

# **RABA INTERNETA V SLOVENIJI**

**Center za metodologijo in informatiko (CMI)  
Fakulteta za družbene vede  
Univerza v Ljubljani**



<http://www.ris.org>

**RIS 96/1 - Sumarnik**

*Oktober, 1996.*

Pripravila: Damijana Kocjanc

## PREDGOVOR

• Projekt *Raba Interneta v Sloveniji (RIS)* je podrobno osvetlil razširjenost in značilnost uporabe Interneta v Sloveniji. Na naslednjih straneh so predstavljeni rezultati treh osnovnih anket, ki so bile v okviru projekta RIS izvedene v letu 1996:

- anketa gospodinjstev;
- anketa podjetij;
- anketa na WWW.

Ker gre za tri obsežne ankete, se pričujoči prikaz omejuje le na osnovne porazdelitve odgovorov in kratke komentarje. Obdelana so vsa vprašanja, ki so bila vključena v zgoraj omenjene tri ankete.

Navedene ankete so bile predvidene že v predlogu raziskave RIS96/1. Dodatno so bile v okviru projekta RIS opravljene še naslednje raziskave:

- a) anketa o Internetu med šolskimi zavodi (srednje šole, osnovne šole, dijaški domovi, vrtci);
- b) anketa o Internetu med društvi.

Kontrolna vprašanja o Internetu so bila vključena tudi v naslednje ankete:

- c) anketa med srednješolci;
- d) anketa Slovensko javno mnenje;
- e) telefonske ankete Centra za javno mnenje FDV;
- f) redne projekte podjetij STIK, Gral, ITEO, IMR.

V jeseni 1996 je bila opravljena še dodatna raziskava:

- g) RIS96/2

Raziskava RIS96/2 je bila izvedena na vzorcu 4000 slovenskih gospodinjstev in je poleg rabe Interneta osvetlila predvsem širšo uporabo informacijskih tehnologij med slovenskim gospodinjstvi.

Rezultati dodatno navedenih raziskav (a)-(g) v pričujoče poročilo niso vključeni. V primeru zanimanja za podatke dodatnih anket - kot tudi v primeru zanimanja za podrobnejše analize tu predstavljenih podatkov - velja poudariti, da so podatki na razpolago vsem, ki jih to zanima.

• Projekt RIS je bil v letu 1996 izpeljan kot raziskovalni projekt v okviru Centra za metodologijo in informatiko Fakultete za družbene vede. Projekt je omogočilo Ministrstvo za znanost in tehnologijo ter ostali sponzorji, ki so navedeni na hrbtni strani poročila. Sponzorjem in sodelujočim agencijam se ob tem še enkrat iskreno zahvaljujem.

Dodati velja, da je bil za izvedbo projekta odločilen predvsem velik entuziazem sodelujočih študentov. Projekt so namreč v celoti izvedli študentje Fakultete za družbene vede. Posebej velja navesti: Zenel Batagelj, Damjana Kocjanc, Matija Remec, ki so tudi avtorji pričujočega poročila.

• Večina rezultatov projekta RIS je dosegljivih na Internetu (<http://www.ris.org>), kjer se poleg podatkov nahajajo tudi stroški/prihodki projekta, informacije o sponzorjih, pregled nad ponudniki Internet storitev v Sloveniji itd.

• Nadaljnje delo na projektu je mogoče spremljati na Internetu. V začetku vsakega meseca bodo na Internetu na voljo najnovejše informacije o rezultatih oziroma aktivnostih v okviru projekta RIS. V letu 1997 je predvidena ponovitev anket iz leta 1996. Poudarek bo na mednarodnem sodelovanju in mednarodnih primerjavah, kot tudi pri celovitemu informiranju o problematiki Interneta v Sloveniji.

dr. Vasja Vehovar, vodja projekta

## RABA INTERNETA V SLOVENIJI: OSNOVNE UGOTOVITVE

Predstavitvena stran v slovenščini: <http://www2.arnes.si/ris/>

Predstavitvena stran v angleščini: <http://www.ris.org>

**I) Anketa gospodinjstev.** V pregledovanje je bilo vključenih 7000 gospodinjstev v standardnih telefonskih anketah Centra za javno mnenje FDV, STIK, GRAL. Na tej osnovi je bilo v drugi fazi (15-17. april) v telefonskem studiu FDV anketiranih 482 oseb, ki so že uporabile Internet. Anketa je v povprečju trajala 13 minut.

- Sociodemografska struktura uporabnikov je podobna kot drugod po svetu (tri četrtine moških, mlajši, višji sloj). Tretjina anketirancev uporablja Internet dnevno. Izraziti sta dve enako obsežni skupini: dijaki & študenti in zaposleni. Skupini se precej razlikujeta po dostopu do Interneta in njegovi uporabi.
- Tretjina uporabnikov ima dostop (tudi) od doma, še tretjina pa se na to pripravlja. Presenetljivo velik je dostop na osnovi skupinskih gesel (35%) in na osnovi gesel sorodnikov in prijateljev (14%).
- Pri uporabi se izkaže, da je na prvem mestu WWW (90% uporabnikov), sledi Email (82% uporabnikov), pogosta pa je tudi uporaba FTP in Telnet. Najpogosteje se Internet uporablja za pridobivanje informacij, sledi raziskovalno delo, zabava in uporaba za poslovne potrebe. Skoraj 15% odstotkov uporabnikov je že opravljalo storitev nakupa/rezervacije, 7% uporabnikov pa je že plačalo za dostop do informacij.
- Anketa je podrobno osvetlila tudi tehnično opremljenost uporabnikov. Tako npr. tretjina uporabnikov, ki dostopajo od doma, razpolaga z računalnikom Pentium in modemom 28800.
- Uporabniki izražajo velik optimizem o bodoči uporabi Interneta, pa tudi določene bojzani (zasvojenost, zlorabe plačilnih kartic).

**II) Anketa na WWW.** V okviru projekta RIS je bil razvit poseben softver, ki omogoča hkratno pretvorbo telefonskih/računalniških vprašalnikov (npr. Blaise, InterV, Clipper) tudi v format primeren za anketiranje na WWW. Anketa je potekala mesec dni (15.4-15.5) in je pritegnila 1700 obiskov in 1220 odgovorov. V povprečju je trajala 7 minut. Dve tretjini anketirancev sta zaupali tudi svoj email in na tej osnovi prejeli podrobne rezultate.

- Anketiranci na WWW še izraziteje odstopajo od strukture slovenske populacije: več kot polovico je dijakov & študentov, še bolj prevladujejo moški, bralne navade npr. dnevniki (posebej Delo) so še bolj izrazite. Izrazitejša je uporaba WWW, nekoliko manj Email, posebej intenzivna pa je uporaba FTP in tudi IRC, MUD, MOO. Skoraj četrtina je Internet že uporabila za nakupovanje.
- Pri anketiranju na WWW je Netscape uporabljalo 82% anketirancev, kot operacijski sistem pa prevladujejo različne verzije Windows.
- Glavni vir, ki je anketirance pripeljal k WWW anketi, so novosti na Slovenian resources (Mat'Kurja), sledi login sporočilo in ostali viri.

**III) Anketa podjetij.** V pisemsko anketo (dve strani) so bila vključena vsa velika in srednja podjetja v Sloveniji ter 7% malih podjetij (pod 50 zaposlenih), skupno 5399 podjetij. Anketa je potekala od srede maja do konca junija. Poslani so bili trije dopisi, podvzorec nerespondentov (10%) pa je bil anketiran še po telefonu. Pred telefonskim anketiranjem je bila skupna stopnja dogovorov 55%, med srednjimi 72%, med velikimi podjetji 69%. Telefonsko anketiranje med nerespondenti je potrdilo kvaliteto dobljenih rezultatov.

- Internet je pomemben ali zelo pomemben za petino velikih in srednjih in desetino malih podjetij. Pri uporabi prevladuje zbiranje poslovnih informacij ter komuniciranje (bolj doma, kot s tujino). Razen (delno) oglaševanja prave poslovne aktivnosti (prodaja, poprodaja) še niso začele, čeprav jih načrtujejo.
- Četrtina velikih, petina srednjih in dobrih 5% malih podjetij že ima dostop do Interneta. Le četrtina velikih, tretjina srednjih ter polovica malih podjetij še ni razmišljala o dostopu do Interneta.
- Glede Internet ponudnikov podjetja niso posebej kritična in tudi ponudbe ne spremljajo posebej natančno. V množici ponudnikov se že zarisujejo prevladujoče skupine (Sinet, Qnet, Telekom...).
- Predstavitev na Internetu ima 6% velikih in srednjih podjetij. Na vsako tako podjetje pa prideta še dve, ki predstavitev pripravljata, tri ki jo načrtujejo ter štiri, ki o tem razmišljajo. Med malimi podjetji ima predstavitveno stran manj kot 2% anketiranih podjetij.

**IV) Internet v šolskih zavodih (<http://www2.arnes.si/ris/zav/>).** Vzporedno z anketiranjem podjetij je bilo izvedeno tudi anketiranje vseh (840) šolskih zavodov: srednje šole, osnovne šole, vrtci, dijaški domovi. Po treh dopisih je bila skupna stopnja odgovorov 76%. Med skupinami so znatne razlike v razširjenosti Interneta. Izstopajo predvsem srednje šole, kjer je uporaba Interneta najbolj intenzivna, delno tudi osnovne šole. V sami strukturi uporabe med različnimi tipi zavodov ni večjih razlik.

- Tretjina šolskih zavodov je že povezanih v omrežje Internet, tretjina pa to že načrtuje. Pri tem prednjačijo srednje šole, ki bodo v letu dni skoraj v celoti povezane v omrežje Internet.
- Predstavitveno stran ima 10% zavodov, skoraj polovica pa jo pripravlja ali načrtuje. Predstavitev največkrat izdelajo kar zaposleni v zavodu, nemalokrat pa tudi učenci.
- Več kot polovica zavodov ocenjuje, da je Internet pomemben ali zelo pomemben za izobraževalno dejavnost, tretjina pa ima tako mnenje o pomenu Interneta za administrativno in poslovno dejavnost zavoda.
- Med aktivnostmi na Internetu je na prvem mestu komuniciranje z Ministrstvom za šolstvo, zbiranje poslovnih informacij in komuniciranje z drugimi zavodi, temu sledi izobraževanje učencev ter izobraževanje zaposlenih.
- Ocenimo lahko, da ima (oziroma bo imelo v kratkem) v osnovnih šolah dostop do Interneta preko 7.000 učencev, v srednjih šolah pa preko 8.000 dijakov.

**V) Kontrolne ankete:** Vprašanja o rabi Interneta so bila v juniju vključena v nekatere standardizirane ankete, kar omogoča osvetliti eno najbolj zanimivih vprašanj: koliko populacije v Sloveniji je že uporabilo Internet.

**a) Anketa Proces vpisa na Univerzo** (izvaja CMI FDV) je temeljila na 1300 anketah med maturanti 1996. Izkazalo se je, da je letos že 13% maturantov iskalo informacije o vpisu na Univerzo tudi preko Interneta.

**b) Slovensko javno mnenje** (Center za proučevanje javnega mnenja FDV), terenska anketa, junij 1996, verjetnostni vzorec, n=2100. Rezultati kažejo, da je 8% populacije v starosti 18-72 že uporabilo Internet.

**c) Omnibus gospodinjev** (ITEO), terenska anketa, kvotni vzorec gospodinjev, n=1100, junij 1996. Internet je uporabilo 12% anketirancev starejših od 18 let.

**d) Anketa o mnenju potrošnikov** (Urad za statistiko), telefonska anketa (CATI), verjetnostni vzorec, n=1100, junij 1996. Internet je uporabilo 9% anketiranih oseb.

**e) Mediana** (Inštitut za proučevanje medijev), terenska anketa, verjetnostni vzorec, n=2000. Internet je uporabilo 6% populacije v starosti 10-70 let.

Čeprav se metodologije zgoraj navedenih anket nekoliko razlikujejo, je mogoče reči, da je za Internet slišala več kot polovica Slovencev, po nekaterih anketah dve tretjini. Vsaj eno izkušnjo z uporabo Interneta pa ima približno 10% populacije v starosti 15-65 let.

## VI) Sklep

Zgoraj navedeni rezultati so videti nekoliko presenetljivi, vendar se konsistentno potrjujejo v vseh navedenih anketah. Rezultate potrjujejo tudi neodvisne ocene o izredno hitrem naraščanju števila računalnikov povezanih v Internet. Zaključimo lahko, da sodi Slovenija po razširjenosti Interneta med prebivalstvom med prvih 25 držav. Posebej izrazita je izjemno visoka pokritost v osnovnih, srednjih in visokih šolah, delno tudi v podjetjih. Pomembne so tudi radikalne namere podjetij in gospodinjev, da si dostop zagotovijo čimprej. Glede na visok delež gospodinjev, ki že posedujejo računalnik (PC), lahko pričakujemo nadaljnjo hitro širitev tudi z dostopom od doma.

Z nekaj specifičnosti (predvsem: način dostopa in njegovo plačevanje), se struktura uporabe Interneta bistveno ne razlikuje od globalnih vzorcev tovrstnega obnašanja.

Dosežena razširjenost in napovedana rast ustvarjajo klimo, v kateri so izpolnjeni bistveni predpogoji za intenzivno komercialno uporabo Interneta.

# Kazalo

<b>PREGOVOR</b>	<b>I</b>
<b>OSNOVNE UGOTOVITVE</b>	<b>1</b>
<b>KAZALO</b>	<b>3</b>
<b>II. ANKETA GOSPODINJSTEV (HTTP://WWW2.ARNES.SI/RIS/REM/RIS56.HTML)</b>	<b>6</b>
A. UPORABA INTERNETA: OBSEG IN ČAS	6
B. NAMEN UPORABE INTERNETA	8
C. MOŽNOSTI DOSTOPA	9
D. DOSTOP OD DOMA	9
E. DOSTOP OD DRUGOD	13
F. ZNAČILNOSTI UPORABE INTERNETA	15
G. ODNOS DO INTERNETA	17
H. DEMOGRAFSKA STRUKTURA VZORCA	19
<b>III. ANKETA NA WWW (HTTP://WWW2.ARNES.SI/RIS/WW)</b>	<b>24</b>
A. OSNOVNI PODATKI O ANKETI PO WWW	25
B. DOSEGANJE ANKETE, MAT'KURJA IN DNEVNIKI	25
C. UPORABA STORITEV NA INTERNETU	28
D. NAMEN, POMEMBNOST IN KRAJ UPORABE	29
E. RAČUNALNIKI PRI DOSEGANJU ANKETE PO WWW	31
F. DEMOGRAFIJA SAMOANKETIRANIH	32
<b>IV. ANKETA PODJETIJ (HTTP://WWW.RIS.ORG)</b>	<b>34</b>
A. METODOLOGIJA	34
<b>V. MALA PODJETJA</b>	<b>38</b>
A. POMEN INTERNETA ZA POSLOVNO DEJAVNOST PODJETJA	38
B. AKTIVNOSTI POVEZANE Z INTERNETOM	38
C. UPORABA INTERNETA V PRIHODNOSTI	39
D. UPORABA ALI NAČRTOVANJE RAZLIČNIH STORITEV NA INTERNETU	39
E. UPORABA PO DEJAVNOSTIH	40
F. PREDSTAVITEV NA INTERNETU ("HOME PAGE")	40
G. SPREMLJANJE PONUDBE PROVIDERJEV	41
H. POMEN DEJAVNIKOV PRI IZBIRI PONUDNIKA	41
I. DOSTOP DO INTERNETA	42
J. ZADOVOLJSTVO Z PONUDNIKOM	42
K. KDO JE / BO VAŠ PONUDNIK	43
L. NAČIN POVEZANOSTI	44
M. UPORABA STORITEV NA INTERNETU	45
N. DOSTOP ZAPOSLENIH DO INTERNETA	45
O. OMEJENOST DOSTOPA ZAPOSLENIH	46
P. FUNKCIJA RESPONDENTA V ORGANIZACIJI	46
Q. OSNOVNO PODROČJA DELA	46
R. PONUDBA ORGANIZACIJE	47
S. ŠTEVILO REDNO ZAPOSLENIH V ORGANIZACIJI	47
T. ŠTEVILO NEPOSREDNIH UPORABNIKOV RAČUNALNIŠKE OPREME V ORGANIZACIJI	47
U. IZVAJALCI MARKETINŠKIH/OGLAŠEVALSKIH AKCIJ	48
<b>VI. SREDNJA PODJETJA</b>	<b>49</b>
A. POMEN INTERNETA ZA POSLOVNO DEJAVNOST PODJETJA	49
B. AKTIVNOSTI POVEZANE Z INTERNETOM	49
C. UPORABA INTERNETA V PRIHODNOSTI	49
D. UPORABA ALI NAČRTOVANJE RAZLIČNIH STORITEV NA INTERNETU	50
E. UPORABA PO DEJAVNOSTIH	50
F. PREDSTAVITEV NA INTERNETU ("HOME PAGE")	51
G. SPREMLJANJE PONUDBE PROVIDERJEV	52
H. POMEN DEJAVNIKOV PRI IZBIRI PONUDNIKA	52

I. DOSTOP DO INTERNETA	53
J. ZADOVOLJSTVO Z PONUDNIKOM	53
K. KDO JE / BO VAŠ PONUDNIK	54
L. NAČIN POVEZANOSTI	55
M. UPORABA STORITEV NA INTERNETU	55
N. DOSTOP ZAPOSLENIH DO INTERNETA	56
O. OMEJENOST DOSTOPA ZAPOSLENIH	56
P. FUNKCIJA RESPONDENTA V ORGANIZACIJI	57
Q. OSNOVNO PODROČJA DELA	57
R. PONUDBA ORGANIZACIJE	57
S. ŠTEVILO REDNO ZAPOSLENIH V ORGANIZACIJI	58
T. ŠTEVILO NEPOSREDNIH UPORABNIKOV RAČUNALNIŠKE OPREME V ORGANIZACIJI	58
U. IZVAJALCI MARKETINŠKIH/OGLAŠEVALSKIH AKCIJ	58

**VII. VELIKA PODJETJA** **59**

A. POMEN INTERNETA ZA POSLOVNO DEJAVNOST PODJETJA	59
B. AKTIVNOSTI POVEZANE Z INTERNETOM	59
C. UPORABA INTERNETA V PRIHODNOSTI	59
D. UPORABA ALI NAČRTOVANJE RAZLIČNIH STORITEV NA INTERNETU	60
E. UPORABA PO DEJAVNOSTIH	60
F. PREDSTAVITEV NA INTERNETU ("HOME PAGE")	61
G. SPREMLJANJE PONUDBE PONUDNIKOV	61
H. POMEN DEJAVNIKOV PRI IZBIRI PONUDNIKA	62
I. DOSTOP DO INTERNETA	63
J. ZADOVOLJSTVO S PONUDNIKOM	63
K. KDO JE / BO VAŠ PONUDNIK	63
L. NAČIN POVEZANOSTI	65
M. UPORABA STORITEV NA INTERNETU	65
N. DOSTOP ZAPOSLENIH DO INTERNETA	66
O. OMEJENOST DOSTOPA ZAPOSLENIH	66
P. FUNKCIJA RESPONDENTA V ORGANIZACIJI	66
Q. OSNOVNO PODROČJA DELA	67
R. PONUDBA ORGANIZACIJE	67
S. ŠTEVILO REDNO ZAPOSLENIH V ORGANIZACIJI	67
T. ŠTEVILO NEPOSREDNIH UPORABNIKOV RAČUNALNIŠKE OPREME V ORGANIZACIJI	68
U. IZVAJALCI MARKETINŠKIH/OGLAŠEVALSKIH AKCIJ	68

**VIII. ANKETA ZAVODOV (HTTP://WWW2.ARNES.SI/RIS/ZAVI)** **69****PREDLOG RAZISKAVE RIS96/I** **69**

## II. Anketa gospodinjstev (<http://www2.arnes.si/ris/rem/ris56.html>)

V pregledovanje je bilo vključenih 7000 gospodinjstev v telefonskih anketah Centra za javno mnenje FDV, STIK, GRAL ter Centra za metodologijo in informatiko FDV. Na tej osnovi je bilo v drugi fazi (15-17. April 1996) v telefonskem studiu FDV anketiranih 482 oseb, ki so že uporabile Internet. Anketa je v povprečju trajala 13 minut. Uporabljena je bila standardna metodologija Centra za Javno mnenje na FDV; vzorec predstavlja izpisek telefonskih naročnikov, posamezna oseba v gospodinjstvu pa je bila izbrana po ključu zadnjega rojstnega dne.

Osnovne ugotovitve:

- Sociodemografska struktura uporabnikov je podobna kot drugod po svetu (tri četrtine moških, mlajši, višji sloj). Tretjina anketirancev uporablja Internet dnevno. Izraziti sta dve enako obsežni skupini: dijaki & študenti in zaposleni. Skupini se precej razlikujeta po dostopu do Interneta in njegovi uporabi.
- Tretjina uporabnikov ima dostop (tudi) od doma, še tretjina pa se na to pripravlja. Presenetljivo velik je dostop na osnovi skupinskih gesel in na osnovi gesel sorodnikov in prijateljev (14%).
- Pri uporabi se izkaže, da je na prvem mestu WWW, sledi Email, pogosta pa je tudi uporaba FTP in Telnet. Najpogosteje se Internet uporablja za pridobivanje informacij, sledi raziskovalno delo, zabava in uporaba za poslovne potrebe.
- Anketa je podrobno osvetlila tudi tehnično opremljenost uporabnikov. Tako npr. tretjina uporabnikov, ki dostopajo od doma, razpolaga z računalnikom Pentium in modemom 28800.
- Uporabniki izražajo velik optimizem o bodoči uporabi Interneta, pa tudi določene bojzani (zasvojenost, zlorabe plačilnih kartic).

### A. Uporaba Interneta: obseg in čas

Od skupaj 482 respondentov, ki so kdaj koli že uporabljali Internet, jih je v letošnjem letu 82% uporabljalo Internet, od tega skoraj tretjina nekajkrat tedensko (29%), 23% nekajkrat mesečno, skoraj vsak dan ali še pogosteje pa ga je uporabljalo skupaj dobrih 30%.

*Ali ste Internet uporabljali v letošnjem letu?*

	frekvenca	veljavni %
DA	397	82.4
NE	85	17.6
SKUPAJ	482	100.0

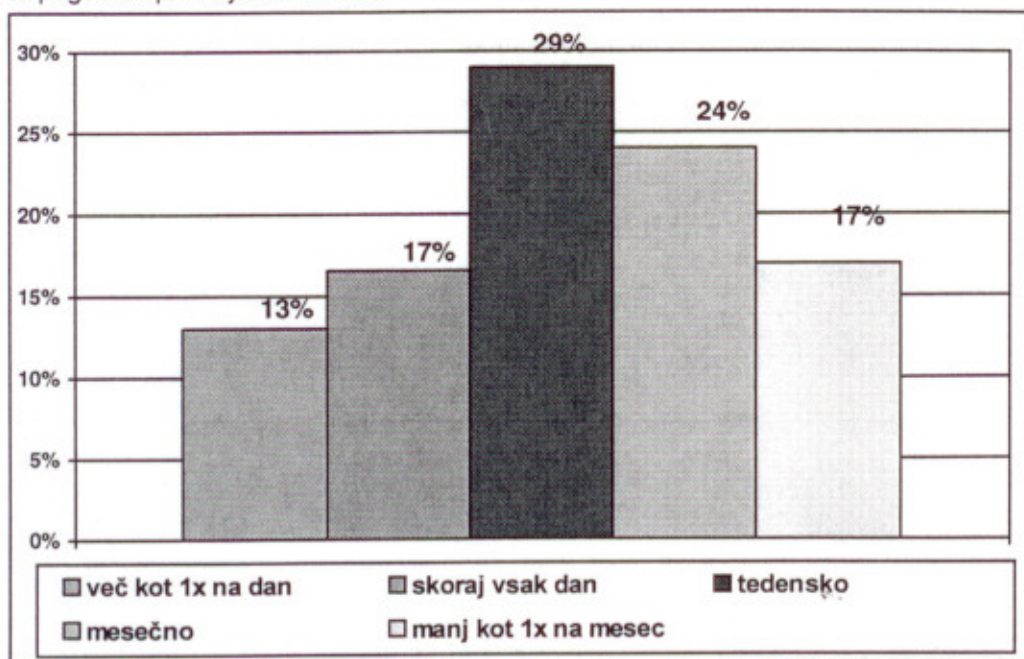
*Kako pogosto ste v letošnjem letu uporabljali Internet?*

	frekvenca	%	veljavni %
večkrat dnevno	51	10.6	13.0
skoraj vsak dan	67	13.9	17.0
nekajkrat tedensko	114	23.7	29.0
nekajkrat mesečno	94	19.5	23.9
manj kot enkrat na mesec	67	13.9	17.0
	89	18.5	manjkajoča vrednost <sup>1</sup>
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Med preostalimi, ki v letošnjem letu Interneta niso uporabljali - skupaj jih je 18% - ga večina (56%) tudi sicer ni uporabljala, niti enkrat na mesec. Podatki so zbrani v zgornji tabeli.

<sup>1</sup> V nadaljevanju M.V.

Graf. Kako pogosto uporabljate Internet?



Pa ste ga kdaj sploh uporabljali, vsaj enkrat na mesec?

	frekvenca	%	veljavni %
DA	34	7.1	44.2
NE	43	8.9	55.8
	405	84.0	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Vsaj enkrat na mesec je uporabilo Internet 44% respondentov.

Katerega leta ste prvič uporabili Internet?

	frekvenca	%	veljavni %
1983	1	0.2	0,2
1987	1	0.2	0,2
1988	1	0.2	0,2
1989	1	0.2	0,2
1991	4	0.8	0,9
1992	5	1.0	1,1
1993	21	4.4	4,7
1994	58	12.0	13,1
1995	231	47.9	52,1
1996	120	24.9	27,1
b.o.	37	7.7	M.V.
0	1	0.2	M.V.
00	1	0.2	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Prva uporaba Interneta se začne v 80 letih, zelo intenzivno pa narašča v 90 letih.

Za ugotavljanje intenzivnosti uporabe te storitve, smo respondente spraševali o številu porabljenih ur v preteklem tednu. Na podlagi tega vprašanja smo dobili naslednje rezultate:



Koliko časa ste v preteklem tednu porabili ur za Internet?

	frekvenca	%	veljavni %
nič ur	99	20.5	25.8
do 4 ure	194	40.2	50.7
do 8 ur	52	10.8	13.6
več kot 10 ur	38	7.9	9.9
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Polovica vprašanih je torej v tednu pred izvajanjem ankete uporabila Internet od ene pa do 4 ure, dobra četrtina pa ga sploh ni uporabila. Rezultati kažejo, da je približno 10% rednih uporabnikov Interneta, ki so v enem tednu porabili več kot 10 ur.

## B. Namen uporabe Interneta

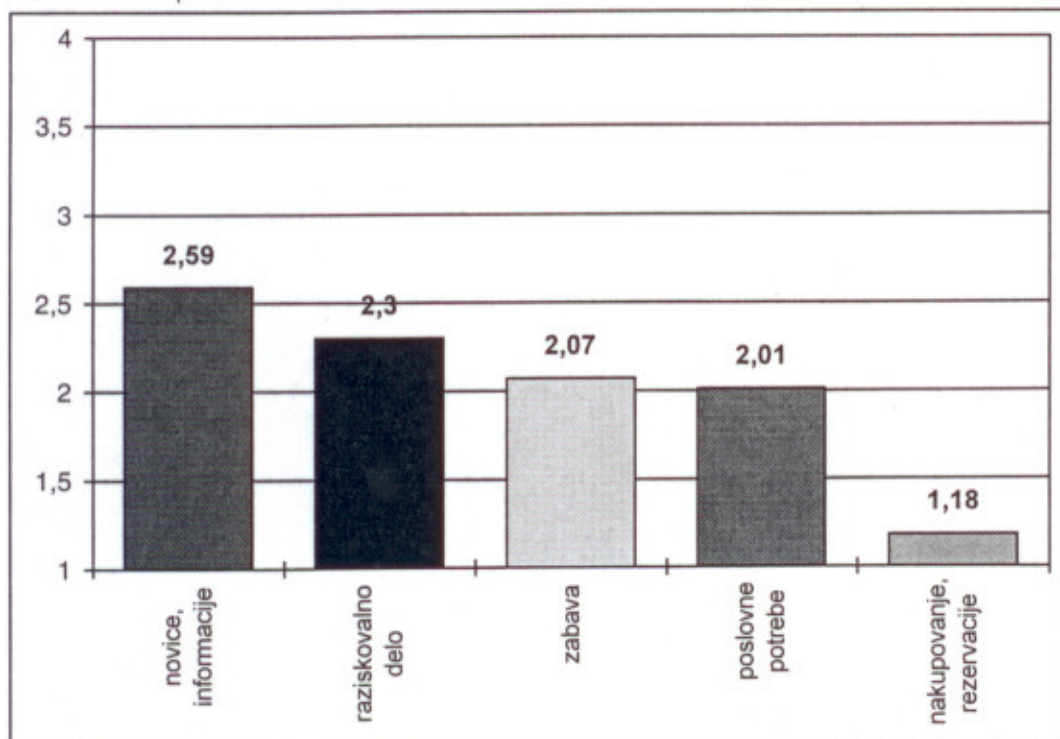
V nadaljevanju si bomo ogledali v kakšne namene se uporablja Internet.

V kakšne namene se uporablja Internet?

	nikoli	včasih	pogosto	redno	veljavni N
zabava	29.3	44.3	16.3	10.2	393
novice, informacije	10.4	41.0	28.2	20.4	393
nakupovanje, rezervacije	85.5	12.5	1.0	1.0	393
poslovne potrebe	46.4	21.9	15.8	15.8	392
raziskovalno delo	24.2	37.2	23.2	15.3	392

20% vprašanih, ki je letos že uporabljajo Internet, redno uporablja Internet za pridobivanje novic, informacij. Za boljše razumevanje zgoraj predstavljenih podatkov pa nam bo služil naslednji graf.

Graf: Namen uporabe Interneta



Pridobivanje novic in informacij je torej prednostni namen uporabe Interneta, temu sledi uporaba v izobraževalne in raziskovalne potrebe. Internet ima torej močno informacijsko vrednost, med tem ko je njegova nakupovalna zmožnost pri respondentih v ozadju.

### C. Možnosti dostopa

Ali imate svoj lasten dostop do Interneta?

	frekvenca	%	veljavni %
imam osebnega	170	35.3	39.8
uporabljam samo skupinskega	158	32.8	37.0
samo od prijateljev in sorodnikov	68	14.1	15.9
drugo	31	6.4	7.3
ne vem	13	2.7	M.V.
	42	8.7	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Večina vprašanih (40%) ima do Interneta osebni dostop, 3% manj pa uporablja samo skupinski dostop. Prek sorodnikov ali prijateljev pa se z Internetom sooča 16% respondentov.

Število elektronskih naslovov

	frekvenca	%	veljavni %
0	9	1.9	5.6
1	83	17.2	51.9
2	30	6.2	18.8
3	14	2.9	8.8
5	4	0.8	2.5
10	20	4.1	12.5
.	322	66.8	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Dobra polovica uporabnikov z osebnim dostopom ima en elektronski naslov, po dva takšna naslova ima nadaljnih 19% respondentov, kar 13% uporabnikov pa poroča o 10-ih elektronskih naslovih. Le 6% respondentov z osebnim dostopom je brez e-mail naslova.

Spraševali smo tudi o številu prejetih e-mail sporočil v tednu pred izvajanjem ankete in ugotovili, da 23% respondentov v tem času ni prejelo nobenega sporočila, 40% pa od enega do 5. 14% uporabnikov je prejelo od 6 do 10 elektronskih sporočil, 12% pa od 11 do 20 pisem.

Število prejetih e-mail sporočil

odgovor	frekvenca	veljavni %
nič	38	23.3
1-5	65	40.0
6-10	22	14.1
11-20	20	12.3
25-50	9	5.5
nad 50	8	4.8
	319	M.V.
SKUPAJ	482	100,0

### D. Dostop od doma

V vzorec smo zajeli 34% članov gospodinjstev, ki imajo dostop od doma, 16% pa ga namerava priskrbeti v roku enega leta. Ostalih 23% je o tem že razmišljalo, torej tudi spadajo med potencialne nove uporabnike Interneta. Tistih, ki dostopa od doma nimajo (in o tem niti ne razmišljajo), pa je skupaj 27%.

*Dostop do Interneta od doma*

	frekvenca	%	veljavni %
da	150	31.1	33.6
ne še - v naslednjem letu	73	15.1	16.4
ne, smo razmišljali	104	21.6	23.3
sploh ne	119	24.7	26.7
	36	7.5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

## 1. TEHNIČNA OPREMLJENOST UPORABNIKOV INTERNETA

Respondente z dostopom do Interneta od doma smo spraševali o njihovi opremi in sicer o hitrosti njihovega modema ter o tipu računalnika, ki ga imajo. Dobili smo naslednje podatke:

*Hitrost modema*

	frekvenca	%	veljavni %
manj kot 14.400	7	1.5	6.0
14.400	53	11.0	45.7
16.800	1	0.2	0.9
19.200	14	2.9	12.1
28.800	38	7.9	32.8
več kot 28.800	3	0.6	2.5
ne vem	34	7.1	M.V.
	332	68.9	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Slaba polovica respondentov, ki ima dostop od doma, ima modem hitrosti 14.400, dobra tretjina pa 28.800.

*Tip računalnika*

	frekvenca	%	veljavni %
286	1	0.2	0.7
386	19	3.9	13.1
486	75	15.6	51.7
pentium	43	8.9	29.7
drugo	7	1.5	4.8
ne vem	4	0.8	M.V.
	333	69,1	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Polovica respondentov, ki ima dostop od doma, ima računalnik tipa 486, 30% pa pentium-a.

*Ali imate od doma grafični ali samo tekstovni dostop?*

	frekvenca	%	veljavni %
grafični dostop	115	23.9	82.1
samo terminalski	25	5.2	17.9
ne vem	2	0.4	M.V.
	340	70.5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Glede načina dostopa prevladujejo imetniki grafičnega dostopa (81%), samo terminalski dostop pa ima 18% gospodinjstev.

Respondentom, ki imajo dostop od doma, smo postavili tudi vprašanje, koliko odstotkov od skupnega števila ur uporabe Interneta v enem tednu, so ga uporabljali od doma.

Koliko odstotkov časa ste uporabljali Internet od doma?

	frekvenca	veljavni %
nič	12	8.5
do 10%	25	17.6
do 25% - četrtino časa	13	9.2
do 50% - polovico časa	18	12.7
do 75% - tričetrtine časa	7	4.9
več, a ne ves čas	12	8.4
celoten čas	51	36.2
	341	M.V.
SKUPAJ	482	100,0

Večina uporabnikov z dostopom od doma je izjavila, da je celotno število ur porabila od doma (36%). Nadaljnih 18% respondentov pa je to porabo ocenila na desetino vsega časa, 13% pa na polovico.

## 2. PONUDNIKI INTERNET STORITEV

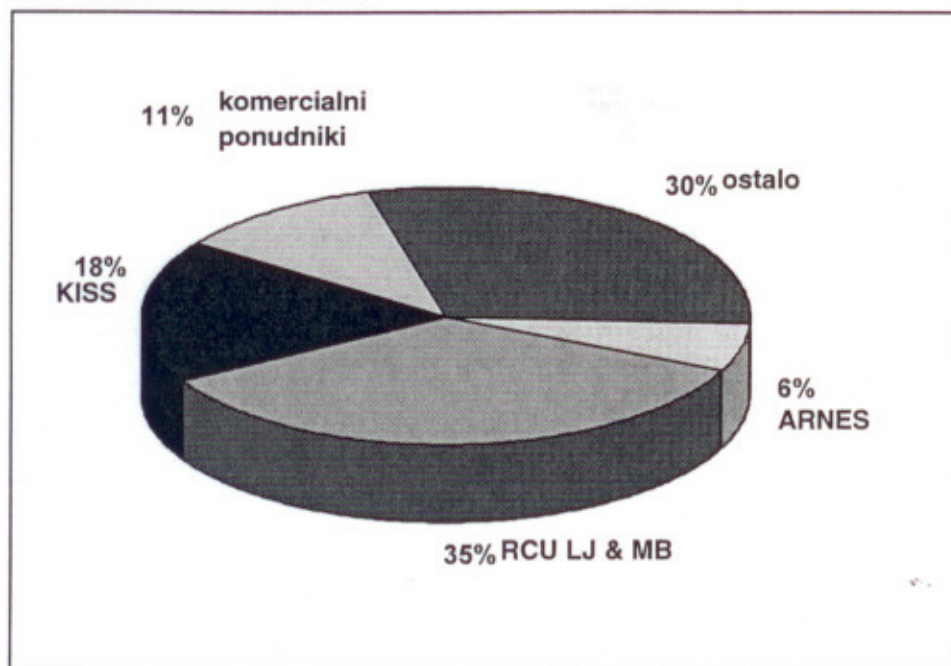
Kdo je vaš ponudnik dostopa do Interneta?

### Ponudniki

	frekvenca	%	veljavni %
ARNES	47	9,8	39,5
RCUM Lj & Mb	21	4,4	17,6
Zveza radioamaterjev	1	,2	,8
KISS	14	2,9	11,8
Arctur	1	,2	,8
INsert	1	,2	,8
Quantum	4	,8	3,4
Unistar	4	,8	3,4
IJS	3	,6	2,5
Zaslon	2	,4	1,7
IBM	2	,4	1,7
Medinet	3	,6	2,5
k2.net	3	,6	2,5
NIL	6	1,2	5,0
Perftch	3	,6	2,5
Drugo	4	,8	3,4
Neuporaben odg	3	,6	M.V.
manjk.vred.	360	74,7	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

39% anketirancev ima dostop preko ARNES-a, 18% preko RCUM Lj. & Mb., 12% pa preko KISS. Med komercialnimi ponudniki izstopa predvsem NIL, sledita Quantum in Unistar.

Graf: Ponudniki Internet storitev



Glede na raznovrstnost ponudnikov Internet storitev smo respondente spraševali, kako so s svojim ponudnikom zadovoljni in v kolikšni meri spremljajo konkurenco med ponudniki. Odgovore prikazujejo naslednje tabele:

#### Zadovoljstvo s ponudnikom

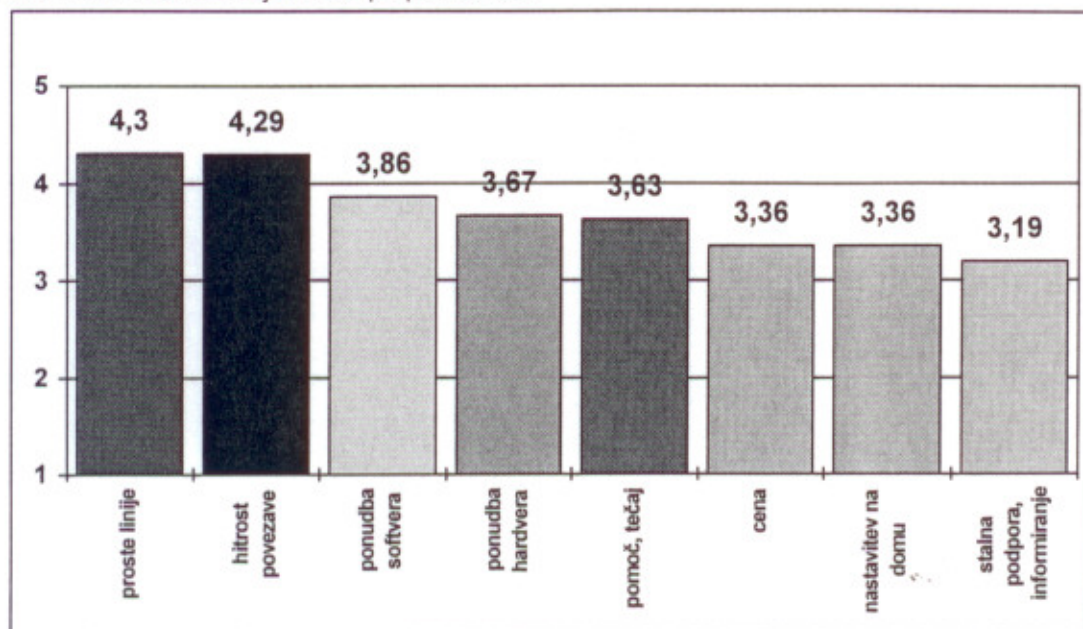
odgovor	frekvence	%	veljavni %
zelo nezadovoljen	4	0.8	3.0
nezadovoljen	5	1.0	3.7
niti-niti	28	5.8	20.9
zadovoljen	54	11.2	40.3
zelo zadovoljen	43	8.9	32.1
ne vem	8	1,7	M.V.
	340	70,5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100.0

Zgoraj navedeni odgovori se nanašajo le na tiste respondente, ki so v letošnjem letu uporabljali Internet in imajo dostop do njega od doma, zato so skupne frekvence nizke. Rezultati kažejo, da je večina omenjenega segmenta vzorčne populacije s svojim ponudnikom zadovoljna (63%), le dobrih 7% je izrazilo nezadovoljstvo s ponudnikom.

### 3. POMEN DEJAVNIKOV

Respondenti so podajali svojo oceno pri pomembnosti različnih dejavnikov, ki naj bi jih ponudniki storitev Interneta v večji ali manjši meri upoštevali.

Graf: Pomembnost dejavnikov pri ponudnikih



Zgornji graf prikazuje vrstni red dejavnikov, ki se respondentom zdijo najbolj pomembni pri ponudnikih interneta. Zagotovljene proste linije in hitre povezave so očitno glavni dejavniki, ki spodbujajo k izbiri določenega ponudnika, sledi pa jim kvaliteta programske opreme. Kot najmanj pomembna storitev s strani ponudnika je stalna podpora in informiranje.

#### Spremljanje in primerjanje ponudbe ponudnikov

	frekvence	%	veljavni %
sploh ne spremljam	83	17.2	28.3
ne spremljam	57	11.8	19.5
niti-niti	99	20.5	33.8
spremljam	37	7.7	12.6
natančno spremljam	17	3.5	5.8
ne vem	2	0,4	M.V.
	187	38,8	M.V.
SKUPAJ	482	60.8	100.0

Tu je skupno število enot večje, ker smo vprašanje postavili tudi tistim, ki dostopa od doma nimajo, vendar ga bodisi načrtujejo ali pa o tej nameri vsaj razmišljajo. Rezultati kažejo, da 48% respondentov konkurence med ponudniki ne spremlja, kar je najbrž povezano s stopnjo njihovega zadovoljstva z njimi. Kljub temu pa je 18% sodelujočih, ki tovrstna dogajanja na tržišču vendarle spremljajo.

## E. Dostop od drugod

Ali hodite v službo ali se še šolate?

	frekvenca	%	veljavni %
hodim v službo	210	43.6	47.2
sem dijak /študent	187	38.8	42.0
ne hodim v šolo niti službo	7	1.5	1.6
sem dijak / študent in zaposlen	41	8.5	9.2
	37	7.7	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Zaposlene respondente ter dijake in študente smo spraševali o dostopu v institucijah, kjer so bodisi zaposleni ali se šolajo, in dobili naslednje odgovore:

*Ali obstaja na delovnem mestu ali izobraževalni instituciji dostop do Interneta?*

	frekvenca	%	veljavni %
da	354	73,4	82,5
ne, je v pripravi	48	10,0	11,2
ne in ni v pripravi	27	5,6	6,3
ne vem	9	1,9	M.V.
	44	9,1	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Kar za 82% sodelujočih velja, da v omenjenih institucijah dejansko obstoja takšen dostop, v 11% primerih pa je že v pripravi. Le 6% jih je izjavilo, da tega dostopa v njihovih institucijah ni in ga tudi ne nameravajo imeti.

Nadalje smo ugotavljali, ali imajo respondentje v organizacijah, kjer dostop obstaja, tudi sami možnost do Interneta.

*Lastniki dostopa na delovnem mestu ali izobraževalni instituciji*

	frekvenca	%	veljavni %
da	296	61,4	83,6
ne	58	12,0	16,4
	128	26,6	M.V.
SKUPAJ	428	100,0	100,0

84% respondentov ima dostop na delovnem mestu ali izobraževalni instituciji.

*Ali bi lahko dobili dostop kje drugje, če bi želeli?*

	frekvenca	%	veljavni %
da	49	10,2	87,5
ne	7	1,5	12,5
ne vem	2	0,4	M.V.
	424	88,0	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Med respondenti, ki nimajo dostopa na delovnem mestu ali v izobraževalni instituciji, bi jih lahko 87% dobilo dostop, če bi želeli.

*Ali imate tam tudi elektronski naslov?*

	frekvenca	%	veljavni %
da, osebni	130	27,0	43,9
da, skupinski	136	28,2	45,9
ne	30	6,2	10,1
	186	38,6	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Osebni elektronski naslov ima 44% respondentov, 46% jih ima skupinskega.

*Ali imate tam grafični dostop do Interneta?*

	frekvenca	%	veljavni %
da	277	57,5	82,0
ne, samo terminalski	61	12,7	18,0
ne vem	16	3,3	M.V.
	128	26,6	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Grafični dostop ima večina respondentov (82%), terminalskega pa 18% vprašanih.

Ali poleg doma / organizacije / šole uporabljate Internet še kje drugje?

	frekvenca	veljavni %
nikjer drugje	341	78.9
pri prijateljih, sorodnikih	52	12.0
v klubih Cyber-cafejih	13	3.0
honorarna služba	5	1.2
knjižnicah	4	0.9
drugje	17	3.9
	50	M.V.
<b>SKUPAJ</b>	<b>482</b>	<b>100,0</b>

Pri tem smo ugotovili, da jih razen od doma, delovnega mesta ali šole 79% nima dodatnega dostopa. Pri prijateljih ali sorodnikih pa ima dodaten dostop 12% uporabnikov, 3% pa tudi v raznih klubih in cyber-cafejih.

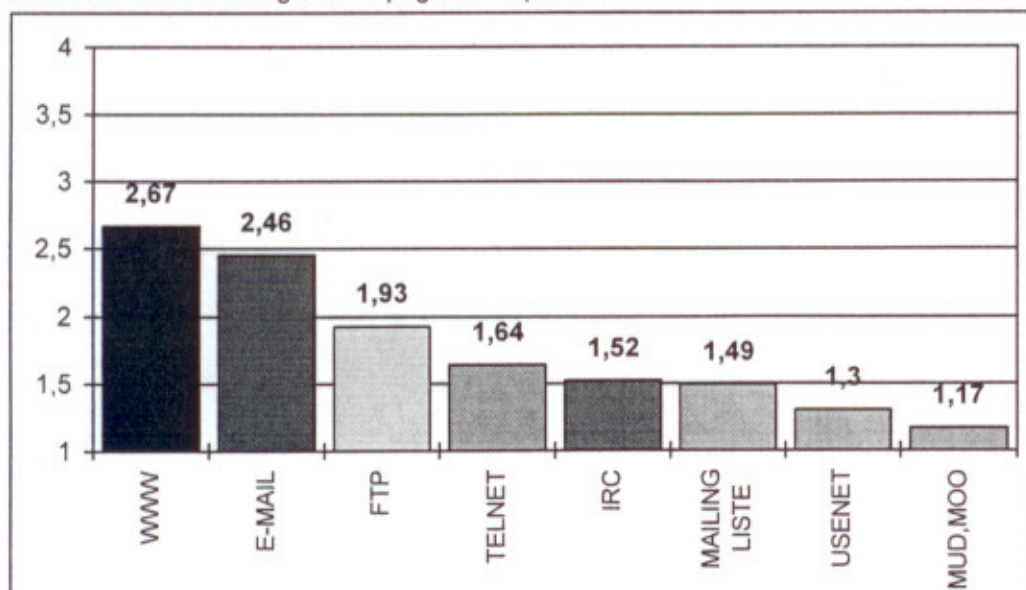
## F. Značilnosti uporabe Interneta

Uporaba storitev Interneta (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	pogosto	redno	ne poznam	veljavni N
E-MAIL	22.0	27.6	17.4	27.9	5.1	391
WWW	10.7	27.1	23.8	30.7	7.7	391
FTP	27.9	36.8	12.3	10.5	12.5	391
IRC	31.2	26.1	6.9	4.1	31.7	391
MUD,MOO	32.5	12.3	1.0	0.8	53.5	391
Mailing liste	48.3	30.7	4.9	2.8	13.3	391
USENET konference	54.0	21.5	3.6	0.5	20.5	391

Ker ponuja Internet paleto različnih storitev, so v zgornji tabeli zbrani podatki o pogostosti njihove uporabe. V spodnjem grafu pa so kot vrednosti navedene aritmetične sredine (lestvica 1 - nikoli oz. 4 - redno). Pri tem smo odgovore v kategoriji "ne poznam" združili v kategorijo "nikoli".

Graf: Storitve Interneta glede na pogostost uporabe



Na prvem mestu se med respondenti pojavlja WWW kot najpogosteje uporabljena storitev, kateri sledi elektronska pošta, najredkeje uporabljena storitev pa so MUD ali MOO sistemi. Slednjo storitev namreč polovica sodelujočih v anketi sploh ne pozna, zanimiv pa je podatek, da je tretjini neznana tudi storitev IRC.

Če pa gledamo odgovore v stolpcu "nikoli" opazimo, da je največji delež teh odgovorov pri storitvah kot so USENET konference in MAILING LISTE.

S pomočjo podatkov v naslednji tabeli bomo lahko spoznali, kolikšen delež uporabnikov je prek Interneta navezal tudi osebne stike s tistimi, ki so jih na ta način spoznali.



**RIS96/1**

*Ali ste se kdaj srečali z nekom, ki ste ga spoznali na Internetu?*

	frekvenca	%	veljavni %
da	60	12.4	15.4
ne	330	68.5	84.6
	92	19.1	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Kot kaže tabela se je 15% uporabnikov Interneta tudi že osebno srečalo z nekom, ki so ga spoznali prek mreže.

Iz naslednje tabele bomo lahko razbrali, da je zelo majhen delež uporabnikov dosedaj plačalo dostop do informacij na Internetu.

*Ali ste kdaj plačali za dostop do strani / informacij na Internetu?*

	frekvenca	%	veljavni %
da	30	6.2	7.7
ne	358	74.3	92.3
	94	19.5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

92% anketirancev še ni plačalo za dostop do informacij na Internetu.

*Kako pogosto pogledate novice na slovenskih WWW straneh - What's new na Slovenian resources?*

	frekvenca	%	veljavni %
nikoli	91	18.9	23.3
občasno	204	42.3	52.3
pogosto	55	11.4	14.1
redno	40	8.3	10.3
	92	19.1	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Več kot polovica respondentov občasno pogleda novice na slovenskih WWW straneh, 14% pogosto, 10% pa redno.

*Koliko naslovov WWW strani imate približno shranjenih v bookmarkih?*

	frekvenca	%	veljavni %
0	62	12.9	22.2
1-10	76	15.8	27.2
11-20	61	12.7	21.9
21-30	29	6.0	10.4
31-40	9	1.9	3.2
41-50	14	2.9	5.0
več kot 50	28	5.8	10.0
	203	42.1	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Anketiranci imajo večinoma v svojih bookmarkih shranjenih do 10 naslovov WWW strani, 22% jih ima shranjenih od 11 do 20, 10% pa celo več kot 50.

## G. ODNOS DO INTERNETA

### 1. POMEN IN POZNAVANJE INTERNETA

*Pomen interneta za poslovno / strokovno / izobraževalno dejavnost*

	frekvenca	%	veljavni %
zelo nepomemben	29	6.0	7.5
nepomemben	50	10.4	12.9
niti-niti	150	31.1	38.7
pomemben	91	18.9	23.5
zelo pomemben	68	14.1	17.5
	94	19,5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Rezultati kažejo, da kar 40% sodelujočim Internet predstavlja velik pomen za njihovo poslovno ali izobraževalno dejavnost, kot nepomembnega pa ga je označilo 20% respondentov.

*Stopnja zadovoljstva s poznavanjem interneta*

	frekvenca	%	veljavni %
zelo nezadovoljen	41	8.5	10.6
nezadovoljen	91	18.9	23.6
niti-niti	160	33.2	41.6
zadovoljen	65	13.5	16.9
zelo zadovoljen	28	5.8	7.3
	97	20,1	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Glede na odgovore bi lahko rekli, da so respondenti bolj nezadovoljni s svojim poznavanjem te storitve kot pa zadovoljni, večji del pa se jih je uvrstil v "zlato sredino".

### 2. OCENJEVANJE ZLORAB

V nadaljevanju so predstavljeni odgovori na vprašanja, ki se nanašajo na ocenjevanje prisotnosti različnih pojavov kot je posojanje uporabniških šifer, vdiranje vanje in "zasvojenost" z Internetom.

*Pogostost različnih pojavov (odstotki)*

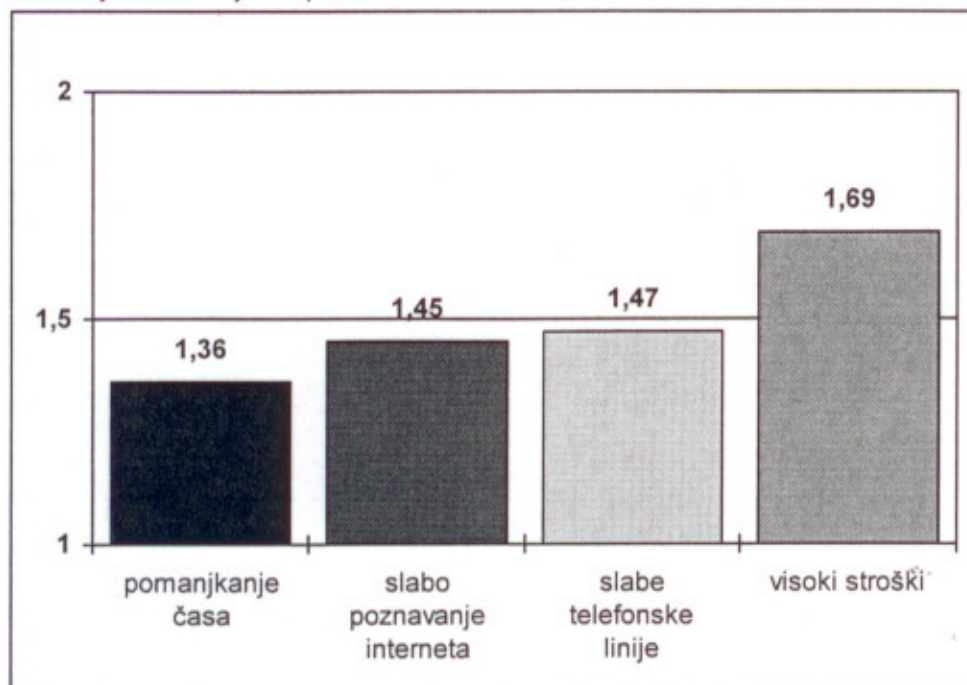
	posojanje šifer	zasvojenost	vdiranje v tuje šifre
poznam primere	26.0	34.5	14.4
slišal sem	29.9	46.1	48.7
nikoli	44.1	19.3	36.9
veljavni N	388	388	388

Respondenti so še najmanj seznanjeni s pojavom posojanja uporabniških šifer krogom prijateljev ali sorodnikov, saj o tem večina meni, da kaj takšnega ni prisotno v njihovi okolici. Na drugi strani ima prednostno vlogo očitno t.i. pojav "zasvojenosti" z Internetom - 36% respondentov tako trdi, da takšne primere celo pozna, kar 46% pa jih je o tem slišalo od drugih. Vdiranje v tuje uporabniške šifre je pojav, o katerem je skoraj polovica respondentov že slišala, pozna pa ga 14% sodelujočih.

### 3. DEJAVNIKI OMEJEVANJA UPORABE

Da bi ugotovili, kaj ovira ali zmanjšuje rabo Interneta, smo respondente spraševali o različnih dejavniki omejevanja (v graf so vključene vrednosti aritmetičnih sredin na lestvici 1-da do 2-ne).

Graf: Dejavniki omejitve uporabe



Respondentom predstavlja pomanjkanje časa največjo oviro, ki omejuje njihovo uporabo Interneta, temu dejavniku pa zanimivo sledi slabo poznavanje Interneta kot druga pomembna omejitev. Še najmanj omejujoči so po izjavah respondentov visoki stroški.

#### 4. ODNOS DO NAKUPOVALNIH STORITEV

Internet omogoča alternativo klasičnim načinom kupovanja in opravljanja finančnih transakcij, kar pa še ni razširjeno. Da bi ugotovili, kako je s tem pri nas, smo postavili naslednje vprašanje.

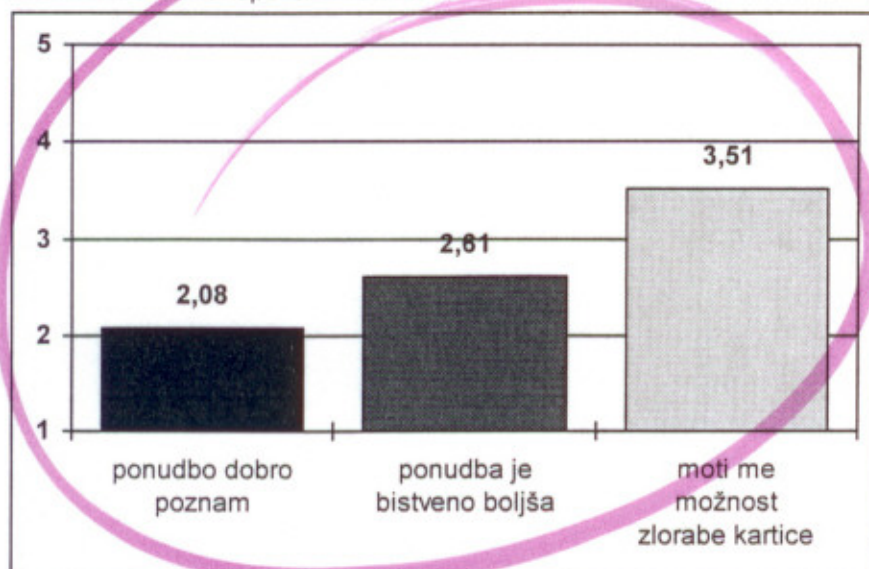
*Prek interneta je mogoče tudi kupovati in opravljati finančne transakcije; ali se strinjate z naslednjimi trditvami?*

- Zelo dobro poznam tovrstno ponudbo na Internetu
- V primerjavi z drugimi načini prodaje je ta bistveno boljša
- Zelo me moti možnost zlorabe plačilne kartice.

veljavni %	poznam tovrstno ponudbo na Internetu	ta način prodaje je boljši	moti me možnost zlorabe plačilne kartice
ne strinjam se	45,9	28,7	19,1
	17,2	15,1	8,6
	25,6	33,5	16,6
	6,1	11,8	13,1
strinjam se	5,3	10,9	42,6
veljavni N	379	331	350

Kot odgovor so respondenti podali število od 1 do 5, kjer je 1 pomenila ne strinjanje, 5 pa strinjanje s postavljeno trditvijo. 46% respondentov ne pozna možnosti nakupovanja in opravljanja finančnih transakcij prek Interneta, 43% vprašanih pa je odvrnilo, da jih moti možnost zlorabe plačilne kartice. Da je ta način prodaje, v primerjavi z drugimi načini boljši, se tretjina respondentov niti ne strinja niti strinja, strinja pa se jih 11%.

Graf: Odnos do nakupovalnih storitev



Sodelujoči se v največji meri strinjajo s trditvijo, da je pri takšnem načinu kupovanja velika možnost zlorabe plačilne kartice. Strah pred zlorabo je torej dejavnik, ki zaenkrat omejuje uporabo tovrstnih storitev.

## 5. UPORABA INTERNETA V PRIHODNOSTI

Ali ocenjujete, da boste Internet čez dvanajst mesecev uporabljali več ali manj kot sedaj?

	frekvenca	%	veljavni %
precej manj	16	3.3	3.7
manj	10	2.1	2.3
enako	132	27.4	30.3
več	132	27.4	30.3
precej več	145	30.1	33.3
ne vem	8	1.7	M.V.
	39	8.1	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Glede uporabe Interneta v prihodnosti, je tretjina anketirancev zelo optimistična, saj napoveduje njegovo precej večjo uporabo, 30% pa napoveduje večjo.

## H. Demografska struktura vzorca

### 1. STAROST

Starost anketirancev

	frekvenca	%	veljavni %
16 let in manj	37	7.7	8.3
od 17 do 22	126	26.1	28.3
od 23 do 28	91	18.9	20.4
od 29 do 34	74	15.4	16.6
od 35 do 40	46	9.5	10.3
od 41 do 46	49	10.2	11.0
nad 47 let	23	4.8	5.2
	36	7.5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

## 2. IZOBRAZBA

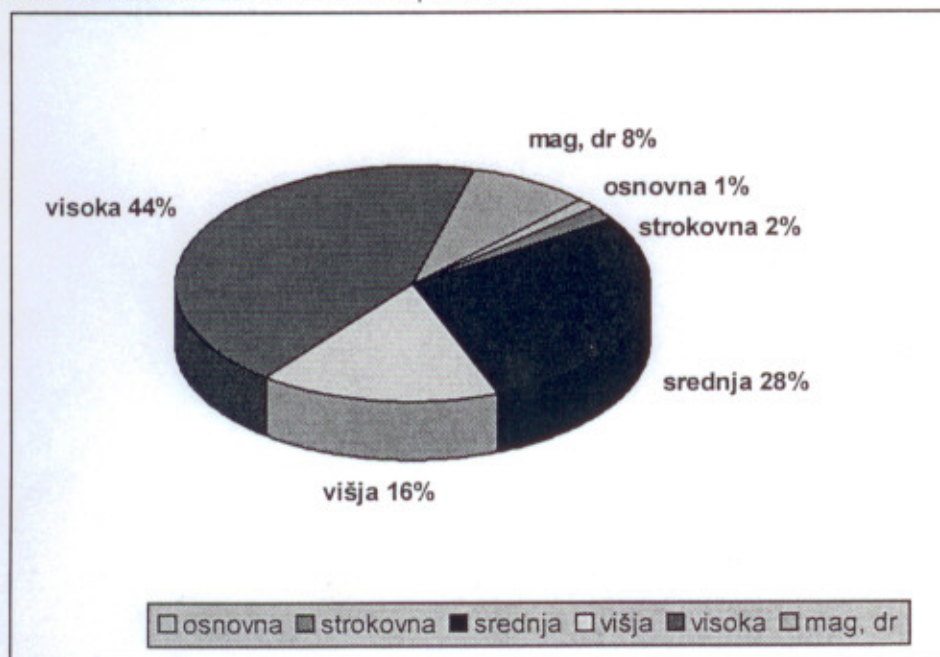
Glede na izobrazbo smo v vzorec zajeli večji del respondentov s srednjo stopnjo izobrazbe (41%), sledi pa jim četrtnina vprašanih z visoko izobrazbo. Respondentov z osnovno stopnjo izobrazbe je 19%, na drugi strani pa ima dobrih 5% vprašanih naslov magistra ali doktorja.

### Izobrazba

	frekvenca	%	veljavni %
osnovna	86	17.8	19.4
strokovna	5	1.0	1.1
srednja	180	37.3	40.5
višja	41	8.5	9.2
visoka	109	22.6	24.5
magisterij	17	3.5	3.8
doktorat	6	1.2	1.4
	38	7.9	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Ker smo omenili visok delež šoloobveznih oseb v vzorcu (dijaki, študentje), je smiselno prikazati tudi izobrazbeno strukturo med zaposlenimi respondenti.

Graf: Izobrazbena struktura med zaposlenimi



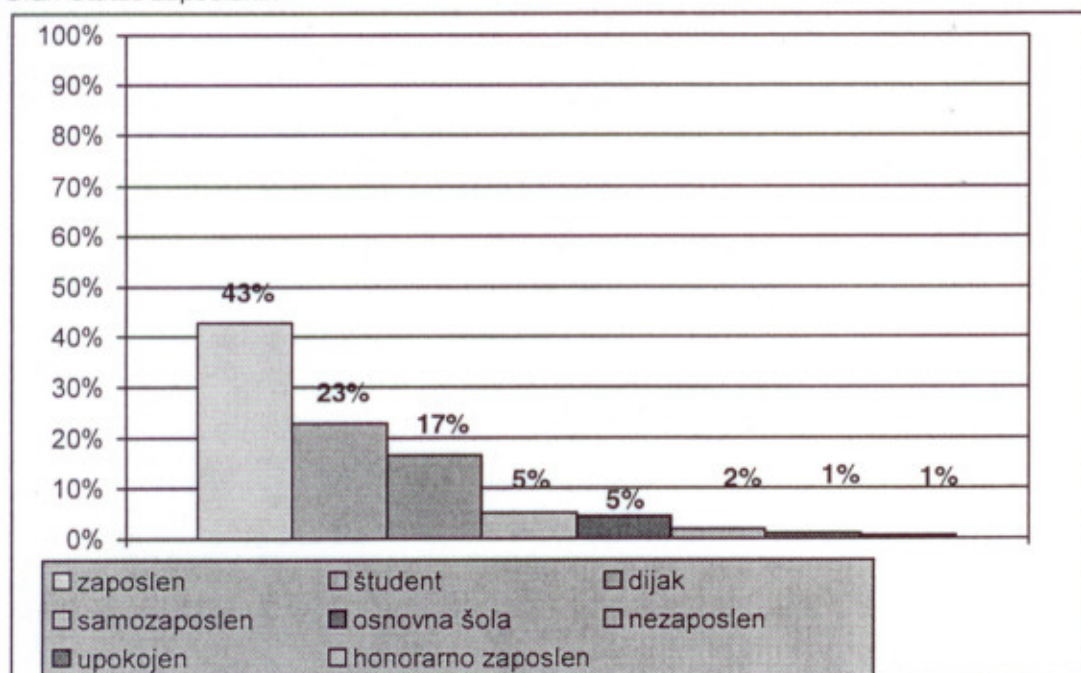
Slika je v tem primeru bistveno drugačna: skoraj polovica zaposlenih respondentov ima končano visoko stopnjo izobrazbe, skoraj tretjina pa srednjo izobrazbo. Sledi 16% vprašanih s končano višjo izobrazbo. Kot vidimo je delež respondentov z nizko izobrazbo zanemarljiv. Lahko torej rečemo, da so uporabniki Interneta na splošno visoko izobraženi.

### 3. ZAPOSLOTIVNI STATUS

Status

	frekvenca	%	veljavni %
osnovnošolec	20	4.1	4.5
dijak	74	15.4	16.6
študent	102	21.2	22.9
zaposlen	206	42.7	46.3
samozaposlen	24	5.0	5.4
brezposelen	9	1.9	2.0
upokojenec	5	1.0	1.1
honorarno zaposlen	3	0.6	0.7
drugo	2	0.4	0.4
	37	7.7	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Graf: Status zaposlenih



### 4. ŠTUDENTJE IN DIJAKI

Omenili smo že visok delež šoloobveznih oseb - dijakov ter študentov - kateri znaša 44%, njihova struktura pa je naslednja:

- med dijaki - skupaj 17% - jih tretjina obiskuje drugi letnik (32%), 27% pa četrti letnik srednje šole
- pri študentih prevladuje tretjina "brucev", sledijo pa jim študentje drugih letnikov (22%), absolventov je skupaj 17%.

Tabela: Študentje in dijaki glede na letnik študija (odstotki)

	DIJAKI	ŠTUDENTJE
prvi letnik	18.9	32.4
drugi letnik	32.4	21.6
tretji letnik	21.6	12.7
četrti letnik	27.0	15.7

## 5. ZAPOSLENI

Zaposlenih je 46%, kakšna pa je porazdelitev po različnih sektorjih vidimo iz naslednje tabele:

### Zaposlitev po sektorjih

	frekvenca	%	veljavni %
univerza	11	2,3	5.4
raziskovalni inštituti	13	2,7	6.3
šolstvo	19	3,9	3.9
državna uprava	24	5,0	11.8
drugje v negospodarstvu	63	13,1	31.0
gospodarstvo	73	15,1	36.0
		57,9	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Glede na sektor zaposlitve se torej večina respondentov uvršča na področje gospodarstva (36%), tretjina pa drugam v sferi negospodarstva. Zaposlenih v državni upravi je 12%, 9% pa jih v šolstvu. Preostalih 12% zaposlenih spada pod okrilje Univerze ali pa raziskovalnih inštitutov.

### Status samozaposlenih

	frekvenca	%	veljavni %
podjetnik	17	3,5	70.8
svobodni poklic	5	1,0	20.8
drugo	2	0,4	8.3
	458	95,0	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

Skupaj je sicer le 5% respondentov samozaposlenih, med njimi pa je kar 71% podjetnikov, 21% pa jih ima status svobodnega poklica.

### Koliko oseb živi v vašem gospodinjstvu vključno z vami?

št. oseb	frekvenca	%	veljavni %
1	14	2.9	3.2
2	47	9.8	10.6
3	112	23.2	25.3
4	216	44.8	48.9
5	45	9.3	10.2
6	5	1.0	1.1
7	1	0.2	0.2
9	1	0.2	0.2
12	1	0.2	0.2
0	2	0.4	M.V.
	38	7.9	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

## 6. MATERIALNI STATUS

Pri ocenjevanju lastnega materialnega stanja si je kar 66% respondentov dodelilo povprečnega, kot nadpovprečnega pa 27%. Rezultati v celoti kažejo, da je vzorčna struktura glede na dohodkovni status prej visoka kot pa nizka, saj je tretjina na strani nadpovprečnega materialnega stanja, med tem ko se je v podpovprečnega uvrstilo le 6% respondentov.

*Materialni status*

	frekvenca	%	veljavni %
močno podpovprečen	4	0,8	0,9
podpovprečen	18	3,7	4,1
povprečen	292	60,6	65,8
nadpovprečen	119	24,7	26,8
močno nadpovprečen	11	2,3	2,5
	38	7,9	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

**7. SPOL**

Glede spolne strukture močno prednjačijo moški, katerih je kar tri četrtine, kar pa bi bilo zanimivo interpretirati tudi glede na ostale demografske značilnosti.

*Spol*

	frekvenca	%	veljavni %
moški	334	69,3	74,9
ženski	112	23,2	25,1
	36	7,5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

**8. OSTALI UPORABNIKI INTERNETA V GOSPODINJSTVU***Ali še kdo v vašem gospodinjstvu uporablja Internet?*

	frekvenca	%	veljavni %
da	100	20,7	24,0
ne	317	65,8	76,0
	65	13,5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0

*Koliko je še uporabnikov poleg vas?*

št. oseb	frekvenca	%	veljavni %
1	71	14,7	71,7
2	25	5,2	25,3
3	3	0,6	3,0
	383	79,5	M.V.
SKUPAJ	482	100,0	100,0



### III. Anketa na WWW (<http://www2.arnes.si/ris/ww>)

V okviru projekta RIS je bil razvit poseben softver, ki omogoča avtomatično pretvorbo telefonskih in računalniških vprašalnikov (npr. Blaise, InterV) v format primeren za anketiranje na WWW. Anketa je potekala mesec dni (15.4.-15.5.1996) in je pritegnila 1700 odgovorov. V povprečju je trajala 7 minut. Dve tretjini anketirancev sta zaupali tudi svoj email in na tej osnovi so prejeli podrobne rezultate.

Osnovne ugotovitve:

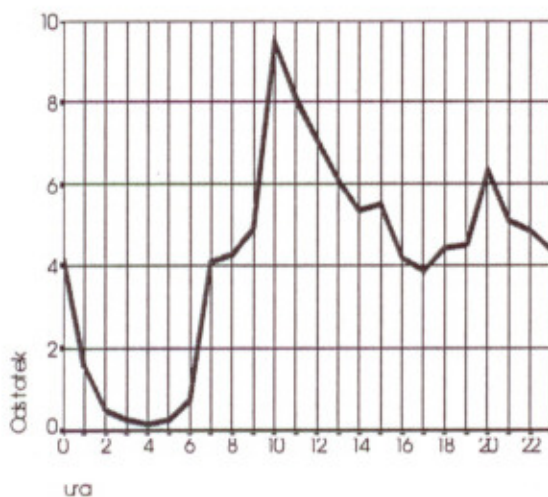
- Anketiranci na WWW še izraziteje odstopajo od strukture slovenske populacije: več kot polovica je dijakov & študentov, še bolj prevladujejo moški, bralne navade npr. dnevniki (posebej Delo) so še bolj izrazite. Izrazitejša je uporaba WWW, nekoliko manj Email, posebej intenzivna pa je uporaba FTP in tudi IRC, MUD, MOO. Skoraj četrtina je Internet že uporabila za nakupovanje.
- Pri anketiranju na WWW je Netscape uporabljalo 82% anketirancev, kot operacijski sistem pa prevladujejo različne verzije Windows.
- Glavni vir, ki je anketirance pripeljal k WWW anketi, so novice na Slovenian resources (Mat'Kurja), sledi login sporočilo in ostali viri.

## A. Osnovni podatki o anketi po WWW

- trajanje 15.4.1996 do 15.5.1996 (en mesec)
  - med 1700 odgovori je bilo 1220 veljavnih odgovorov
  - povprečno trajanje ene ankete 7 minut in 20 sekund
  - skupaj je bilo za anketiranje porabljenih 6 dni, 4 ure, 47 minut in 15 sekund
- 
- vsak anketirani, ki je pustil (pravilen) elektronski naslov, je dobil domov osnovne informacije o rezultatih in svoje osebne statistike,

## B. Doseganje ankete, Mat'Kurja in dnevniki

### 1. Ura začetka anketiranja po WWW

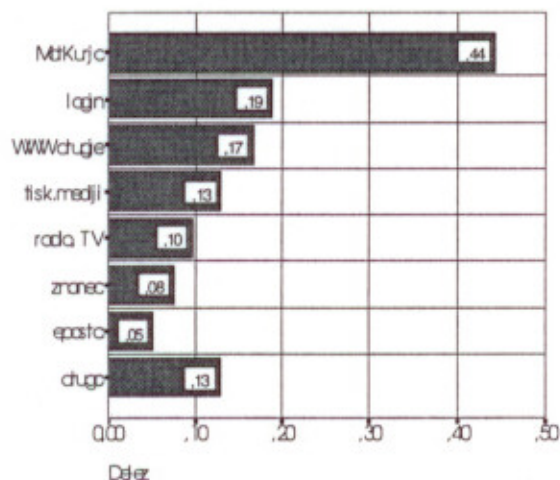


RIS - Raba Interneta v Sloveniji

<http://www2.arnes.si/ris/>

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
0	52	4.3	4.3
1	19	1.6	1.6
2	6	.5	.5
3	3	.2	.2
4	2	.2	.2
5	3	.2	.2
6	9	.7	.7
7	50	4.1	4.1
8	52	4.3	4.3
9	60	4.9	4.9
10	115	9.4	9.4
11	99	8.1	8.1
12	86	7.0	7.0
13	74	6.1	6.1
14	65	5.3	5.3
15	67	5.5	5.5
16	51	4.2	4.2
17	47	3.9	3.9
18	54	4.4	4.4
19	55	4.5	4.5
20	77	6.3	6.3
21	62	5.1	5.1
22	59	4.8	4.8
23	53	4.3	4.3
-----			
	1220	100.0	100.0

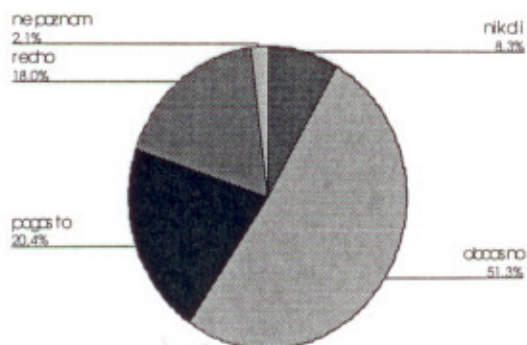
## 2. Kje ste izvedeli za anketo na WWW?



RIS - Rebalinterjev Sloveniji  
<http://www2.smes.si/ris/>

MatKurja	537	44.0
WWW drugje	203	16.6
tiskani mediji	158	13.0
radio, TV	118	9.7
e-posta	64	5.2
login sporočila	229	18.8
znanec	93	7.6
drugo	157	12.9

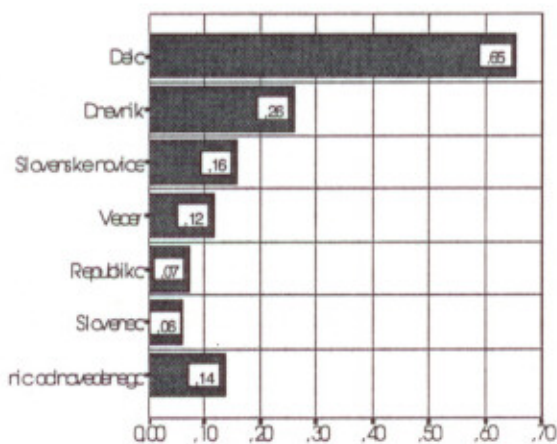
## 3. Kako pogosto obiskujete strani "Slovenian resources" (Mat'Kurja)?



RIS - Raba Interneta v Sloveniji  
<http://www2.arnes.si/ris/>

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	101	8.3	8.3
občasno	625	51.2	51.3
pogosto	248	20.3	20.4
redno	219	18.0	18.0
ne poznam	25	2.0	2.1
	2	.2	brez odg.
	1220	100.0	100.0

#### 4. Katere časopise redno berete oziroma pogosto?



RIS - Raba Interneta v Sloveniji  
<http://www2.arnes.si/ris/>

Delo	792	64.9
Dnevnik	315	25.8
Republika	90	7.4
Vecer	142	11.6
Slovenec	74	6.1
Slovenske novice	191	15.7
nic od navedenega	167	13.7

45%  
 18%  
 5%  
 8%  
 4%  
 11%  
 9%

1771

## C. Uporaba storitev na Internetu

e-posta

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	77	6.3	6.4
vcasih	217	17.8	17.9
pogosto	186	15.2	15.3
redno	728	59.7	60.1
ne poznam	4	.3	.3
	8	.7	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

WWW

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	4	.3	.3
vcasih	81	6.6	6.7
pogosto	227	18.6	18.7
redno	902	73.9	74.2
ne poznam	2	.2	.2
	4	.3	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

FTP

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	160	13.1	13.2
vcasih	322	26.4	26.6
pogosto	350	28.7	28.9
redno	323	26.5	26.7
ne poznam	56	4.6	4.6
	9	.7	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

IRC

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	433	35.5	35.8
vcasih	333	27.3	27.5
pogosto	129	10.6	10.7
redno	205	16.8	16.9
ne poznam	111	9.1	9.2
	9	.7	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

MUD, MOO

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	546	44.8	45.3
vcasih	100	8.2	8.3
pogosto	7	.6	.6
redno	13	1.1	1.1
ne poznam	540	44.3	44.8
	14	1.1	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## liste

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	500	41.0	41.3
vcasih	376	30.8	31.1
pogosto	100	8.2	8.3
redno	128	10.5	10.6
ne poznam	106	8.7	8.8
	10	.8	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## USENET

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	522	42.8	43.6
vcasih	334	27.4	27.9
pogosto	112	9.2	9.4
redno	107	8.8	8.9
ne poznam	121	9.9	10.1
	24	2.0	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## telnet

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	294	24.1	24.3
vcasih	429	35.2	35.4
pogosto	191	15.7	15.8
redno	237	19.4	19.6
ne poznam	61	5.0	5.0
	8	.7	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

**D. Namen, pomembnost in kraj uporabe****1. Namen uporabe**

## zabava

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	94	7.7	7.7
vcasih	513	42.0	42.3
pogosto	349	28.6	28.8
redno	257	21.1	21.2
	7	.6	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## informiranje

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	14	1.1	1.2
vcasih	331	27.1	27.2
pogosto	614	50.3	50.5
redno	256	21.0	21.1
	5	.4	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## nakupovanje

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	873	71.6	73.1
vcasih	284	23.3	23.8
pogosto	36	3.0	3.0
redno	1	.1	.1
	26	2.1	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## poslovne potrebe

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	484	39.7	40.3
vcasih	381	31.2	31.8
pogosto	208	17.0	17.3
redno	127	10.4	10.6
	20	1.6	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## raziskovanje in izobrazevanje

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
nikoli	40	3.3	3.3
vcasih	371	30.4	30.6
pogosto	452	37.0	37.2
redno	351	28.8	28.9
	6	.5	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## 2. Pomembnost Interneta za vašo dejavnost

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
povsem nepomemben	19	1.6	1.6
	112	9.2	9.2
	293	24.0	24.1
	355	29.1	29.2
zelo pomemben	436	35.7	35.9
	5	.4	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

## 3. Od kod najpogosteje uporabljate Internet

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
od doma	593	48.6	48.8
iz sluzbe	375	30.7	30.9
iz sole/fakultete	230	18.9	18.9
od drugod	17	1.4	1.4
	5	.4	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

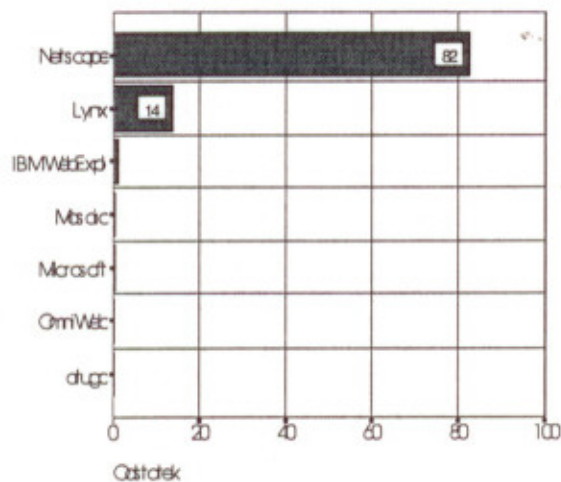
## 4. Dostop od doma

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
da	871	71.4	71.6
ne, nacrtujemo letos	111	9.1	9.1
ne, ze razmisljali	116	9.5	9.5
ne, ne razmisljamo	119	9.8	9.8
	3	.2	brez odg.
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

### E. Računalniki pri doseganju ankete po WWW

Podatki so zbrani glede na podatke, ki jih pošiljajo pregledovalniki.

#### 1. Uporabljeni pregledovalniki za WWW

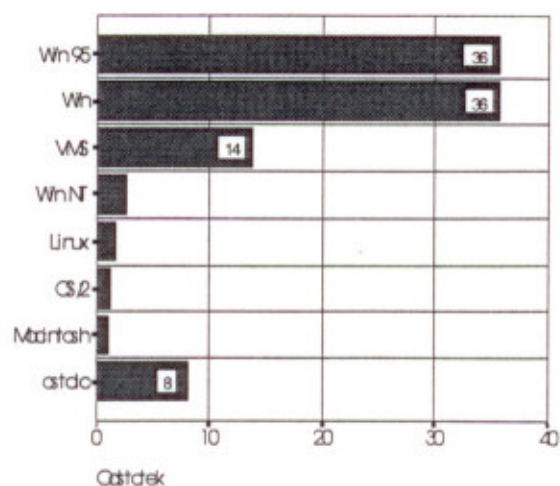


RIS - Reprezentativ Sloveniji  
<http://web2.srnis.si/ris/>

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
drugo	8	.7	.7
Netscape	1004	82.3	82.3
Lynx	168	13.8	13.8
Microsoft	10	.8	.8
IBM WebExpl	15	1.2	1.2
OmniWeb	5	.4	.4
Mosaic	10	.8	.8
	-----	-----	-----
	1220	100.0	100.0

#### 2. Operacijski sistemi računalnikov





RIS - Raba Interneta v Sloveniji

<http://www2.arnes.si/ris/>

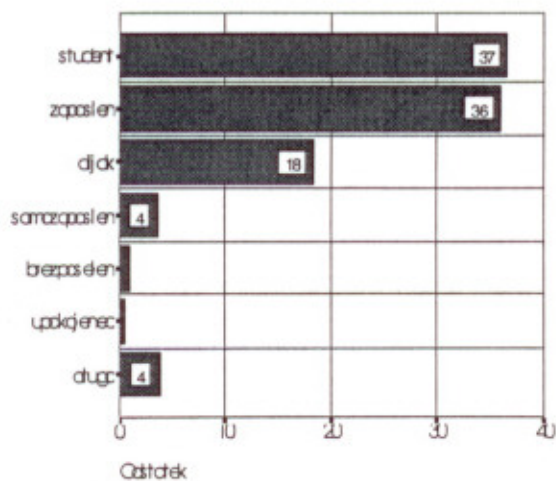
Veljaven

Frekvenca Odstotek Odstotek

	Frekvenca	Odstotek	Odstotek
ostalo	101	8.3	8.3
Linux	21	1.7	1.7
Win 95	434	35.6	35.6
Win	435	35.7	35.7
Win NT	33	2.7	2.7
Macintosh	13	1.1	1.1
VMS	168	13.8	13.8
OS/2	15	1.2	1.2
	1220	100.0	100.0

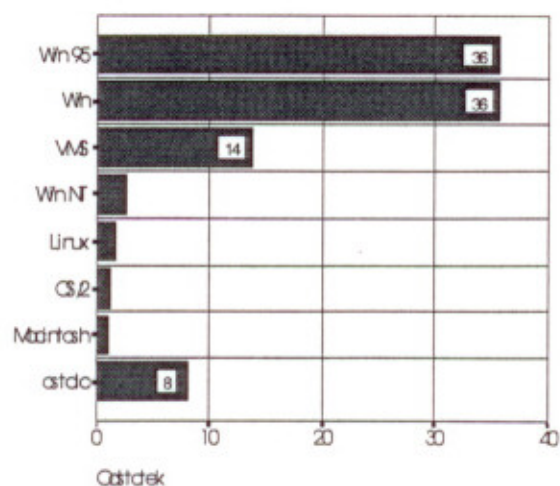
## F. Demografija samoanketiranih

### 1. Zaposlitevi status



RIS - Raba Interneta v Sloveniji

<http://www2.arnes.si/ris/>



RIS - Raba Interneta v Sloveniji

<http://www2.arnes.si/ris/>

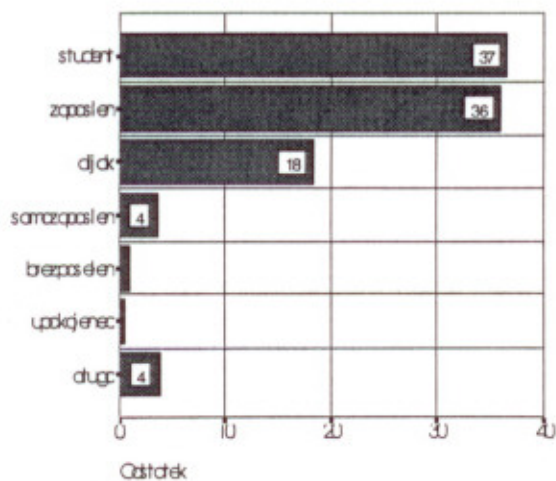
Veljaven

Frekvenca Odstotek Odstotek

	Frekvenca	Odstotek	Odstotek
ostalo	101	8.3	8.3
Linux	21	1.7	1.7
Win 95	434	35.6	35.6
Win	435	35.7	35.7
Win NT	33	2.7	2.7
Macintosh	13	1.1	1.1
VMS	168	13.8	13.8
OS/2	15	1.2	1.2
	1220	100.0	100.0

## F. Demografija samoanketiranih

### 1. Zaposlitevi status

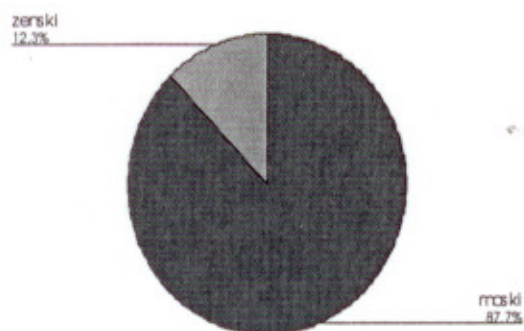


RIS - Raba Interneta v Sloveniji

<http://www2.arnes.si/ris/>

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
dijak	167	13.7	18.3
student	334	27.4	36.6
zaposlen	327	26.8	35.8
samozaposlen	34	2.8	3.7
brezposelen	9	.7	1.0
upokojenec	5	.4	.5
drugo	37	3.0	4.1
	307	25.2	brez odg.
	1220	100.0	100.0

## 2. Spol



RS - Raba Internet v Sloveniji  
<http://www2.ames.si/ris/>

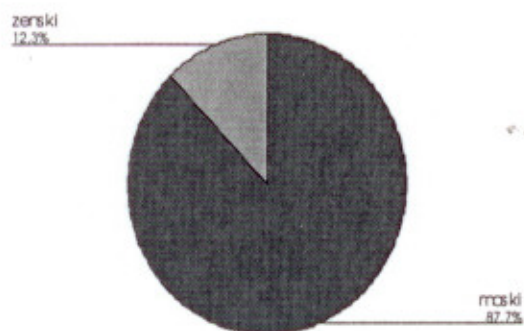
	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
moski	1060	86.9	87.7
zenski	149	12.2	12.3
	11	.9	brez odg.
	1220	100.0	100.0

## 3. Izobrazba

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
osnovna	103	8.4	8.5
strokovna	6	.5	.5
srednja	590	48.4	48.8
visja	104	8.5	8.6
visoka	310	25.4	25.6
mag.	50	4.1	4.1
dr.	46	3.8	3.8
	11	.9	brez odg.
	1220	100.0	100.0

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
dijak	167	13.7	18.3
student	334	27.4	36.6
zaposlen	327	26.8	35.8
samozaposlen	34	2.8	3.7
brezposelen	9	.7	1.0
upokojenec	5	.4	.5
drugo	37	3.0	4.1
	307	25.2	brez odg.
	1220	100.0	100.0

## 2. Spol



RS - Raba Internet v Sloveniji  
<http://www2.ames.si/ris/>

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
moski	1060	86.9	87.7
zenski	149	12.2	12.3
	11	.9	brez odg.
	1220	100.0	100.0

## 3. Izobrazba

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven Odstotek
osnovna	103	8.4	8.5
strokovna	6	.5	.5
srednja	590	48.4	48.8
visja	104	8.5	8.6
visoka	310	25.4	25.6
mag.	50	4.1	4.1
dr.	46	3.8	3.8
	11	.9	brez odg.
	1220	100.0	100.0

## IV. Anketa podjetij (<http://www.ris.org>)

V pisemsko anketo (dve strani) so bila vključena vsa velika (nad 250 zaposlenih) in srednja podjetja (od 50 do 250 zaposlenih) v Sloveniji ter 7% malih podjetij (pod 50 zaposlenih), skupno 5399 podjetij. Anketa je potekala od srede maja do konca junija. Poslani so bili trije dopisi, podvzorec nerespondentov pa je anketiran še po telefonu. Pred telefonskim anketiranjem je skupna stopnja dogovorov 55%, med srednjimi podjetji 73%. Rezultati telefonske ankete so pokazali, da se podjetja, ki niso odgovorila na pisemsko anketo, bistveno ne razlikujejo od tistih, ki so.

Nekateri bistveni rezultati pisemske ankete:

- Internet je pomemben ali zelo pomemben za petino velikih in srednjih in desetino malih podjetij. Pri uporabi prevladuje zbiranje poslovnih informacij ter komuniciranje (bolj doma, kot s tujino). Razen (delno) oglaševanja prave poslovne aktivnosti (prodaja, poprodaja) še niso zaživele, čeprav jih načrtujejo.
- Četrtnina velikih, petina srednjih in dobrih 5% malih podjetij že ima dostop do Interneta. Le četrtnina velikih, tretjina srednjih ter polovica malih podjetij še ni razmišljala o dostopu do Interneta.
- Glede Internet ponudnikov podjetja niso posebej kritična in tudi ponudbe ne spremljajo posebej natančno. V množici ponudnikov se že zarisujejo prevladujoče skupine (Sinet, Qnet, Telekom...).
- Predstavitev na Internetu ima 6% velikih in srednjih podjetij. Na vsako tako podjetje pa prideta še dve, ki predstavitev pripravljata, tri ki jo načrtujejo ter štiri, ki o tem razmišljajo. Med malimi podjetji ima predstavitevno stran 2% anketiranih podjetij.

### A. Metodologija

- V začetku aprila je bila najprej opravljena pilotna študija med 53 velikimi podjetji, nato pa so v začetku maja, točneje 10. maja, 1996 zavodi in organizacije prejeli dopis s priloženo anketo na dveh straneh in povratno kuverto. Pisma so bila naslovljena na direktorje podjetij.
- Drugi dopis, v katerem smo se respondentom zahvalili za sodelovanje, ostale pa k temu povabili, je sledil 21. maja.
- Tretji dopis z vprašalnikom ter povratno kuverto je bil poslan podjetjem, ki niso odgovorila ne na prvi ne na drugi dopis 3. junija. V tem primeru odgovor pomeni, da so podjetja bodisi vrnila izpolnjen vprašalnik, poslala odgovor z dopisom ali pa nas poklicali. Po drugem in tretjem dopisu nas je namreč poklicalo kar nekaj podjetij, ki so so še naknadno želela vprašalnik, ker so ga založila. Organizacije so tudi sporočale spremembe naslova, in reorganizacijske spremembe (podjetje je v stečajju, mirovanju, združitve podjetij). Nekatera pa, da zavračajo sodelovanje.

Med nerespondenti podjetij je bil izveden tudi telefonski follow up. Sistematično smo generirali vzorec, ki je vključeval 10% vseh nerespondentov, t.j. 218 organizacij.

### 1. Vzorčni okvir, vzorec

Vzorčni okvir pisemske ankete temelji na Imeniku poslovnih oseb (IPO). Okvir je bil postavljen v začetku letošnjega leta, vključili pa smo velika, srednje velika in mala podjetja<sup>2</sup>:

- velikih podjetij v Sloveniji je 769,
- srednje velikih je 1594,
- malih pa 45.453.

V nadaljevanju smo iz baze podjetij načeloma izločili družbeno-politične organizacije, teh je 4,08%, ter tudi kulturne, izobraževalne in zdravstvene organizacije. Tako smo dobili 43.598 podjetij, od katerih smo nato v vzorec izbrali, poleg vseh velikih in srednje velikih podjetij, 7% malih podjetij (3052). Dobili smo sledeči vzorec:

- 767 velikih podjetij,
- 1585 srednje velikih, in
- 3047 malih podjetij.

<sup>2</sup> Med mala podjetja štejemo podjetja z do 50 zaposlenimi, med srednja, tista podjetja, kjer se število zaposlenih giblje med 50 in 250 delavci, ter med velika, tista, kjer je zaposlenih več kot 250 ljudi.

## 2. Kvaliteta vzorčnega okvira

V bazi podjetij so se pojavile nekatere neustrezne enote, med katere lahko štejemo:

- šolske zavode (291 enot - 5,4%),
- ostale kulturno-izobraževalne institucije (202 enot- 3,7%),
- ostala neposlana pisma (66 enot- 1,2%),
- vrnjena pisma (naslovnik neznan, odpotoval, spremenjen naslov itd.) (421 enot - 7,8%),
- podjetja, ki ne poslujejo več (128 enot - 2,4%).

Struktura neustreznih enot po posameznih podtipih organizacij je naslednja:

Tabela 1

tip podjetja	šolski zavodi	ostali zavodi	ostale neposlane	stečaj (vrnjen prazen vprašalnik)	vrnjene	SKUPAJ
mala	38 6,25%	28 4,6%	62 10,2%	94 15,5%	386 63,5%	608
srednja	244 54,1%	147 32,6%	3 0,7%	24 5,3%	33 7,3%	451
velika	9 18,4%	27 55,1%	1 2,0%	10 20,4%	2 4,1%	49
SKUPAJ	291 26,3%	202 18,2%	66 6,0%	128 11,6%	421 38,0%	1108

Med 1108 podjetji je bilo največ neustreznih enot med malimi podjetji (608 enot - 54,9%), najmanj pa med velikimi (49 enot - 4,4%).

Spodnja tabela prikazuje kvaliteto vzorčnega okvira. Stopnja ustreznosti za vsa podjetja skupaj je skoraj 80%, pri velikih podjetjih celo 94%. Dobljeni rezultati so seveda zelo zadovoljivi.

Tabela 2

tip podjetja	vzorec	ustrezne enote	st. ustreznosti <sup>3</sup>
mala	3047	2439	80,0
srednja	1585	1134	71,5
velika	767	718	93,6
SKUPAJ	5399	4291	79,5

## 3. Odgovori

Stopnja odgovorov za vsa podjetja skupaj je več kot 50%, med srednje velikimi podjetji celo 73%, med velikimi 69%, med malimi pa 42%.

Tabela 3

tip podjetja	št. vseh enot	št. odgovorov	st. odgovorov <sup>4</sup>	st. anketiranja <sup>5</sup>
mala	3047	1034	42,4	33,9
srednja	1585	825	72,7	52,0
velika	767	494	68,8	64,4
SKUPAJ	5399	2353	54,8	43,6

<sup>3</sup> stopnja ustreznosti = ustrezne enote / vse enote

<sup>4</sup> stopnja odgovorov = enote z odgovori / ustrezne enote

<sup>5</sup> stopnja anketiranja = enote z odgovori / vse enote

Glede na poslane tri dopise, smo združili število prejetih anket v tri razrede in opazovali stopnjo odgovorov. Med srednje velikimi in velikimi podjetji je bila največja (51% oz. 41%) po prvem dopisu, med malimi pa po zadnjem (45%).

Tabela 4

dopis	male	srednje	velike	SKUPAJ
1. dopis	342 33,1%	418 50,7%	206 41,7%	966 41,0%
2. dopis	212 20,5%	136 16,5%	77 15,6%	425 18,1%
3. dopis	463 44,8%	266 32,2%	153 31,0%	882 37,5%
brez datuma	17 1,6%	5 0,6%	58 1,2%	80 3,41%
SKUPAJ	1034 100,0	825 100,0	494 100,0	2353 100,0

Opozoriti moramo, da je dejanska stopnja odgovorov višja, saj nekateri odgovori niso upoštevani. Dogajalo se je namreč, da podjetja izpolnjenih vprašalnikov niso vračala v priloženi kuverti, na kateri je bil naš naslov in šifra tega podjetja, po kateri smo jih razvrščali, ampak so uporabila svojo. Pri tem niso upoštevali naše šifre projekta, tako da jih nismo mogli uvrstiti v skupino odgovorov. Takih anonimnih odgovorov je 40. Poleg tega je potrebno upoštevati, da še vedno prihajajo izpolnjeni vprašalniki. Po zaključku ankete konec junija pa do avgusta, je prispelo še 20 izpolnjenih anket. Če upoštevamo teh 60 vprašalnikov, je dejanska stopnja anketiranja med podjetji 56%.

Na podlagi dobljenih rezultatov ankete smo podjetja razvrstili po velikosti glede na dejansko število zaposlenih. Podatki se zaradi procesov reorganizacij podjetij rahlo razlikujejo od postavljenega vzorca. Med mala podjetja je tako zapadlo dejansko nekaj več organizacij, manj pa je bilo srednjih in predvsem velikih.

Tabela 5

tip organizacije	odgovori	odgovori, glede na dejansko št. zaposlenih	ustrezne enote
mala	1034 42,4%	1138 46,7%	2439
srednja	825 72,7%	725 63,9%	1134
velika	494 68,8%	262 36,5%	718
SKUPAJ	2353 54,8%	2125 <sup>b</sup> 49,5%	4291

Če si ogledamo razlike med dejansko in vzorčno strukturo podjetij glede dostopa organizacij do Interneta, ima v vzorcu dostop 36% velikih, 28% srednje velikih, in 16% malih. Glede na dejansko velikost pa podatki kažejo, da ima malo več velikih podjetij dostop do Interneta (42%), število srednje velikih se ujema z vzorcem, malih podjetij (28%) pa je prav tako malo več (20%). Če bi imeli na razpolago tudi podatke za 228 podjetij, ki niso navedla števila redno zaposleni v organizaciji, bi se struktura dostopa do Interneta vzorca skoraj pokrivala z dejanskim stanjem.

#### 4. Telefonski follow-up

Kot smo že omenili, je sledil pisemski anketi podjetij tudi telefonski follow-up. Med nerespondenti (ustrezne enote-število odgovorov) smo izbrali vsako deseto enoto. Sistematično je bil izbran vzorec 218 organizacij. Glede na podtipe pa je struktura vzorca sledeča:

<sup>b</sup>Število odgovorov se razlikuje za 228 enot. Te enote so izpadle iz analize, saj nekatere organizacije niso navedle števila redno zaposlenih.

Tabela 6

tip podjetja	št. enot, vključenih v telefonski vzorec
mala	155 71,1%
srednja	42 19,3%
velika	21 9,6%
SKUPAJ	218 100,0

Anketiranje je potekalo približno 10 dni (v začetku julija). Vsa podjetja smo poklicali vsaj 3x. Izmed 218 podjetij, jih je na nekatera osnovna vprašanja (ali ima podjetje dostop do Interneta, podatki o respondentu in samem podjetju) odgovorilo 78 (35,8%). Za ostale pa smo ugotovili naslednje:

- 18 podjetij ne posluje več (8,3%),
- sodelovanje v anketi je zavrnilo 7 podjetij (3,2%),
- 13 direktorjev organizacij v času anketiranja ni bilo dosegljivih (6,0%),
- na 2 telefonskih številkah se je javljal fax (0,9%),
- na 26 telefonskih številkah se sploh ni nihče oglasil (11,9%),
- za 70 podjetij ni bilo moč dobiti telefonsko številko (32,1%),
- pri 3 pa so ravno v tem času vzpostavljali telefonsko linijo (1,4%).

Presenetljivo se je izkazalo, da se struktura respondentov telefonske ankete bistveno ne razlikuje od pisemske ankete. Dostop do Interneta ima 11% (9) podjetij, pripravljajo ga v 4%, razmišljajo o tem pa je 27% organizacij. Več kot polovica anketiranih (58%) dostopa nima in tudi še ni razmišljalo o tem.

## 5. Stopnja spreobrnitve odgovorov

Izkazalo se je, da se je največ nerespondentov premislilo in odločilo za sodelovanje v anketi takrat, ko so jih poklicali po telefonu (na anketo je odgovorilo 35,8% prejšnjih nerespondentov). Med pisemskimi dopisi pa je bil pri "spreobračanju" nerespondentov v respondente najuspešnejši drugi naknadni dopis (po tem dopisu se je premislilo in odločilo za sodelovanje v anketi 28,6% prejšnjih nerespondentov), najmanj uspešen pa prvi naknadni dopis (po tem dopisu se je premislilo le 11,8% respondentov).



## V. Mala podjetja

### A. Pomen Interneta za poslovno dejavnost podjetja

Respondente smo spraševali o pomembnosti Interneta za njihovo poslovno dejavnost. Odgovarjali so na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni povsem nepomemben, 5 pa zelo pomemben.

Tabela: Pomembnost Interneta za poslovno dejavnost

	frekvenca	%	veljavni %
povsem nepomemben	166	16,1	26,6
nepomemben	124	12,0	19,9
niti nepomemben, niti pomemben	203	19,6	32,6
pomemben	73	7,1	11,7
zelo pomemben	57	5,5	9,1
ne poznam	39	3,8	manjk.vred.
ne vem	296	28,6	manjk.vred.
b.o.	76	7,4	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

27% organizacij meni, da je Internet za njihovo poslovno dejavnost povsem nepomemben, za nepomembnega ga označuje 20%, tretjini anketirancev pa se ne zdi niti pomemben, niti nepomemben. Le 9% podjetij smatra Internet kot zelo pomemben pri opravljanju njihove poslovne dejavnosti.

### B. Aktivnosti povezane z Internetom

Respondente smo spraševali ali v njihovi organizaciji potekajo kakšne aktivnosti, povezane z Internetom. Tista podjetja, ki so odgovorila, da takšne aktivnosti v njihovi organizaciji ne potekajo, in da o tem tudi še niso razmišljali, so na tem koraku zaključili z anketo. Povprašali smo jih le še o nekaterih osnovnih podatkih.

Tabela: Ali v vaši organizaciji potekajo kakšne aktivnosti, povezane z Internetom

	frekvenca	%	veljavni %
DA	76	7,4	7,5
NE, vendar so v pripravi	70	6,8	6,9
NE, vendar jih načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	76	7,4	7,5
NE, vendar smo o tem že razmišljali	264	25,5	26,1
NE in o tem še nismo razmišljali	526	50,9	52,0
b.o.	22	2,1	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

V 7% organizacij potekajo neke aktivnosti v zvezi z Internetom, 14% jih pripravlja oz. načrtuje v nadaljnih 12 mesecih, o tem pa je že razmišljalo 26%. Polovica malih podjetij, ki so odgovorila na anketo, o Internetu sploh še ni razmišljala.

### C. Uporaba Interneta v prihodnosti

Kakšna bo uporaba Interneta v prihodnosti po mnenju slovenskih malih podjetij, nam kaže naslednja tabela:

Tabela: Uporaba Interneta čez 12 mesecev

	frekvenca	%	veljavni %
precej manjša	6	0,6	1,9
manjša	12	1,2	3,9
ni-ti-niti	63	6,1	20,4
večja	122	11,8	39,5
precej večja	106	10,3	34,3
sploh ne bomo uporabljali	33	3,2	manjk.vred.
ne vem	118	11,4	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI	574	55,5	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Večinoma respondenti menijo, da bo uporaba Interneta čez 12 mesecev večja (39%) oz. precej večja (34%).

### D. Uporaba ali načrtovanje različnih storitev na Internetu

Ogledali si bomo koliko organizacije uporabljajo ali načrtujejo uporabo različnih storitev na Internetu.

Tabela: Storitve na Internetu (veljavni odstotki)

	uporabljamo	pripravljamo	smo razmišljali	še nismo razmišljali	veljavni N	% veljavnih N
oglaševanje	4,2	18,3	59,3	18,3	378	36,6
prodaja	2,9	10,1	59,7	27,3	308	29,8
poprodajne aktivnosti	2,5	9,4	45,1	43,0	244	23,6

V tabeli so prikazani veljavni odstotki za organizacije, kjer potekajo neke aktivnosti povezane z Internetom. Vidimo, da podjetja le malo uporabljajo Internet za katerokoli izmed navedenih dejavnosti, dosti pa o tem razmišljajo. V razporednici je navedeno tudi število veljavnih enot po posameznih podvprašanjih, obenem pa prikazano tudi v odstotkih. Torej, izmed 1034 malih podjetij, jih je 37% odgovorilo na vprašanje ali uporabljajo oglaševanje na Internetu, uporablja pa ga 4% podjetij.

## E. Uporaba po dejavnostih

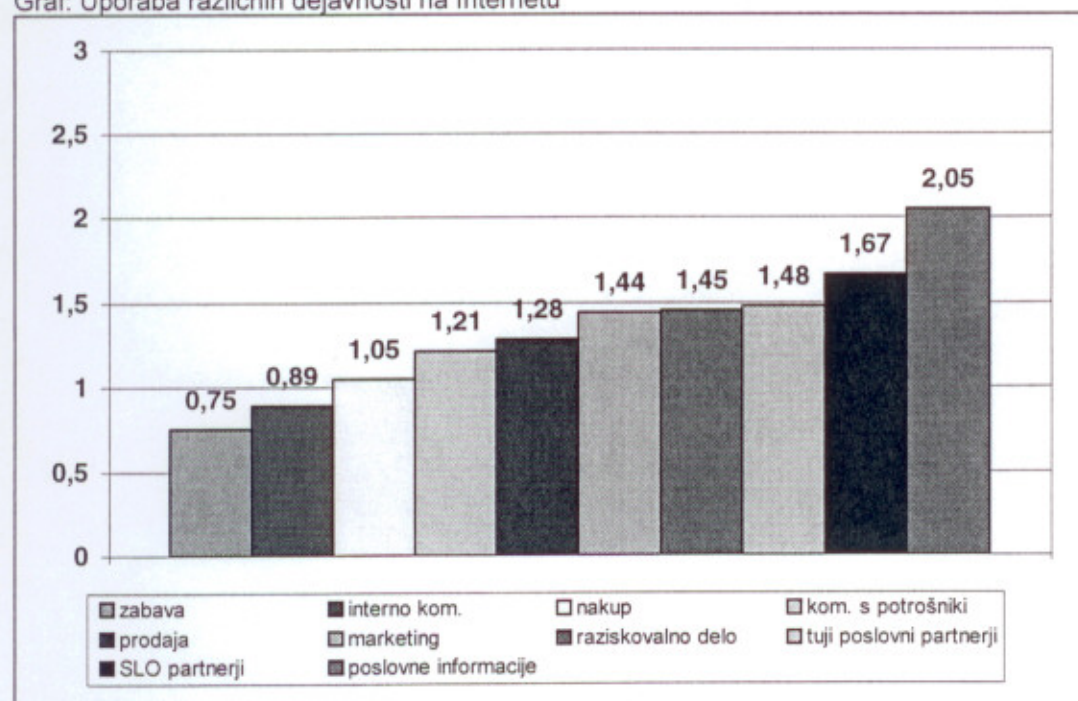
Zanimalo nas je kako pogosta je uporaba Interneta po različnih dejavnostih. Možni so bili naslednji odgovori: 1 nikoli, 2 včasih, 3 pogosto, 4 redno, 5 načrtujemo.

Tabela: Pogostost uporabe Interneta po različnih dejavnostih (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	pogosto	redno	načrtujemo	veljavni N	% veljavnih N
nakupovanje in naročanje prek Interneta	17,7	45,1	11,6	5,1	10,5	293	28,3
prodaja izdelkov/storitev	15,7	28,9	15,7	9,8	29,8	305	29,5
zabava	39,3	38,5	9,4	3,7	9,0	244	23,6
pridobivanje poslovnih informacij	2,8	18,0	25,8	27,1	26,3	395	38,2
komuniciranje s poslovnimi partnerji v Sloveniji	7,8	27,7	20,8	18,5	25,1	346	33,5
komuniciranje s poslovnimi partnerji v tujini	11,2	30,8	16,9	14,8	26,3	331	32,0
raziskovalno delo in izobraževanje	12,3	35,4	17,5	15,4	19,3	285	27,6
interno komuniciranje	34,1	29,7	13,7	5,6	16,9	249	24,1
marketinške dejavnosti	13,3	25,1	21,7	11,5	28,5	323	31,1
komuniciranje s potrošniki	20,9	32,7	13,7	11,9	20,9	278	26,9

V tabeli niso prikazane vrednosti, ki so izpadle pri vprašanju o aktivnostih organizacij, povezanih z Internetom. 27% organizacij redno uporablja Internet za pridobivanje poslovnih informacij, 18% za komuniciranje s poslovnimi partnerji v tujini, le 5% za nakupovanje in naročanje prek Interneta ter prav toliko za interno komuniciranje. Večji pregled nad uporabo različnih storitev dobimo z naslednjim grafikonom.

Graf. Uporaba različnih dejavnosti na Internetu



Grafikon prikazuje aritmetične sredine za posamezne dejavnosti, urejene po vrsti od najmanj uporabljane do najbolj uporabljane. Uporabljena je bila naslednja lestvica: 0 pomeni nikoli, 1 včasih, 2 pogosto in 3 redno.

Podjetja najmanj uporabljajo Internet za zabavo, igre, klepet, v povprečju pa največ za pridobivanje poslovnih informacij.

## F. Predstavitev na Internetu ("home page")

Tabela: Predstavitev na Internetu (home page)

	frekvenca	%	veljavni %
DA	18	1,7	3,9
NE, vendar je predstavitev v pripravi	40	3,9	8,6
NE, vendar jo načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	66	6,4	14,2
NE, vendar smo o tem že razmišljali	198	19,1	42,5
NE in o tem še nismo razmišljali	144	13,9	30,9
NI AKTIVNOSTI	568	54,9	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Svojo predstavitevno stran na Internetu ima 18 podjetij (4%), pripravlja jo 9%, v naslednjih 12 mesecih pa jo načrtuje 14% podjetij.

## G. Spremljanje ponudbe providerjev

Glede na vse večje število raznih ponudnikov dostopa do Interneta, nas je zanimalo koliko organizacije spremljajo njihovo delovanje in ponudbo. Rezultati so sledeči:

Tabela: Spremljanje in primerjanje ponudbe providerjev

	frekvenca	%	veljavni %
sploh ne spremljamo	179	17,3	42,3
ne spremljamo	86	8,3	20,3
niti-niti	100	9,7	23,6
spremljamo	31	3,0	7,3
natančno spremljamo	27	2,6	6,4
ne vem	37	3,6	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI	574	55,5	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Presenetljivo veliko organizacij sploh ne spremlja in primerja ponudb providerjev (42%).

## H. Pomen dejavnikov pri izbiri ponudnika

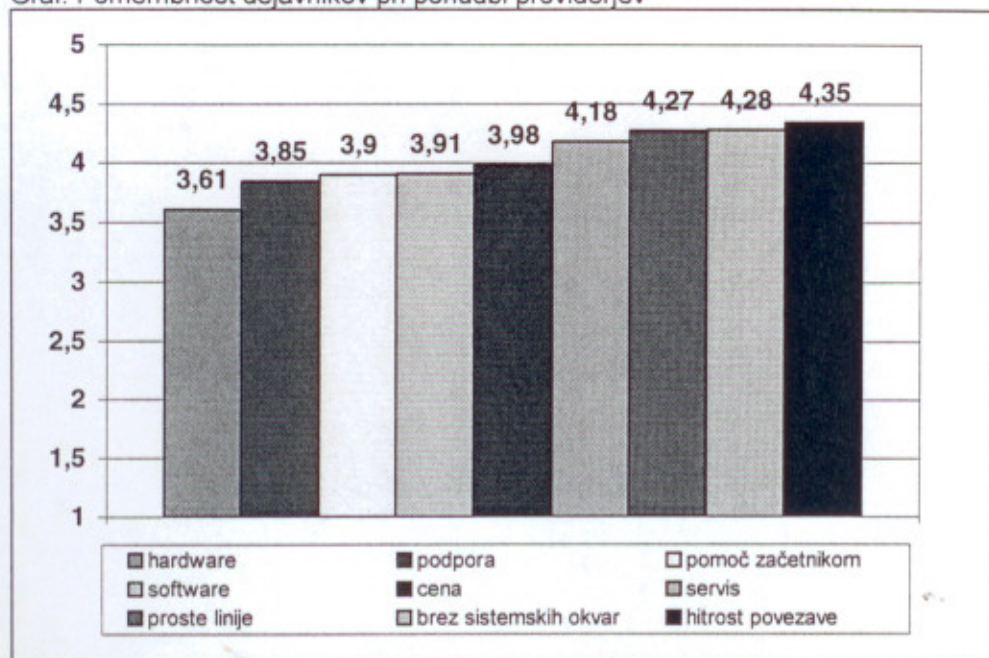
Respondenti so podajali tudi svojo oceno pri pomembnosti različnih dejavnikov, ki naj bi jih ponudniki storitev Interneta v večji ali manjši meri upoštevali. Uporabljena je bila lestvica od 1 do 5, kjer 1 pomeni povsem nepomembno, 5 pa zelo pomembno.

Tabela: Pomembnost dejavnikov pri izbiri ponudnika (veljavni odstotki)

	povsem nepomembno	nepomembno	niti-niti	pomembno	zelo pomembno	veljavni N	% veljavni N
cena	2,9	4,8	30,2	15,9	46,3	378	36,6
proste linije	0,9	3,4	16,9	25,1	53,7	350	33,8
nobnih sistemskih okvar	0,9	1,2	21,1	22,1	54,6	339	32,8
hitrost povezave	0,6	1,4	16,7	24,9	56,5	354	34,2
ponudba ustrezne programske opreme	1,5	5,4	31,1	24,5	37,5	331	32,0
ponudba ustrezne strojne opreme	4,8	10,8	33,4	19,9	31,0	332	32,1
hitrost in kvaliteta servisiranja	0,3	4,3	20,3	27,5	47,6	349	33,7
celovita podpora, informiranje, seminarji	1,4	9,1	29,1	24,2	36,2	351	33,9
pomoč začetnikom	4,9	8,5	22,4	19,9	44,3	366	35,4

V tabeli so prikazani veljavni odstotki, ter število in odstotek veljavnih odgovorov za vse našete kategorije. Razberemo lahko, da so pri izbiri ponudnika večinoma vsi dejavniki pomembni. Podatki si lahko ogledamo še na naslednji sliki:

Graf: Pomembnost dejavnikov pri ponudbi providerjev



Kot najmanj pomemben dejavnik se je izkazala strojna opremljenost, kot najbolj pa hitrost povezave. Med bolj pomembne dejavnike lahko štejemo še hitrost in kvaliteto servisiranja, proste linije ter čim manj sistemskih okvar.

## I. Dostop do Interneta

Zanimalo nas je, koliko izmed organizacij ima dejansko dostop do Interneta, in koliko jih pripravlja, načrtuje, ali razmišlja o dostopu.

Tabela: Dostopnost podjetij do Interneta

	frekvenca	%	veljavni %
DA, ima dostop	78	7,5	16,3
NE, vendar je v pripravi	59	5,7	12,3
NE, vendar ga načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	88	8,5	18,3
NE, vendar smo o tem že razmišljali	228	22,1	47,5
NE in o tem še nismo razmišljali	27	2,6	5,6
NI AKTIVNOSTI	554	53,5	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Izmed 1034 malih podjetij, ki so odgovorila na anketo, jih ima dostop do Interneta 7%, oz. 16% tistih, pri katerih potekajo neke aktivnosti povezane z Internetom. Dostop pripravlja in načrtuje 12% oz. 18% organizacij. Izstopajo pa podjetja, ki nimajo dostopa, a so o tem že razmišljala; takih je skoraj polovica.

## J. Zadovoljstvo z ponudnikom

V raziskavo je bilo vključeno tudi vprašanje o ponudnikih Interneta. Najprej smo anketirance povprašali, kako so zadovoljni s svojim ponudnikom, nato pa še kdo je ali bo njihov provider.

Tabela: Zadovoljstvo z ponudnikom do Interneta

	frekvenca	%	veljavni %
povsem nezadovoljni	6	0,6	4,6
nezadovoljni	14	1,4	10,8
niti nezadovoljni, niti zadovoljni	56	5,4	43,1
zadovoljni	24	2,3	18,5
zelo zadovoljni	30	2,9	23,1
nimamo ponudnika	202	19,5	manjk.vred.
ne vem	66	61,5	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI - DOSTOPA	636	6,4	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Splošno stanje ni niti nezadovoljivo, niti zadovoljivo, veliko (23%) pa je tudi podjetij, ki so zelo zadovoljna s svojim ponudnikom.

### K. Kdo je / bo vaš ponudnik

V naslednji tabeli bomo predstavili ponudnike do Interneta, ki so jih navajali respondenti.

Tabela: Ponudniki

naziv	frekvenca	odstotek	veljavni %
ARNES	16	1,5	13,2
NIL	13	1,3	10,7
K2 NET	7	0,7	5,8
TELEKOM	7	0,7	5,8
ARCTUR Nova Gorica	5	0,5	4,1
PERFTECH Bled	5	0,5	4,1
UNISTAR	4	0,4	3,3
KIVI	4	0,4	3,3
INFOTEHNA NM	3	0,3	2,5
EUROCOM Celje	3	0,3	2,5
MEDINET	3	0,3	2,5
IBM SLO	2	0,2	1,7
IZUM	2	0,2	1,7
TREF Zagorje	2	0,2	1,7
WIN INI	2	0,2	1,7
I.R.T.S.	2	0,2	1,7
ZASLON	1	0,1	0,8
QUANTUM	1	0,1	0,8
RCUM Maribor	1	0,1	0,8
SAGITA	1	0,1	0,8
KABI	1	0,1	0,8
ITS Koper	1	0,1	0,8
CRC Maribor	1	0,1	0,8
RR Velenje	1	0,1	0,8
KDM Ptuj	1	0,1	0,8
INSTITUT JOŽEF ŠTEFAN	1	0,1	0,8
JASICO	1	0,1	0,8
PTT	1	0,1	0,8
VIZIJA Celje	1	0,1	0,8
DISE	1	0,1	0,8
INSERT	1	0,1	0,8
PENI Portorož	1	0,1	0,8
PRONET	1	0,1	0,8
INTERNET Celje	1	0,1	0,8
EUNET	1	0,1	0,8
KISS	1	0,1	0,8

Tabela: Ponudniki (nadaljevanje)

naziv	frekvenca	odstotek	veljavni %
MARAND	1	0,1	0,8
B2	1	0,1	0,8
MANDAČ	1	0,1	0,8
RAČUNAL	1	0,1	0,8
EUROCOM Petrovče	1	0,1	0,8
CREATIV	1	0,1	0,8
MEHANOGRAFSKI CENTER	1	0,1	0,8
ABM	1	0,1	0,8
ERI	1	0,1	0,8
AGENDA	1	0,1	0,8
CAR	1	0,1	0,8
ABC NET Koper	1	0,1	0,8
UNISYS	1	0,1	0,8
MILTONA Zagreb	1	0,1	0,8
BOTA	1	0,1	0,8
INTERNET provider	1	0,1	0,8
trgovina	1	0,1	0,8
območna gospodarska enota - Šentjur pri Celju	1	0,1	0,8
Internet paket - osnovna mreža	1	0,1	0,8
privatni dostop	1	0,1	0,8
Veletrgovina, trgovina, s.p., d.o.o.	1	0,1	0,8
	913	88,3	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Največkrat so respondenti kot providerja do Interneta, omenjali ARNES. Sledijo NIL, K2 NET in TELEKOM.

OPOMBA: Zgornja tabela je podana zgolj ilustrativno:

1. Upoštevati je potrebno, da nazivi ponudnikov še niso bili preverjeni in združeni (npr. NEAL je verjetno NIL, podobno velja tudi za QUANTUM in QUARK, NIL in EUNET), po nekaj navedb pa je, take kot so, neuporabnih (npr. Oddelek za gospodarstvo). Delo na čiščenju podatkov poteka.
2. Posebno razlago zasluži ARNES. Deloma so prišle, po pomoti, v vzorčni okvir tudi nekatere organizacije, ki v resnici niso gospodarske, po drugi strani obstaja precej podjetij z nazivom Inštitut, ki dostopajo preko ARNESA, deloma pa imajo preko ARNESA dostop podjetja, ki so partnerji raziskovalnih organizacij.
3. Opozoriti je tudi potrebno, da so tržni deleži neponderirani; upoštevati je potrebno, da je bilo v anketo zajetih le 7% malih podjetij.

## L. Način povezanosti

V tabeli bomo prikazali le način povezanosti za mala podjetja, kjer potekajo ali razmišljajo o aktivnostih na Internetu, in kjer razmišljajo ali imajo dostop.

Tabela: Na kakšen način je (bo) vaša organizacija povezana z Internetom (veljavni odstotki)

	da	pripravljamo	smo razmišljali	ne	veljavni N	% veljavnih N
imamo grafični dostop (s slikami)	23,0	15,2	31,9	30,0	270	26,1
povezujemo se prek modema	26,7	21,6	35,4	16,2	333	32,2
stalno smo povezani prek najete linije	3,7	9,0	18,4	68,9	267	25,8
imamo svoj usmerjevalnik ("router")	2,8	4,7	13,8	78,7	254	24,6

Večinoma imajo podjetja grafični in modemski dostop do Interneta, 4% jih je povezanih preko najete linije, 3% pa imajo svoj usmerjevalnik.

## M. Uporaba storitev na Internetu

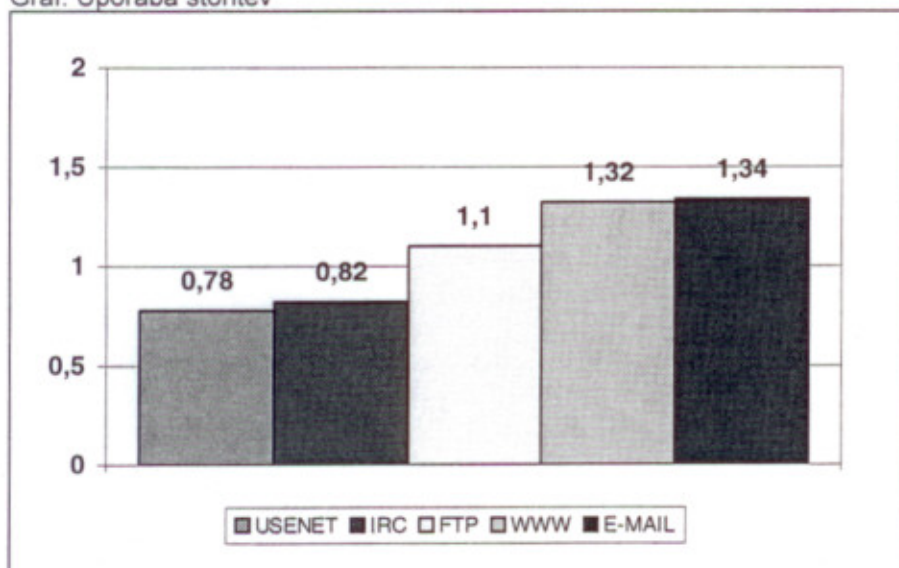
V spodnji tabeli so zbrani podatki o pogostosti uporabe različnih storitev Interneta za organizacije, ki imajo dostop in, kjer potekajo aktivnosti povezane z Internetom.

Tabela: Uporaba storitev (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	redno	ne poznam	načrtujemo	veljavni N	% veljavnih N
e mail	8,3	35,6	35,1	2,6	18,4	348	33,7
WWW	8,5	32,7	32,3	10,5	16,0	294	28,4
FTP	11,9	39,8	18,8	18,0	11,5	261	25,2
IRC	20,5	41,4	8,0	17,3	12,9	249	24,1
USENET konference	24,8	41,1	8,5	13,2	12,4	258	24,9

Že iz tabele je razvidno, da podjetja najbolj redno uporabljajo e-mail in WWW. Le 3% organizacij ne pozna elektronske pošte, najmanj pa je znano prenašanje podatkov s FTP-jem. Uporaba interaktivnih storitev, kot je npr. IRC in elektronskih konferenc poteka večinoma le včasih.

Graf: Uporaba storitev



Vrednosti v grafikonu so urejene od najmanjše do največje, uporabljena je lestvica od 0 do 2, kjer 0 pomeni nikoli, 1 včasih, 2 pa redno. V povprečju organizacije najbolj uporabljajo elektronsko pošto, najmanj pa se udeležujejo raznih elektronskih konferenc in interaktivnih storitev, kot je IRC.

## N. Dostop zaposlenih do Interneta

Tabela: Število zaposlenih, ki ima dostop do Interneta

št. zaposlenih	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 3	288	27,9	71,8
od 4 do 6	76	7,4	19,0
od 7 do 12	23	2,2	5,7
od 13 do 18	2	0,2	0,5
od 19 do 24	3	0,3	0,7
od 24 do 74	7	0,7	1,7
nad 75	2	0,2	0,5
ne vem, b.o.	633	61,2	manjk. vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Iz tabele razberemo, da se število zaposlenih, ki imajo ali bodo imeli dostop do Interneta, v 288 organizacijah giblje med 1 do 3. V povprečju pa imajo v podjetjih 4 zaposleni dostop do Interneta.



## O. Omejenost dostopa zaposlenih

Tabela: Omejenost dostopa

	frekvenca	%	veljavni %
zelo omejen	19	1,8	5,3
omejen	26	2,5	7,2
nihi-niti	80	7,7	22,2
neomejen	60	5,8	16,6
popolnoma brez omejitev	176	17,0	48,8
ne vem	76	7,4	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI - DOSTOPA	597	57,7	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Dostop v organizacijah je večinoma popolnoma brez omejitev.

Oglejmo si še nekatere osnovne podatke respondenta in organizacije, ki jo predstavlja oz. zastopa.

## P. Funkcija respondenta v organizaciji

Tabela: Funkcija respondenta

	frekvenca	%	veljavni %
direktor organizacije	702	67,9	74,2
vodstveni delavec	121	11,7	12,8
strokovni sodelavec	74	7,2	7,8
drugo	49	4,7	5,2
b.o.	88	8,5	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Na anketo so odgovarjali predvsem direktorji organizacij, veliko pa je bilo tudi ostalih vodstvenih delavcev.

## Q. Osnovno področja dela

Pogledali si bomo kakšna so osnovna področja dela respondentov.

Tabela: Področje dela

	frekvenca	%	veljavni %
vodenje, management	504	48,7	56,1
informatika/računalništvo	69	6,7	7,7
marketing	86	8,3	9,6
administracija	48	4,6	5,3
drugo	192	18,6	21,4
b.o.	135	13,1	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Več kot polovica respondentov se ukvarja z vodenjem oz. Managementom, z informatiko oz. računalništvom 8%, malo več z marketingom, 5% pa z administracijo.

## R. Ponudba organizacije

Zanimalo nas je tudi kaj predstavlja osnovno ponudbo organizacij, ki smo jih vključili v našo raziskavo.

Tabela: Ponudba

	frekvenca	%	veljavni %
proizvodi	126	12,2	13,7
storitve	414	40,0	45,1
proizvodi in storitve	377	36,5	41,1
b.o.	117	11,3	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

45% organizacij ponuja storitve, 41% pa storitve skupaj s proizvodi.

## S. Število redno zaposlenih v organizaciji

Tabela: Redno zaposleni v organizaciji

št. zaposlenih	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 10	669	64,7	81,2
od 11 do 20	66	6,4	8,0
od 21 do 30	33	3,2	4,0
od 31 do 130	38	3,7	4,6
od 131 do 231	11	1,1	1,3
nad 232	7	0,7	0,8
ne vem, b.o.	210	20,3	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

V 669 organizacijah se število zaposlenih giblje med 1 do 10. V povprečju pa imajo mala podjetja zaposlenih 16 ljudi. Med mala podjetja naj bi sodile tiste organizacije, katerih število zaposlenih se giblje do 50 ljudi. Zgoraj predstavljeni podatki torej odstopajo od te definicije, razlog pa je v tem, ti podatki temeljijo na velikosti, ki je bila navedena v vzorčnem okviru, ki pa se zaradi reorganizacije pogosto ne ujema s sedanjim stanjem. Po dokončani analizi bodo podjetja regrupirana po dejanski velikosti.

## T. Število neposrednih uporabnikov računalniške opreme v organizaciji

Tabela: Uporabniki računalniške opreme v organizaciji

št. uporabnikov	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 3	582	56,3	72,3
od 4 do 6	129	12,5	16,0
od 7 do 15	50	4,8	6,2
od 16 do 24	17	1,6	2,1
od 25 do 51	21	2,0	2,6
nad 52	6	0,6	0,7
ne vem, b.o.	229	22,1	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Povprečno število neposrednih uporabnikov računalniške opreme je 5. V večini podjetij pa se število uporabnikov računalniške opreme giblje med 1 in 3.

**U. Izvajalci marketinških/oglaševalskih akcij**

Tabela: Izvajalci

	frekvenca	%	veljavni %
sami, brez posebnega oddelka za marketing	746	72,1	82,0
sami, poseben oddelek za marketing	27	2,6	3,0
najete agencije	47	4,5	5,2
drugo	90	8,7	9,9
b.o.	124	12,0	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Kar 82% organizacij samih, brez posebnega oddelka za marketing, izvaja oglaševalske akcije, 5% pa preko najetih agencij.

## VI. Srednja podjetja

### A. Pomen Interneta za poslovno dejavnost podjetja

Respondente smo najprej povprašali o pomembnosti Interneta za njihovo poslovno dejavnost. Odgovarjali so na lestvici med 1 do 5, kjer 1 pomeni povsem nepomemben, 5 pa zelo pomemben.

Tabela: Pomembnost Interneta za poslovno dejavnost

	frekvenca	%	veljavni %
povsem nepomemben	84	10,2	14,9
nepomemben	110	13,3	19,5
niti nepomemben, niti pomemben	230	27,9	40,9
pomemben	79	9,6	14,0
zelo pomemben	60	7,3	10,7
ne poznam	4	0,5	manjk.vred.
ne vem	258	31,2	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Večina srednje velikih organizacij ocenjuje Internet kot niti pomemben, niti nepomemben za njihovo poslovno dejavnost, za pomembnega ga smatra 14%, za zelo pomembnega pa 11% podjetij.

### B. Aktivnosti povezane z Internetom

Anketirance smo spraševali ali v njihovi organizaciji potekajo kakšne aktivnosti, povezane z Internetom. Tista podjetja, ki so odgovorila, da takšne aktivnosti v njihovi organizaciji ne potekajo, in da o tem tudi še niso razmišljali, so na tej točki zaključili z anketo.

Tabela: Ali v vaši organizaciji potekajo kakšne aktivnosti, povezane z Internetom

	frekvenca	%	veljavni %
DA	165	20,0	20,2
NE, vendar so v pripravi	68	8,2	8,3
NE, vendar jih načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	69	8,4	8,4
NE, vendar smo o tem že razmišljali	200	24,2	24,5
NE in o tem še nismo razmišljali	315	38,2	38,6
b.o.	8	1,0	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

V 20% organizacij potekajo aktivnosti povezane z Internetom, 17% jih to pripravlja in načrtuje v naslednjih 12 mesecih, razmišlja pa o tem 24% podjetij.

### C. Uporaba Interneta v prihodnosti

V anketi je bilo vključeno tudi vprašanje o uporabi Interneta v prihodnosti. Respondenti so odgovarjali takole:

Tabela: Uporaba Interneta čez 12 mesecev

	frekvenca	%	veljavni %
precej manjša	5	0,6	1,4
manjša	9	1,1	2,6
niti-niti	38	4,6	10,9
večja	144	17,5	41,1
precej večja	154	18,7	44,0
sploh ne bomo uporabljali	42	5,1	manjk.vred.
ne vem	86	10,4	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI	386	42,1	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Uporaba Interneta bo čez leto dni po mnenju respondentov srednje velikih podjetij večja (41%) oz. precej večja (44%).

## D. Uporaba ali načrtovanje različnih storitev na Internetu

Tabela: Storitve na Internetu (veljavni odstotki)

	uporabljamo	pripravljamo	smo razmišljali	še nismo razmišljali	veljavni N	% veljavnih N
oglaševanje	8,7	25,7	51,0	14,6	412	49,9
prodaja	2,2	17,5	54,9	25,3	359	43,5
poprodajne aktivnosti	2,6	13,1	44,5	39,8	274	33,2

V tabeli so prikazani veljavni odstotki za organizacije, kjer potekajo neke aktivnosti povezane z Internetom. Vidimo, da podjetja le malo uporabljajo Internet za katerokoli izmed navedenih dejavnosti, dosti pa o tem razmišljajo. Med storitvami, ki jih najbolj uporabljajo prevladuje oglaševanje. V razpredelnici je navedeno tudi število veljavnih enot po posameznih podvprašanjih, obenem pa prikazano tudi v odstotkih. Torej, izmed 825 podjetij, je polovica odgovorila na vprašanje ali uporabljajo oglaševanje na Internetu.

## E. Uporaba po dejavnostih

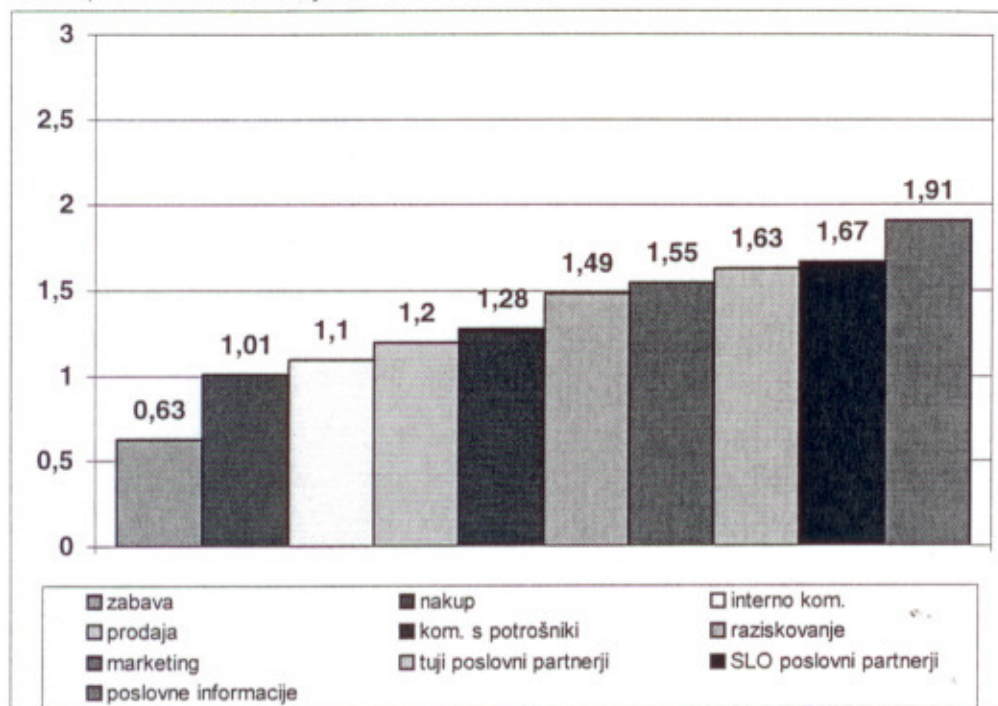
Zanimalo nas je kako pogosta je uporaba Interneta po različnih dejavnostih. Možni so bili naslednji odgovori: 1 nikoli, 2 včasih, 3 pogosto, 4 redno in 5načrtujemo.

Tabela: Pogostost uporabe Interneta po različnih dejavnostih (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	pogosto	redno	načrtujemo	veljavni N	% veljavnih N
nakupovanje in naročanje prek Interneta	18,8	45,8	13,8	2,8	18,8	325	39,4
prodaja izdelkov/storitev	18,9	26,5	18,4	7,2	29,0	359	43,5
zabava	46,8	39,3	7,5	1,9	4,5	267	32,4
pridobivanje poslovnih informacij	4,8	19,9	29,6	22,6	23,1	433	52,5
komuniciranje s poslovnimi partnerji v Sloveniji	8,6	24,8	25,9	16,7	24,0	371	45,0
komuniciranje s poslovnimi partnerji v tujini	9,5	26,6	21,8	17,8	24,4	349	42,3
raziskovalno delo in izobraževanje	12,9	32,9	22,3	15,8	16,1	310	37,6
interno komuniciranje	30,5	26,4	12,6	13,0	17,5	269	32,6
marketinške dejavnosti	11,9	22,2	22,7	13,9	29,3	352	42,7
komuniciranje s potrošniki	16,6	29,9	18,5	9,6	25,5	314	38,1

Iz razpredelnice lahko razberemo, da nakupovanje in naročanje prek Interneta poteka v 46% organizacij včasih, v 23% pa pridobivanje informacij redno. Izstopa tudi uporaba Interneta za zabavo, ki se v 47% organizacij nikoli ne uporablja.

Graf: Uporaba različnih dejavnosti na Internetu



Graf prikazuje porazdelitev aritmetičnih sredin, na lestvici od 0 do 3, kjer 0 pomeni nikoli, 1 včasih, 2 pogosto in 3 redno.

Kot smo že lahko videli, izstopa izmed različnih dejavnosti predvsem uporaba Interneta za pridobivanje poslovnih informacij, najmanj pa organizacije uporabljajo Internet za zabavo.

## F. Predstavitev na Internetu ("home page")

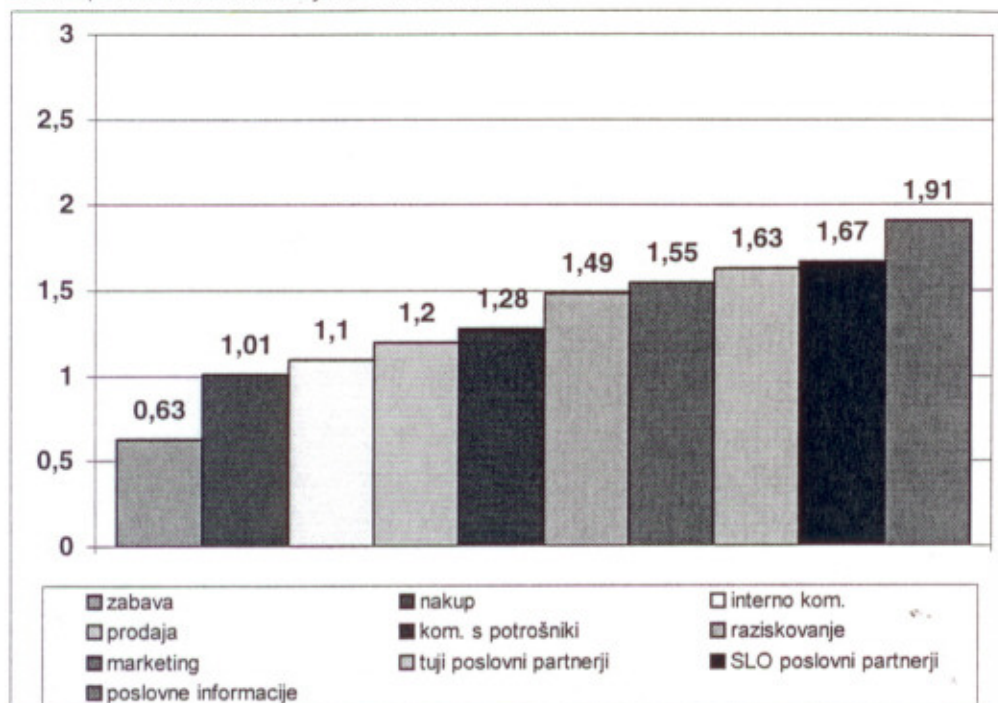
Koliko organizacij ima svoj home page na Internetu nam kaže naslednja tabela:

Tabela: Predstavitev na Internetu (home page)

	frekvenca	%	veljavni %
DA	51	6,2	10,5
NE, vendar je predstavitev v pripravi	71	8,6	14,5
NE, vendar jo načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	87	10,5	17,8
NE, vendar smo o tem že razmišljali	171	20,7	35,0
NE in o tem še nismo razmišljali	108	13,1	22,1
NI AKTIVNOSTI	337	40,8	manjk. vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Svoj home page ima 10% podjetij, pripravlja pa 14%, v naslednjih 12 mesecih pa ga načrtuje 18%. O svoji predstavitveni strani na Internetu še ni razmišljalo 22% organizacij.

Graf: Uporaba različnih dejavnosti na Internetu



Graf prikazuje porazdelitev aritmetičnih sredin, na lestvici od 0 do 3, kjer 0 pomeni nikoli, 1 včasih, 2 pogosto in 3 redno.

Kot smo že lahko videli, izstopa izmed različnih dejavnosti predvsem uporaba Interneta za pridobivanje poslovnih informacij, najmanj pa organizacije uporabljajo Internet za zabavo.

## F. Predstavitev na Internetu ("home page")

Koliko organizacij ima svoj home page na Internetu nam kaže naslednja tabela:

Tabela: Predstavitev na Internetu (home page)

	frekvenca	%	veljavni %
DA	51	6,2	10,5
NE, vendar je predstavitev v pripravi	71	8,6	14,5
NE, vendar jo načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	87	10,5	17,8
NE, vendar smo o tem že razmišljali	171	20,7	35,0
NE in o tem še nismo razmišljali	108	13,1	22,1
NI AKTIVNOSTI	337	40,8	manjk. vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Svoj home page ima 10% podjetij, pripravlja pa 14%, v naslednjih 12 mesecih pa ga načrtuje 18%. O svoji predstavitveni strani na Internetu še ni razmišljalo 22% organizacij.

Uporaba Interneta bo čez leto dni po mnenju respondentov srednje velikih podjetij večja (41%) oz. precej večja (44%).

#### D. Uporaba ali načrtovanje različnih storitev na Internetu

Tabela: Storitve na Internetu (veljavni odstotki)

	uporabljamo	pripravljamo	smo razmišljali	še nismo razmišljali	veljavni N	% veljavnih N
oglaševanje	8,7	25,7	51,0	14,6	412	49,9
prodaja	2,2	17,5	54,9	25,3	359	43,5
poprodajne aktivnosti	2,6	13,1	44,5	39,8	274	33,2

V tabeli so prikazani veljavni odstotki za organizacije, kjer potekajo neke aktivnosti povezane z Internetom. Vidimo, da podjetja le malo uporabljajo Internet za katerokoli izmed navedenih dejavnosti, dosti pa o tem razmišljajo. Med storitvami, ki jih najbolj uporabljajo prevladuje oglaševanje. V razpredelnici je navedeno tudi število veljavnih enot po posameznih podvprašanjih, obenem pa prikazano tudi v odstotkih. Torej, izmed 825 podjetij, je polovica odgovorila na vprašanje ali uporabljajo oglaševanje na Internetu.

#### E. Uporaba po dejavnostih

Zanimalo nas je kako pogosta je uporaba Interneta po različnih dejavnostih. Možni so bili naslednji odgovori: 1 nikoli, 2 včasih, 3 pogosto, 4 redno in 5 načrtujemo.

Tabela: Pogostost uporabe Interneta po različnih dejavnostih (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	pogosto	redno	načrtujemo	veljavni N	% veljavnih N
nakupovanje in naročanje prek Interneta	18,8	45,8	13,8	2,8	18,8	325	39,4
prodaja izdelkov/storitev	18,9	26,5	18,4	7,2	29,0	359	43,5
zabava	46,8	39,3	7,5	1,9	4,5	267	32,4
pridobivanje poslovnih informacij	4,8	19,9	29,6	22,6	23,1	433	52,5
komuniciranje s poslovnimi partnerji v Sloveniji	8,6	24,8	25,9	16,7	24,0	371	45,0
komuniciranje s poslovnimi partnerji v tujini	9,5	26,6	21,8	17,8	24,4	349	42,3
raziskovalno delo in izobraževanje	12,9	32,9	22,3	15,8	16,1	310	37,6
interno komuniciranje	30,5	26,4	12,6	13,0	17,5	269	32,6
marketinške dejavnosti	11,9	22,2	22,7	13,9	29,3	352	42,7
komuniciranje s potrošniki	16,6	29,9	18,5	9,6	25,5	314	38,1

Iz razpredelnice lahko razberemo, da nakupovanje in naročanje prek Interneta poteka v 46% organizacij včasih, v 23% pa pridobivanje informacij redno. Izstopa tudi uporaba Interneta za zabavo, ki se v 47% organizacij nikoli ne uporablja.



## G. Spremljanje ponudbe providerjev

Glede na to, da je tudi na slovenskem trgu prisotnih vedno več ponudnikov dostopa do Interneta, smo anketirance spraševali ali spremljajo in primerjajo njihovo ponudbo. Odgovarjali so na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh ne spremljamo, 5 pa natančno spremljamo.

Tabela: Spremljanje in primerjanje ponudbe providerjev

	frekvenca	%	veljavni %
sploh ne spremljamo	156	18,9	34,3
ne spremljamo	102	12,4	22,4
niti-niti	113	13,7	24,8
spremljamo	52	6,3	11,4
natančno spremljamo	32	3,9	7,0
ne vem	18	2,2	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI	352	42,7	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Večinoma organizacije sploh ne spremljajo ponudbe providerjev (34%).

## H. Pomen dejavnikov pri izbiri ponudnika

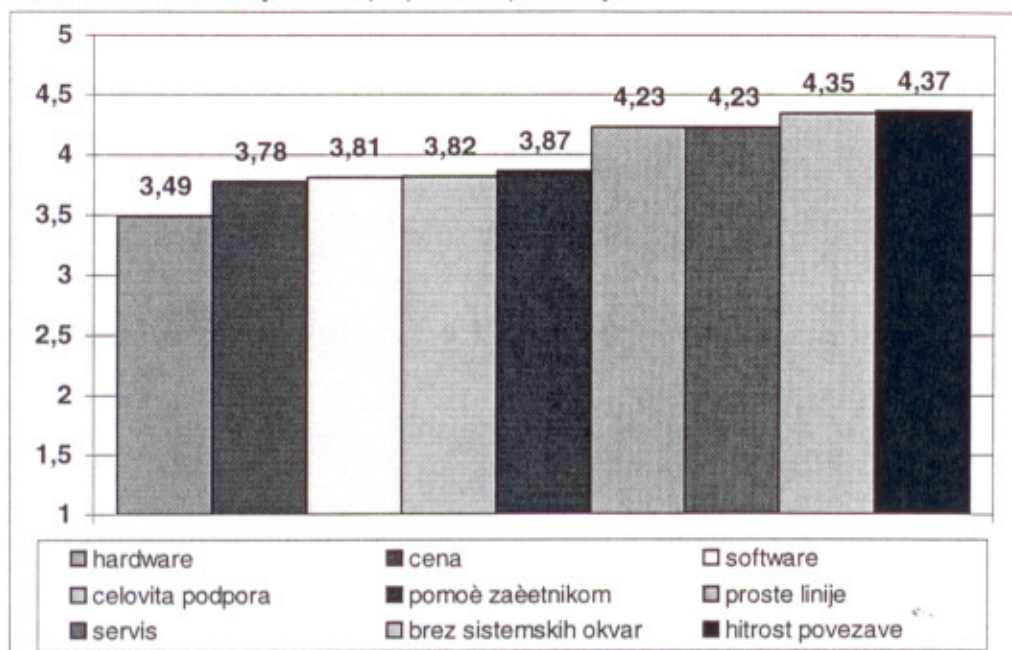
V nadaljevanju bomo predstavili porazdelitev odgovorov na vprašanje, kako pomembni so določeni dejavniki pri izbiri ponudnika. Uporabljena je bila lestvica od 1 do 5, kjer 1 pomeni povsem nepomembno, 5 pa zelo pomembno.

Tabela: Pomembnost dejavnikov pri izbiri ponudnika (veljavni odstotki)

	povsem nepomembno	nepomembno	niti-niti	pomembno	zelo pomembno	veljavni N	% veljavnih N
cena	2,7	5,4	32,9	29,0	30,0	410	49,7
proste linije	1,3	3,0	16,9	28,8	50,0	396	0,48
nobnih sistemskih okvar	0,5	1,9	14,1	28,5	54,9	368	44,6
hitrost povezave	1,5	1,5	13,2	25,8	58,1	403	48,8
ponudba ustrezne programske opreme	2,4	7,1	29,4	29,1	32,0	381	46,2
ponudba ustrezne strojne opreme	5,1	12,7	35,6	21,8	24,8	371	45,0
hitrost in kvaliteta servisiranja	1,0	4,4	17,2	24,9	52,4	389	47,2
celovita podpora, informiranje, seminarji	3,1	6,8	26,4	32,4	31,3	383	46,4
pomoč začetnikom	4,1	10,5	21,0	23,0	41,4	391	47,4

V tabeli so prikazani veljavni odstotki, ter število in odstotek veljavnih odgovorov za vse našete kategorije. Razberemo lahko, da so pri izbiri ponudnika večinoma vsi dejavniki pomembni. Večjo preglednost nad podatki lahko dobimo z naslednjo sliko:

Graf: Pomembnost dejavnikov pri ponudbi providerjev



Kot najpomembnejši dejavnik pri ponudniku dostopa do Interneta se je izkazala hitrost povezave. Med bolj pomembne dejavnike lahko štejemo še proste linije, hitrost in kvaliteto servisiranja ter čim manj sistemskih okvar.

## I. Dostop do Interneta

Koliko organizacij ima dostop oz. ga pripravlja, nam kažejo naslednji podatki.

Tabela: Dostopnost podjetij do Interneta

	frekvenca	%	veljavni %
DA, ima dostop	140	17,0	28,2
NE, vendar je v pripravi	69	8,4	13,9
NE, vendar ga načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	81	9,8	16,3
NE, vendar smo o tem že razmišljali	186	22,5	37,5
NE in o tem še nismo razmišljali	20	2,4	4,0
NI AKTIVNOSTI	329	39,9	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Kar 17% od 825 organizacij, ki so odgovorile na anketo, ima dostop do Interneta, nadaljnih 18% pa dostop pripravlja oz. načrtuje v prihodnjih 12 mesecih. Le 2% vprašancev o tem še ni razmišljajo.

## J. Zadovoljstvo z ponudnikom

Tabela: Zadovoljstvo z ponudnikom do Interneta

	frekvenca	%	veljavni %
povsem nezadovoljni	6	0,7	2,9
nezadovoljni	20	2,4	9,7
niti nezadovoljni, niti zadovoljni	82	9,9	39,6
zadovoljni	73	8,8	35,3
zelo zadovoljni	26	3,2	12,6
nimamo ponudnika	156	18,9	manjk.vred.
ne vem	49	5,9	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI - DOSTOPA	413	50,1	manjk.vred.
SKUPAJ	1034	100,0	100,0

Na vprašanje ali so anketiranci zadovoljni s svojim ponudnikom dostopa, jih je 40% neopredeljenih (niti zadovoljnih, niti nezadovoljnih, 35% jih je zadovoljnih, popolnoma zadovoljnih pa 13% podjetij.

## K. Kdo je / bo vaš ponudnik

V nadaljevanju so predstavljeni ponudniki, ki že oz. bodo omogočali dostop srednje velikim podjetjem do Interneta.

Tabela: Ponudniki

naziv	frekvenca	odstotek	veljavni %
ARNES	40	4,8	19,4
NIL	30	3,6	14,6
PERFTECH Bled	12	1,5	5,8
QUANTUM	10	1,2	4,9
EUROCOM Celje	10	1,2	4,9
TELEKOM	10	1,2	4,9
ARCTUR Nova Gorica	8	1,0	3,9
K2 NET	7	0,8	3,4
KIVI	6	0,7	2,9
ZASLON	5	0,6	2,4
MEDINET	5	0,6	2,4
RCUM Maribor	4	0,5	1,9
B2	3	0,4	1,5
INFOTEHNA Novo Mesto	3	0,4	1,5
TREF Zagorje	3	0,4	1,5
PRONET	3	0,4	1,5
MARINET	3	0,4	1,5
UNISTAR	2	0,2	1,0
QUARK	2	0,2	1,0
ABC POMURKA	2	0,2	1,0
I.R.T.S.	2	0,2	1,0
ORLA Zagorje	1	0,1	0,5
MARAND	1	0,1	0,5
ERI	1	0,1	0,5
AGENDA	1	0,1	0,5
RCU Ljubljana	1	0,1	0,5
CAR	1	0,1	0,5
CENTER VLADE ZA INFORMATIKO	1	0,1	0,5
ROSE I	1	0,1	0,5
ABC NET Koper	1	0,1	0,5
TRIS	1	0,1	0,5
RR Velenje	1	0,1	0,5
NOVOLES	1	0,1	0,5
UNISOFT	2	0,2	1,0
LB	1	0,1	0,5
MEDIANET	1	0,1	0,5
MDM STORE	1	0,1	0,5
INTERNET ZA POSAVJE	1	0,1	0,5
INSERT	1	0,1	0,5
SPEM	1	0,1	0,5
M-SOFT	1	0,1	0,5
MC INŽENIRING	1	0,1	0,5
NEWTRON	1	0,1	0,5
INFONET Kranj	1	0,1	0,5
NEVTRON COMPANY	2	0,2	1,0
območna gospodarska enota - Šentjur pri Celju	2	0,2	1,0

Tabela: Ponudniki (nadaljevanje)

naziv	frekvenca	odstotek	veljavni %
IBM SLO	1	0,1	0,5
MULTIMEDIA Maribor	1	0,1	0,5
COMCOM Idrija	1	0,1	0,5
ACTUAL	1	0,1	0,5
TELOS	1	0,1	0,5
NETICOM	1	0,1	0,5
Odd. za gosp. in prodajo	1	0,1	0,5
tuje organizacije	1	0,1	0,5
ne vem, b.o.	619	75,0	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Kot ponudnika dostopa srednje velikih organizacij, izstopata ARNES in NIL.

OPOMBA: Zgornja tabela je podana zgolj ilustrativno:

1. Upoštevati je potrebno, da nazivi ponudnikov še niso bili preverjeni in združeni (npr. NEAL je verjetno NIL, podobno velja tudi za QUANTUM in QUARK, NIL in EUNET), po nekaj navedb pa je, take kot so, neuporabnih (npr. Oddelek za gospodarstvo). Delo na čiščenju podatkov poteka.
2. Posebno razlago zasluži ARNES. Deloma so prišle, po pomoti, v vzorčni okvir tudi nekatere organizacije, ki v resnici niso gospodarske, po drugi strani obstaja precej podjetij z nazivom Inštitut, ki dostopajo preko ARNESA, deloma pa imajo preko ARNESA dostop podjetja, ki so partnerji raziskovalnih organizacij.

## L. Način povezanosti

V tabeli bomo prikazali le način povezanosti za podjetja, kjer potekajo ali razmišljajo o aktivnostih na Internetu, in kjer razmišljajo ali imajo dostop.

Tabela: Na kakšen način je (bo) vaša organizacija povezana z Internetom (veljavni odstotki)

	da	pripravljamo	smo razmišljali	ne	veljavni N	% veljavnih N
imamo grafični dostop (s slikami)	38,5	13,4	25,8	22,3	291	35,3
povezujemo se prek modema	42,1	17,8	25,7	14,3	342	41,5
stalno smo povezani prek najete linije	15,8	10,2	21,5	52,5	284	34,4
imamo svoj usmerjevalnik ("router")	11,9	7,0	13,7	67,5	271	32,8

42% organizacij se povezuje prek modema, 38% jih ima grafični dostop (s slikami). O povezavi prek najete linije razmišlja 21% podjetij, o svojem usmerjevalniku pa 14%.

## M. Uporaba storitev na Internetu

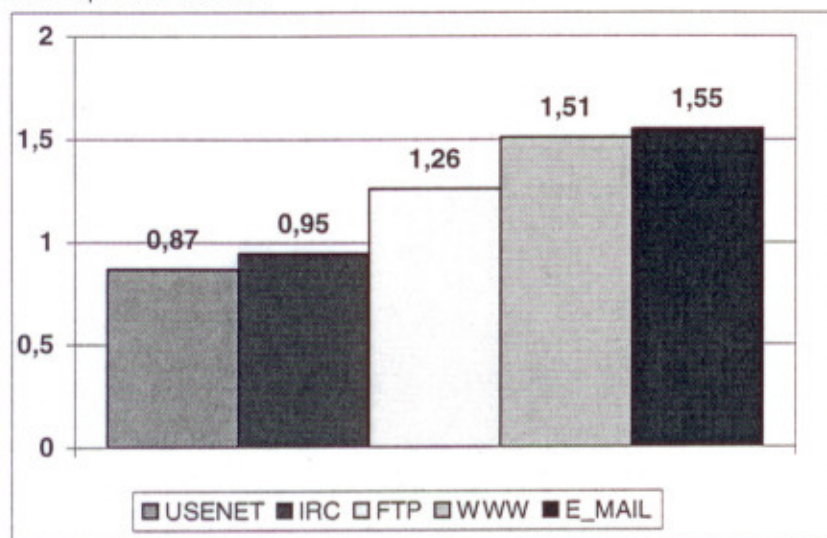
Ker ponuja Internet paleto različnih storitev, so v spodnji tabeli zbrani podatki o pogostosti njihove uporabe za organizacije, ki imajo dostop in, kjer potekajo aktivnosti povezane z Internetom.

Tabela: Uporaba storitev (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	redno	ne poznam	načrtujemo	veljavni N	% veljavnih N
e mail	4,2	27,9	49,1	2,3	16,4	383	46,4
WWW	3,6	31,7	43,5	6,8	14,5	338	41,0
FTP	7,7	41,5	27,4	12,7	10,7	299	36,2
IRC	14,1	50,2	10,5	14,8	10,5	277	33,6
USENET konference	21,4	49,1	10,9	6,7	11,9	285	34,5

V razpredelnici so prikazani veljavni odstotki ter število veljavnih enot po posameznih vprašanjih. 49% organizacij redno uporablja elektronsko pošto, World-Wide-Web 43%, 27% organizacij pa pri prenašanju podatkov redno uporablja FTP.

Graf: Uporaba storitev



Na grafikonu so prikazane povprečne vrednosti uporabe naštetih storitev, uporabljena pa je bila lestvica od 0 do 2, kjer 0 pomeni nikoli, 1 včasih, 2 pa redno. V organizacijah uporabljajo oz. bodo v povprečju največ uporabljali storitve World-Wide-Web-a in elektronsko pošto.

## N. Dostop zaposlenih do Interneta

Tabela: Število zaposlenih, ki ima dostop do Interneta

št. zaposlenih	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 3	103	12,5	25,4
od 4 do 6	122	14,8	30,1
od 7 do 12	99	12,0	24,4
od 13 do 18	16	1,9	4,0
od 19 do 24	18	2,2	4,4
od 24 do 74	36	4,4	8,9
nad 75	11	1,3	2,7
ne vem, b.o.	420	50,9	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

V 15% organizacij ima med 4 do 6 zaposlenih dostop do Interneta, v povprečju pa 13 oseb.

## O. Omejenost dostopa zaposlenih

V vprašalniku je bilo vključeno tudi vprašanje o omejenosti dostopa do Interneta. Respondenti so odgovarjali kot je prikazano v naslednji razpredelnici.

## S. Število redno zaposlenih v organizaciji

Tabela: Redno zaposleni v organizaciji

št. zaposlenih	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 10	43	5,2	5,6
od 11 do 20	39	4,7	5,1
od 21 do 30	49	5,9	6,4
od 31 do 130	451	54,7	59,2
od 131 do 231	127	15,4	16,7
nad 232	53	6,4	7,0
ne vem, b.o.	63	7,6	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Kar 451 (55%) podjetij ima med 31 do 130 zaposlenih, v povprečju pa 124 ljudi.

Nekatere organizacije po zgornjih podatkih sploh ne sodijo med srednje velika podjetja. Razlog: zgoraj predstavljeni podatki temeljijo na velikosti, ki je bila navedene v vzorčnem okviru, ki pa se zaradi reorganizacije pogosto ne ujema s sedanjim stanjem. Po dokončani analizi bodo podjetja regrupirana po dejanski velikosti.

## T. Število neposrednih uporabnikov računalniške opreme v organizaciji

Tabela: Uporabniki računalniške opreme v organizaciji

št. uporabnikov	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 3	30	3,6	4,0
od 4 do 6	95	11,5	12,7
od 7 do 15	280	33,9	37,5
od 16 do 24	92	11,2	12,3
od 25 do 51	164	19,9	22,0
nad 52	85	10,3	11,4
ne vem, b.o.	79	9,6	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

Povprečno število neposrednih uporabnikov računalniške opreme v firmah je 32.

## U. Izvajalci marketinških/oglaševalskih akcij

Tabela: Izvajalci

	Frekvenca	%	veljavni %
sami, brez posebnega oddelka za marketing	489	59,3	65,1
sami, poseben oddelek za marketing	73	8,8	9,7
najete agencije	69	8,4	9,2
drugo	120	14,5	16,0
b.o.	74	9,0	manjk.vred.
SKUPAJ	825	100,0	100,0

V 65% podjetij sami, brez posebnega oddelka za marketing izvajajo marketinške oz. oglaševalske akcije, 10% ima posebni oddelek za marketing, 9% pa jih najame agencijo. Ostali se poslužujejo drugih alternativ.

## VII. Velika podjetja

### A. Pomen Interneta za poslovno dejavnost podjetja

Respondente smo spraševali o pomembnosti Interneta za njihovo poslovno dejavnost. Odgovarjali so na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni povsem nepomemben, 5 pa zelo pomemben.

Tabela: Pomembnost Interneta za poslovno dejavnost

	frekvenca	%	veljavni %
povsem nepomemben	33	6,7	8,5
nepomemben	82	16,6	21,2
niti nepomemben, niti pomemben	170	34,4	43,9
pomemben	68	13,8	17,6
zelo pomemben	34	6,9	8,8
ne poznam	4	0,8	manjk.vred.
ne vem	68	13,8	manjk.vred.
b.o.	35	7,1	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Tretjina (34%) organizacij meni, da Internet ni niti pomemben, niti nepomemben za njihovo poslovno dejavnost, 20% pa jih je označilo Internet za pomemben oz. zelo pomemben pri opravljanju njihove poslovne dejavnosti.

### B. Aktivnosti povezane z Internetom

Respondente smo spraševali ali v njihovi organizaciji potekajo kakšne aktivnosti, povezane z Internetom. Tista podjetja, ki so odgovorila, da takšne aktivnosti v njihovi organizaciji ne potekajo, in da o tem tudi še niso razmišljali, so na tem mestu zaključila z anketo.

Tabela: Ali v vaši organizaciji potekajo kakšne aktivnosti, povezane z Internetom

	frekvenca	%	veljavni %
DA	141	28,5	28,7
NE, vendar so v pripravi	66	13,4	13,4
NE, vendar jih načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	49	9,9	10,0
NE, vendar smo o tem že razmišljali	121	24,5	24,6
NE in o tem še nismo razmišljali	114	23,1	23,2
b.o.	3	0,6	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

29% velikih podjetij je odgovorilo, da v njihovi organizaciji potekajo aktivnosti povezane z Internetom. Takšne aktivnosti pripravlja oz. načrtuje 23% podjetij, 25% jih je o tem razmišljalo, 23% pa o tem sploh še ni razmišljalo.

### C. Uporaba Interneta v prihodnosti

Tabela: Uporaba Interneta čez 12 mesecev

	frekvenca	%	veljavni %
precej manjša	2	0,4	0,6
manjša	9	1,8	2,8
niti-niti	49	9,9	15,5
večja	133	26,9	42,0
precej večja	124	25,1	39,1
sploh ne bomo uporabljali	12	2,4	manjk.vred.
ne vem	39	7,9	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI	126	25,5	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Večina organizacij meni, da se bo uporaba Interneta čez 12 mesecev povečala.

## D. Uporaba ali načrtovanje različnih storitev na Internetu

Tabela: Storitve na Internetu (veljavni odstotki)

	uporabljamo	pripravljamo	smo razmišljali	še nismo razmišljali	veljavni N	% veljavnih N
oglaševanje	6,9	28,7	52,1	12,3	334	67,6
prodaja	0,4	14,4	54,9	30,3	284	57,5
poprodajne aktivnosti	0,4	10,1	45,7	43,7	247	50,0

Anketiranci so večinoma o vseh navedenih storitvah, ki bi jih lahko opravljali na Internetu, že razmišljali. 7% podjetij pa že uporablja Internet za oglaševanje.

## E. Uporaba po dejavnostih

Zanimalo nas je kako pogosta je uporaba Interneta po različnih dejavnostih. Možni so bili naslednji odgovori: 1- nikoli, 2-včasih, 3-pogosto, 4-redno, 5-načrtujemo.

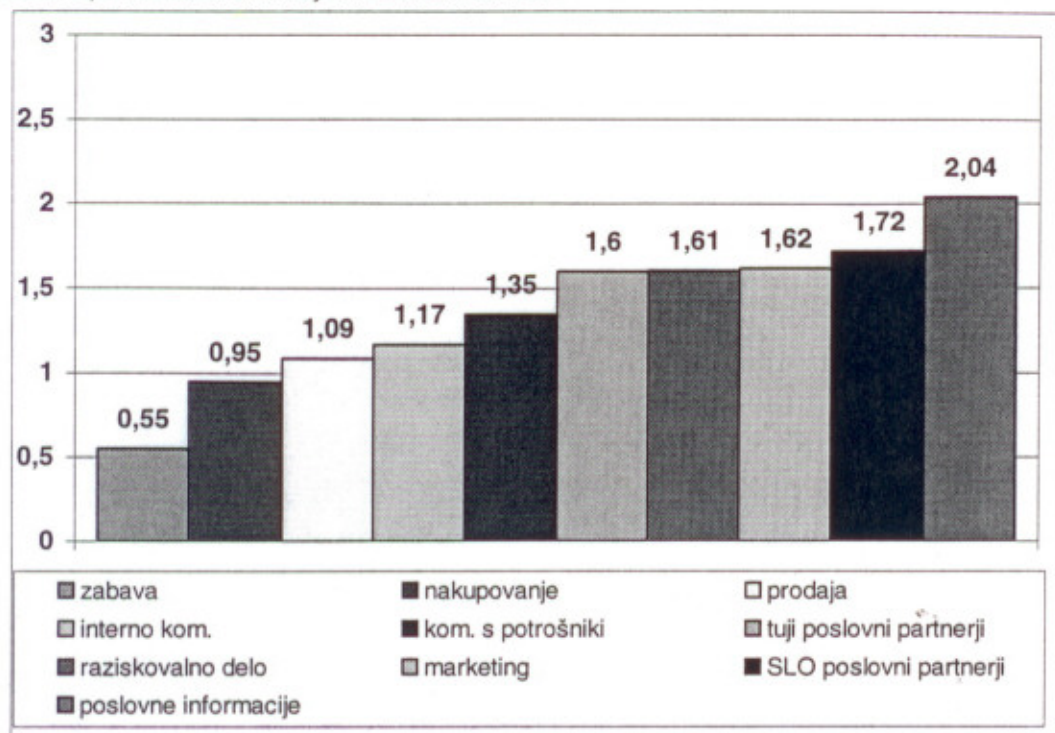
Tabela: Pogostost uporabe Interneta po različnih dejavnostih (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	pogosto	redno	načrtujemo	veljavni N	% veljavnih N
nakupovanje in naročanje prek Interneta	19,6	48,8	7,3	4,2	20,0	260	52,6
prodaja izdelkov/storitev	19,2	36,3	13,5	6,4	24,6	281	56,9
zabava	53,9	33,3	4,6	3,2	5,0	219	44,3
pridobivanje poslovnih informacij	1,5	17,9	34,6	24,2	21,8	335	67,8
komuniciranje s poslovnimi partnerji v Sloveniji	5,6	26,1	28,1	16,2	24,1	303	61,3
komuniciranje s poslovnimi partnerji v tujini	7,0	31,1	24,4	14,4	23,1	299	60,5
raziskovalno delo in izobraževanje	9,1	34,7	23,7	19,0	13,5	274	55,5
interno komuniciranje	27,8	27,3	19,6	11,4	13,9	245	49,6
marketinške dejavnosti	8,9	24,9	25,9	14,7	25,6	293	59,3
komuniciranje s potrošniki	15,2	31,1	21,3	10,7	21,7	244	49,4

Iz tabele lahko opazimo, da organizacije najbolj redno uporabljajo Internet za pridobivanje poslovnih informacij. Druga skrajnost pa je uporaba za zabavo, ki v 54% organizacij nikoli ne poteka.



Graf: Uporaba različnih dejavnosti na Internetu



## F. Predstavitev na Internetu ("home page")

Tabela: Predstavitev na Internetu (home page)

	frekvenca	%	veljavni %
DA	29	5,9	7,9
NE, vendar je predstavitev v pripravi	69	14,0	18,8
NE, vendar jo načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	75	15,2	20,4
NE, vendar smo o tem že razmišljali	129	26,1	35,1
NE in o tem še nismo razmišljali	65	13,2	17,7
NI AKTIVNOSTI	127	25,7	manjk. vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

6% podjetij ima svojo predstavitevno stran na Internetu, večina pa je takih, ki so o tem že razmišljali.

## G. Spremljanje ponudbe ponudnikov

V naslednji tabeli bomo prikazali kako respondenti spremljajo in primerjajo delo ponudnikov do Interneta.

Tabela: Spremljanje in primerjanje ponudbe providerjev

	frekvenca	%	veljavni %
sploh ne spremljamo	78	15,8	22,9
ne spremljamo	93	18,8	27,3
niti-niti	101	20,4	29,6
spremljamo	46	9,3	13,5
natančno spremljamo	23	4,7	6,7
ne vem	19	3,8	manjk. vred.
NI AKTIVNOSTI	134	27,1	manjk. vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Večinoma organizacije ne spremljajo ponudbe providerjev (35%), le 14% respondentov je odgovorilo, da spremlja.

## H. Pomen dejavnikov pri izbiri ponudnika

Respondenti so podajali svojo oceno pri pomembnosti različnih dejavnikov, ki naj bi jih ponudniki storitev Interneta v večji ali manjši meri upoštevali. Uporabljena je bila lestvica od 1 do 5, kjer 1 pomeni povsem nepomembno, 5 pa zelo pomembno.

Tabela: Pomembnost dejavnikov pri izbiri ponudnika (veljavni odstotki)

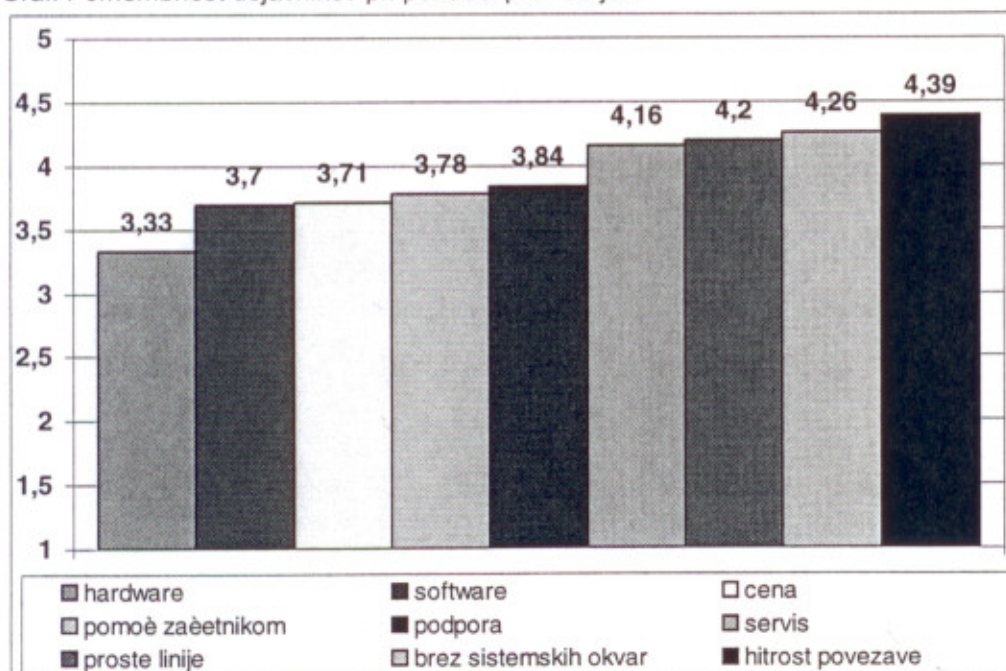
	povsem nepomembno	nepomembno	niti-niti	pomembno	zelo pomembno	veljavni N	% veljavnih N
cena	2,2	8,7	34,8	24,8	29,5	322	65,2
proste linije	1,9	3,8	17,6	25,8	50,9	318	64,4
nobnih sistemskih okvar	1,0	3,9	17,0	23,9	54,1	305	61,7
hitrost povezave	0,9	0,9	12,0	30,3	55,8	317	64,2
ponudba ustrezne programske opreme	3,3	9,8	28,3	31,3	27,4	307	62,1
ponudba ustrezne strojne opreme	6,6	16,8	32,2	25,7	18,8	304	61,5
hitrost in kvaliteta servisiranja	1,9	4,7	17,5	27,5	48,4	320	64,8
celovita podpora, informiranje, seminarji	2,2	7,6	28,1	28,7	33,4	317	64,2
pomoč začetnikom	2,2	10,1	30,7	20,9	36,1	316	64,0

Že iz razpredelnice je opaziti nekatera odstopanja. Kot najbolj pomembne dejavnike je približno polovica podjetij izpostavila naslednje faktorje:

- proste linije,
- nobnih sistemskih okvar in
- hitrost povezave.

Boljši pregled nad podatki pa dobimo z naslednjim grafikonom:

Graf: Pomembnost dejavnikov pri ponudbi providerjev



V grafikonu so prikazane aritmetične sredine, uporabljena pa je bila že zgoraj opisana lestvica. Pri izbiri ponudnika, organizacije najbolj upoštevajo proste linije, neprisotnost sistemskih okvar ter hitrost povezave. Najmanj pozornosti pa namenjajo strojni opremljenosti.

## I. Dostop do Interneta

Tabela: Dostopnost podjetij do Interneta

	frekvenca	%	veljavni %
DA, ima dostop	133	26,9	36,0
NE, vendar je v pripravi	62	12,6	16,8
NE, vendar ga načrtujemo v naslednjih 12 mesecih	60	12,1	16,3
NE, vendar smo o tem že razmišljali	99	20,0	26,8
NE in o tem še nismo razmišljali	15	3,0	4,1
NI AKTIVNOSTI	125	25,3	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Večina izmed organizacij, ki so odgovorile na anketo, ima dostop do Interneta (27%) ali pa ga pripravlja (13%).

## J. Zadovoljstvo s ponudnikom

Tabela: Zadovoljstvo z ponudnikom do Interneta

	frekvenca	%	veljavni %
povsem nezadovoljni	3	0,6	1,8
nezadovoljni	19	3,8	11,2
niti nezadovoljni, niti zadovoljni	54	10,9	32,0
zadovoljni	73	14,8	43,2
zelo zadovoljni	20	4,0	11,8
nimamo ponudnika	98	19,8	manjk.vred.
ne vem	37	7,5	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI, DOSTOPA	190	38,5	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Podjetja so ocenila zadovoljstvo s svojim ponudnikom Internet storitve. Čeprav je splošno zadovoljstvo pozitivno, je zelo zadovoljnih samo 12% podjetij, ki že ima svojega ponudnika.

## K. Kdo je / bo vaš ponudnik

V naslednji tabeli so predstavljeni vsi ponudniki, ki so jih navedli respondenti večjih podjetij.

Tabela: Ponudniki

naziv	frekvenca	odstotek	veljavni %
NIL	26	5,3	14,1
ARNES	26	5,3	14,1
PERFTECH Bled	16	3,2	8,7
K2 NET	11	2,2	6,0
QUANTUM	10	2,0	5,4
ZASLON	9	1,8	4,9
INSERT	6	1,2	3,3
EUROCOM Celje	6	1,2	3,3
IBM SLO	5	1,0	2,7
ARCTUR Nova Gorica	5	1,0	2,7
ABC POMURKA	5	1,0	2,7
UNISYS	1	0,2	0,5
AKTUAL	1	0,2	0,5

Tabela: Ponudniki (nadaljevanje)

naziv	frekvenca	odstotek	veljavni %
MC CENTER	1	0,2	0,5
INFOTEHNA Novo Mesto	4	0,8	2,2
UNISTAR	3	0,6	1,6
TREF Zagorje	3	0,6	1,6
TELEKOM	3	0,6	1,6
KIVI	3	0,6	1,6
ACTUAL	1	0,2	0,5
MIBO INTEGRA	1	0,2	0,5
UNISOFT	1	0,2	0,5
CAR	1	0,2	0,5
RR Velenje	1	0,2	0,5
Odd. za gosp. in prodajo	1	0,2	0,5
SINET	1	0,2	0,5
NEAL	1	0,2	0,5
PARTNES	1	0,2	0,5
VIZIJA Celje	1	0,2	0,5
UNICOM	1	0,2	0,5
ŠPICA	1	0,2	0,5
INFORMATIK Maribor	3	0,6	1,6
sama lastna organizacija	2	0,4	1,1
PRONET	2	0,4	1,1
MARINET	2	0,4	1,1
NETICOM	2	0,4	1,1
ORLA Zagorje	2	0,4	1,1
KDM Ptuj	2	0,4	1,1
SAGITA	1	0,2	0,5
SELECT TECHNOLOGY	1	0,2	0,5
ISKRA DATA	1	0,2	0,5
IZUM	1	0,2	0,5
B2	1	0,2	0,5
QUARK	1	0,2	0,5
MATDESIGN	1	0,2	0,5
STŠ	1	0,2	0,5
MEDINET	1	0,2	0,5
EUNET	1	0,2	0,5
MC INŽENIRING	1	0,2	0,5
ABM	1	0,2	0,5
MPP RTI Maribor	1	0,2	0,5
ne vem, b.o.	310	62,8	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Med ponudniki prevladujeta NIL in ARNES, sledijo pa PERFTECH, K2 NET, QUANTUM, ZASLON itd.

OPOMBA: Zgornja tabela je podana zgolj ilustrativno:

1. Upoštevati je potrebno, da nazivi ponudnikov še niso bili preverjeni in združeni (npr. NEAL je verjetno NIL, podobno velja tudi za QUANTUM in QUARK, NIL in EUNET), po nekaj navedb pa je, take kot so, neuporabnih (npr. Oddelek za gospodarstvo). Delo na čiščenju podatkov poteka.
2. Posebno razlago zasluži ARNES. Deloma so prišle, po pomoti, v vzorčni okvir tudi nekatere organizacije, ki v resnici niso gospodarske, po drugi strani obstaja precej podjetij z nazivom Inštitut, ki dostopajo preko ARNESA, deloma pa imajo preko ARNESA dostop podjetja, ki so partnerji raziskovalnih organizacij.

## L. Način povezanosti

Respondente smo spraševali kako so povezani z Internetom. Rezultati so prikazani v naslednji tabeli.

Tabela: Na kakšen način je (bo) vaša organizacija povezana z Internetom (veljavni odstotki)

	da	pripravljimo	smo razmišljali	ne	veljavni N	% veljavnih N
imamo grafični dostop (s slikami)	41,4	16,4	24,1	18,2	220	44,5
povezujemo se prek modema	47,6	19,0	24,5	8,8	273	55,3
stalno smo povezani prek najete linije	14,0	14,5	22,6	48,9	221	44,7
imamo svoj usmerjevalnik ("router")	11,3	14,2	19,3	55,2	212	42,9

41% podjetij ima grafični dostop, 48% pa modemski dostop do Interneta. Dostop prek najete linije pripravlja oz. razmišlja 37%, o svojem usmerjevalniku pa malo manj, in sicer 33%.

## M. Uporaba storitev na Internetu

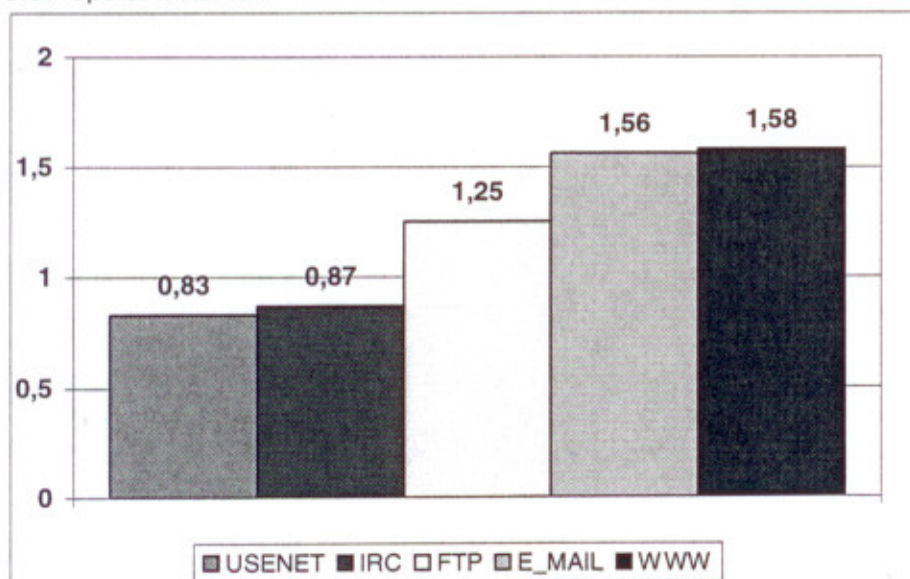
Ker ponuja Internet različne storitve, so v nadaljevanju prikazani podatki o pogostosti njihove uporabe za organizacije, ki imajo dostop in, kjer potekajo aktivnosti povezane z Internetom.

Tabela: Uporaba storitev (veljavni odstotki)

	nikoli	včasih	redno	ne poznam	načrtujemo	veljavni N	% veljavnih N
e_mail	3,7	27,9	48,8	0,7	18,9	297	60,1
WWW	3,6	27,2	51,6	2,2	15,4	279	56,5
FTP	7,6	43,5	27,1	9,2	12,6	262	53,0
IRC	17,5	46,9	7,9	16,2	11,4	228	46,1
USENET konference	21,2	52,3	7,7	7,7	11,3	222	44,9

V tabeli so prikazani veljavni odstotki odgovorov po posameznih kategorijah, prikazano pa je tudi število veljavnih enot, ki so odgovorile na zastavljeno vprašanje. Približno polovica anketirancev redno uporablja tako elektronsko pošto, kot tudi WWW.

Graf: Uporaba storitev



Na zgornji sliki so prikazane dejavnosti na Internetu, glede na to koliko jih anketiranci v povprečju uporabljajo. Uporabljena je bila lestvica od 0 do 2, kjer 0 pomeni nikoli, 1 včasih, 2 pa redno. Najmanj uporabljane so razne elektronske konference: usenet, mail liste, itd., sledijo interaktivne storitve, najbolj pa sta uporabljana elektronska pošta in World-Wide-Web.

## N. Dostop zaposlenih do Interneta

Ogledali si bomo kakšen je dostop v organizacijah. Najprej smo anketirance spraševali koliko zaposlenih v njihovi organizaciji ima dostop do Interneta, nato pa še ali je njihov dostop omejen.

Tabela: Število zaposlenih, ki ima dostop do Interneta

št. zaposlenih	frekvenca	odstotki	veljavni %
od 1 do 3	55	11,1	17,1
od 4 do 6	84	17,0	26,2
od 7 do 12	91	18,4	28,3
od 13 do 18	12	2,4	3,7
od 19 do 24	33	6,7	10,3
od 24 do 74	31	6,3	9,7
nad 75	15	3,0	4,7
ne vem, b.o.	173	35,0	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

V povprečju ima v velikih podjetjih 23 zaposlenih dostop do Interneta, stevilo pa se giblje med 1 in 1000. Podatke lahko bolj nazorno prikažemo še z naslednjim grafikonom.

## O. Omejenost dostopa zaposlenih

Tabela: Omejenost dostopa

	frekvenca	%	veljavni %
zelo omejen	29	5,9	9,7
omejen	67	13,6	22,3
niti-niti	144	29,1	48,0
neomejen	30	6,1	10,0
popolnoma brez omejitev	30	6,1	10,0
ne vem	33	6,7	manjk.vred.
NI AKTIVNOSTI - DOSTOPA	161	32,6	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Dostop zaposlenih v velikih podjetjih ni oz. ne bo niti omejen, niti neomejen. V 19% organizacij pa so se odločili za omejen dostop.

Poglejmo si še kdo je odgovarjal na anketo (funkcija respondenta, osnovno področje dela) in kakšne so osnovne karakteristike podjetja (osnovno področje dela, število zaposlenih, število uporabnikov računalniške opreme, izvajalci oglaševalskih akcij).

## P. Funkcija respondenta v organizaciji

Tabela: Funkcija respondenta

	frekvenca	%	veljavni %
direktor organizacije	95	19,2	20,6
vodstveni delavec	201	40,7	43,6
strokovni sodelavec	139	28,1	30,2
drugo	26	5,3	5,6
b.o.	33	6,7	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Na anketo so večinoma odgovarjali vodstveni in strokovni sodelavci

## Q. Osnovno področja dela

Tabela: Področje dela

	frekvenca	%	veljavni %
vodenje, management	176	35,6	38,3
informatika/računalništvo	201	40,7	43,7
marketing	28	5,7	6,1
administracija	15	3,0	3,3
drugo	40	8,1	8,7
b.o.	34	6,9	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Osnovno področje dela respondentov je v 36% primerih vodenje, management, 41% anketirancev pa deluje na področju informatike oz. računalništva.

## R. Ponudba organizacije

Tabela: Ponudba

	frekvenca	%	veljavni %
proizvodi	168	34,0	36,7
storitve	115	23,3	25,1
proizvodi in storitve	175	35,4	38,2
b.o.	36	7,3	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

V anketo smo zajeli 34% organizacij, katerih osnovno ponudbo predstavljajo proizvodi, 35% je bilo takih, ki se ukvarjajo s proizvodi in storitvami, in 23% takih, ki se ukvarjajo samo s storitvami.

## S. Število redno zaposlenih v organizaciji

Tabela: Redno zaposleni v organizaciji

št. zaposlenih	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 10	10	2,0	2,2
od 11 do 20	8	1,6	1,7
od 21 do 30	5	1,0	1,1
od 31 do 130	85	17,2	18,5
od 131 do 231	102	20,6	22,2
nad 232	249	50,4	54,2
ne vem, b.o.	35	7,1	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

V povprečju imajo velika podjetja, ki so se odzvala na anketo, zaposlenih 434 ljudi. Petina podjetij torej sploh ne sodi med velika podjetja. Razlog: zgoraj predstavljeni podatki temeljijo na velikosti, ki je bila navedene v vzorčnem okviru, ki pa se zaradi reorganizacije pogosto ne ujema s sedanjim stanjem. Po dokončani analizi bodo podjetja regrupirana po dejanski velikosti.

## T. Število neposrednih uporabnikov računalniške opreme v organizaciji

Tabela: Uporabniki računalniške opreme v organizaciji

št. uporabnikov	frekvenca	odstotek	veljavni %
od 1 do 3	11	2,2	2,4
od 4 do 6	8	1,6	1,8
od 7 do 15	46	9,3	10,1
od 16 do 24	40	8,1	8,8
od 25 do 51	163	33,0	35,7
nad 52	188	38,1	41,2
ne vem, b.o.	38	7,7	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

Povprečno število neposrednih uporabnikov računalniške opreme je 89, število pa se giblje med 1 in 1500.

## U. Izvajalci marketinških/oglaševalskih akcij

Tabela: Izvajalci

	Frekvenca	%	veljavni %
sami, brez posebnega oddelka za marketing	200	40,5	43,6
sami, poseben oddelek za marketing	85	17,2	18,5
najete agencije	55	11,1	12,0
drugo	119	24,1	25,9
b.o.	35	7,1	manjk.vred.
SKUPAJ	494	100,0	100,0

40% organizacij izvaja marketinške dejavnosti samo, brez posebnega oddelka za marketing.



## VIII. Anketa zavodov (<http://www2.arnes.si/ris/zav/>)

Vzporedno z anketiranjem podjetij je izvedeno tudi anketiranje vseh (840) šolskih zavodov (srednje šole, osnovne šole, vrtci, dijaški domovi). Po treh dopisih je bila skupna stopnja odgovorov 76%. Med skupinami so znatne razlike v razširjenosti Interneta. Izstopajo predvsem srednje šole, kjer je uporaba Interneta najbolj intenzivna, delno tudi osnovne šole. V sami strukturi uporabe med različnimi tipi zavodov ni večjih razlik.

Osnovne ugotovitve:

- Tretjina šolskih zavodov je že povezanih v omrežje Internet, tretjina pa to še načrtuje. Pri tem prednjačijo srednje šole, ki bodo v letu dni skoraj v celoti povezane v omrežje Internet.
- Predstavitveno stran ima 10% zavodov, skoraj polovica pa jo pripravlja ali načrtuje. Predstavitev največkrat izdelajo kar zaposleni v zavodu, nemalokrat pa tudi učenci.
- Več kot polovica zavodov ocenjuje, da je Internet pomemben ali zelo pomemben (15%) za izobraževalno dejavnost, tretjina pa ima tako mnenje o pomenu Interneta za administrativno in poslovno dejavnost zavoda.
- Med aktivnostmi na Internetu je na prvem mestu komuniciranje z Ministrstvom za šolstvo, zbiranje poslovnih informacij in komuniciranje z drugimi zavodi, temu sledi izobraževanje učencev ter izobraževanje zaposlenih.
- Ocenimo lahko, da ima (oziroma bo imelo v kratkem) v osnovnih šolah dostop do Interneta preko 7.000 učencev, v srednjih šolah pa preko 8.000 dijakov.