



CMI – Center za metodologijo in informatiko
FDV – Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani
[http:// www.ris.org](http://www.ris.org), email: info@ris.org

RIS 2002 - SPLETNA OBISKANOST (telefonska anketa 2002) (#13)

Ljubljana, januar 2003

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Center za metodologijo in informatiko, Projekt RIS
email: info@ris.org, URL: <http://www.ris.org/>

SPLETNA OBISKANOST – telefonska anketa 2002

Avtorji: Vasja Vehovar, Alenka Pfajfar

Ljubljana, januar 2003

Osnovne ugotovitve

Rezultati temeljijo na reprezentativni telefonski anketi v juniju 2002. Anketni vprašalnik, na katerega je odgovarjalo 1,500 oseb, je bil razdeljen na dva dela. V prvi del je bilo vključenih 343 uporabnikov interneta v zadnjih treh mesecih, od tega je 337 takih, ki uporabljajo internet mesečno, v drugi del pa je bilo vključenih 234 mesečnih uporabnikov interneta.

Povzamemo lahko naslednje osnovne ugotovitve:

1. V celoti gledano med najbolj obiskanimi predstavitvami tudi tokrat ni bilo večjih sprememb. Glede mesečne obiskanosti še naprej izstopajo:
 - Matkurja – 64% mesečni doseg med aktivnimi uporabniki interneta in Najdi.si – 48% (ki tokrat beležita izjemen skok),
 - Mobitel – 34% in Siol.net – 34% (ki tokrat beležita določen porast),
 - Yahoo – 46% in TIS – 30% (ki ne beležita rasti).Med spremembami vodilnih strani opazimo še naslednja povečanja: Slowwwenia.com – 29%, Email.si – 26%, 24ur.com – 19% in Arnes – 23%. Med novimi stranmi, ki so se približale 5% dosegu, pa tokrat najdemo: Slo-tech – 4%, Banka Slovenije – 6%, Državni zbor RS – 6%, Vlada RS – 6%, prav tako pa se povečuje število spletnih strani, ki presegajo 10% mesečno obiskanost.
2. V smislu prepoznavnosti imata spletni strani Matkurja in Siol.net največjo prepoznavnost, medtem ko v smislu obiskanosti vsaj enkrat ter občasne obiskanosti izstopa Matkurja. Glede tedenske in dnevne obiskanosti prevladujeta Matkurja in Najdi.si.
3. Tuje spletne predstavitve (izjema je le Yahoo) z vstopanjem novih uporabnikov, ki ne znajo angleško, izginjajo.
4. Obstaja relativno nizka obiskanost on-line novic: Delo – 15%, Večer – 11% in Dnevnik – 9%, ki so v skupini s približno 10% mesečnih dosegom, pa tudi Finance – 11% in Mladina – 9%. Le pri spletni predstavitvi 24.com je opaziti večji doseg, kar pa je v veliki meri učinek velike promocije.
5. Absolutna obiskanost zaradi večanja števila uporabnikov narašča praktično pri vseh predstavitvah.

KAZALO

Osnovne ugotovitve	3
1. Metodologija.....	5
2. Obiskovanje spletnih strani	7
2.1. Prepoznavnost predstavitev	11
2.2. Obiskanost spletnih strani – vsaj enkrat	13
2.3. Občasna obiskanost spletnih strani.....	15
2.4. Mesečna obiskanost spletnih strani	17
2.5. Tedenska obiskanost spletnih strani	30
2.6. Dnevna obiskanost spletnih strani	32
3. Sociodemografske značilnosti mesečnih obiskovalcev spletnih strani	34

1. Metodologija

Ugotovitve v poročilu temeljijo na podatkih, zbranih s telefonsko anketo v mesecu juniju 2002. Anketa je potekala v družbi Cati, stopnja odgovorov je bila 60%, opravljenih pa je bilo do 10 klicov.

Anketa je bila sestavljena iz dveh sklopov:

- na prvi, Eurostat-ov sklop, je odgovarjalo 836 oseb.
- na drugi, RIS-ov sklop, pa je odgovarjalo 709 oseb.

V Eurostat-ovem sklopu so vprašanja prilagojena *Eurostatovi raziskavi* – gre za anketo evropskega urada, ki je potekala ravno tako junija 2002, vendar še nimamo rezultatov – kar nam omogoča primerjavo z EU, medtem ko RIS-ov sklop vključuje tradicionalna RIS-ova vprašanja. V RIS-ovem sklopu so bile analize opravljene na mesečnih uporabnikih interneta, Eurostat-ov sklop pa je zajel uporabnike interneta v zadnjih treh mesecih. Ker se izkaže, da je dvomesečnih in tromesečnih uporabnikov interneta zelo malo, so rezultati prvega sklopa povsem primerljivi z rezultati drugega sklopa ankete. Glede samega deleža mesečnih uporabnikov interneta pa se izkaže, da je v Eurostat-ovem sklopu več mesečnih uporabnikov interneta, in sicer 40%, medtem ko je v RIS-ovem sklopu 32% mesečnih uporabnikov interneta. V Eurostat-ovem delu se zato pri navajanju v absolutnem smislu omejimo tako na tromesečne kot tudi na mesečne uporabnike interneta v celotni populaciji, medtem ko se v RIS-ovem delu omejimo le na mesečne uporabnike interneta v celotni populaciji.

V poročilu so prav tako navedene primerjave s telefonskimi anketami iz leta 1999 do 2001. Zaradi vsebine raziskave so bile tokrat anketirane osebe, stare med 12 in 65 let, ki so imele nazadnje rojstni dan. V poročilu je posebej označeno, kdaj analiziramo RIS ali Eurostat.

Ker gre pri podrobnejših analizah pogosto za majhno število enot, so v tabelah vpeljane naslednje oznake, ki jih velja upoštevati tudi, kadar niso eksplicitno zapisane, saj je število enot razvidno pri vseh tabelah:

- - nesprejemljivo nenatančna ocena, zgolj v ilustracijo (manj kot 10 enot);
- (()) - zelo nenatančna ocena (med 10 in 20 enot);
- () - nenatančna ocena (med 20 in 30 enot).

V poročilu je povsod razvidna odgovarjajoča velikost vzorca, iz česar je mogoče oceniti tudi natančnost ocene.

Majhne celice lahko zato služijo zgolj kot ilustracija, nikakor pa ne kot osnova za posplošeno trditev. Podrobnosti o interpretacijah v primeru majhnega števila enot so na predstavitveni strani <http://www.ris.org/topwww/metodologija.html>, kjer je podrobneje obravnavana tudi metodologija.

Na nekaterih mestih je za realno razumevanje podatkov navedena tudi standardna napaka ocene (se). Upoštevati velja, da je običajni 95% interval zaupanja širok $\pm 2se$, statistično značilna razlika dveh ocen s podobno standardno napako pa je $2.8se$. Pri deležih se izračun še poenostavi, in sicer znaša standardna napaka $\sqrt{\frac{pq}{n}}$.

Pri uteževanju je bil na osnovi populacijskih podatkov o starosti, izobrazbi, spolu, regiji, naselju in statusu opravljen postopek *iterativnega prilagajanja*. Poleg navedenih spremenljivk (*margin*) je bila upoštevana tudi interakcija spola in starosti ter izobrazbe in zaposlitvenega statusa. Vzorec se torej ujema s slovensko populacijo v vseh navedenih kontrolnih spremenljivkah

2. Obiskovanje spletnih strani

Na anketni vprašalnik, ki je bil razdeljen na dva dela (RIS in Eurostat), je odgovarjalo 1,500 oseb. Tema pogostosti obiskovanja spletnih strani je bila vključena tako v RIS, kot tudi v Eurostat – v RISovem vprašalniku je bil sklop vključen na sam začetek vprašalnika, medtem ko je bil v Eurostatovem vprašalniku ta sklop vključen na sredino vprašalnika.

V Eurostat-ovem delu vprašalnika se je uvodno vprašanje o uporabi interneta glasilo: »Kako pogoste ste v zadnjih treh mesecih uporabljali internet doma, na delovnem mestu, v šoli ali kjer se izobražujete, s prenosnim računalnikom na poti, z dlančnim računalnikom na poti, z WAP mobilnim telefonom na poti. Vsi tisti, ki so odgovorili, da so v zadnjih treh mesecih uporabljali internet vsak dan ali vsaj en-krat tedensko ali vsaj en-krat mesečno na enem od omenjenih mest, so odgovarjali na vprašanja glede pogostosti obiskovanja spletnih strani Tako v nadaljevanju obravnavamo samo mesečne uporabnike interneta (n=327).

Ker je na celotni Eurostat-ov sklop odgovarjalo 836 oseb, je na vprašanja glede pogostosti obiskovanja spletnih strani, iz Eurostat-ovega sklopa, odgovarjalo 39% oseb.

Tabela 1: Pogostost obiskovanja spletnih strani – Eurostat (junij 2002, n=327)

WWW strani	1-ne poznam		2-slišal		3-enkrat		4-občasno		5-mesečno		6-tedensko		7-dnevno		n
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
24ur.com	40	12	153	47	9	2	57	17	30	9	26	8	13	3	327
Altavista	96	29	76	23	14	4	66	20	26	8	36	11	12	4	327
Delo	101	31	148	45	8	2	33	9	14	4	15	4	9	3	327
Dnevnik	87	26	178	54	3	1	25	7	16	5	16	4	3	1	327
Email.si	81	25	104	30	7	2	54	16	23	7	42	13	16	5	327
Eon.si	188	57	82	25	9	3	26	7	13	4	9	2	0	0	327
Finance	103	32	153	46	5	1	28	8	13	3	12	4	12	3	327
Google	155	47	44	13	5	1	46	14	18	5	35	11	24	7	327
Hotmail.com	81	25	128	39	7	2	38	12	24	7	34	10	14	4	327
Matkurja	16	5	30	9	2	1	90	27	36	11	92	28	60	18	327
Mladina	112	34	146	44	7	2	27	8	16	5	21	6	0	0	327
Mobitel	49	15	101	31	22	7	44	13	47	14	47	14	15	5	326
Najdi.si	56	17	49	15	15	5	53	16	25	8	84	26	45	14	326
Pinkponk	93	28	133	40	17	5	32	9	25	8	21	6	7	2	327
RTV Slovenije	73	23	169	51	10	3	38	12	23	7	10	3	3	1	327
Siol.net	21	6	123	37	14	4	70	21	29	9	46	14	25	8	327
Slowwwenia.com	53	16	99	30	13	4	70	21	25	8	53	16	13	4	327
TIS	42	13	110	34	21	6	52	16	30	9	49	15	21	6	326
Večer	106	33	153	46	8	2	25	7	16	5	14	4	5	1	327
Yahoo	41	13	56	17	6	2	74	22	38	12	71	21	41	12	327

V RIS-ovem vprašalniku pa so na vprašanja glede pogostosti obiskovanja spletnih strani odgovarjali vsi mesečni uporabniki interneta – tisti, ki so v enem od vprašanj izjavili, da uporabljajo internet vsaj nekajkrat mesečno (n=226). Ker je na celotni Ris-ov sklop odgovarjalo 709 oseb, je na vprašanja glede pogostosti obiskovanja spletnih strani, iz RIS-ovega sklopa, odgovarjalo 32% oseb.

Tabela 2: Pogostost obiskovanja spletnih strani – RIS (junij 2002, n=226)

WWW strani	1-ne poznam		2-slišal		3-enkrat		4-občasno		5-mesečno		6-tedensko		7-dnevno		n
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Amazon	132	64	47	18	9	5	15	7	18	7	2	1	2	1	226
Arnes	38	18	88	42	8	3	38	15	17	7	27	12	9	4	226
CNN	60	29	121	56	7	3	21	8	7	2	7	4	1	1	226
Cobiss	135	59	35	14	6	3	17	9	16	7	14	7	4	2	226
HDZ	67	31	88	39	7	4	31	15	8	3	19	5	5	3	226
Matkurja	7	3	14	8	4	3	44	19	31	15	85	38	39	17	226
Microsoft.com	36	16	97	47	8	4	39	15	19	8	23	10	4	1	226
Mobisux	149	70	36	14	3	1	19	6	10	4	5	2	5	2	226
Najdi.si	42	21	33	17	7	3	28	11	19	9	59	25	38	16	226
NLB	34	16	117	52	7	4	33	16	10	4	17	5	7	4	226
Salomon.si	43	18	94	47	10	4	39	16	20	7	16	9	4	1	226
Sigov	121	52	60	30	5	3	17	6	13	6	6	3	4	1	226
Simobil.si	21	8	121	57	8	4	41	17	19	6	13	7	3	1	226
Siol.net	8	4	78	37	8	5	40	17	22	7	44	21	25	10	226
Slowwwenia.com	44	23	55	24	9	5	50	20	30	15	28	11	9	4	226
TIS	19	8	74	33	10	6	55	24	25	11	23	10	18	9	226
Univerza v LJ	53	26	82	37	6	3	44	18	21	8	18	8	3	1	226

Prav tako pa so v RIS-ovem podvzorcju vprašalnika nekateri, naključno izbrani respondenti, ocenjevali pogostost obiskovanja še nekaterih drugih spletnih strani. Ker je na celotni RIS-ov sklop odgovarjalo 709 oseb, je na naslednja vprašanja glede pogostosti obiskovanja spletnih strani, iz RIS-ovega sklopa, odgovarjalo le 7% (n=49) oziroma 25% (n=177) oseb.

Tabela 3: Pogostost obiskovanja spletnih strani – RIS (junij 2002, n=49, n=177)

WWW strani	1-ne poznam		2-slišal		3-enkrat		4-občasno		5-mesečno		6-tedensko		7-dnevno		n
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
24ur.com	5	9	31	63	2	4	4	7	2	4	5	9	2	3	49
APP	17	36	28	57	0	0	2	5	0	0	0	0	1	2	49
Banka Slovenije	10	20	28	58	1	2	7	14	0	0	2	4	1	2	49
Delo	5	11	26	53	5	10	4	8	6	12	1	1	2	5	49
Dnevnik	14	28	22	46	3	5	6	12	0	0	2	4	2	5	49
Državni zbor RS	21	42	19	39	1	2	5	9	0	0	2	4	1	2	49
Eon.si	25	51	12	24	1	2	6	12	0	0	5	10	0	0	49
Finance	15	32	23	47	0	0	5	10	1	2	3	5	2	3	49
GZS	14	28	26	53	3	7	2	5	1	1	3	5	0	0	49
Kolosej	12	25	21	44	2	4	6	12	2	4	5	10	0	0	49
Mladina	13	27	27	56	2	3	3	6	3	6	1	2	0	0	49
Mobitel	2	4	20	42	1	2	9	19	6	12	8	17	2	4	49
Ljubljanska borza	52	29	78	44	5	3	21	12	9	5	8	5	3	2	176
Netscape	27	55	14	28	4	8	4	7	0	0	1	1	0	0	49
Pinkponk	10	20	28	57	1	2	3	6	3	6	4	8	0	0	49
RTV Slovenije	8	17	29	60	4	7	3	5	1	2	4	8	0	0	49
Slo-tech	136	77	31	17	2	1	2	1	4	2	1	0	2	1	177
Telekom SLO (brez imenika)	25	14	95	54	13	7	26	14	12	7	3	2	4	2	177
Uradni list	18	37	20	41	1	1	3	6	2	4	3	6	2	5	49
Večer	13	27	27	56	1	2	2	5	1	1	3	7	1	2	49
Vlada RS	13	27	27	55	0	0	5	10	0	0	3	6	0	0	49

V tabeli 4 so združene spletni strani iz Eurostata in RIS-a, in sicer tiste spletne strani, ki so se pojavile v obeh delih vprašalnika.

Tabela 4: Pogostost obiskovanja spletnih strani – Eurostat in RIS (junij 2002, n=553)

WWW strani	1-ne poznam		2-slišal		3-enkrat		4-občasno		5-mesečno		6-tedensko		7-dnevno		n
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
24ur.com	45	12	184	49	1	3	61	16	32	8	31	8	15	4	379
Delo	106	28	174	46	13	3	37	10	20	5	16	4	11	3	377
Dnevnik	101	27	200	53	6	2	31	8	16	4	18	5	5	1	377
Eon.si	213	57	94	25	10	3	32	9	13	3	14	4			376
Finance	118	31	176	47	5	1	33	9	14	4	15	4	14	4	375
Matkurja	23	4	44	8	6	1	134	24	67	12	177	32	99	18	550
Mladina	125	33	173	46	9	2	30	8	19	5	22	6			378
Mobitel	51	14	12	32	23	6	53	14	53	14	55	15	17	5	373
Najdi.si	98	18	82	15	22	4	81	15	44	8	143	26	83	15	553
Pinkponk	103	27	161	43	18	5	35	9	28	7	25	7	7	2	377
RTV Slovenije	81	22	198	53	14	4	41	11	24	6	14	4	3	1	375
Siol.net	29	5	201	36	22	4	110	20	51	9	90	16	50	9	553
Slowwwenia.com	97	18	154	28	22	4	120	22	55	10	81	15	22	4	551
TIS	61	11	184	34	31	6	107	19	55	10	72	13	39	7	549
Večer	119	32	180	48	9	2	27	7	17	5	17	5	6	2	375

V nadaljevanju poročila so prikazane različne možne razvrstitve obiskanosti, in sicer po kategorijah: prepoznavnost predstavitve, obiskanost vsaj enkrat, občasna obiskanost, mesečna, tedenska in dnevna obiskanost. Pri mesečni obiskanosti so prikazane primerjave z leti od 1999 - 2001, čeprav velja dodati, da je prikaz mesečne obiskanosti le eden od možnih prikazov. Razvrstitev po kategorijah dnevne, tedenske ali občasne obiskanosti daje precej drugačno sliko.

2.1. Prepoznavnost predstavitev

Tabela 5: Prepoznavnost predstavitev (Eurostat in RIS – junij 2002)

<i>WWW strani</i>	<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>	<i>skupaj (%)</i>	<i>skupaj (n)</i>
Matkurja	95%	96%	96%	550
Siol.net	94%	96%	95%	553
24ur.com	88%	94%	91%	379
Simobil.si		91%	91%	226
TIS	87%	91%	89%	549
Mobitel	84%	94%	89%	373
Yahoo	87%		87%	327
Telekom SLO (brez imenika)		86%	86%	177
NLB		85%	85%	226
Microsoft.com		84%	84%	226
Arnes		83%	83%	226
Najdi.si	83%	81%	82%	553
Slowwwenia.com	83%	80%	82%	551
Salomon.si		81%	81%	226
RTV Slovenije	77%	84%	80%	375
Banka Slovenije		80%	80%	49
Delo	69%	90%	79%	377
Univerza v LJ		77%	77%	226
Pinkponk	72%	80%	76%	377
Email.si	75%		75%	327
Hotmail.com	75%		75%	327
Dnevnik	74%	71%	73%	377
Kolosej		73%	73%	49
CNN		73%	73%	226
GZS		71%	71%	49
Vlada RS		71%	71%	49
Altavista	70%		70%	327
HDZ		70%	70%	226
Ljubljanska borza		70%	70%	176
Večer	68%	71%	69%	375
Finance	68%	69%	69%	375
Mladina	66%	73%	69%	378
APP		63%	63%	49
Uradni list		63%	63%	49
Državni zbor RS		57%	57%	49
Google	53%		53%	327
Netscape		47%	47%	49
Eon.si	43%	49%	46%	376
Sigov		46%	46%	226
Cobiss		41%	41%	226
Amazon		41%	41%	226
Mobisux		35%	35%	226
Slo-tech		24%	24%	177

V smislu **prepoznavnosti** (odgovor »vsaj slišal«) imata spletni strani Matkurja in Siol.net največjo prepoznavnost, zelo visok delež prepoznavnosti pa imajo tudi domače spletne strani: 24ur.com, Simobil.si, TIS, Mobitel, Telekom SLO (brez imenika), NLB, Arnes, Najdi.si, Slowwwenia.com, Salomon.si, RTV Slovenije in Banka Slovenije, ki presegajo 80% prepoznavnost. Prav tako pa dosegajo visok delež prepoznavnosti tuje spletne strani: Yahoo, Microsoft.com, Hotmail.com in Altavista.

2.2. Obiskanost spletnih strani – vsaj enkrat

Tabela 6: Obiskanost spletnih strani – vsaj enkrat (Eurostat in RIS – junij 2002)

<i>WWW strani</i>	<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>	<i>skupaj (%)</i>	<i>skupaj (n)</i>
Matkurja	86%	90%	88%	550
Yahoo	70%		70%	327
Najdi.si	68%	67%	67%	553
Siol.net	56%	62%	59%	553
TIS	53%	58%	55%	549
Mobitel	54%	53%	54%	373
Slowwwenia.com	53%	56%	54%	551
Altavista	47%		47%	327
Arnes		44%	44%	226
Email.si	43%		43%	327
Univerza v LJ		41%	41%	226
Microsoft.com		41%	41%	226
Google	39%		39%	327
Salomon.si		39%	39%	226
Simobil.si		37%	37%	226
24ur.com	41%	31%	36%	379
Hotmail.com	36%		36%	327
NLB		33%	33%	226
Telekom SLO (brez imenika)		33%	33%	177
HDZ		31%	31%	226
Kolosej		31%	31%	49
Delo	24%	37%	30%	377
Pinkponk	31%	22%	26%	377
Ljubljanska borza		26%	26%	176
RTV Slovenije	26%	24%	25%	375
Cobiss		25%	25%	226
Dnevnik	19%	27%	23%	377
Finance	21%	22%	22%	375
Banka Slovenije		22%	22%	49
Uradni list		22%	22%	49
Mladina	22%	18%	20%	378
Eon.si	17%	24%	20%	376
Amazon		20%	20%	226
Sigov		20%	20%	226
Mobisux		19%	19%	226
CNN		19%	19%	226
Večer	21%	16%	18%	375
GZS		18%	18%	49
Netscape		18%	18%	49
Državni zbor RS		18%	18%	49
Vlada RS		16%	16%	49
APP		6%	6%	49
Slo-tech		6%	6%	177

V smislu **obiskanosti vsaj enkrat** (odgovor »obiskal vsaj enkrat) ima največjo obiskanost spletna stran Matkurja. Sledijo Yahoo, Najdi.si, Siol.net, TIS, Slowwwenia.com in Mobitel, katere presegajo 50% obiskanost - vsaj enkrat. To so spletne strani, ki tudi v smislu prepoznavnosti dosegajo visoke deleže.

2.3. Občasna obiskanost spletnih strani

Tabela 7: Občasna obiskanost spletnih strani (Eurostat in RIS – junij 2002)

<i>WWW strani</i>	<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>	<i>skupaj (%)</i>	<i>skupaj (n)</i>
Matkurja	85%	88%	86%	550
Yahoo	69%		69%	327
Najdi.si	63%	64%	63%	553
Siol.net	52%	58%	55%	553
Slowwwenia.com	49%	52%	50%	551
TIS	46%	54%	50%	549
Mobitel	47%	51%	49%	373
Altavista	43%		43%	327
Email.si	41%		41%	327
Arnes		40%	40%	226
Google	38%		38%	327
Microsoft.com		38%	38%	226
Univerza v LJ		38%	38%	226
Salomon.si		35%	35%	226
Simobil.si		34%	34%	226
Hotmail.com	34%		34%	327
24ur.com	39%	27%	33%	379
NLB		30%	30%	226
HDZ		28%	28%	226
Kolosej		27%	27%	49
Telekom SLO (brez imenika)		25%	25%	177
Delo	22%	27%	24%	377
Pinkponk	26%	20%	23%	377
Ljubljanska borza		23%	23%	176
Cobiss		23%	23%	226
Finance	20%	22%	21%	375
Banka Slovenije		20%	20%	49
Uradni list		20%	20%	49
RTV Slovenije	23%	16%	19%	375
Dnevnik	18%	20%	19%	377
Eon.si	15%	22%	18%	376
Sigov		18%	18%	226
Mladina	20%	14%	17%	378
Mobisux		17%	17%	226
Večer	18%	14%	16%	375
CNN		16%	16%	226
Amazon		16%	16%	226
Vlada RS		16%	16%	49
Državni zbor RS		16%	16%	49
GZS		12%	12%	49
Netscape		10%	10%	49
APP		6%	6%	49
Slo-tech		5%	5%	177

V smislu **občasne obiskanosti** spletnih strani (odgovor »vsaj občasno) močno prednjači Matkurja, sledijo pa spletne strani Yahoo, Najdi.si, Siol.net, TIS in Slowwwenia.com, ki še vedno presegajo 50% občasno obiskanost. Tudi spletne strani Mobitel, Altavista, Email.si in Arnes dosegajo zelo visoko občasno obiskanost.

2.4. Mesečna obiskanost spletnih strani

Tabela 8: Mesečna obiskanost spletnih strani (Eurostat in RIS – junij 2002)

<i>WWW strani</i>	<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>	<i>skupaj (%)</i>	<i>skupaj (n)</i>
Matkurja	58%	70%	64%	550
Najdi.si	47%	50%	48%	553
Yahoo	46%		46%	327
Mobitel	34%	33%	34%	373
Siol.net	30%	38%	34%	553
TIS	31%	30%	30%	549
Slowwwenia.com	28%	30%	29%	551
Email.si	26%		26%	327
Altavista	23%		23%	327
Arnes		23%	23%	226
Google	23%		23%	327
Hotmail.com	22%		22%	327
24ur.com	21%	18%	19%	379
Microsoft.com		19%	19%	226
Univerza v LJ		17%	17%	226
Cobiss		16%	16%	226
Salomon.si		16%	16%	226
Pinkponk	17%	14%	15%	377
Delo	12%	18%	15%	377
Simobil.si		14%	14%	226
Uradni list		14%	14%	49
Kolosej		14%	14%	49
NLB		13%	13%	226
HDZ		11%	11%	226
RTV Slovenije	12%	10%	11%	375
Večer	11%	10%	11%	375
Finance	11%	12%	11%	375
Ljubljanska borza		11%	11%	176
Telekom SLO (brez imenika)		11%	11%	177
Sigov		10%	10%	226
Mladina	11%	8%	9%	378
Dnevnik	10%	8%	9%	377
Eon.si	7%	10%	8%	376
Mobisux		8%	8%	226
Amazon		8%	8%	226
GZS		8%	8%	49
CNN		6%	6%	226
Državni zbor RS		6%	6%	49
Banka Slovenije		6%	6%	49
Vlada RS		6%	6%	49
Slo-tech		4%	4%	177
Netscape		2%	2%	49
APP		2%	2%	49

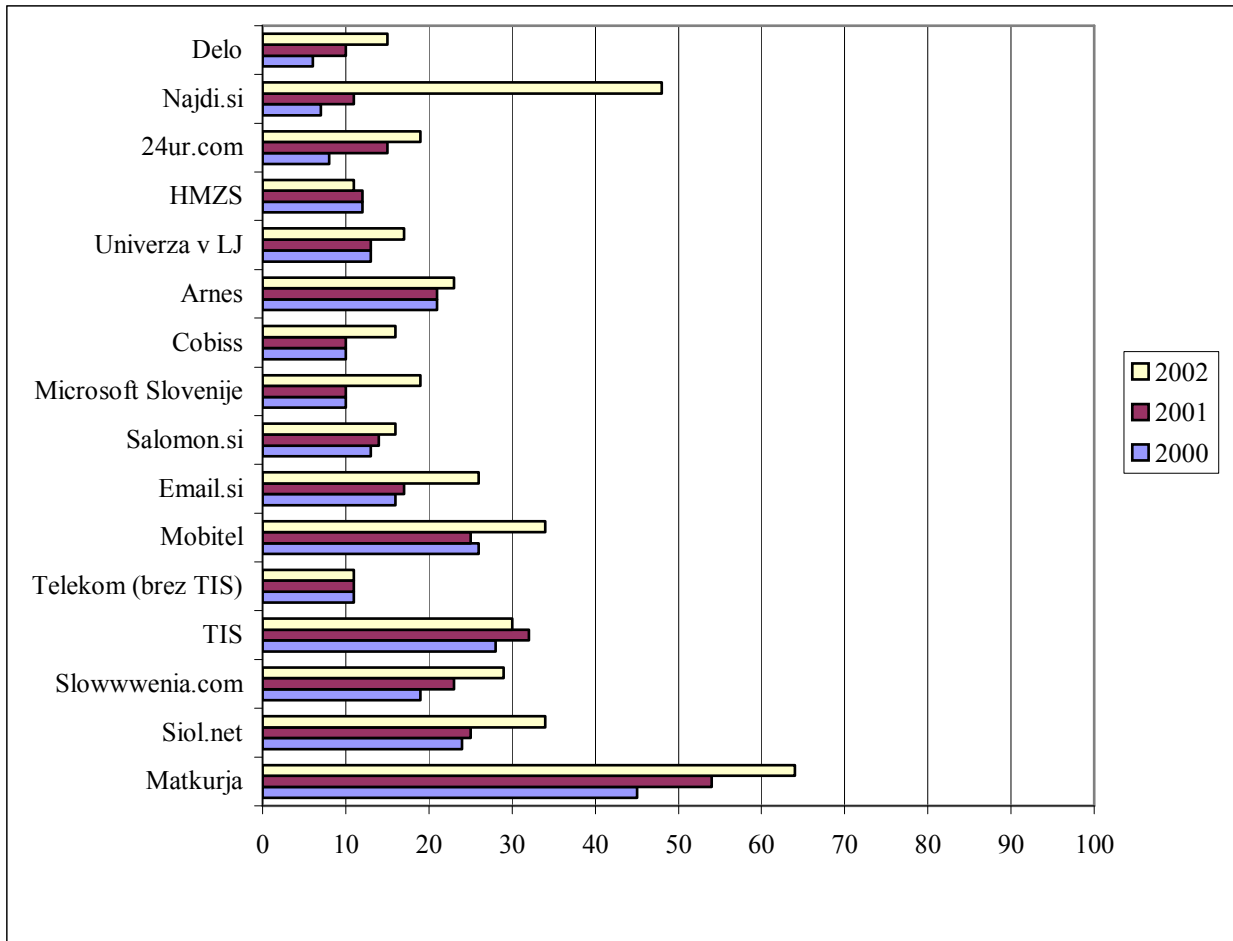
Glede **mesečne obiskanosti** spletnih strani (odgovor »vsaj mesečno«) še naprej močno izstopa Matkurja, sledijo pa Najdi.si, Yahoo, Mobitel, Siol.net in TIS in ki presegajo 30% mesečno obiskanost. Omeniti velja tudi Slowwwenia.com in Email.si, ki presegata 25% mesečno obiskanost.

Opaziti je, da tuje spletne predstavitve (predstavitve v angleščini) niso povsem na vrhu obiskanosti (izjema je le Yahoo). Tako smo upravičeno pričakovali, da bosta – z vstopanjem novih uporabnikov, ki ne znajo angleško – v kratkem, med desetimi najbolj obiskanimi predstavitvami, le ena do dve tuje spletne predstavitve. Prav tako obstaja relativno nizka obiskanost on-line dnevnik novic: Večer, Dnevnik in Delo, ki so v skupini s približno 10%-15% dosegom. Pri spletni predstavitvi 24.com je opaziti večji doseg (19%), kar pa je lahko tudi občasni učinek večje promocije. O nizki obiskanosti on-line novic nadalje pričajo tudi Mladina (9%) in Finance (11%).

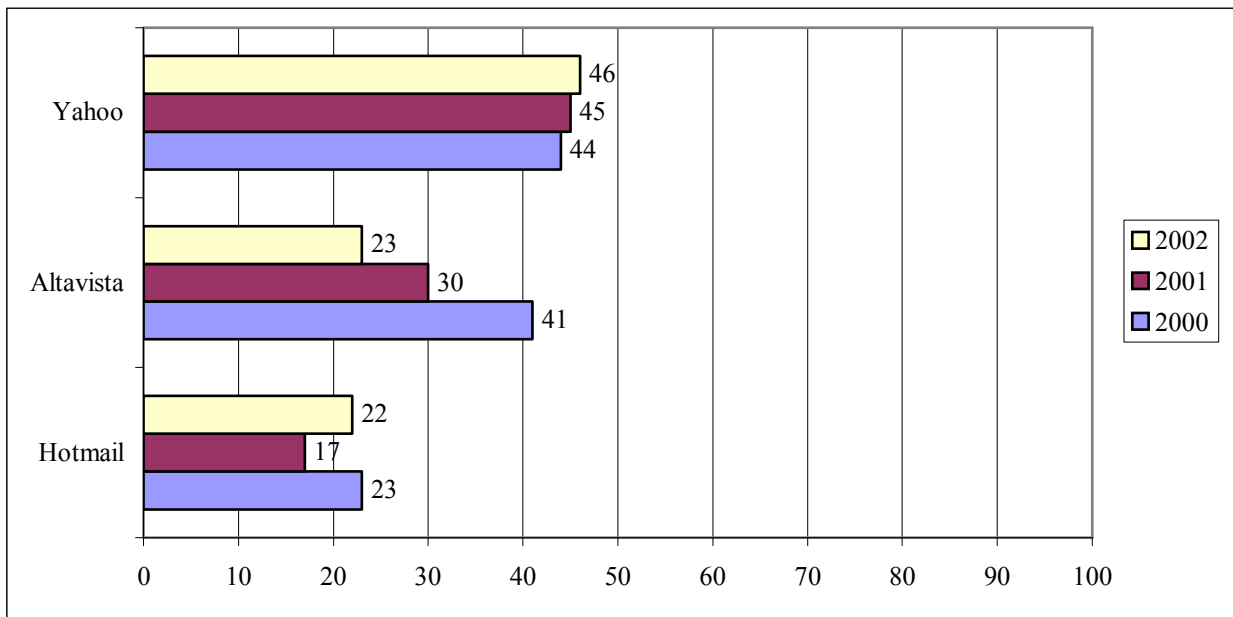
Oglejmo si mesečno obiskanost spletnih predstavitev iz leta 1999, 2000 in 2002 ter mesečno obiskanost spletnih predstavitev iz začetka leta 2001, in sicer tiste spletne strani, ki dosegajo vsaj 10% mesečno obiskanost.

Tabela 9: Mesečna obiskanost spletnih strani (RIS – 1999, 2000, 2001, 2002)

<i>leto 1999</i>		<i>leto 2000</i>		<i>leto 2001</i>		<i>leto 2002</i>	
<i>WWW strani</i>	<i>%</i>	<i>WWW strani</i>	<i>%</i>	<i>WWW strani</i>	<i>%</i>	<i>WWW strani</i>	<i>%</i>
Yahoo	62	Matkurja	45	Matkurja	54	Matkurja	64
Altavista	60	Yahoo	44	Yahoo.com	45	Najdi.si	48
TIS	44	Altavista	41	TIS	32	Yahoo	46
Matkurja	37	TIS	28	Altavista.com	30	Mobitel	34
Slowwwenia.com	37	Mobitel	26	Mobitel	25	Siol.net	34
Siol.net	29	Siol.net	24	Siol.net	25	TIS	30
CNN	22	Hotmail	23	Slowwwenia.com	23	Slowwwenia.com	29
MSN	23	Arnes	21	Arnes	21	Email.si	26
Info mediji	17	Slowwwenia.com	19	Email.si	17	Altavista	23
Amazon.com	17	Email.si	16	Hotmail	17	Arnes	23
NBA	17	Salomonov oglasnik	13	24ur.com	15	Google	23
Večer	15	Univerza v LJ	13	Slovista.com	14	Hotmail.com	22
Eon	10	HMZS	12	Salomon.si	14	24ur.com	19
24ur.com	10	Telekom (brez TIS)	11	Univerza v LJ	13	Microsoft.com	19
Dnevnik	10	Simobil	11	HMZS	12	Univerza v LJ	17
Tucows	10	LjSE	11	Slo.net	12	Cobiss	16
		PIRS	11	LjSE	11	Salomon.si	16
		NLB	10	Najdi.si	11	Pinkponk	15
		Mladina.si	10	Telekom (brez TIS)	11	Delo	15
		Slovista.com	10	Cobiss	10	Simobil.si	14
		Cobiss	10	Delo	10	Uradni list	14
		Microsoft Slovenije	10	Dnevnik	10	Kolosej	14
		24ur.com	8	Eon	10	NLB	13
		Najdi.si	7	Microsoft Slovenije	10	HMZS	11
		Delo	6	NLB	10	RTV Slovenije	11
				Večer	10	Večer	11
						Finance	11
						Ljubljanska borza	11
						Telekom SLO (brez imenika)	11
						Sigov	10



Slika 1: Mesečna obiskanost slovenskih spletnih strani (RIS – 2000, 2001, 2002)



Slika 2: Mesečna obiskanost tujih spletnih strani (RIS – 2000, 2001, 2002)

Leta 1999 so bile tuje strani na internetu bistveno bolj obiskane kot slovenske, saj slovenski uporabniki večino spletnega časa preživijo na tujih spletnih straneh. Izstopata Yahoo in Altavista, ki jih mesečno obiše več kot 50% mesečnih obiskovalcev. Več kot 30% mesečno obiskanost pa imajo štiri slovenske spletne predstavitve, in sicer TIS, Matkurja, Slowwwenia.com in Siol.net.

Mesečna obiskanost spletnih strani v letu 2000 je podobna mesečni spletni obiskanosti v letu 2001, saj je v obeh letih na prvem mestu Matkurja, sledijo pa TIS, Mobitel in Siol.net. Za spletno stran Matkurja je značilno linearno naraščanje mesečne obiskanosti. Leta 2001 več kot tretjina anketirancev mesečno obiskuje spletne strani: Matkurja, Yahoo, TIS in Altavista. Četrtnina anketiranih mesečno obiskuje strani: Mobitel, Siol, Slowwwenia in Arnes. Povzamemo lahko, da so strani na slovenskih strežnikih v primerjavi s tujimi stranmi vse bolj obiskane in tudi vedno več jih je.

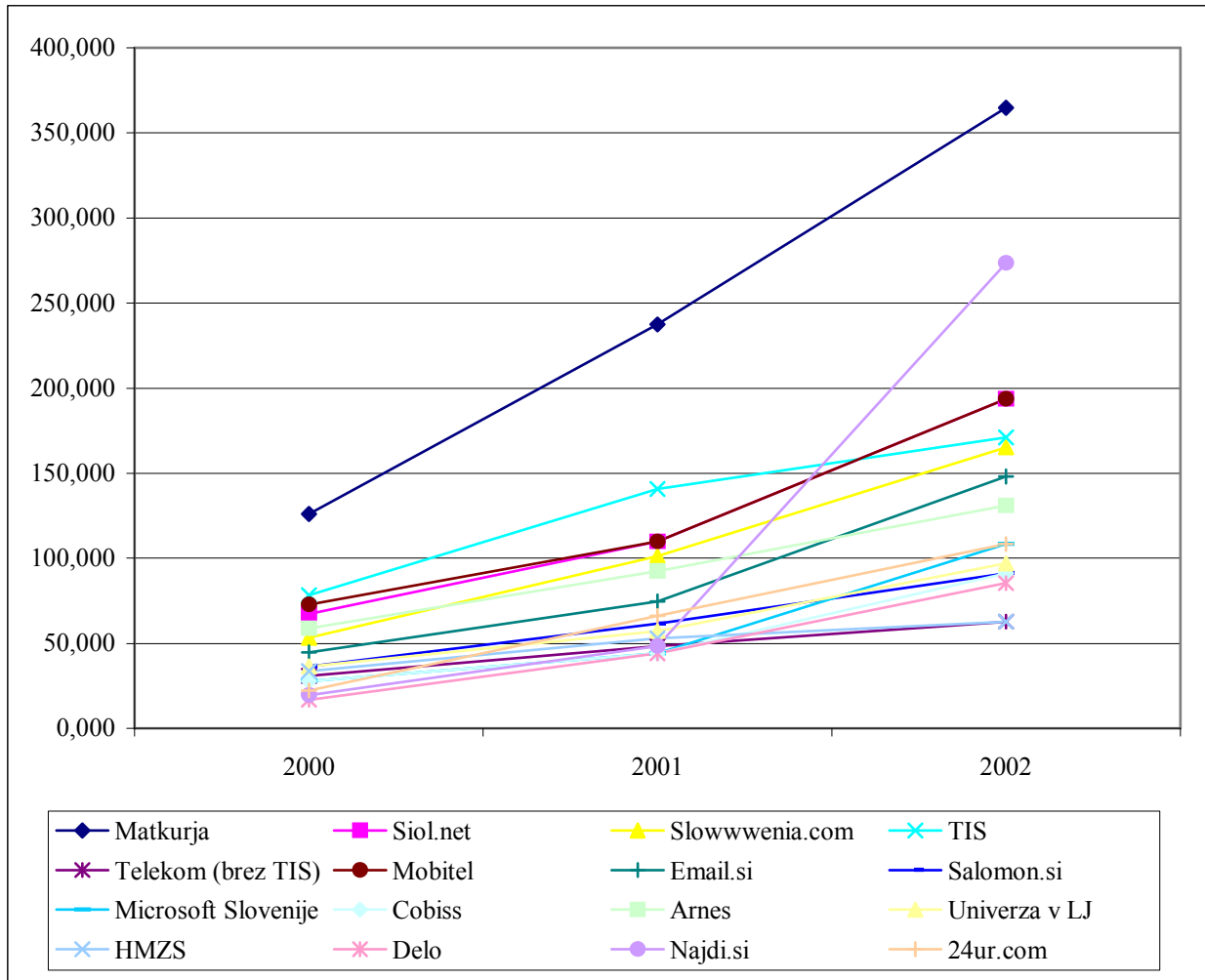
Leta 2002 se pojavijo nove spletne strani, prav tako pa se povečuje število spletnih strani, ki presegajo 10% mesečno obiskanost. Na vrhu mesečne obiskanosti je še vedno spletna stran Matkurja, močno pa se je povečal delež mesečne obiskanosti spletne strani Najdi.si, ki je leta 2001 dosegala 11% mesečno obiskanost, leta 2002 pa dosega 48% mesečno obiskanost. Zanimivo, da je mesečna obiskanost spletne strani Telekom SLO (brez imenika), od leta 2002, ostala enaka.

Oglejmo si še absolutno število mesečnih obiskovalcev spletnih strani in sicer glede na število uporabnikov interneta v celotni populaciji, po podatkih RIS(a) od leta 1999 do 2002.

Tabela 10: Mesečna obiskanost spletnih strani glede na celotno populacijo (RIS – 1999, 2000, 2001, 2002)

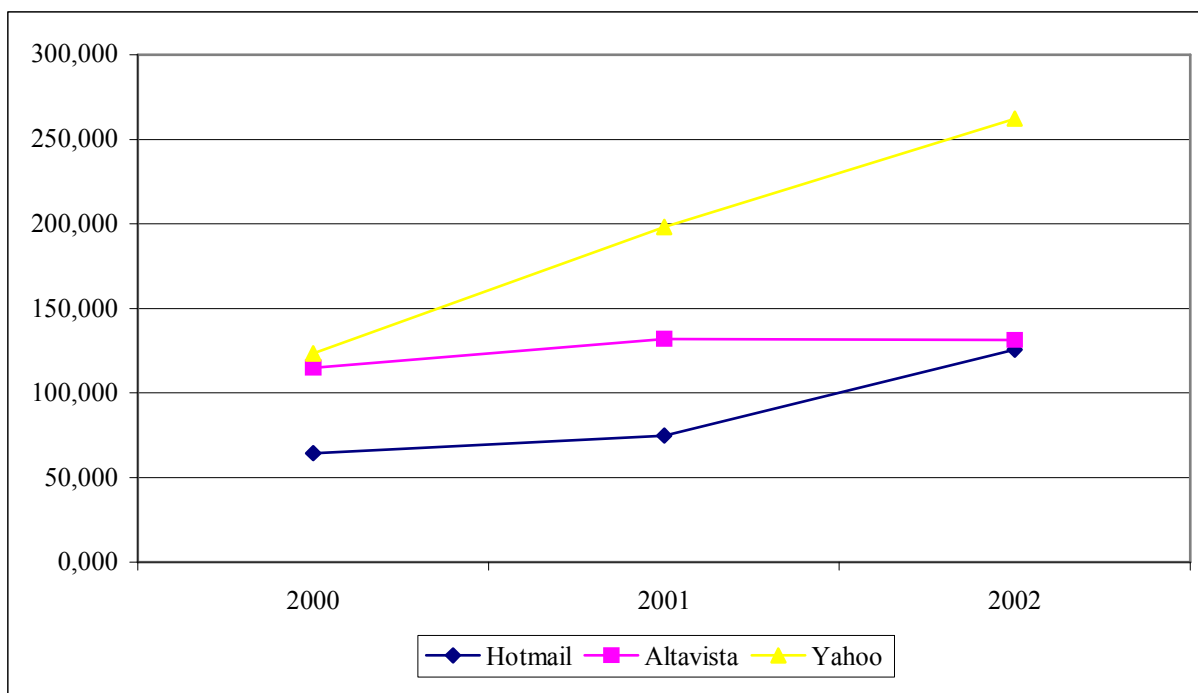
leto 1999		leto 2000		leto 2001		leto 2002	
WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno
Yahoo	148,800	Matkurja	126,000	Matkurja	237,600	Matkurja	364,800
Altavista	144,000	Yahoo	123,200	Yahoo.com	198,000	Najdi.si	273,600
TIS	105,600	Altavista	114,800	TIS	140,800	Yahoo	262,200
Mat'kurja	88,800	TIS	78,400	Altavista.com	132,000	Mobitel	193,800
Slowwwenia.com	88,800	Mobitel	72,800	Mobitel	110,000	Siol.net	193,800
Siol.net	69,600	Siol.net	67,200	Siol.net	110,000	TIS	171,000
CNN	52,800	Hotmail	64,400	Slowwwenia	101,200	Slowwwenia.com	165,300
MSN	55,200	Arnes	58,800	Arnes	92,400	Email.si	148,200
Info mediji	40,800	Slowwwenia.com	53,200	Email.si	74,800	Altavista	131,100
Amazon.com	40,800	Email.si	44,800	Hotmail	74,800	Arnes	131,100
NBA	40,800	Salomonov oglasnik	36,400	24ur.com	66,000	Google	131,100
Večer	36,000	Univerza v LJ	36,400	Slovista.com	61,600	Hotmail.com	125,400
Eon	24,000	HMZS	33,600	Salomon.si	61,600	24ur.com	108,300
24ur.com	24,000	Telekom (brez TIS)	30,800	Univerza v Ljubljani	57,200	Microsoft.com	108,300
Dnevnik	24,000	Simobil	30,800	HMZS	52,800	Univerza v LJ	96,900
Tucows	24,000	LjSE	30,800	Slo.net	52,800	Cobiss	91,200
		PIRS	30,800	LjSE	48,400	Salomon.si	91,200
		NLB	28,000	Najdi.si	48,400	Pinkponk	85,500
		Mladina.si	28,000	Telekom (brez TIS)	48,400	Delo	85,500
		Slovista.com	28,000	Cobiss	44,000	Simobil.si	79,800
		Cobiss	28,000	Delo	44,000	Uradni list	79,800
		Microsoft Slovenije	28,000	Dnevnik	44,000	Kolosej	79,800
		24ur.com	22,400	Eon	44,000	NLB	74,100
		Najdi.si	19,600	Microsoft Slovenije	44,000	HMZS	62,700
		Delo	16,800			Ljubljanska borza	62,700
						Telekom SLO (brez imenika)	62,700

V absolutnem smislu, glede na celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta se izkaže, da se število mesečnih obiskovalcev spletnih strani povečuje, kar je razvidno tudi iz slike 3 in 4.



Slika 3: Mesečna obiskanost slovenskih spletnih strani glede na celotno populacijo (RIS – 2000, 2001, 2002)

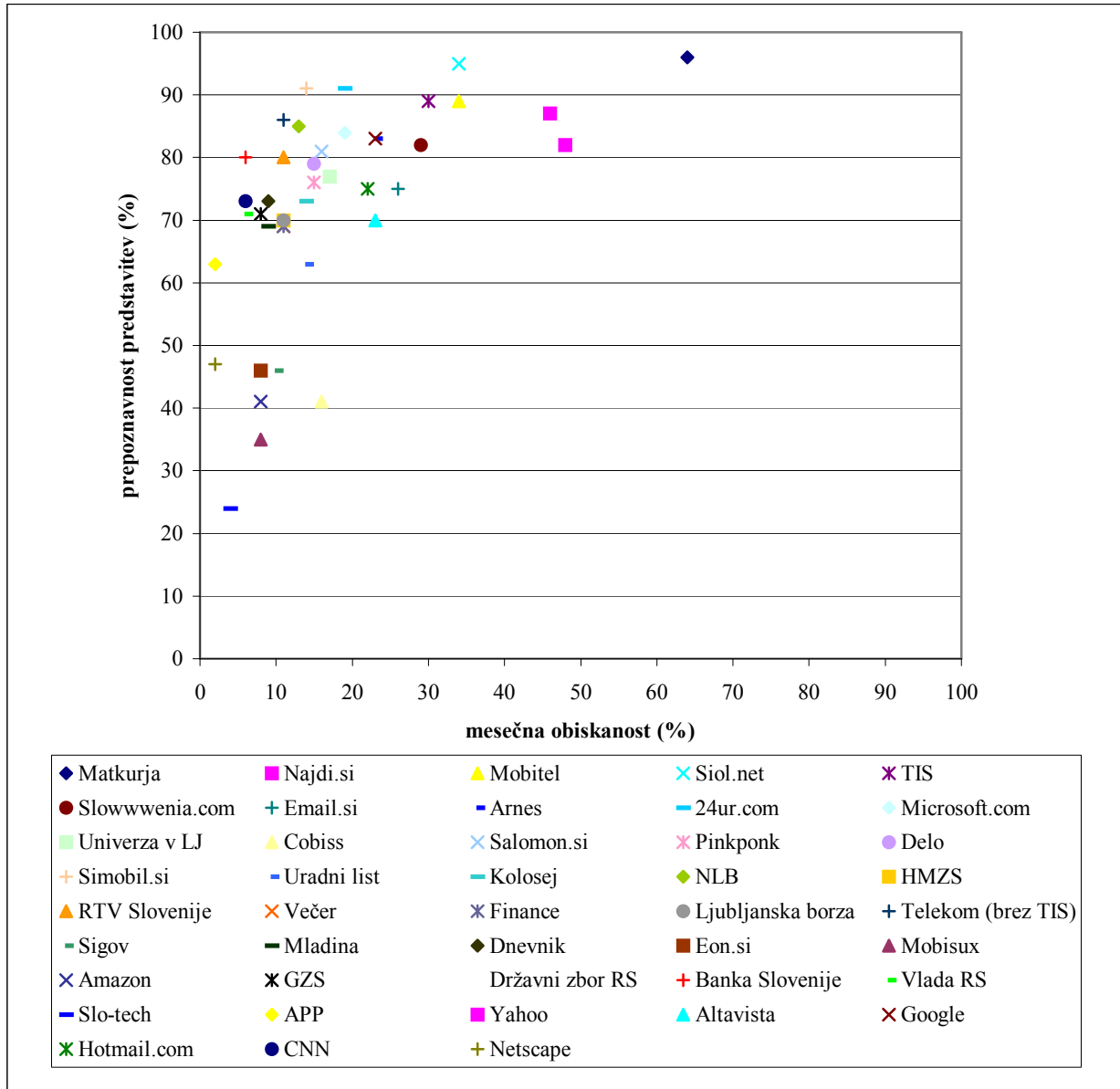
Mesečni doseg vseh slovenskih spletnih strani se glede na celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta povečuje. Najbolj pa se je povečala mesečna obiskanost spletne strani Matkurja in Najdi.si.



Slika 4: Mesečna obiskanost tujih spletnih strani glede na celotno populacijo (RIS – 2000, 2001, 2002)

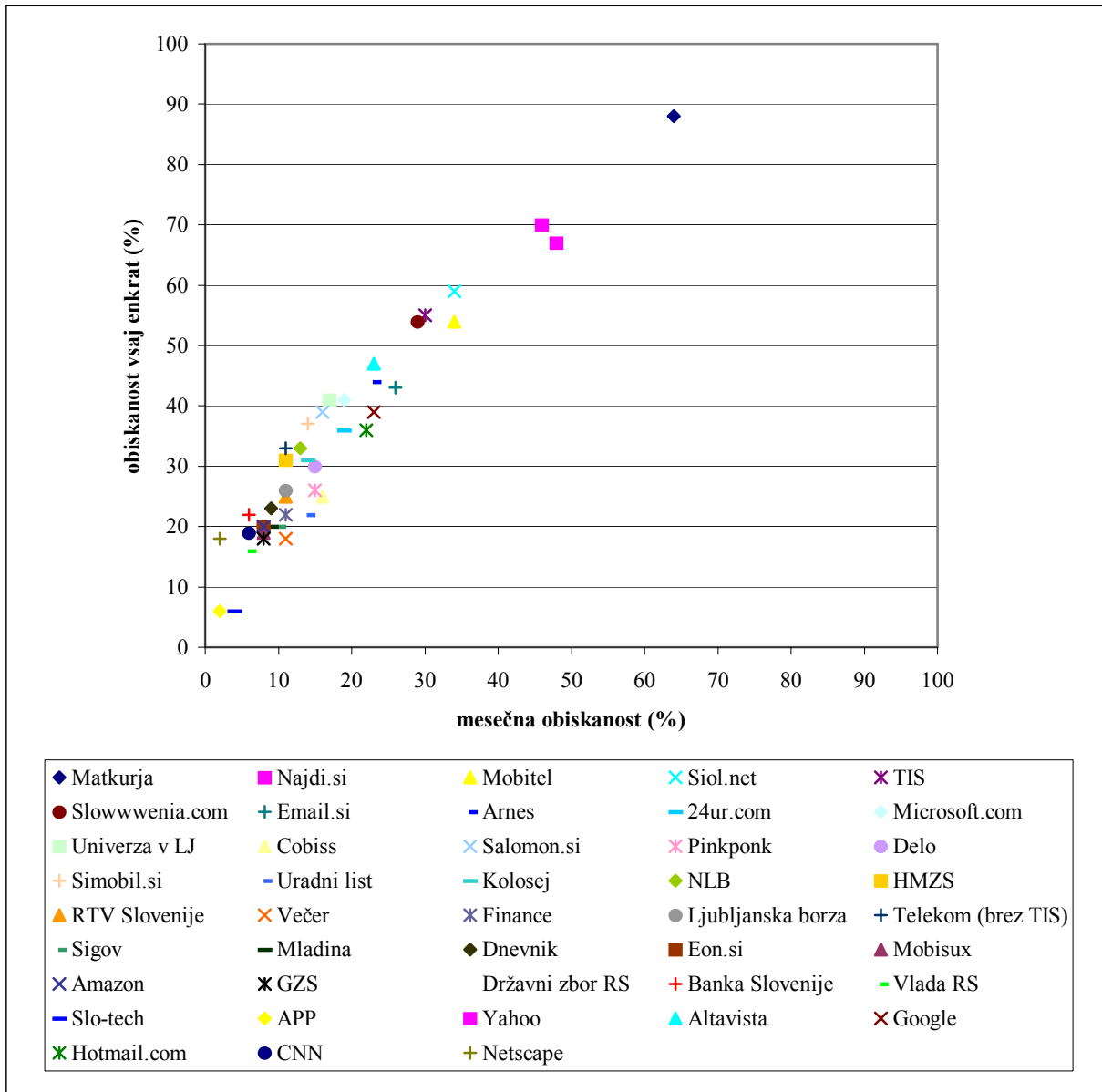
Prav tako se povečuje mesečni doseg tujih spletnih strani, razen spletna stran Altavista v letu 2001 in 2002 dosega enak mesečni doseg.

V nadaljevanju si podrobneje oglejmo mesečno obiskanost spletnih strani glede na vse obstale kategorije: prepoznavnost predstavitev, obiskanost vsaj enkrat, občasno obiskanost, tedensko obiskanost in dnevno obiskanost.



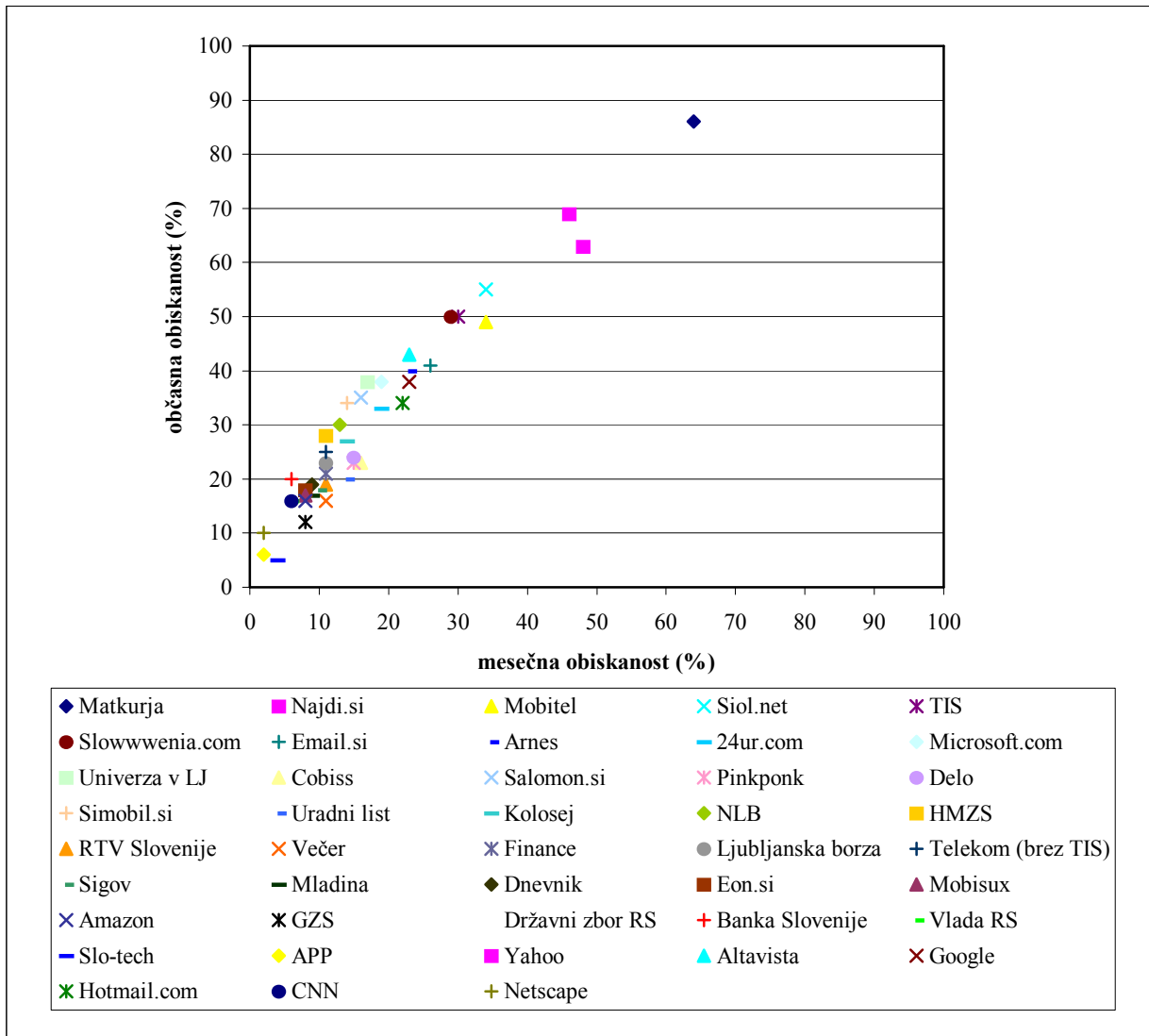
Slika 5: Mesečna obiskanost spletnih strani glede na prepoznavnost predstavitev spletnih strani (RIS, junij 2002)

Izkaže se, da je prepoznavnost vseh slovenskih spletnih strani precej večja kot je mesečna obiskanost teh strani. Povsem enako velja tudi za tuje spletne strani.



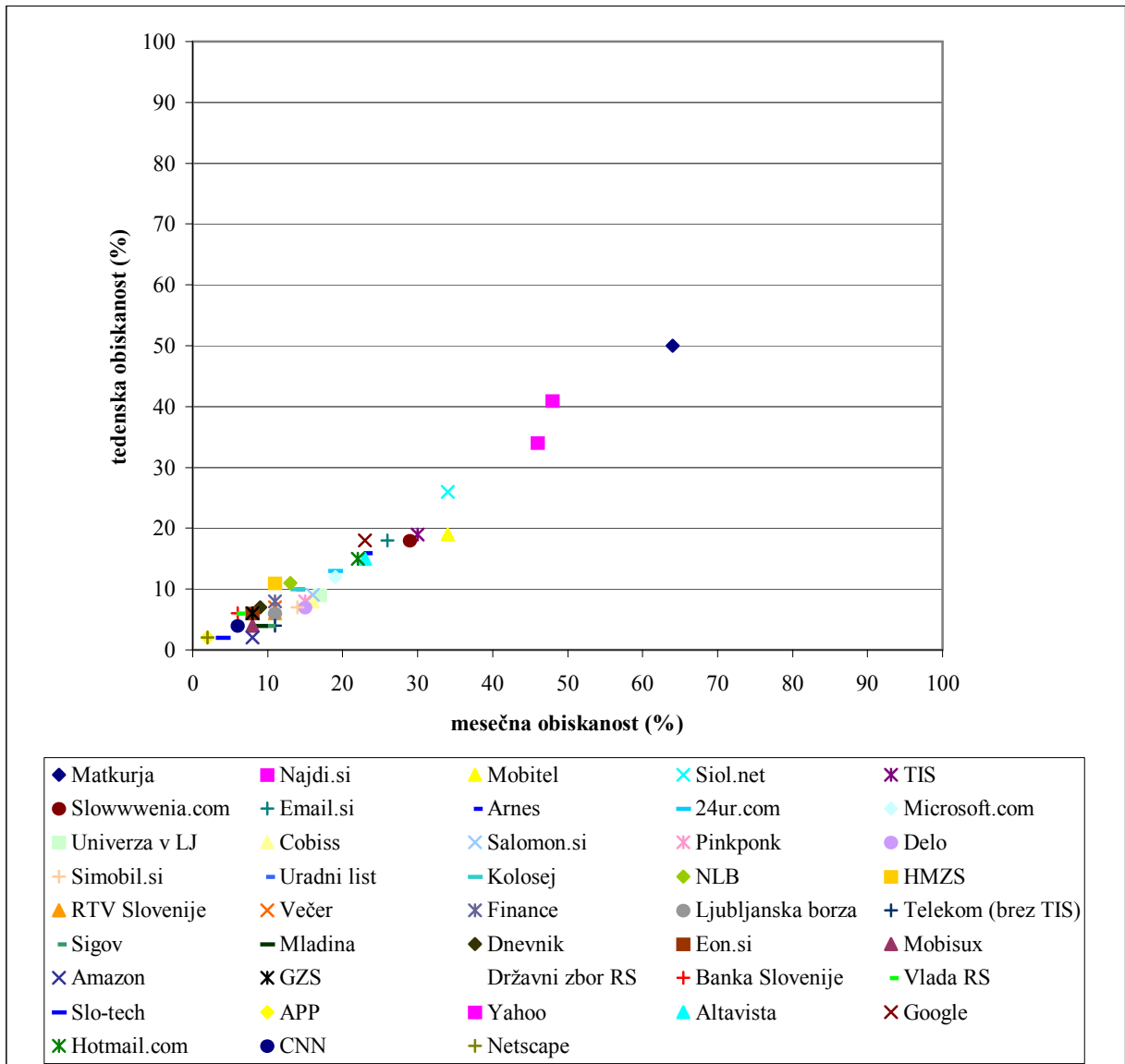
Slika 6: Mesečna obiskanost spletnih strani glede na obiskanost spletnih strani vsaj enkrat (RIS, junij 2002)

Izkaže se, da je obiskanost – vsaj enkrat – vseh slovenskih spletnih strani nekoliko večja kot je mesečna obiskanost teh strani. Podobno velja tudi za tuje spletne strani.



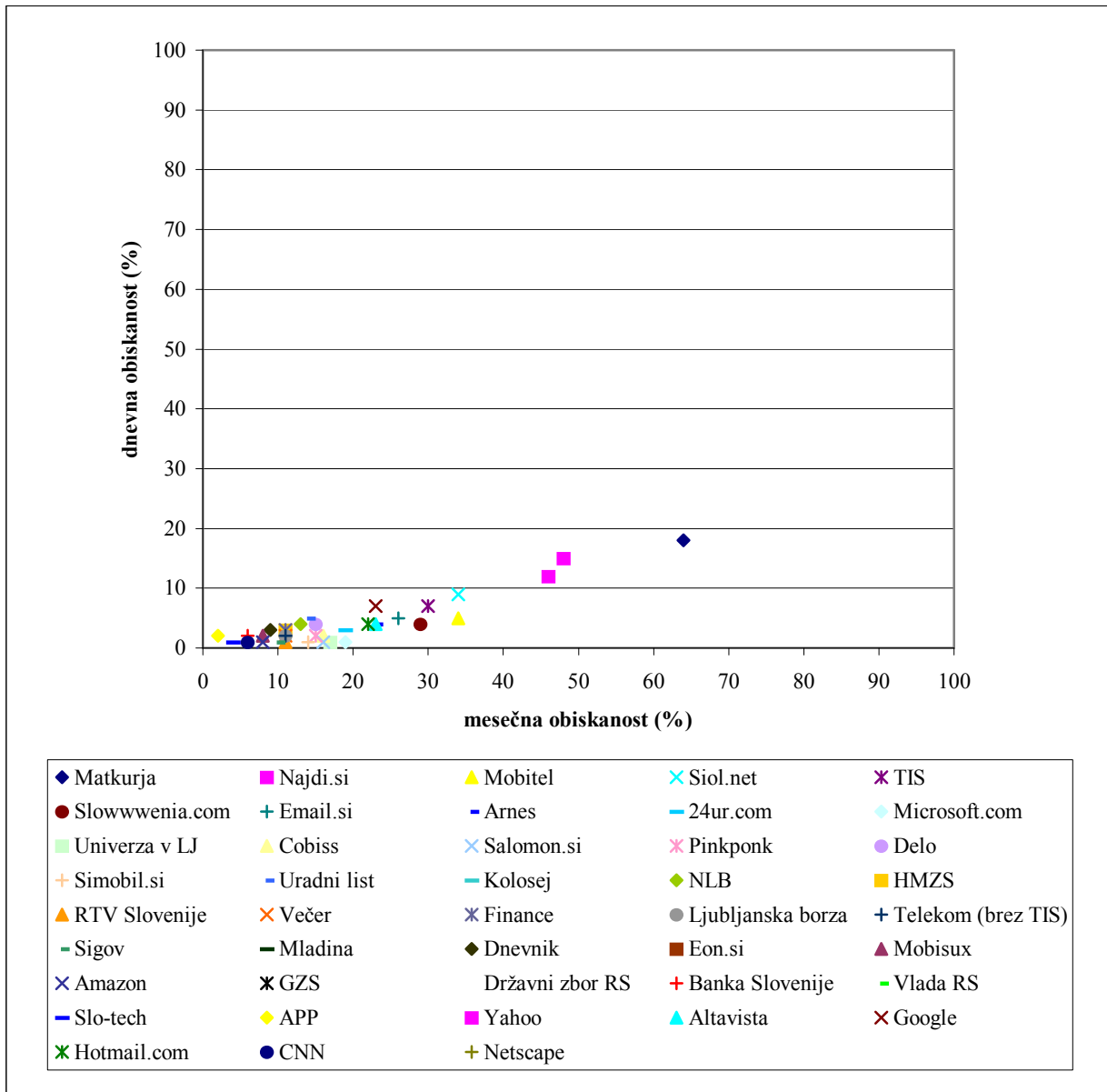
Slika 7: Mesečna obiskanost spletnih strani glede na občasno obiskanost spletnih strani (RIS, junij 2002)

Izkaže se, da je občasna obiskanost slovenskih in tujih spletnih strani še vedno nekoliko večja kot je mesečna obiskanost teh strani, čeprav se občasna obiskanost najbolj približuje mesečni obiskanost tako slovenskih kot tudi tujih spletnih strani.



Slika 8: Mesečna obiskanost spletnih strani glede na tedensko obiskanost spletnih strani (RIS, junij 2002)

Izkaže se, da je mesečna obiskanost slovenskih in tujih spletnih strani le nekoliko večja kot je tedenska obiskanost teh strani.



Slika 9: Mesečna obiskanost spletnih strani glede na dnevno obiskanost spletnih strani (RIS, junij 2002)

Izkaže se, da je mesečna obiskanost tako slovenskih kot tudi tujih spletnih strani precej večja kot je dnevna obiskanost teh strani.

2.5. Tedenska obiskanost spletnih strani

Tabela 11: Tedenska obiskanost spletnih strani (Eurostat in RIS – junij 2002)

<i>WWW strani</i>	<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>	<i>skupaj (%)</i>	<i>skupaj (n)</i>
Matkurja	46%	55%	50%	550
Najdi.si	39%	43%	41%	553
Yahoo	34%		34%	327
Siol.net	22%	31%	26%	553
TIS	21%	18%	19%	549
Mobitel	19%	20%	19%	373
Slowwwenia.com	20%	16%	18%	551
Google	18%		18%	327
Email.si	18%		18%	327
Arnes		16%	16%	226
Altavista	15%		15%	327
Hotmail.com	15%		15%	327
24ur.com	12%	14%	13%	379
Microsoft.com		12%	12%	226
HMZS		11%	11%	226
NLB		11%	11%	226
Uradni list		10%	10%	49
Kolosej		10%	10%	49
Univerza v LJ		9%	9%	226
Salomon.si		9%	9%	226
Pinkponk	9%	8%	8%	377
Finance	7%	10%	8%	375
Cobiss		8%	8%	226
Simobil.si		7%	7%	226
Večer	6%	8%	7%	375
Dnevnik	6%	8%	7%	377
Delo	7%	6%	7%	377
RTV Slovenije	4%	8%	6%	375
Eon.si	3%	10%	6%	376
Banka Slovenije		6%	6%	49
Vlada RS		6%	6%	49
GZS		6%	6%	49
Državni zbor RS		6%	6%	49
Ljubljanska borza		6%	6%	176
Mladina	6%	2%	4%	378
Sigov		4%	4%	226
Mobisux		4%	4%	226
CNN		4%	4%	226
Telekom SLO (brez imenika)		4%	4%	177
Amazon		2%	2%	226
Netscape		2%	2%	49
APP		2%	2%	49
Slo-tech		2%	2%	177

Spletna stran »Matkurja« dosega 50% tedensko obiskanost (odgovor »vsaj tedensko«), medtem ko ostale spletne strani dosegajo precej manjšo tedensko obiskanost. Strani, ki presegajo 20% tedensko obiskanost so: Najdi.si, Yahoo in Siol.net. Omeniti pa velja tudi spletne strani TIS, Mobitel, Slowwwenia.com, Google in Email.si, ki dosegajo 19% oz. 18% tedensko obiskanost.

2.6. Dnevna obiskanost spletnih strani

Tabela 12: Dnevna obiskanost spletnih strani (Eurostat in RIS – junij 2002)

<i>WWW strani</i>	<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>	<i>skupaj (%)</i>	<i>skupaj (n)</i>
Matkurja	18%	17%	18%	550
Najdi.si	14%	16%	15%	553
Yahoo	12%		12%	327
Siol.net	8%	10%	9%	553
TIS	6%	9%	7%	549
Google	7%		7%	327
Mobitel	5%	4%	5%	373
Email.si	5%		5%	327
Uradni list		5%	5%	49
Slowwwenia.com	4%	4%	4%	551
Arnes		4%	4%	226
Altavista	4%		4%	327
Hotmail.com	4%		4%	327
NLB		4%	4%	226
Delo	3%	5%	4%	377
24ur.com	3%	3%	3%	379
HMZS		3%	3%	226
Finance	3%	3%	3%	375
Dnevnik	1%	5%	3%	377
Pinkponk	2%		2%	377
Cobiss		2%	2%	226
Večer	1%	2%	2%	375
Banka Slovenije		2%	2%	49
Državni zbor RS		2%	2%	49
Ljubljanska borza		2%	2%	176
Mobisux		2%	2%	226
Telekom SLO (brez imenika)		2%	2%	177
APP		2%	2%	49
Microsoft.com		1%	1%	226
Univerza v LJ		1%	1%	226
Salomon.si		1%	1%	226
Simobil.si		1%	1%	226
RTV Slovenije	1%		1%	375
Sigov		1%	1%	226
CNN		1%	1%	226
Amazon		1%	1%	226
Slo-tech		1%	1%	177
Kolosej				49
Eon.si				376
Vlada RS				49
GZS				49
Mladina				378
Netscape				49

Spletne strani Matkurja (18%), Najdi.si (15%) ter Yahoo (12%) dosegajo v smislu dnevne obiskanosti največjo obiskanost. Sledijo Siol.net, TIS, Mobitel, Uradni list, Email.si ter Google, ki dosegajo 5-10% dnevno obiskanost.

3. Sociodemografske značilnosti mesečnih obiskovalcev spletnih strani

V nadaljevanju poročila so za mesečne obiskovalce spletnih strani – tisti, ki mesečno ali tedensko ali dnevno obiskujejo spletne strani – prikazane sociodemografske značilnosti.

Tabela 13: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

	<i>Vsaj mesečni obiskovalci spletnih strani</i>									
	<i>Matkurja</i>		<i>Yahoo</i>		<i>TIS</i>		<i>Slowwwenia.com</i>		<i>Mobitel</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
SPOLOŠNOST										
moški	174	67	88	52	87	35	80	27	72	49
ženske	170	62	62	39	81	28	78	29	55	25
STAROST										
12-19	96	74	39	43	34	23	46	36	51	54
20-29	103	67	56	58	40	24	40	26	43	35
30-49	128	58	49	43	79	39	62	27	25	19
50-65	17	42	6	23	13	35	11	30	6	60
IZOBRAZBA										
dokončana OŠ	89	73	36	45	29	21	37	33	41	50
poklicna šola	25	62	9	45	11	27	12	31	9	29
srednja šola	148	60	66	44	78	30	76	37	56	34
višja in visoka šola	81	59	38	50	49	37	38	27	19	22
REGIJA										
osrednja Slovenija	131	60	59	47	69	30	48	22	38	23
vzhodna Štajerska (MB)	52	60	17	34	24	28	29	35	15	28
savinjska (CE)	39	66	21	48	17	34	17	28	18	30
gorenjska	42	74	18	62	21	34	22	37	18	49
goriška	22	66	7	41	8	43	6	17	7	43
obala	23	69	9	43	6	35	13	27	10	69
dolenjska	20	71	10	48	13	54	11	28	7	65
prekmurje	18	60	9	43	8	22	12	43	13	76
ZAP. STATUS										
zaposlen	180	60	81	47	115	38	79	25	49	25
lastnik podjetja	4	55	2	40	0	0	0	0	1	9
samostojni podjetnik	7	39	2	29	1	6	2	11	0	0
samozaposleni strok.	2	34	1	50	0	0	1	17	1	17
svobodni poklici	1	25			0	0	1	25	0	0
pogodbeno delo	3	19			0	0	1	7	0	0
nezaposlen	8	39	6	43	1	4	5	23	6	20
upokojenec	3	21	1	17	1	7	1	7	1	10
osovnošolec	28	74	13	56	10	22	11	35	14	73
srednješolec	60	72	22	39	18	20	24	29	28	44
študent	47	73	22	55	20	25	29	43	26	55
kmetovalec/gospodinja	2	75			1	50	2	75	0	0
ZAČETEK UPORABE INTERNETA										
do 1995	26	70	12	54	14	49	13	25	8	19
1996-1998	108	68	57	52	63	36	57	34	47	44
1999-2000	155	63	56	39	64	25	62	26	46	27
po letu 2001	57	60	24	45	27	31	26	25	26	35

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, da med mesečnimi obiskovalci spletnih strani spletno stran »Matkurja« obiskujejo:

- mladi (stari do 29 let),
- moški, čeprav so razlike med spoloma minimalne,
- neizobraženi, čeprav so razlike glede na izobrazbo minimalne,
- v pogledu regij – gorenjska in dolenjska, čeprav so razlike med regijami minimalne,
- osnovnošolci, srednješolci in študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta, čeprav so razlike glede na začetek uporabe interneta minimalne.

Spletno stran »Yahoo« obiskujejo:

- moški,
- stari 20-29 let,
- izobraženi, čeprav so razlike glede na izobrazbo minimalne,
- v pogledu regij – gorenjska,
- študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »TIS« obiskujejo:

- stari 30 let in več,
- moški, čeprav so razlike glede na spol minimalne,
- izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- zaposleni in študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Slowwwenia.com« obiskujejo:

- glede na spol ni razlik,
- najmlajši, stari 12-19 let, čeprav so razlike glede na starost minimalne,
- neizobraženi, čeprav so razlike glede na izobrazbo minimalne,
- v pogledu regij – prekmurje, gorenjska in vzhodna Štajerska,
- študentje in osnovnošolci,
- dolgoletni uporabniki interneta, čeprav so razlike glede na začetek uporabe interneta minimalne.

Spletno stran »Mobitel« obiskujejo:

- moški,
- mladi (stari do 29 let),
- neizobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje, obala in dolenska,
- osnovnošolci, študentje in srednješolci,
- novi uporabniki interneta, čeprav so razlike glede na začetek uporabe interneta minimalne.

Tabela 14: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

	<i>Vsaj mesečni obiskovalci spletnih strani</i>									
	<i>Altavista</i>		<i>Najdi.si</i>		<i>Google</i>		<i>Siol.net</i>		<i>Hotmail</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
SPOL										
moški	47	28	137	50	45	27	94	33	32	19
ženske	27	17	133	48	33	21	95	34	41	26
STAROST										
12-19	18	20	74	60	26	29	47	38	31	34
20-29	24	25	82	52	25	26	53	34	28	29
30-49	26	23	101	45	23	20	77	31	12	11
50-65	5	20	14	37	4	15	11	43	1	4
IZOBRAZBA										
dokončana OŠ	19	23	67	59	22	27	44	38	29	35
poklicna šola	1	5	21	53	3	16	15	36	2	10
srednja šola	30	20	117	45	30	20	76	29	29	19
višja in visoka šola	24	31	66	52	22	28	54	36	14	18
REGIJA										
osrednja Slovenija	24	19	87	40	23	18	70	31	27	22
vzhodna Štajerska (MB)	11	22	47	53	14	27	31	35	8	16
savinjska (CE)	10	23	35	55	12	28	16	31	13	29
gorenjska	7	23	38	68	7	23	23	42	9	30
goriška	6	35	13	43	3	19	8	19	3	19
obala	5	25	17	37	6	29	12	29	4	19
dolenjska	6	29	17	64	7	33	17	64	5	24
prekmurje	5	24	16	55	5	24	11	43	4	19
ZAP. STATUS										
zaposlen	42	25	145	47	35	21	102	32	25	15
lastnik podjetja	1	25	3	45			0	0		
samostojni podjetnik	1	12	5	29	1	12	5	28		
samozaposleni strok.	2	67	1	17	1	33	2	50	1	33
svobodni poklici			0	0			1	25		
pogodbeno delo			1	9			2	13		
nezaposlen			10	39			4	25	3	20
upokojenec			1	7	1	14	3	20		
osnovnošolec	5	21	19	52	10	42	13	39	5	21
srednješolec	13	22	48	62	12	21	31	40	24	41
študent	11	28	38	50	16	40	25	37	16	39
kmetovalec			2	75	1	100	1	50		
ZAČETEK UPORABE INTERNETA										
do 1995	5	32	18	58	8	35	11	21	6	29
1996-1998	30	27	86	51	27	24	61	35	36	33
1999-2000	32	22	119	49	32	22	79	33	23	16
po letu 2001	5	9	47	47	11	20	38	40	7	13

Med mesečnimi obiskovalci spletnih strani se nakazuje, da spletno stran "Altavista" obiskujejo:

- moški,
- glede na starost so razlike minimalne,
- izobraženi,
- v pogledu regij – goriška,
- samozaposleni strokovnjaki,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Najdi.si« obiskujejo:

- med spoloma ni razlik,
- najmlajši,
- neizobraženi, čeprav so razlike glede na izobrazbo minimalne,
- v pogledu regij – gorenjska, čeprav so razlike med regijami minimalne,
- srednješolci,
- dolgoletni uporabniki interneta, čeprav so razlike glede na začetek uporabe interneta minimalne.

Spletno stran »Google« obiskujejo:

- moški,
- mladi (do 29 let),
- najbolj in najmanj izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- osnovnošolci in študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Siol.net« obiskujejo:

- med spoloma ni razlik,
- glede na starost so razlike minimalne,
- glede na izobrazbo so razlike minimalne,
- v pogledu regij – dolenjska,
- srednješolci, osnovnošolci in študentje,
- novi uporabniki interneta.

Spletno stran »Hotmail« obiskujejo:

- ženske,
- najmlajši,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – gorenjska in savinjska,
- srednješolci in študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Tabela 15: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

	Vsaj mesečni obiskovalci spletnih strani									
	Email		Pinkponk		Dnevnik		Eon.si		Delo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
SPOL										
moški	39	24	38	17	23	9	22	15	25	20
ženske	42	27	23	14	16	10	5	4	22	12
STAROST										
12-19	32	34	33	43	9	10	8	9	7	10
20-29	22	23	19	12	15	13	9	10	18	19
30-49	23	20	7	6	12	8	9	7	17	13
50-65	4	12	2	3	2	3	1	3	5	32
IZOBRAZBA										
dokončana OŠ	27	30	31	43	10	11	8	9	7	10
poklicna šola	5	26	4	10	0	0	2	8	2	8
srednja šola	34	24	19	9	16	9	9	5	14	7
višja in visoka šola	16	20	8	9	13	13	9	14	22	35
REGIJA										
osrednja Slovenija	18	14	18	12	16	8	11	8	19	11
vzhodna Štajerska (MB)	12	24	7	12	4	17	3	3	7	26
savinjska (CE)	20	48	13	26	5	7	7	21	6	19
gorenjska	13	36	9	25	5	15	3	12	5	15
goriška	1	4	3	7	4	11	1	25	1	2
obala	9	43	2	5	1	2	0	0	0	0
dolenjska	6	27	2	4	1	3	0	0	4	58
prekmurje	5	25	4	10	1	3	2	5	2	5
ZAP. STATUS										
zaposlen	38	22	17	6	24	9	16	10	33	19
lastnik podjetja			0	0	0	0	0	0	0	0
samostojni podjetnik			0	0	0	0	0	0	0	0
samozaposleni strok.	1	16	1	8	0	0	0	0	0	0
svobodni poklici			0	0	0	0	0	0	0	0
pogodbeno delo			0	0	0	0	0	0	0	0
nezaposlen	3	18	4	14	0	0	0	0	1	8
upokojenec	1	12	0	0	0	0	0	0	0	0
osnovnošolec	8	33	9	49	2	3	1	1	1	1
srednješolec	18	31	20	43	8	15	7	14	6	13
študent	14	42	9	25	5	15	3	6	4	7
kmetovalec			0	0	0	0	1	25	0	0
ZAČETEK UPORABE INTERNETA										
do 1995	4	17	4	6	3	53	4	9	4	57
1996-1998	20	18	14	16	17	6	6	9	21	26
1999-2000	42	30	28	16	16	17	13	9	14	7
po letu 2001	14	27	14	17	4	7	5	9	8	14

Med mesečnimi obiskovalci spletnih strani se nakazuje, da spletno stran »Email« obiskujejo:

- ženske, čeprav so razlike med spoloma minimalne,
- najmlajši,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – savinjska in obala,
- študentje, osnovnošolci in srednješolci,
- novi uporabniki interneta.

Spletno stran »Pinkponk« obiskujejo:

- moški, čeprav so razlike med spoloma minimalne,
- najmlajši, stari 12- 19 let,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – savinjska in gorenjska,
- srednješolci in osnovnošolci,
- novi uporabniki interneta.

Spletno stran »Dnevnik« obiskujejo:

- med spoloma ni razlik,
- mladi, stari 12-19 let in 20-29 let,
- izobraženi,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska in gorenjska,
- študentje in srednješolci,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Eon.si« obiskujejo:

- moški,
- mladi (12-19 let in 20-29 let),
- izobraženi,
- v pogledu regij – goriška in savinjska,
- srednješolci in zaposleni,
- glede na začetek uporabe interneta so razlike minimalne.

Spletno stran »Delo« obiskujejo:

- moški,
- starejši, stari 30 let in več,
- izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- zaposleni,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Tabela 16: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

	Vsaj mesečni obiskovalci spletnih strani									
	Večer		24 ur.com		Finance		RTV		Mladina	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
SPOL										
moški	27	16	43	23	22	14	27	13	18	10
ženske	13	7	35	16	20	9	15	9	23	10
STAROST										
12-19	15	13	26	26	4	2	18	20	19	16
20-29	9	8	27	23	18	16	14	11	13	10
30-49	15	11	20	9	15	9	9	6	8	6
50-65	2	3	4	31	6	35	1	2	2	4
IZOBRAZBA										
dokončana OŠ	12	12	19	22	1	1	14	17	12	12
poklicna šola	2	8	4	10	3	11	1	3	0	0
srednja šola	15	10	34	17	17	13	15	9	20	8
višja in visoka šola	11	12	19	21	20	18	11	11	8	13
REGIJA										
osrednja Slovenija	4	2	21	10	20	10	13	9	12	7
vzhodna Štajerska (MB)	20	41	10	26	8	14	5	11	4	15
savinjska (CE)	6	9	7	8	3	13	11	13	13	14
gorenjska	3	5	14	33	3	5	3	12	6	16
goriška	2	5	6	42	3	9	2	7	0	0
obala	0	0	5	11	2	5	4	10	2	6
dolenjska	1	3	6	63	1	50	1	3	3	7
prekmurje	3	30	5	34	2	5	5	35	3	31
ZAP. STATUS										
zaposlen	19	8	39	15	32	16	20	7	16	7
lastnik podjetja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
samostojni podjetnik	2	10	0	0	1	6	0	0	0	0
samozaposleni strok.	0	0	0	0	1	6	0	0	0	0
svobodni poklici	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pogodbeno delo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
nezaposlen	1	8	1	8	1	4	0	0	0	0
upokojenec	0	0	1	7	1	6	0	0	0	0
osnovnošolec	3	4	5	6	0	0	4	5	8	18
srednješolec	9	16	14	31	1	1	9	23	3	9
študent	4	14	17	36	5	12	8	21	13	22
kmetovalec/gospodinja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZAČETEK UPORABE INTERNETA										
do 1995	2	7	4	11	5	16	5	59	3	53
1996-1998	13	12	37	35	16	10	16	18	21	19
1999-2000	17	9	20	9	16	10	20	9	17	8
po letu 2001	7	10	17	19	4	11	2	2	1	1

Nakazuje se, da spletno stran »Večer« obiskujejo:

- moški,
- stari do 49 let,
- glede na izobrazbo so razlike minimalne,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska,
- srednješolci in študentje,
- glede na začetek uporabe interneta so razlike minimalne.

Spletno stran »24ur.com« obiskujejo:

- moški,
- mlajši, stari 12-19 in 20-29 let, čeprav so razlike glede na starost minimalne,
- razlike glede na izobrazbo so minimalne,
- v pogledu regij – dolenjska,
- študentje in srednješolci,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Finance« obiskujejo:

- moški,
- najstarejši,
- izobraženi,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska in savinjska,
- zaposleni in študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »RTV« obiskujejo:

- moški,
- mladi,
- najmanj izobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje,
- srednješolci in študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Mladina« obiskujejo:

- med spoloma ni razlik,
- mladi,
- neizobraženi in visoko izobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje,
- študentje in osnovnošolci,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Tabela 17: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

	<i>Vsaj mesečni obiskovalci spletnih strani</i>									
	<i>Cobiss</i>		<i>Hidro. zavod</i>		<i>Univerza v LJ</i>		<i>NLB</i>		<i>Mobisux</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
SPOL										
moški	15	17	23	18	17	18	20	16	10	10
ženske	18	16	10	7	24	16	16	11	10	7
STAROST										
12-19	3	9	1	2	4	6	0	0	4	10
20-29	16	26	7	10	23	34	6	9	7	9
30-49	12	10	19	14	13	8	25	18	9	8
50-65	1	3	4	14	1	3	4	35	0	0
IZOBRAZBA										
dokončana OŠ	3	9	1	2	4	6	0	0	5	11
poklicna šola	0	0	4	20	1	6	3	14	3	13
srednja šola	15	21	14	11	22	20	14	11	11	9
višja in visoka šola	15	23	12	16	13	17	18	28	2	6
REGIJA										
osrednja SLO	11	12	15	13	18	18	21	18	10	10
vzhodna Štajerska	7	25	4	12	5	8	2	9	5	13
savinjska	1	4	0	0	5	27	1	4	1	4
gorenjska	4	17	4	10	6	26	4	10	4	10
goriška	4	37	2	9	2	9	0	0	0	0
obala	3	10	1	4	4	15	1	4	1	4
dolenjska	1	5	5	28	1	6	5	72	0	0
prekmurje	2	31	0	0	1	7	1	7	0	0
POGOSTOST UPORABE I.										
večkrat dnevno	14	20	17	19	16	22	22	27	10	14
skoraj vsak dan	9	26	7	9	12	20	9	16	3	9
nekajkrat tedensko	6	11	5	8	11	18	2	3	4	6
nekajkrat mesečno	2	3	4	7	3	5	3	5	3	5
ZAP. STATUS										
zaposlen	18	13	22	13	20	14	29	19	9	6
lastnik podjetja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
samostojni podjetnik	0	0	2	17	2	20	2	20	0	0
samozap. strokovnjak	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0
svobodni poklici	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pogodbeno delo	0	0	2	25	0	0	1	13	1	13
nezaposlen	0	0	1	17	1	17	1	17	0	0
upokojenec	0	0	2	25	1	17	1	13	0	0
osnovnošolci	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
srednješolci	3	13	1	2	4	9	0	0	5	17
študent	11	49	2	11	12	39	1	3	5	19
gospodinja	0	0	1	50	0	0	0	0	1	50
ZAČETEK UPORABE I.										
do 1995	6	65	2	53	2	6	4	13	2	6
1996-1998	21	40	11	15	15	23	11	17	8	16
1999-2000	5	5	14	9	15	13	15	11	7	5
po letu 2001	1	2	5	11	9	17	5	10	2	4

Spletno stran »Cobiss« obiskujejo:

- med spoloma ni razlik,
- mladi,
- izobraženi,
- v pogledu regij – goriška in prekmurje,
- pogosti uporabniki interneta,
- študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Hidrometeorološki zavod« obiskujejo:

- moški,
- starejši,
- izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- zelo pogosti uporabniki interneta,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Univerza v LJ« obiskujejo:

- med spoloma so razlike minimalne,
- stari 20-29 let,
- izobraženi,
- v pogledu regij – savinjska in gorenjska,
- pogosti uporabniki interneta,
- študentje,
- glede na začetek uporabe interneta so razlike minimalne.

Spletno stran »NLB« obiskujejo:

- moški,
- najstarejši,
- izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- zelo pogosti uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Mobisux« obiskujejo:

- moški (razlike med spoloma so minimalne),
- stari do 49 let,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska, osrednja Slovenija in gorenjska,
- pogosti uporabniki interneta,
- gospodinje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Tabela 18: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

	Vsaj mesečni obiskovalci spletnih strani													
	CNN		Microsoft		Amazon		Arnes		Simobil		Sigov		Salomon	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
SPOL														
moški	11	11	28	27	14	10	27	24	12	14	13	12	24	22
ženske	5	3	17	13	8	5	27	21	22	15	8	7	16	13
STAROST														
12-19	1	2	10	19	5	7	15	38	16	33	1	2	9	21
20-29	5	7	15	23	6	8	14	21	9	12	8	13	13	21
30-49	7	4	16	17	11	7	22	19	9	10	12	10	19	14
50-65	2	29	5	38	1	3	3	10	1	25	1	25	0	0
IZOBRAZBA														
dokončana OŠ	2	3	10	20	5	7	16	39	17	34	1	2	9	21
poklicna šola	0	0	6	28	2	9	4	19	2	10	0	0	4	18
srednja šola	3	5	22	23	9	8	20	20	12	9	9	12	16	16
višja in visoka šola	11	15	8	15	8	12	15	19	3	7	11	15	11	18
REGIJA														
osrednja SLO	9	7	16	16	10	8	18	15	8	8	9	10	16	17
vzhodna Štajerska	3	10	10	29	3	5	14	39	15	37	1	2	7	20
savinjska	0	0	4	16	2	7	2	7	1	4	2	8	2	8
gorenjska	3	13	8	30	3	7	11	40	4	9	3	13	8	19
goriška	0	0	1	4	1	25	3	12	1	4	1	4	1	25
obala	0	0	3	11	0	0	4	16	2	7	2	7	3	12
dolenjska	1	5	3	60	2	10	1	6	1	50	2	56	2	10
prekmurje	0	0	4	47	2	32	2	34	3	19	2	32	2	13
POGOSTOST UPORABE I.														
večkrat dnevno	7	9	24	29	14	11	23	27	12	19	12	12	18	28
skoraj vsak dan	5	6	7	14	4	10	12	15	7	15	6	12	10	17
nekajkrat tedensko	2	5	14	25	5	8	16	30	9	14	2	5	9	15
nekajkrat mesečno	2	3	1	2	0	0	4	6	5	8	1	2	4	6
ZAP. STATUS														
zaposlen	9	21	27	18	12	7	24	15	8	6	14	10	22	15
lastnik podjetja	0	0	0	0	0	0	1	17	0	0	0	0	0	0
samostojni podjetnik	0	0	1	9	1	10	2	20	2	20	1	13	1	13
samozap. strokovnjak	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
svobodni poklici	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0
pogodbeno delo	1	13	1	13	0	0	0	0	0	0	0	0	2	25
nezaposlen	2	34	0	0	0	0	1	17	0	0	0	0	1	17
upokojenec	0	0	1	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
osnovnošolci	0	0	2	11	2	10	2	30	3	17	0	0	2	10
srednješolci	2	4	8	23	3	6	13	43	13	40	1	2	6	23
študent	1	3	5	30	5	18	9	34	6	20	6	26	4	17
gospodinja	0	0	0	0	0	0	1	50	1	50	0	0	1	50
ZAČETKE UPORABE I.														
do 1995	3	9	6	65	6	18	6	19	1	3	3	56	6	66
1996-1998	6	9	16	29	8	11	15	23	8	14	13	21	14	25
1999-2000	5	3	18	13	7	5	23	22	17	15	5	5	17	14
po letu 2001	2	6	6	13	1	2	10	19	7	11	1	2	3	5

Spletno stran »CNN« obiskujejo:

- moški,
- najstarejši,
- izobraženi,
- v pogledu regij – gorenjska in vzhodna Štajerska,
- pogosti uporabniki interneta,
- zaposleni in nezaposleni,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Microsoft« obiskujejo:

- moški,
- starejši,
- manj izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- pogosti uporabniki interneta,
- študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Amazon« obiskujejo:

- moški,
- mladi,
- izobraženi (razlike glede na izobrazbo so minimalne),
- v pogledu regij – prekmurje in goriška,
- zelo pogosti uporabniki interneta,
- študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Arnes« obiskujejo:

- moški (razlike med spoloma so minimalne),
- najmlajši,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – gorenjska in vzhodna Štajerska,
- pogosti uporabniki interneta,
- srednješolci,

- glede na začetek uporabe interneta so razlike minimalne.

Spletno stran »Simobil« obiskujejo:

- med spoloma so razlike minimalne,
- mladi,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- pogosti uporabniki interneta,
- srednješolci,
- novi uporabniki interneta.

Spletno stran «Sigov» obiskujejo:

- moški,
- starejši,
- izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- pogosti uporabniki interneta,
- svobodni poklici,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Salomon« obiskujejo:

- moški,
- mladi,
- neizobraženi (razlike glede na izobrazbo so minimalne),
- v pogledu regij – goriška,
- zelo pogosti uporabniki interneta,
- pogodbeni delavci in srednješolci,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Tabela 19: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

	<i>Vsaj mesečni obiskovalci spletnih strani</i>											
	<i>Banka SLO</i>		<i>Uradni list</i>		<i>Kolosej</i>		<i>Netscape</i>		<i>APP</i>		<i>DZ</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
SPOLE												
moški	1	6	4	21	1	6	1	6			2	11
ženske	2	6	4	13	6	20			1	3	2	6
STAROST												
12-19					2	25						
20-29	3	14	3	26	3	14	1	4	1	4	3	14
30-49			2	12	1	6					1	6
50-65												
IZOBRAZBA												
dokončana OŠ					2	25						
poklicna šola					3	30						
srednja šola	3	15	4	20			1	5	1	5	3	14
višja in visoka šola			3	27	1	10					1	9
REGIJA												
osrednja SLO	1	4	3	12	6	23						
vzhodna Štajerska	1	12	1	14	1	12			1	12	1	14
savinjska			1	20							1	20
gorenjska												
goriška			1	50								
obala												
dolenjska												
prekmurje			1	50			1	50			1	50
POGOSTOST UPORABE I.												
večkrat dnevno	1	8	3	21	2	15			1	7	1	8
skoraj vsak dan	1	14	3	43	1	14						
nekajkrat tedensko	1	5	2	10	3	17	1	5			2	11
nekajkrat mesečno												
ZAP. STATUS												
zaposlen	2	6	6	18	4	12			1	3	1	3
lastnik podjetja												
osnovnošolci												
srednješolci					2	33						
študent	1	14	2	33			1	17			2	33
ZAČETEK UPORABE I.												
do 1995			1	100	1	100						
1996-1998	1	7	4	29	2	15	1	8			2	14
1999-2000	1	4	2	9	4	18					1	4
po letu 2001	1	9	1	9					1	8	1	9

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, čeprav ni statistično značilno, da spletno stran »Banka SLO« obiskujejo:

- med spoloma ni razlik,
- stari 20-29 let,
- tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska,
- pogosti uporabniki interneta,
- študentje,
- novi uporabniki interneta.

Spletno stran »Uradni list« obiskujejo:

- moški,
- stari 20-49 let,
- izobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje in goriška,
- pogosti uporabniki interneta,
- študentje in zaposleni,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Kolosej« obiskujejo:

- ženske,
- najmlajši,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija in vzhodna Štajerska,
- pogosti uporabniki interneta,
- srednješolci,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »Netscape« obiskujejo:

- moški,
- stari 20-29 let,
- tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo,
- pogosti uporabniki interneta,
- študentje,

- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »APP« obiskujejo:

- ženske,
- stari 20-29 let,
- tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska,
- zelo pogosti uporabniki interneta,
- zaposleni,
- novi uporabniki interneta.

Spletno stran »Državni zbor« obiskujejo:

- moški,
- stari 20-29 ter 30-49 let,
- izobraženi,
- pogosti uporabniki interneta,
- študentje,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Tabela 20: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

	<i>Vsaj mesečni obiskovalci interneta</i>					
	<i>Slo-tech</i>		<i>Ljubljanska borza</i>		<i>Telekom SLO (brez imenika)</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
SPOL						
moški	5	5	11	12	14	15
ženske	2	2	9	11	5	6
STAROST						
12-19	3	9	2	6	4	11
20-29	3	7	6	15	7	17
30-49	1	1	13	15	8	9
50-65					1	6
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	3	9	2	6	4	11
poklicna šola	2	18			4	36
srednja šola	1	1	8	10	8	10
višja in visoka šola	1	2	10	20	3	6
REGIJA						
osrednja Slovenija	1	1	10	15	5	7
vzhodna Štajerska (MB)	1	3	2	6	2	10
savinjska (CE)			1	7	1	8
gorenjska	1	4	3	14	3	14
goriška					1	8
obala	1	8	1	8	1	8
dolenjska			2	22	3	30
prekmurje	2	33	1	14	3	43
ZAP. STATUS						
zaposlen	3	3	14	14	10	10
samostojni podjetnik			2	40	2	40
pogodbeno delo			1	25		
nezaposlen					1	33
upokojenec					1	25
osnovnošolec			1	10	2	20
srednješolec	3	12	1	4	2	8
študent	1	5	2	9	2	9
ZAČETEK UPORABE INTERNETA						
do 1995			1	6	1	6
1996-1998	4	8	11	23	5	10
1999-2000	2	2	7	9	10	12
po letu 2001			2	6	3	9
POGOSTOST UPORABE I.						
večkrat dnevno	5	7	10	15	8	12
skoraj vsak dan	1	2	7	17	3	7
nekajkrat tedensko	1	3	3	8	7	19
nekajkrat mesečno					1	3

Nakazuje se, čeprav ni statistično značilno, da spletno stran »Slo-tech« obiskujejo:

- moški,
- mladi,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje,
- srednješolci,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- zelo pogosti uporabniki interneta.

Spletno stran »Ljubljanska borza« obiskujejo:

- razlike med spoloma so minimalne,
- stari 20-29 let ter 30-49 let,
- izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska,
- samostojni podjetniki,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- zelo pogosti uporabniki interneta.

Spletno stran »Telekom SLO – brez imenika« obiskujejo:

- moški,
- mladi,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje in dolenjska,
- samostojni podjetniki in nezaposleni,
- novi uporabniki interneta,
- glede na pogostost uporabe interneta so razlike minimalne.