

ENERJİ VERİMLİLİĞİNDE SOSYAL EĞİLİM

ÖZET:

En pahalı elektrik, gaz ve akaryakıtın Türkiye’de kullanıldığı söylenmektedir. OECD ülkeleri gibi enerjinin pahalı olduğu ülkelerde enerji talep artışındaki eğilim ekonomik büyümenin çok altındadır. Ancak, benzer bir durum ülkemizde henüz gözlemlenmemektedir. Özellikle son 2 sene içerisinde pickup-arazi aracı-SUV satışlarında artan oranda yükseliş görülmektedir. [Q8 raporunda](#) bu konuya değinilmişti. Bu raporda ise, tüketicinin fiyat artışları, dolayısıyla verimliliğe ne kadar ilgi duyduğu sorusuna cevap aranacak.

YÖNTEM:

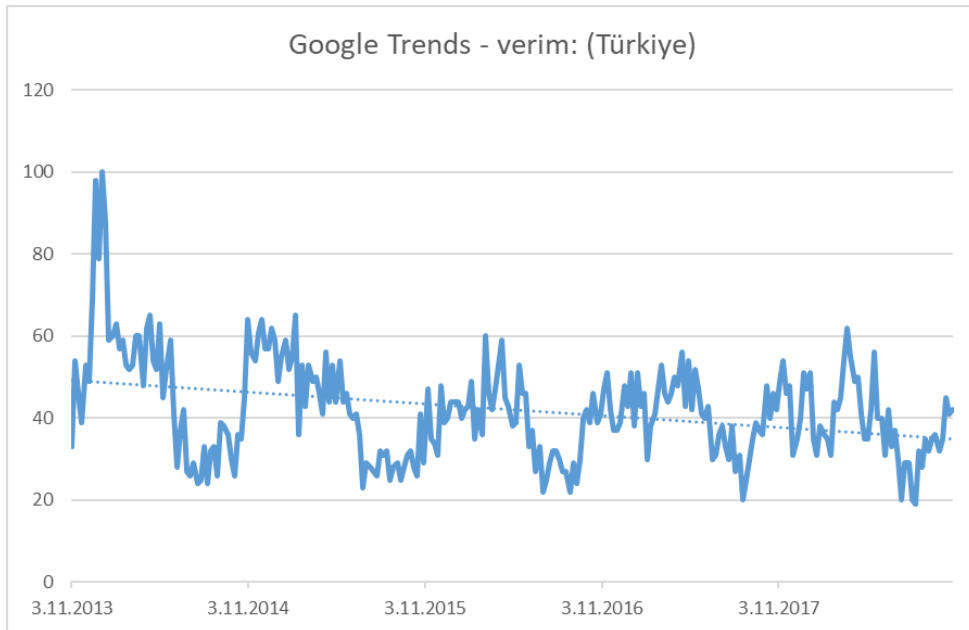
Türkiye’nin Google Trends verileri, “aranan kelimeler ve konular” bölümünde “verim” ve “tasarruf” kelimeleri ile “enerji tasarrufu” konusu incelenerek araştırılmıştır. İlgili sayfaların bağlantıları verilmiş olup, eğilim çizgileri Excel ile yapılmıştır.

ANALİZ:

Enerji fiyatlarının çok yüksek veya yüksek olduğu ülkelerde insanlar internet üzerinde gerek alışveriş, gerek piyasa araştırmasında verimlilik ile ilgili kelimeleri daha sık kullanacaklardır.

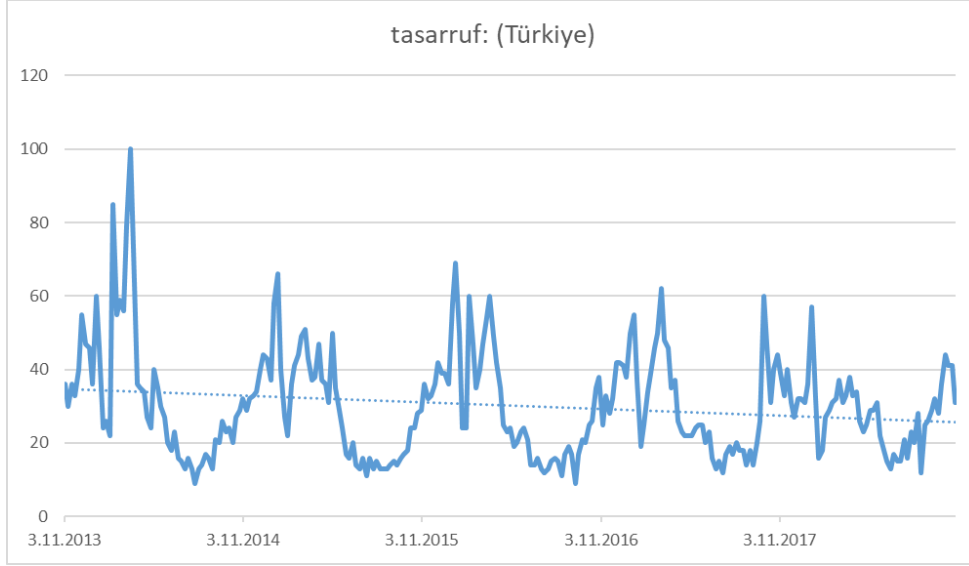
İlk kelime grubu verim kelimesidir. Türkiye coğrafyasında yapılan internet aramalarında verim kelimesi artan bir düşüş eğilimi göstermektedir.

Şekil 1. Yıllara göre Google aramalarında “verim” kelimesi geçen arama sayısı (Google Trends)¹



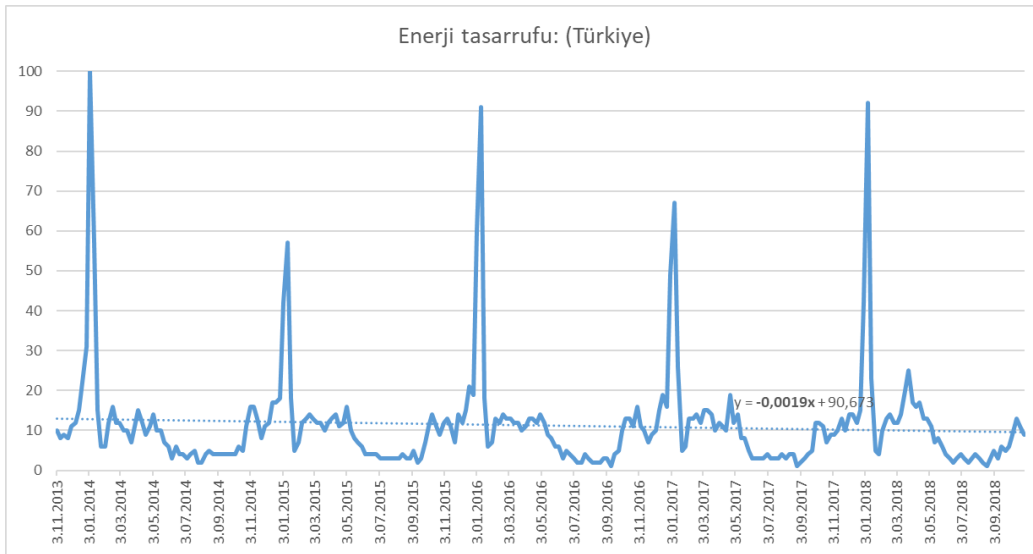
Bazen verim ve tasarruf karıştırılabilmektedir. Tasarruf kelime aramalarına baktığımız zaman da "verim" kelimesinde olduğu gibi bir düşüş eğilimi görülmektedir.

Şekil 2. Yıllara göre Google aramalarında "tasarruf" kelimesi geçen arama sayısı (Google Trends)ⁱⁱ



Google Trends'de özel olarak ayrılmış "enerji tasarrufu" başlığı altındaki aramalara baktığımızda ise nispeten daha az azalan bir ilgi görülmektedir.

Şekil 3. Yıllara göre Google aramalarında "enerji tasarrufu" kelimesi geçen arama sayısı (Google Trends)ⁱⁱⁱ



SONUÇ:

“Enerji neye göre, kime göre pahalı” çok doğru bir sorudur. Sorudan çok reel etkilerde, yani insanların kendi başlarına kaldıklarında alım tercihlerindeki önem verdikleri “kelimelerin” eğilimi ise, eylemdeki farklılığı gösterecektir. Bu raporda Türkiye’de aranan kelimelerde artık daha az tasarruf ve verim kriterlerine bakıldığına dair bazı bulgular bulunmaktadır.

ⁱ [Google Trends](https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TR&q=verim), <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TR&q=verim>

ⁱⁱ [Google Trends](https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TR&q=tasarruf), <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TR&q=tasarruf>

ⁱⁱⁱ [Google Trends](https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TR&q=%2Fm%2F02fd_f), https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TR&q=%2Fm%2F02fd_f