı cep telefonu sahibidir ve harcamaları ortalama bir kadından çok daha yüksektir. Bu kadınlar cep telefonlarını, sadece aile ve arkadaşlarla temas kurmak için gerekli basit bir cihaz olarak değil vazgeçilmez bir başarı aracı olarak görmektedir.

Profesyonel kadınların neredeyse 13 dolara ulaşan aylık ARPU değeri, araştırmaya katılan demografik gruplar arasında açık arayla en yüksektir. Öğrencilerin beyan ettiği ARPU'dan yaklaşık %50 daha fazla, ev kadınları ve ev dışında çalışan ve kırsal bölgede yaşayan kadınlarınsa iki katı düzeyindedir. Profesyoneller, cihazlara yaptıkları harcama ve aylık yapılan çağrı sayısı açısından da en üsttedir. Bu demografik gruptaki kadınların %98'i kendi cep telefonu hizmetini kendi ödemektedir; dolayısıyla, operatör tercihleri ve harcadıkları para miktarı üzerinde çok daha fazla söz sahibidirler.

Ayrıca Şekil 26'da görüldüğü gibi, cep telefonu olan profesyonel kadınların üçte ikisi, telefonlarını iş bulmak için kullandıklarını söylemektedir – bu oran diğer demografik grupların iki katına denk gelmektedir. Profesyonel kadınlar aynı zamanda mobil operatörlerinin sunduğu kapsama alanının da kendileri için çok önemli olduğunu ve operatör seçerken fiyatın en önemli kriter olmadığını belirtmektedir. Bu iki özellik onları diğer demografik gruplardan ayırıyor.

Araştırmanın bulguları, profesyonel kadınların çoğunluğunun cep telefonunu ekonomik bir gereklilik olarak gördüğünü ve yoğun biçimde kullandığını göstermektedir. Cazip özellikleri nedeniyle profesyonel kadınları abone yapmak gelecekte operatörler açısından büyüme ve kârlılık açısından önem taşıyacaktır. Profesyonel kadınların özellikleri, eğitim ve profesyonel olanakların artması geleceğin kadın cep telefonu sahiplerine bir bakış atılmasını sağlamaktadır.

Şekil 26: Cep Telefonum Sayesinde İş İmkanı ya da Müşteri Buldum
(cep telefonu sahibi olan katılımcılar)



Cep Telefonu Sahiplerine Yönelik Katma Değerli Hizmetler Telenor Pakistan

Telenor Pakistan'ın kadın aboneleri arasında popüler olan bir katma değerli hizmet yemek tarifleri. Her gün on ila on bir bin abone yeni tarifleri öğrenmek için bir etkileşimli sesli yanıt sistemini (IVR) arıyor. Arayanların yaklaşık %30'u sürekli kullanıcılar. Hizmetin düşük bir ücreti var ve aslen ev kadınlarına hitap ediyor. Ancak çalışan kadınlar da yemek yapacakları zaman hizmetten faydalanıyor. Telenor Pakistan'ın Pazarlama Direktörü Usman Javaid, belirli demografik gruplara odaklanan katma değerli hizmetlerin gelecek yıllarda mobil iletişim sektörünün gelişiminde önemli rol oynayacağı görüşünde.

yürütebilir. Örneğin kâr amacı gütmeyen örgütler kadın üyelerine cep telefonu sağlayarak onların sanal dayanışma gruplarına katılmasını ve hasat ve hava durumu bilgilerine ulaşmasını sağlamıştır. Söz konusu durumda, kadınlar kendi cep telefonu hizmetini ödemek durumunda olsa da, cihazlar hediye edilmiştir. Cihazlar ister başlıksız, ister kredili, ister finansman destekli olsun, kadınların cep telefonu edinmesini sağlamak onların hayatlarını ve geçim kaynaklarını zenginleştirmek yolunda çok önemli bir adımdır.

Cep telefonu eğitim, sağlık, istihdam, bankacılık ve iş imkanları yaratan etkili bir kalkınma aracı olarak sunulmalı

HIV/AIDS bilincinden kadınların okur-yazarlığını ve sivil hayata katılımını artırmaya kadar, cep telefonları düşük ve orta gelirli ülkelerdeki bazı kritik sorunların çözümünde önemli bir rol oynamaktadır. Kalkınma örgütleri sosyal girişimlerinde ilerleme kaydetmek için cep telefonu hizmetlerinin potansiyelinden faydalanabilir. Daha fazla cep telefonu hizmeti geliştirildikçe kadınlar da cep telefonuna yatırım yapmaya daha istekli hale gelecektir.

Kadınlar arasında cep telefonu sahipliğini yaygınlaştırmak için kültürel açıdan anlamlı ve kabul edilebilir yollar belirlenmeli

Cep telefonlarına hatta herhangi bir teknolojiye gösterilen direnç, genelde bilinmeyen korkulmasına dayanmaktadır. Kalkınma örgütleri bu kaygıyı çeşitli şekillerde giderebilir. Kültüre duyarlı ve yerelleştirilmiş eğitimler, örneğin bir cep telefonu menüsünü anlatmak için mango ağacı köklerinin yayılmasından örnek vermek, teknolojiyi öğrenme kaygılarını azaltmak için iyi bir yöntemdir. Bir diğer potansiyel çözüme, genelde erken yaşta cep telefonu edinen daha genç kadınların yaşlı aile fertlerine ve arkadaşlarına cep telefonu kullanımı konusunda bilgi vermesini sağlamaktır. Bunlar ve başka yaklaşımlar sayesinde cep telefonlarının bütün kadınlar için taşıdığı potansiyeli ortaya çıkarmak mümkün olabilir.

Politika Yapıcılar

Çoğunluğu kadınlardan oluşan en yoksulların sırtındaki vergi yükü alınmalı

Hükümetler, düzenlemeler ve vergi politikaları kanalıyla cep telefonlarını ve mobil hizmetleri ekonomik kılma imkanına sahiptir. Atacakları pek çok somut adımla, toplumun en yoksullarının, özellikle de kadınların önündeki maliyet engelini düşürebilirler. Vergilendirme en direkt yollardan biridir. Pek çok ülkede yüksek oranlar, tarifeler hatta lüks ürün vergileri nedeniyle cihazların fiyatı yükselir ve pek çok yoksul kadın için ulaşılamaz hale gelir. En yoksulların sırtındaki vergi yükünün hafifletilmesi, daha fazla kadının cep telefonu edinmesini, girişimciliğin yaygınlaşmasını sağlayacak ve bu da toplum ve ailelere ciddi faydalar getirecektir.

Perakendeciler düzeyinde vergileri azaltma çabalarının da cep telefonu penetrasyonunu ciddi biçimde artırdığı gösterilmiştir. Bu girişim çeşitli sosyal faydaların yanı sıra hükümetlerin gelirinin artmasını da sağlayacaktır.

Kadınlara fayda sağlayacak mobil hizmetlerin gelişimi için teşvik mekanizmaları yaratılmalı

Politika yapıcıların cep telefonu kullanımını yaygınlaştırmasının bir diğer yöntemi, mobil bankacılık ve mobil sağlık gibi mobil hizmetlerin gelişimini teşvik edecek politika çerçeveleri ve programları tasarlamaktır. Örneğin bir hükümet cep telefonu dolaylı sağlık hizmetlerini genel kamu sağlığı programına entegre edebilir; aynı şekilde, cep telefonu dolaylı kamu hizmetlerine erişimi de yaygınlaştırarak kadınlar için cep telefonlarının cazibesini artırabilir.

Tüm Taraflar

Azami etki yaratmak için işbirliği yapılmalı

Cinsiyetler arası uçurumun kapanması, bütün tarafların işbirliği yapmasını gerektirmektedir. Her kesimin kendine has perspektifi, avantajları ve bilgi tabanı bir araya getirildiği zaman toplam etki ciddi biçimde artacaktır.

Kadınların cep telefonu edinmesini teşvik edecek, tanınmış şahsiyetler ön plana çıkarılmalı

Her bir kesim, cep telefonlarının kadınlara olan fayda ve değerinin görünürlüğünü artırmak noktasında belirli bir role sahiptir. Tanınmış kişiler, bu konudaki bilincin yayılmasını ve kuşkuvarın giderilmesini mümkün kılabilir. Mobil iletişim sektörü liderleri, kalkınma kuruluşları ve