



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

RIS2002 - telefonska anketa (junij 2002) UPORABA INTERNETA

Ljubljana, januar 2003

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

Naročnik raziskave:

Ministrstvo za informacijsko družbo, Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport

Ciljni raziskovalni program "Konkurenčnost Slovenije"

Projekt:

"Spremljanje razvoja informacijske družbe" V2-0509

Številka pogodbe: 3311-01-828509

UPORABA INTERNETA – telefonska anketa 2002

Avtorji: Vasja Vehovar, Alenka Pfajfar

Ljubljana, januar 2003

Osnovne ugotovitve

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

Povzamemo lahko naslednje osnovne ugotovitve:

- Več kot polovica uporabnikov interneta vsaj občasno uporablja internet za iskanje splošnih informacij (87%), za e-pošto (86%), za osebne potrebe (85%), za raziskovalno delo (85%), za zabavo (84%), za izobraževanje (77%), za iskanje informacij o izdelkih ali storitvah (74%), za poslovne potrebe (64%), za informiranje o lokalnem dogajanju (56%), ter za aktivnosti povezane z delom (55%).
- Manj kot polovica uporabnikov interneta pa vsaj občasno uporablja internet za branje spletnih časopisov (47%), za prenašanje glasbe (44%), za igranje iger (42%), za ftp ali chat (31%) in telefoniranje (10%), za obiskovanje erotičnih vsebin (26%), za rezervacije hotelskih sob ali potovanj (25%), za iskanje zaposlitve (25%), za storitve vezane na zdravje (17%), za nakupovanje oziroma naročanje (17%), za poslušanje radija (17%) ter za gledanje televizije (10%), za borzno posredništvo (8%).
- Prejemanje nezaželenih reklamnih sporočil po e-pošti (56%) in računalniški virus (40%) predstavljata velik varnostni problem, medtem ko v primeru zlorab izstopa zasvojenost z internetom in vdor v tuja gesla, čeprav se problem z leti manjša.
- Spletna stran Matkurja ima največji mesečni doseg, sledijo: Najdi.si, Mobitel, Siol.net in TIS, ki presegajo 30% mesečno obiskanost.
- Povprečna poraba časa na slovenskem spletu se je v dveh letih povečala iz 37% na 53%, medtem ko se je povprečna poraba časa za strani na ameriških strežnikih v petih letih zmanjšala iz 52% na 18%.
- Čeprav obstaja močno strinjanje s tem, da se je vse življenje potrebno izobraževati, se izobraževanje na daljavo redko uporablja (18%). Čeprav je pripravljenost za e-izobraževanje razmeroma visoka (61%), pa prevladuje mnenje, da takšen način izobraževanja ni enakovreden izobrazbi pridobljeni na klasičen način (58%).
- Poznavanje različnih primerov zlorab ali zasvojenosti se je v povprečju zmanjšalo, le posojanje gesel za dostop do interneta je v primerjavi z letom 1998 ostalo na enakem nivoju.

KAZALO

Osnovne ugotovitve.....	3
1. Metodologija	5
2. Uporabniki interneta.....	7
3. Uporaba interneta	8
3.1. Elektronska pošta, telefoniranje prek interneta, ftp ali chat.....	8
3.2. Informacije in storitve	12
3.3. Spletni mediji	23
3.4. Finančne storitve	27
3.5. Osnovni nameni uporabe interneta.....	31
3.6. Uporaba interneta za osebne interese	43
3.7. Uporaba interneta za aktivnosti, povezane z delom.....	48
3.8. Varnostni problemi pri uporabi interneta	52
3.9. E-izobraževanje.....	57
3.10. Zlorabe ali zasvojenosti.....	71
4. Obiskanost spletnih strani	81
4.1. Mesečna obiskanost spletnih strani	82
4.2. Sociodemografske značilnosti.....	90
4.3. Odstotek časa na svetovnem spletu.....	110
5. Dodatek	119
5.1. Osebna predstavitvena stran.....	119
5.2. Problemi pri e-nakupovanju	121
5.3. Uporaba interneta	122

1. Metodologija

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

Anketa je bila sestavljena iz dveh sklopov:

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

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

V poročilu so prav tako navedene primerjave s telefonskimi anketami iz leta 1997 do 2001. Zaradi vsebine raziskave so bile tokrat anketirane osebe, stare med 12 in 65 let, ki so imele nazadnje rojstni dan. V poročilu je posebej označeno, kdaj analiziramo RIS ali Eurostat.

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

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

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

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

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

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

2. Uporabniki interneta

Zaradi razmeroma zapletene definicije uporabnika interneta, se spremlja več kategorij uporabnikov – glede na pogostost uporabe interneta. V mesecu juniju 2002, ko je bila opravljena analizirana anketa, je bilo skoraj 30% mesečnih uporabnikov interneta v celotni populaciji. V absolutnem smislu to pomeni 570,00 mesečnih uporabnikov interneta, od tega 470,000 tedenskih in 317,000 dnevnih uporabnikov interneta.

V Eurostat-ovem vprašalniku se je izkazalo, da gre za 40% uporabnikov interneta v zadnjih treh mesecih, ki pa so hkrati tudi mesečni uporabniki interneta, kar pomeni, da hkrati gre za 40% tromesečnih in mesečnih uporabnikov interneta v populaciji 12-65 let. V absolutnem smislu gre za 794,000 uporabnikov (tromesečnih in mesečnih) interneta v celotni populaciji, medtem ko gre za 594,000 uporabnikov interneta v populaciji 12-65 let.

V RIS-ovem vprašalniku, kjer smo spraševali po mesečnih uporabnikih interneta pa se je izkazalo, da gre za 32% mesečnih uporabnikov interneta. V absolutnem smislu gre za 635,000 mesečnih uporabnikov interneta v celotni populaciji ter za 475,000 mesečnih uporabnikov interneta v populaciji 12-65 let.

Višji odstotek v Eurostat-u je delno posledica različnega vprašanja. V Eurostat-ovem sklopu smo spraševali za vsako lokacijo posebej, ali je tam anketiranec uporabljal internet, zato smo dobili več pritrdilnih odgovorov, kot če vprašamo samo enkrat – na splošno – ali ste uporabljali internet (RIS).

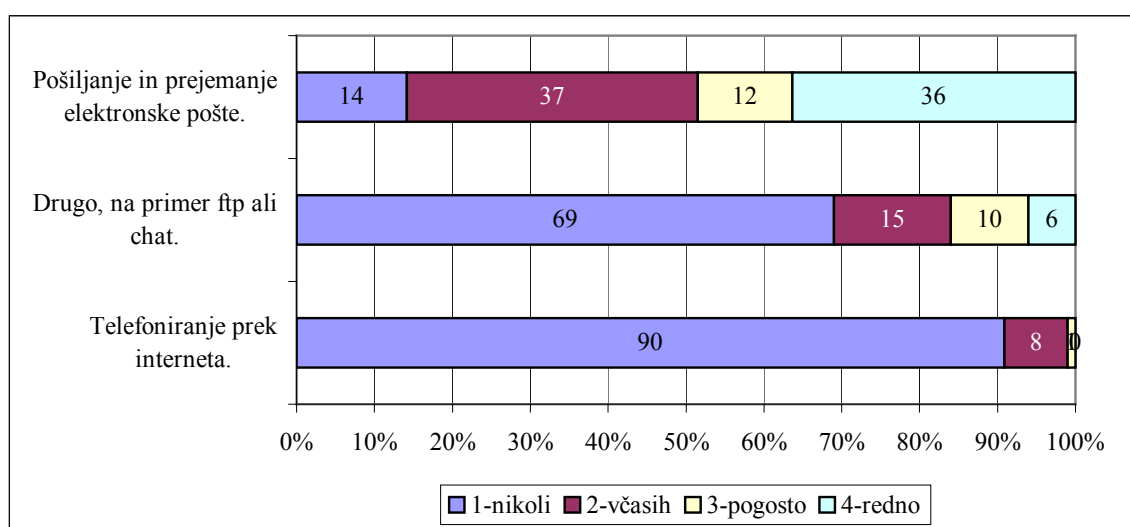
- V Eurostat-ovem delu smo spraševali: *»Kako pogosto ste v zadnjih treh mesecih v povprečju uporabljali internet (za vsako od lokacij): doma, na delovnem mestu, v šoli ali kjer se izobražujete, s prenosnim računalnikom na poti, z dlančnim računalnikom na poti, z WAP mobilnim telefonom na poti, na drugih lokacijah (knjižnice, cybercafeji, ipd)?«*
- V RIS-ovem delu pa je bilo vprašanje postavljeno neposredno, in sicer: *“Ali uporabljate internet ... pri tem mislimo elektronsko pošto, www, ftp, WAP ali katerokoli drugo internet storitev?”*

3. Uporaba interneta

V sklopu Eurostatovega vprašalnika je na vprašanja glede uporabe interneta, odgovarjalo 343 uporabnikov interneta v zadnjih treh mesecih, od tega samo 6 oseb uporablja internet redkeje kot mesečno. Na nekatera od teh vprašanj pa niso odgovarjali vsi uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih, saj sta bila za manj pomembne spremenljivke narejena dva slučajna podvzorca.

3.1. Elektronska pošta, telefoniranje prek interneta, ftp ali chat

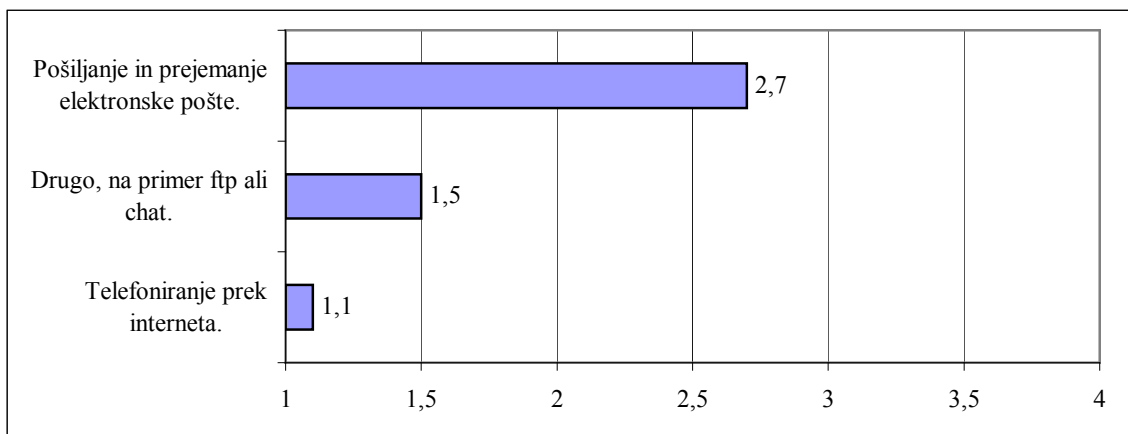
Na vprašanje »Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za nekatere, spodaj naštetе aktivnosti«, je odgovarjalo 169 uporabnikov interneta.



Slika 1: E-pošta, telefoniranje prek interneta, ftp ali chat (Eurostat, junij 2002, n=169)

Tabela 1: E-pošta, telefoniranje prek interneta, ftp ali chat (Eurostat, junij 2002, n=169)

	1-nikoli		2-včasih		3-pogosto		4-redno		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Pošiljanje in prejemanje elektronske pošte.	24	14	63	37	21	12	61	36	169	2,7
Telefoniranje prek interneta.	153	90	14	8	2	1			169	1,1
Drugo, na primer ftp ali chat.	116	69	24	15	17	10	10	6	167	1,5



Slika 2: E-pošta, telefoniranje prek interneta, ftp ali chat – povprečne ocene (Eurostat, junij 2002, n=169)

Pošiljanje in prejemanje elektronske pošte respondenti najbolj pogosto uporabljajo, saj to aktivnost vsaj včasih uporablja kar 86% vprašanih. Sledijo aktivnosti, kot so ftp, chat ipd., ki jih vsaj včasih uporablja 31% vprašanih in telefoniranje prek interneta, ki jo vsaj včasih uporablja 10% respondentov.

V mesecu juniju 2002, je bilo po podatkih RIS(a), v celotni populaciji 570,000 mesečnih uporabnikov interneta, od tega 490,000±103,000 vsaj občasno uporablja internet za pošiljanje in prejemanje elektronske pošte; 176,000±80,000 vsaj občasno uporablja internet za ftp, chat in podobne aktivnosti ter 57,000±34,000 vsaj občasno uporablja internet za telefoniranje preko interneta.

Tabela 2: E-pošta, telefoniranje prek interneta, ftp ali chat - sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n=169)

	<i>Pošiljanje in prejemanje elektronske pošte.</i>	<i>Telefoniranje prek interneta.</i>	<i>Drugo, na primer ftp ali chat.</i>	<i>skupaj</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL				
moški	2,6	1,1	1,4	85
ženske	2,7	1,1	1,6	83
STAROST				
12-19	2,6	1,2	2,5	39
20-29	3,1	1,1	1,5	49
30-49	2,6	1,1	1,1	68
50-65	2,3	1	1,1	12
IZOBRAZBA				
dokončana OŠ	2	1,1	1,9	42
poklicna šola	1,8	1,1	1	9
srednja šola	2,9	1,1	1,5	78
višja in visoka šola	3,3	1	1,2	41
REGIJA				
osrednja SLO	2,7	1	1,6	67
vzhodna Štajerska (MB)	2,6	1,2	1,6	25
savinjska (CE)	2,7	1,1	1,3	21
gorenjska	2,8	1,4	1,5	11
goriška	2,7	1	1	10
obala	2,3	1,1	1,5	11
dolenjska	2,8	1,2	1,7	13
prekmurje	2,7	1	1,5	9
ZAPOSLITVENI STATUS				
zaposlen (pri delodajalcu)	2,6	1	1,1	94
lastnik podjetja	2,1	1,5	1	2
samostojni podjetnik	2,2	1,3	1,1	5
samozaposleni strokovnjaki	3,7	1,3	1	2
nezaposlen	2	1,3	1,3	6
upokojenec	2	1	1	2
osnovnošolec	2,4	1,2	2,3	15
srednješolci	2,7	1,1	2,5	26
študent	3,6	1,1	1,9	17
kmetovalec	3	1	1	1
ZAČETEK UPORABE INTERNETA				
1991-1995	3,4	1,1	1,7	14
1996-1998	2,8	1,1	1,7	65
1999-2000	2,6	1,1	1,4	67
po letu 2001	2,2	1,1	1,2	23

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih kategorij se nakazuje, da pošiljanje in prejemanje e-pošte bolj pogosto uporabljajo:

- mlajši (20-29 let),
- izobraženi,
- študentje in samozaposleni strokovnjaki,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Telefoniranje prek interneta bolj pogosto uporabljajo:

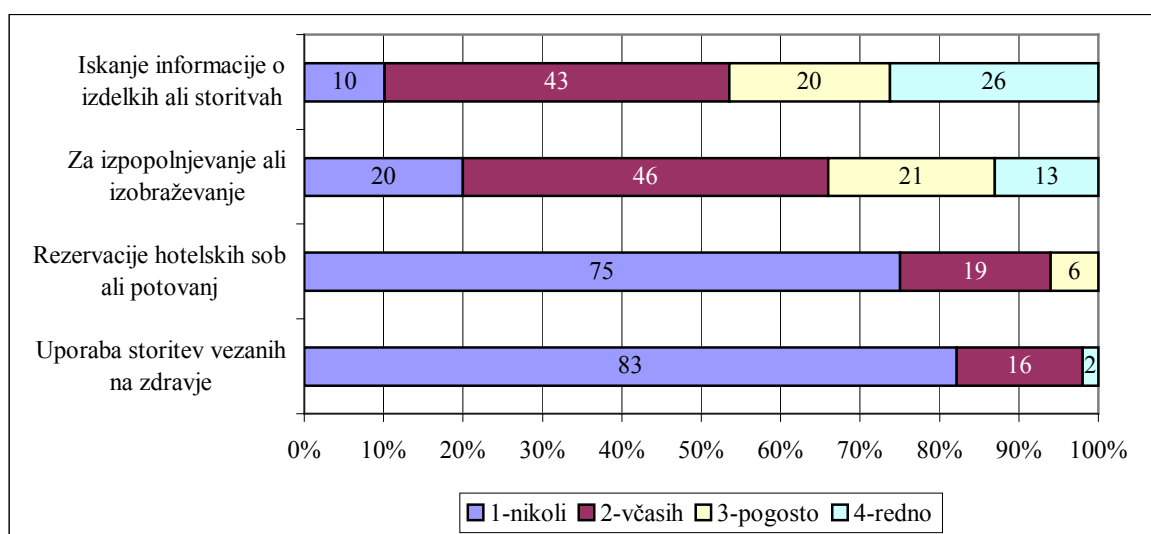
- v pogledu regij – gorenjska,
- lastniki podjetja,
- znotraj ostalih sociodemografskih skupin so razlike minimalne.

Druge aktivnosti, na primer ftp ali chat pa bolj pogosto uporabljajo:

- ženske,
- najmlajši (12-19 let),
- neizobraženi (dokončana OŠ),
- osnovnošolci in srednješolci,
- dolgoletni uporabniki interneta.

3.2. Informacije in storitve

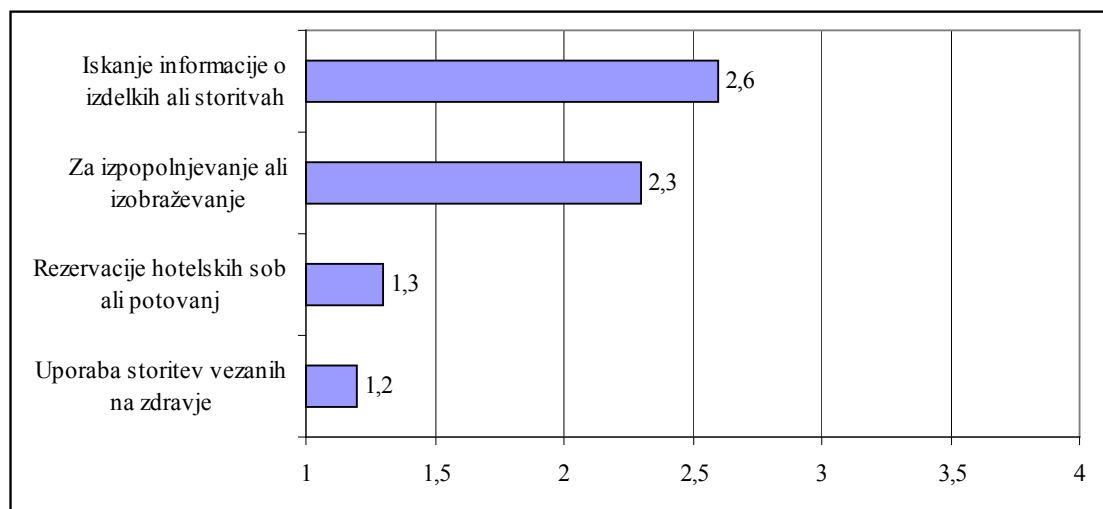
Na vprašanje “Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za iskanje različnih informacij”, je odgovarjalo 51 naključno izbranih respondentov iz prvega podvzorca.



Slika 3: Informacije in storitve (Eurostat, junij 2002, n₁=51)

Tabela 3: Informacije in storitve (Eurostat, junij 2002, n₁=51)

	1- <i>nikoli</i>		2- <i>včasih</i>		3- <i>pogosto</i>		4- <i>redno</i>		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Iskanje informacije o izdelkih ali storitvah	5	10	22	43	10	20	13	26	51	2,6
Rezervacije hotelskih sob ali potovanj	39	75	10	19	3	6			51	1,3
Za izpolnjevanje ali izobraževanje	10	20	23	46	10	21	7	13	51	2,3
Uporaba storitev vezanih na zdravje	42	83	8	16			1	2	51	1,2



Slika 4: Informacije in storitve – povprečne ocene (Eurostat, junij 2002, $n_1=51$)

Iskanje informacij o izdelkih ali storitvah respondenti najbolj pogosto uporabljajo, saj vsaj včasih uporablja to aktivnost 90% vprašanih. Sledi aktivnost izpopolnjevanje ali izobraževanje, ki jo vsaj včasih uporablja 80% vprašanih. Ostali dve aktivnosti, in sicer rezervacije hotelskih sob ali potovanj, ki jo uporablja 25% vprašanih ter uporaba storitev vezanih na zdravje, ki jo uporablja 17% vprašanih, pa respondenti uporabljajo bolj redko.

Glede na celotno populacijo – 570,000 mesečnih uporabnikov interneta v mesecu juniju 2002, aktivnost »iskanje informacij o izdelkih ali storitvah« vsaj občasno uporablja 513,000±160,000 mesečnih uporabnikov interneta; za izpopolnjevanje ali izobraževanje vsaj občasno uporablja internet 456,000±148,000 mesečnih uporabnikov interneta; za rezervacije hotelskih sob ali potovanj vsaj občasno uporablja internet 142,500±91,000 mesečnih uporabnikov interneta ter za storitve vezane na zdravje vsaj občasno uporablja internet 96,900±80,000 mesečnih uporabnikov interneta.

Tabela 4: Informacije in storitve – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n₁=51)

	<i>Iskanje informacije o izdelkih ali storitvah</i>	<i>Rezervacije hotelskih sob ali potovanj</i>	<i>Za izpopolnjevanje ali izobraževanje</i>	<i>Uporaba storitev vezanih na zdravje</i>	<i>skupaj</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL					
moški	2,8	1,4	2,2	1,2	23
ženske	2,5	1,2	2,3	1,2	28
STAROST					
12-19	3,4	1,2	2,4	1,1	8
20-29	2,4	1,4	2,4	1,3	17
30-49	2,6	1,3	2,2	1,2	23
50-65	2,2	1,1	1,3	1	3
REGIJA					
osrednja SLO	2,4	1,5	2,3	1,2	16
vzhodna Štajerska (MB)	2,7	1,3	2,6	1,6	7
savinjska (CE)	2,3	1,2	1,9	1,1	6
gorenjska	2,9	1,1	1,9	1,1	6
goriška	1,9	1,3	2,8	1	5
obala	2,7	1	1,8	1	5
dolenjska	3,2	1,3	2,3	1,5	4
prekmurje	3,6	1,4	2,3	1	4
IZOBRAZBA					
dokončana OŠ	2,9	1,1	1,9	1	10
poklicna šola	4	1	3	1	1
srednja šola	2,4	1,2	2,5	1,3	28
višja in visoka šola	2,7	1,7	2,5	1,2	12
ZAČETEK UPORABE INTERNETA					
1991-1995	3	1,6	2,4	1,2	3
1996-1998	2,5	1,4	2,3	1,2	21
1999-2000	2,5	1,3	2,3	1,2	17
po letu 2001	2,9	1	2	1,1	10
ZAPOSLITVENI STATUS					
zaposlen (pri delodajalcu)	2,4	1	2,1	1,2	30
lastnik podjetja	2	1	3	1	1
samostojni podjetnik	2,6	1,6	1,6	1,6	2
samozaposleni strokovnjaki	3	2,1	2,5	1	1
nezaposlen	2	2	2	1	1
upokojenec	2	1,3	1,3	1	1
osnovnošolec	3	1	2,3	1	4
srednješolci	3,7	1,4	2,5	1,1	5
študent	2,5	1,2	3,2	1,4	5
kmetovalec	4	1	3	1	1

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, čeprav ni statistično značilno, da internet za iskanje informacije o izdelkih ali storitvah uporabljajo predvsem:

- moški,
- najmlajši,
- v pogledu regij – prekmurje, dolenjska,
- neizobraženi,
- dolgoletni in novi uporabniki interneta,
- srednješolci.

Internet za rezervacije hotelskih sob ali potovanj uporabljajo predvsem:

- moški,
- mladi, stari od 20 do 29 let (razlike glede na starost so minimalne),
- v pogledu regij – osrednja Slovenija (razlike med regijami so minimalne),
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki.

Internet za izpopolnjevanje ali izobraževanje uporabljajo predvsem:

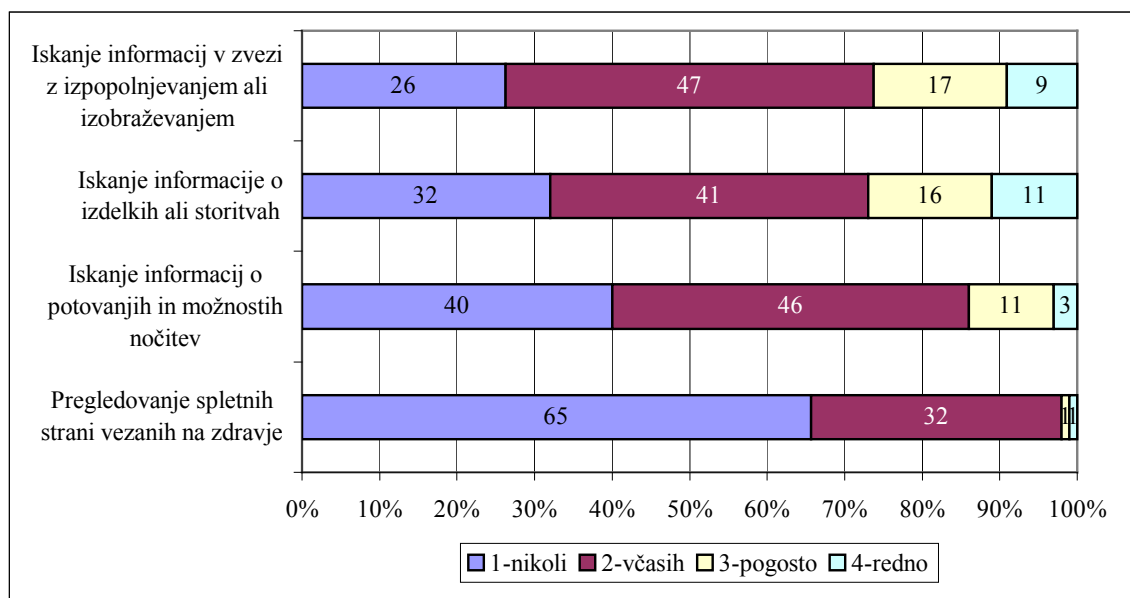
- mladi (12-19 let in 20-29 let),
- v pogledu regij – goriška in vzhodna Štajerska,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- študentje,
- glede spola so razlike minimalne.

Internet za uporabo storitev vezanih na zdravje uporabljajo predvsem:

- stari 20-29 let (razlike glede na starost so minimalne),
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska in dolenska,
- izobraženi,
- samostojni podjetniki in študentje,
- glede na začetek uporabe so razlike minimalne,
- glede spola ni razlik.

Ker je bilo v Eurostat-ovem vprašalniku razmeroma nejasno, kaj pomeni uporaba storitev vezanih na zdravje, smo delu vzorca zastavili vprašanje, ki se nanaša na pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje. Namesto vprašanja: »Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za storitve vezane na zdravje?«, so respondenti odgovarjali na vprašanje: »Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje?«.

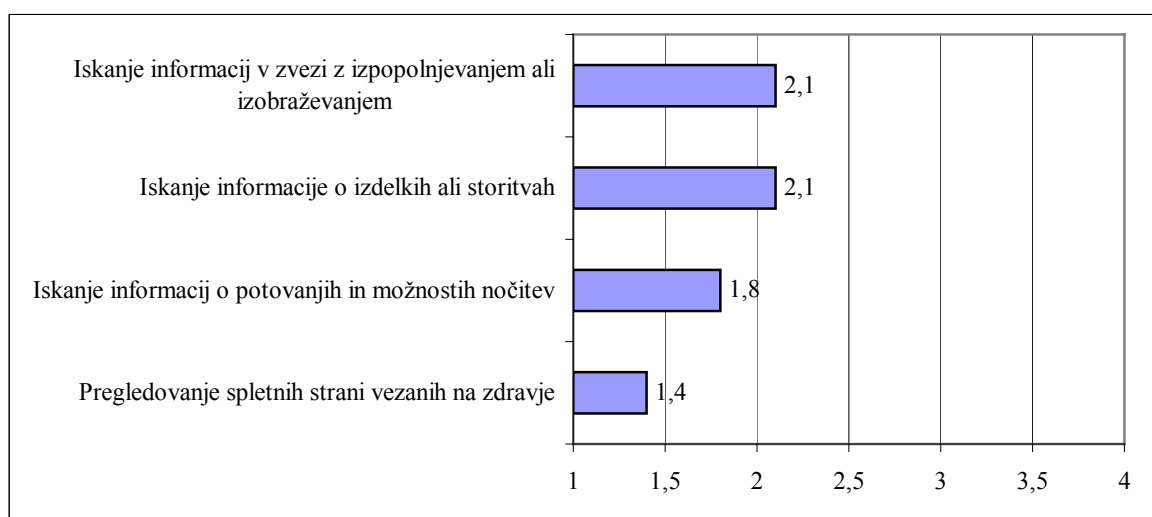
Prav tako pa je bilo premalo eksplicitno zastavljeno vprašanje glede rezervacije hotelskih sob ali potovanje, zato se je delu vzorca zastavilo nekoliko drugače postavljeno vprašanje, in sicer glede iskanja informacij o potovanjih in možnostih nočitve. Namesto vprašanja: »Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za rezervacije hotelskih sob ali potovanj?«, so respondenti odgovarjali na vprašanje: »Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje?«. Tako je na zelo podobna vprašanja odgovarjalo 126 naključno izbranih respondentov iz prvega podvzorca.



Slika 5: Informacije in storitve (Eurostat, junij 2002, n₂=126)

Tabela 5: Informacije in storitve (Eurostat, junij 2002, n₂=126)

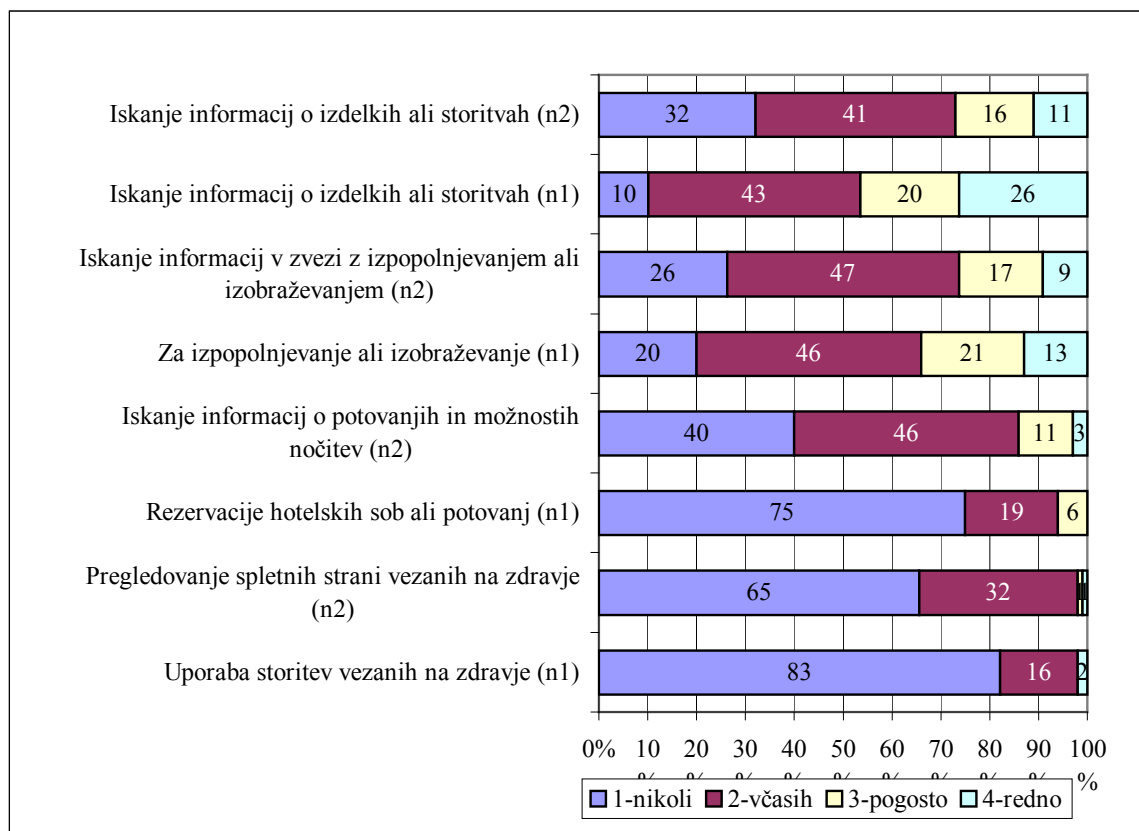
	1-nikoli		2-včasih		3-pogosto		4-redno		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Iskanje informacije o izdelkih ali storitvah	41	32	51	41	20	16	14	11	126	2,1
Iskanje informacij o potovanjih in možnostih nočitev	50	40	58	46	14	11	4	3	126	1,8
Iskanje informacij v zvezi z izpopolnjevanjem ali izobraževanjem	33	26	59	47	22	17	12	9	126	2,1
Pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje	82	65	41	32	1	1	2	1	126	1,4

**Slika 6:** Informacije in storitve – povprečne ocene (Eurostat, junij 2002, n₂=126)

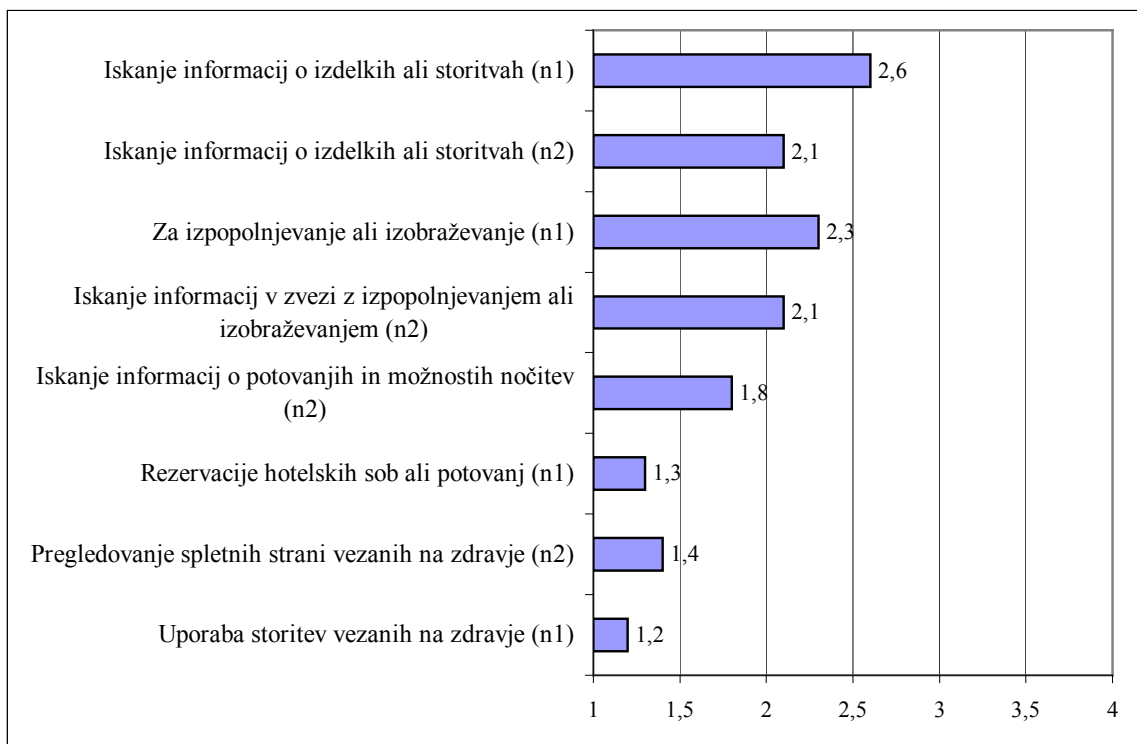
Najbolj pogosto respondenti uporabljajo internet za iskanje informacij v zvezi z izpopolnjevanjem ali izobraževanjem, saj to aktivnost vsaj občasno uporablja 74% vprašanih (v celotni populaciji je to 422,000±91,000 mesečnih uporabnikov interneta). Dve tretjini vprašanih (68% oz. v celotni populaciji 388,000±103,000 mesečnih uporabnikov interneta) vsaj občasno uporablja internet za iskanje informacij o izdelkih ali storitvah. Podobno 60% (v celotni populaciji 342,000±80,000 mesečnih uporabnikov interneta) vprašanih vsaj občasno uporablja internet za iskanje informacij o potovanjih in možnostih nočitev.

Manj pogosto pa respondenti uporabljajo internet za pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje, saj to aktivnost vsaj občasno uporablja le 35% vprašanih (v celotni populaciji je to 199,500±57,000 mesečnih uporabnikov interneta).

Oglejmo si še primerjavo obeh podvzorcev ($n_1=51$ in $n_2=126$).



Slika 7: Informacije in storitve – deleži obeh podvzorcev (Eurostat, junij 2002, $n_1=126$, $n_2=51$)



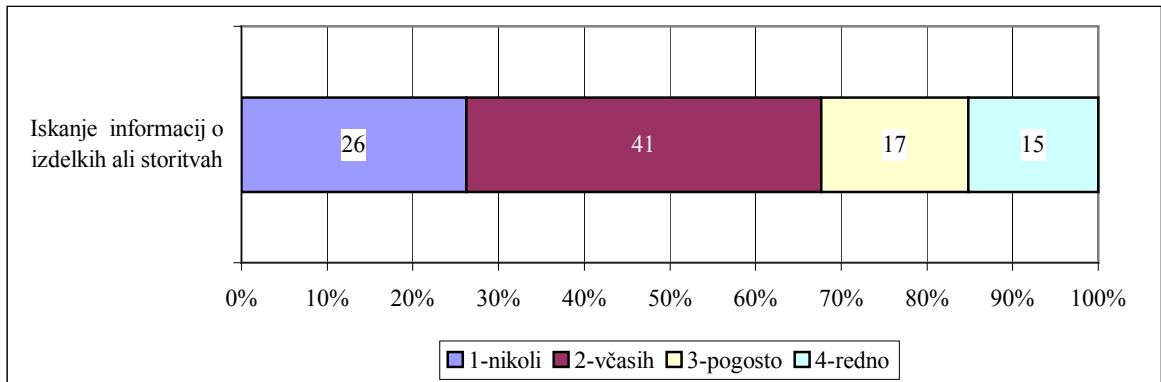
Slika 8: Informacije in storitve – povprečne ocene obeh podvzorcev (Eurostat, junij 2002, $n_1=126$, $n_2=51$)

Poudariti velja, da je razlika med povprečjema vprašanj »rezervacije hotelskih sob ali potovanj« (n_1) in »iskanje informacij o potovanjih in možnostih nočitev« (n_2), statistično značilna, kar pomeni, da vprašanji ne merita istega pojma. Razlika med povprečjema vprašanj »uporaba interneta za izpopolnjevanje ali izobraževanje« (n_1) in »uporaba interneta za iskanje informacij v zvezi z izpopolnjevanjem ali izobraževanjem« (n_2), je prav tako statistično značilna. Med povprečjema vprašanj »uporaba storitev vezanih na zdravje« (n_1) in »pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje« (n_2) pa se statistična značilnost nakazuje.

Edino razlika med povprečjema istega vprašanja »uporaba interneta za iskanje informacij o izdelkih ali storitvah«, na katerega so odgovarjali respondenti iz (n_1) in (n_2), ni statistično značilna, kar je pričakovano, saj gre za isti »wording«.

Kot smo že omenili, se pri nekaterih vprašanjih sicer nakazujejo statistično značilne razlike, pa vseeno velja poudariti, da je podvzorec n_1 premajhen, da bi odkrili statistično značilne razlike med obema podvzorcema (n_1 in n_2).

Samo pri vprašanih, kjer gre za povsem isti »wording«, in sicer pri uporabi interneta za iskanje informacij o izdelkih ali storitvah, si oglejmo, kaj se zgodi, če oba podvzorca združimo.



Slika 9: Iskanje informacij o izdelkih ali storitvah (Eurostat, junij 2002, n₁ in n₂ skupaj (n=177))

Izkaže se, da 74% respondentov vsaj občasno uporablja internet za iskanje informacij o izdelkih ali storitvah (v celotni populaciji je to 422,000±131,000 mesečnih uporabnikov interneta), medtem ko tretjina respondentov pogosto uporablja internet za omenjeno aktivnost.

Tabela 6: Informacije in storitve – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n₀=126)

	<i>Iskanje informacije o izdelkih ali storitvah</i>	<i>Iskanje informacij o potovanjih in možnostih nočitev</i>	<i>Iskanje informacij v zvezi z izpopolnjevanjem ali izobraževanjem</i>	<i>Pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje</i>	<i>skupaj</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL					
moški	2,3	1,8	2,2	1,4	67
ženske	1,8	1,7	2	1,3	59
STAROST					
12-19	1,8	1,5	2,1	1,2	34
20-29	2,2	1,9	2,2	1,4	34
30-49	2,1	1,9	2,1	1,5	49
50-65	1,9	1,7	1,8	1,5	9
REGIJA					
osrednja SLO	2	1,8	2,5	1	52
vzhodna Štajerska (MB)	2,4	1,7	2,1	1,3	21
savinjska (CE)	2,2	1,7	1	1,4	17
gorenjska	1,9	1,7	2	1,2	6
goriška	2,3	2	2,3	1,2	5
obala	2,1	1,5	2,3	1,3	9
dolenjska	1,5	1,9	1,8	1,6	11
prekmurje	2,3	2,2	2	1,5	6
IZOBRAZBA					
dokončana OŠ	1,9	1,6	2,1	1,2	34
poklicna šola	1,9	1,3	1,7	1,3	8
srednja šola	2,1	1,8	2,2	1,4	52
višja in visoka šola	2,2	2,1	2,3	1,5	31
ZAČETEK UPORABE INTERNETA					
1991-1995	1,8	1,8	2,1	1,5	11
1996-1998	1,9	1,8	2,3	1,3	46
1999-2000	2,2	1,8	2,1	1,5	53
po letu 2001	2	1,4	1,6	1,2	15
ZAPOSLOTVENI STATUS					
zaposlen (pri delodajalcu)	2,2	1,9	2	1,4	66
lastnik podjetja	1,5	2	1,5	1	2
samostojni podjetnik	1,7	2,1	2,1	1,3	4
samozaposleni strokovnjaki	1	2	3	4	1
nezaposlen	1,9	1,8	1,9	1,6	5
upokojenec	1,5	1	1	1,5	1
osnovnošolec	2	1,8	2,3	1,4	13
srednješolci	1,7	1,3	2	1	21
študent	2,1	1,9	2,5	1,5	12

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, da internet za iskanje informacije o izdelkih ali storitvah uporabljajo predvsem:

- moški,
- stari 20-29 let ter 30-49 let (razlike glede na starost so minimalne),
- izobraženi,
- novi uporabniki interneta,
- zaposleni in študentje.

Internet za iskanje informacij o potovanjih in možnostih nočitev uporabljajo predvsem:

- moški (razlike med spoloma so minimalne),
- stari 20-29 let ter 30-49 let,
- v pogledu regij – prekmurje,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Internet za iskanje informacij v zvezi z izpopolnjevanjem ali izobraževanjem uporabljajo predvsem:

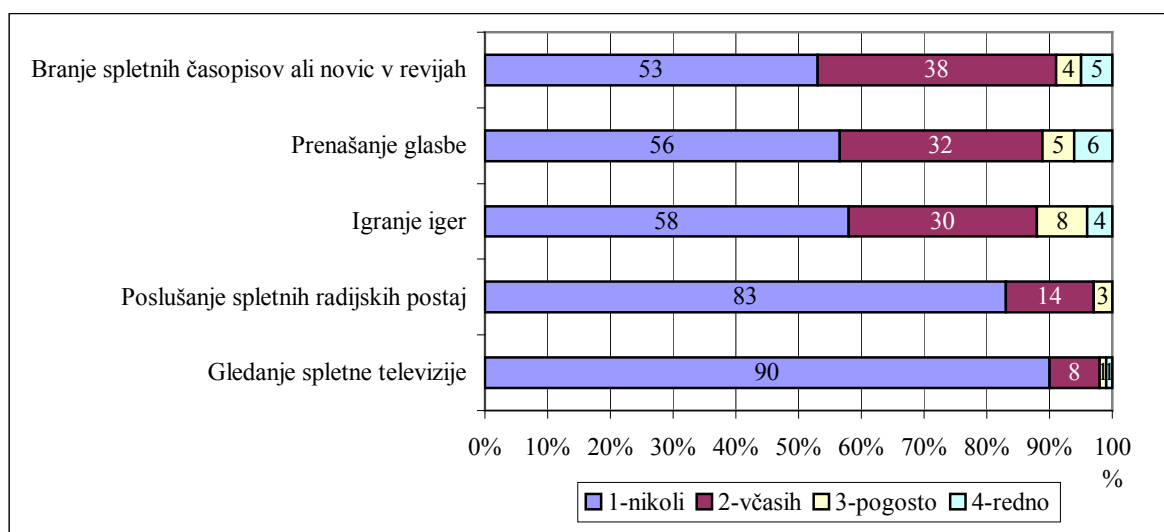
- moški,
- stari od 12 do 49 let,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija,
- izobraženi (glede na izobrazbo so razlike minimalne),
- dolgoletni uporabniki interneta,
- študentje.

Internet za pregledovanje spletnih strani vezanih na zdravje uporabljajo predvsem:

- moški (razlike med spoloma so minimalne),
- stari od 30 do 65 let (razlike glede na starost so prav tako minimalne),
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta.

3.3. Spletni mediji

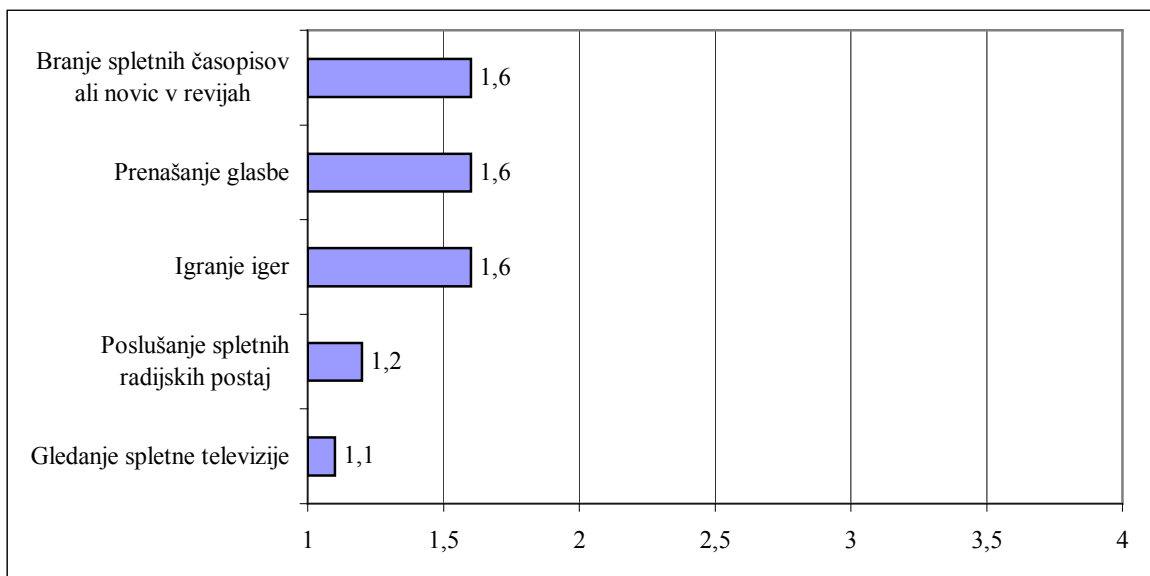
Na vprašanje: »Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za aktivnosti, ki se navezujejo na spletne medije«, so odgovarjali vsi respondenti iz prvega pod vzorca (169 uporabnikov interneta).



Slika 10: Spletni mediji (Eurostat, junij 2002, n=169)

Tabela 7: Spletni mediji (Eurostat, junij 2002, n=169)

	1-nikoli		2-včasih		3-pogosto		4-redno		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Poslušanje spletnih radijskih postaj	141	83	23	14	5	3			169	1,2
Gledanje spletne televizije	153	90	14	8	1	1	1	1	169	1,1
Prenašanje glasbe	95	56	55	32	9	5	10	6	169	1,6
Igranje iger	97	58	52	30	13	8	7	4	169	1,6
Branje spletnih časopisov ali novic v revijah	90	53	65	38	6	4	8	5	169	1,6



Slika 11: Spletni mediji – povprečne ocene (Eurostat, junij 2002, n=169)

Skoraj polovica respondentov (47%) vsaj včasih uporablja internet za branje spletnih časopisov ali novic v revijah; 44% za prenašanje glasbe ter 42% za igranje iger. Najmanj pogosto pa respondenti uporabljajo internet za poslušanje spletnih radijskih postaj, saj to aktivnost nikoli ne uporablja kar 83% vprašanih ter za gledanje spletne televizije, saj to aktivnost nikoli ne uporablja kar 90% vprašanih.

Glede na celotno populacijo - 570,000 mesečnih uporabnikov interneta v mesecu juniju 2002, aktivnost:

- branje spletnih časopisov ali novic v revijah vsaj občasno uporablja 268,000±68,000 mesečnih uporabnikov interneta,
- prenašanje glasbe vsaj občasno uporablja 251,000±68,000 mesečnih uporabnikov interneta,
- igranje iger vsaj občasno uporablja 239,000±68,000 mesečnih uporabnikov interneta,
- poslušanje spletnih radijskih postaj vsaj občasno uporablja 97,0900±45,000 mesečnih uporabnikov interneta,
- gledanje spletne televizije vsaj občasno uporablja le 57,000±34,000 mesečnih uporabnikov interneta.

Tabela 8: Spletni mediji – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n=169)

	<i>Poslušanje spletnih radijskih postaj</i>	<i>Gledanje spletne televizije</i>	<i>Prenašanje glasbe</i>	<i>Igranje iger</i>	<i>Branje spletnih časopisov ali novic v revijah</i>	<i>skupaj</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL						
moški	1,1	1,1	1,7	1,6	1,7	85
ženske	1,3	1,1	1,6	1,6	1,5	83
STAROST						
12-19	1,5	1,2	2,3	2,2	1,4	39
20-29	1,1	1,1	1,6	1,4	1,7	49
30-49	1	1	1,3	1,3	1,6	68
50-65	1,1	1,2	1,2	1,5	1,7	12
REGIJA						
osrednja SLO	1,2	1,1	1,6	1,4	1,5	67
vzhodna Štajerska (MB)	1,1	1,1	1,6	1,5	1,7	25
savinjska (CE)	1,1	1	1,6	2	1,6	21
gorenjska	1	1	1,8	1,4	1,8	11
goriška	1,1	1,2	1,5	1,2	1,6	10
obala	1,1	1	1,4	1,5	1,5	11
dolenjska	1,3	1,1	1,7	2,2	1,6	13
prekmurje	1,4	1,5	2	1,8	1,6	9
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	1,3	1,2	1,9	2,2	1,7	42
poklicna šola	1	1,1	1,2	1,5	1,1	9
srednja šola	1	1,1	1,6	1,5	1,7	78
višja in visoka šola	1,1	1,1	1,4	1,1	2	41
ZAČETEK UPORABE INTERNETA						
1991-1995	1,6	1,1	1,4	1,5	1,6	14
1996-1998	1,2	1,1	1,7	1,5	1,7	65
1999-2000	1,1	1,1	1,6	1,6	1,5	67
po letu 2001	1,1	1,1	1,5	1,8	1,5	23
ZAPOSLITVENI STATUS						
zaposlen (pri delodajalcu)	1,1	1,1	1,3	1,4	1,6	94
lastnik podjetja	1	1	1	1,5	2	2
samostojni podjetnik	1	1	1,3	1,3	1,3	5
samozaposleni strokovnjaki	1	1,3	1	1,3	1,9	2
nezaposlen	1	1	1,1	1,5	1,7	6
upokojenec	1,2	1	1,4	1,4	1,4	2
osnovnošolec	1,3	1,5	2,5	2,8	1,7	15
srednješolci	1,6	1	2,2	1,8	1,3	26
študent	1	1,2	1,9	1,6	2	17
kmetovalec	1	1	2	1	1	1

Nakazuje se, da internet za poslušanje spletnih radijskih postaj, uporabljajo predvsem:

- ženske,
- najmlajši,
- v pogledu regij – prekmurje,
- neizobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- srednješolci.

Internet za gledanje spletne televizije uporabljajo predvsem:

- ni razlik med spoloma,
- najmlajši in najstarejši (minimalne razlike glede na starost),
- v pogledu regij – prekmurje,
- glede na začetek uporabe interneta ni razlik,
- neizobraženi (minimalne razlike glede na izobrazbo),
- osnovnošolci.

Internet za prenašanje glasbe uporabljajo predvsem:

- moški (minimalna razlika med spoloma),
- najmlajši,
- neizobraženi,
- glede na začetek uporabe interneta so razlike minimalne,
- osnovnošolci in srednješolci.

Internet za igranje iger uporabljajo predvsem:

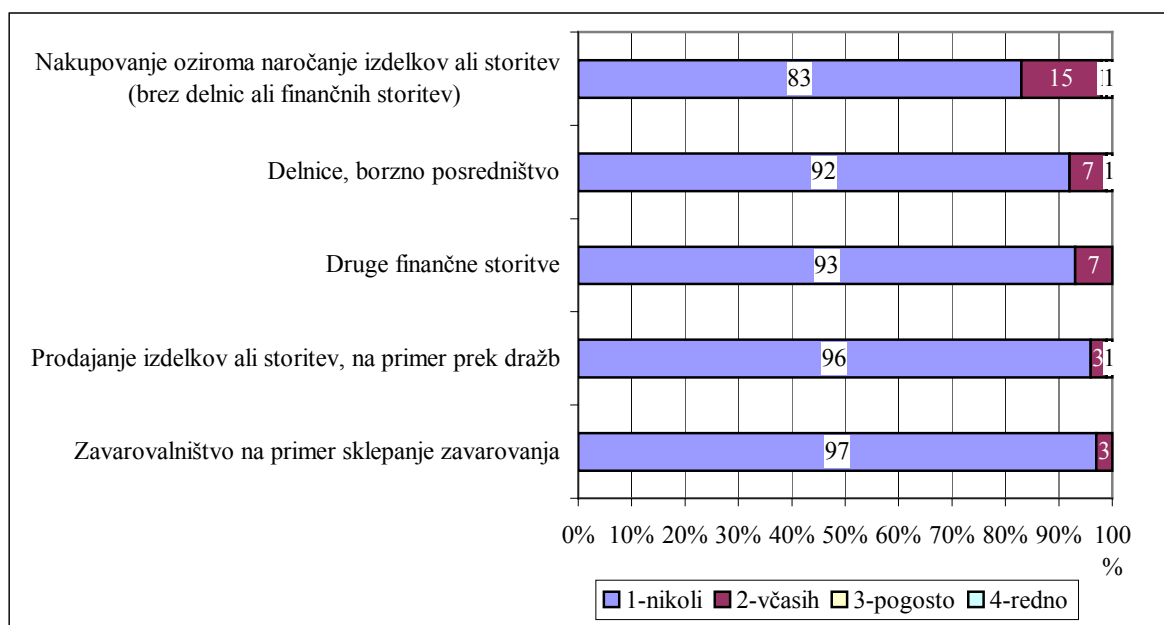
- ni razlik med spoloma,
- najmlajši,
- v pogledu regij – dolenjska in savinjska,
- neizobraženi,
- novi uporabniki interneta,
- osnovnošolci.

Internet za branje spletnih časopisov ali novic v revijah uporabljajo predvsem:

- moški,
- stari 20-29 let in 50-65 let (minimalne razlike glede na starost),
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- lastniki podjetja in študentje.

3.4. Finančne storitve

Na vprašanje “Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za stvari, ki so povezane s finančnimi storitvami”, so odgovarjali vsi respondenti iz prvega podvzorca (169 uporabnikov interneta).



Slika 12: Finančne storitve (Eurostat, junij 2002, n=169)

Tabela 9: Finančne storitve (Eurostat, junij 2002, n=169)

	1-1-		2-2-		3-3-		4-4-		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Nakupovanje oziroma naročanje izdelkov ali storitev (brez delnic ali finančnih storitev)	140	83	25	15	1	1	1	1	168	1,2
Prodajanje izdelkov ali storitev, na primer prek dražb	162	96	5	3	1	1			169	1
Delnice, borzno posredništvo	156	92	12	7	1	1			169	1,1
Zavarovalništvo na primer sklepanje zavarovanja	164	97	5	3					169	1
Druge finančne storitve	157	93	12	7	1	0			169	1,1

Izkaže se, da vse aktivnosti respondenti zelo redko uporabljajo. Le ena petina (17%) respondentov vsaj včasih uporablja internet za nakupovanje oziroma naročanje izdelkov ali storitev, medtem ko manj kot 10% vprašanih uporablja internet za borzno posredništvo, za prodajanje izdelkov ali storitev, za zavarovalništvo ter za druge finančne storitve.

Glede na celotno populacijo - 570,000 mesečnih uporabnikov interneta v mesecu juniju 2002, aktivnost »nakupovanje oziroma naročanje izdelkov ali storitev« vsaj včasih uporablja 97,000±45,000 mesečnih uporabnikov interneta; za borzno posredništvo vsaj včasih uporablja internet 46,000±34,000 mesečnih uporabnikov interneta; za druge finančne storitve vsaj včasih uporablja internet 40,000±23,000 mesečnih uporabnikov interneta; za prodajanje izdelkov ali storitev vsaj včasih uporablja internet 23,000 mesečnih uporabnikov interneta ter za sklepanje zavarovanja vsaj včasih uporablja internet 17,000±11,000 mesečnih uporabnikov interneta.

Prav tako pa je Eurostat-ov vprašalnik vključeval sklop vprašanj, ki se nanašajo na **e-nakupovanje**. Tako je na vprašanje: *“Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za nakupovanje oziroma naročanje izdelkov ali storitev (brez delnic ali finančnih storitev)?»* 17% respondentov odgovorilo, da vsaj včasih uporabljajo internet za nakupovanje oz. naročanje izdelkov ali storitev, medtem ko je na vprašanje, ki je bilo vključeno v sklop e-nakupovanja: *»Ali ste v zadnjih 3 mesecih opravili nakup kakšnih izdelkov ali storitev prek interneta za osebne potrebe?«* pritrdilno odgovorilo 8% respondentov. Razlika v deležih je posledica »wordinga«, saj pri večjem deležu e-nakupovalcev (17%) gre za nakup ter za naročanje izdelkov ali storitev v zasebne namene, medtem ko pri manjšem deležu e-nakupovalcev (8%) gre samo za nakup izdelkov ali storitev za osebne potrebe.

Tabela 10: Finančne storitve – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n=169)

	<i>Nakupovanje oziroma naročanje izdelkov ali storitev</i>	<i>Prodajanje izdelkov ali storitev, na primer prek dražb</i>	<i>Delnice, borzno posredništvo</i>	<i>Zavarovalništvo na primer sklepanje zavarovanja</i>	<i>Druge finančne storitve</i>	<i>skupaj</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL						
moški	1,2	1,1	1,1	1	1,1	85
ženske	1,1	1	1	1	1	83
STAROST						
12-19	1,1	1	1	1	1	39
20-29	1,2	1,1	1,1	1	1,1	49
30-49	1,3	1,1	1,2	1	1,1	68
50-65	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	12
REGIJA						
osrednja SLO	1,2	1	1,1	1	1,1	67
vzhodna Štajerska (MB)	1,2	1,2	1,1	1	1,2	25
savinjska (CE)	1,1	1	1,1	1	1,1	21
gorenjska	1,3	1	1	1	1	11
goriška	1	1	1	1	1,1	10
obala	1,1	1	1,1	1	1	11
dolenjska	1,3	1	1,2	1	1	13
prekmurje	1,4	1	1	1	1,2	9
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	1	1	1	1	1	42
poklicna šola	1	1,3	1,1	1	1,2	9
srednja šola	1,2	1	1	1	1,1	78
višja in visoka šola	1,3	1,1	1,2	1	1,1	41
ZAČETEK UPORABE INTERNETA						
1991-1995	1,4	1	1	1,1	1,1	14
1996-1998	1,1	1	1,1	1	1,1	65
1999-2000	1,2	1,1	1,1	1	1,1	67
po letu 2001	1,1	1	1	1	1	23
ZAPOSLITVENI STATUS						
zaposlen (pri delodajalcu)	1,2	1,1	1,1	1	1,1	94
lastnik podjetja	1	1	1,5	1	1	2
samostojni podjetnik	1,2	1	1,1	1	1	5
samozaposleni strokovnjaki	2,2	1	1	1	1	2
nezaposlen	1	1,1	1	1	1	6
upokojenec	1,2	1	1	1	1	2
osnovnošolec	1	1	1	1	1	15
srednješolci	1,1	1	1	1	1	26
študent	1,2	1	1	1	1,1	17
kmetovalec	1	1	1	1	2	1

Nakazuje se, da internet za nakupovanje oziroma naročanje izdelkov ali storitev, uporabljajo predvsem:

- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki,
- znotraj ostalih sociodemografskih skupin so razlike minimalne.

Internet za prodajanje izdelkov ali storitev uporabljajo predvsem:

- v pogledu regij – vzhodna Štajerska,
- neizobraženi (dokončana poklicna šola),
- znotraj ostalih sociodemografskih skupin so razlike minimalne.

Internet za borzno posredništvo uporabljajo predvsem:

- izobraženi,
- stari 30-49 let,
- lastniki podjetja,
- znotraj omenjenih in vseh ostalih sociodemografskih skupin so razlike minimalne.

Internet za zavarovalništvo uporabljajo predvsem:

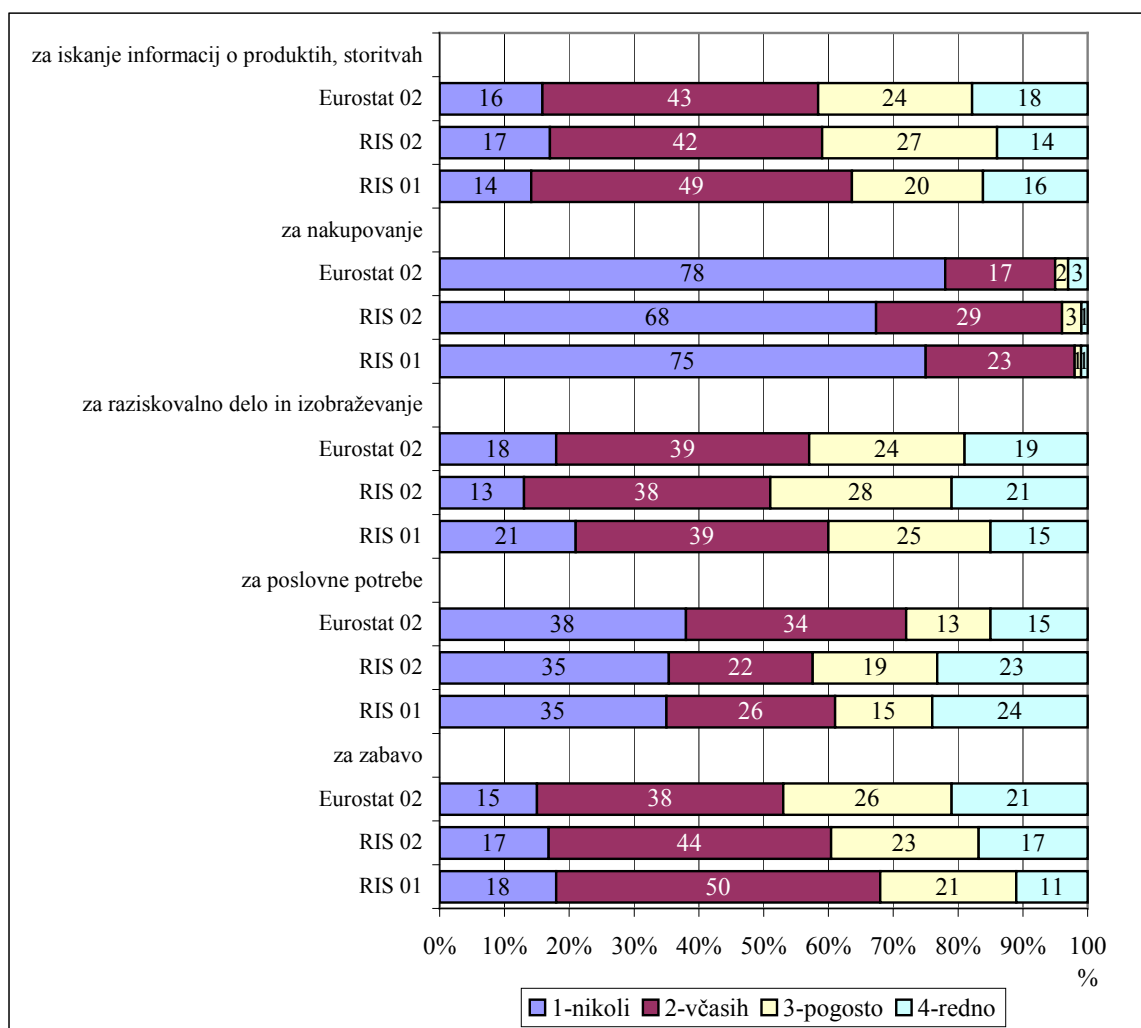
- najstarejši,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- znotraj omenjenih in vseh ostalih sociodemografskih skupin so razlike minimalne ali jih sploh ni.

Glede uporabe interneta za druge finančne storitve se izkaže, da ni bistvenih razlik med vsemi sociodemografskimi skupinami.

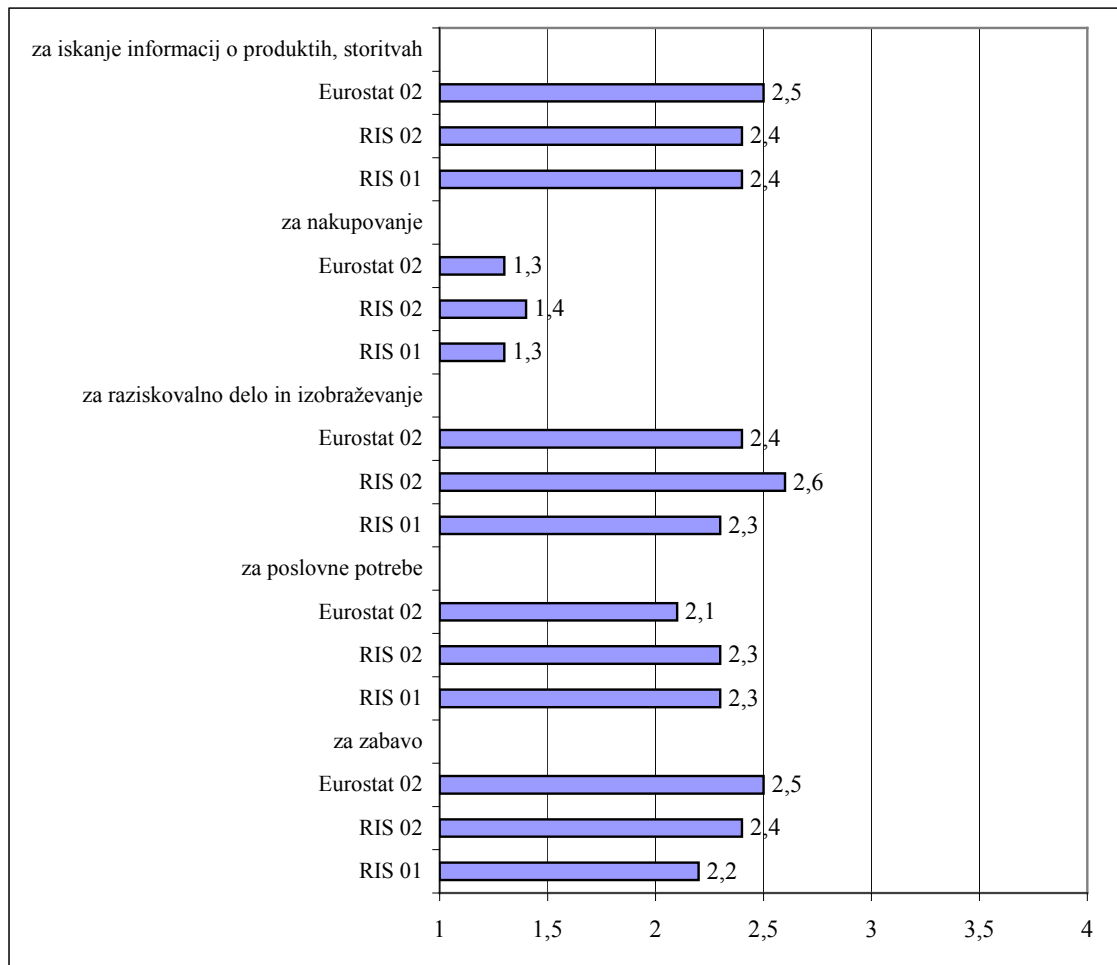
3.5. Osnovni nameni uporabe interneta

Na vprašanje v Eurostat-ovem sklopu: “Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za aktivnosti, ki se nanašajo na osnovne namene uporabe interneta”, so odgovarjali respondenti iz drugega podvzorca - 174 uporabnikov interneta. Izkaže se, da respondenti najbolj pogosto uporabljajo internet za zabavo.

V sklopu RIS-ovih vprašanj so respondenti prav tako odgovarjali na vprašanje, ki se nanaša na uporabo interneta. Na vprašanje je odgovarjalo 234 mesečnih uporabnikov interneta. Vprašanje se je glasilo: »Kako pogosto uporabljate internet za naslednje namene«? Izkaže se, da respondenti najbolj pogosto uporabljajo internet za raziskovalno delo in izobraževanje.



Slika 13: Osnovni nameni uporabe interneta - primerjava deležev
(Eurostat 02, n=174; RIS 02, n=235; RIS 01, n=255)



Slika 14: Osnovni nameni uporabe interneta - primerjava povprečnih ocen
(Eurostat 02, n=174; RIS 02, n=234; RIS 01, n=255)

a) Eurostat

V Eurostat-ovem delu se izkaže, da internet za »zabavo« vsaj včasih uporablja 85% vprašanih; internet za »iskanje informacij o produktih, storitvah« vsaj včasih uporablja 84% vprašanih; internet za »raziskovalno delo in izobraževanje« pa vsaj včasih uporablja 82% vprašanih. Slabi dve tretjini respondentov (62%) vsaj včasih uporablja internet za poslovne potrebe in le 22% za nakupovanje.

Največje povečanje povprečnih ocen je opaziti pri uporabi interneta za zabavo, rahlo povečanje pa je vidno tudi pri uporabi interneta za raziskovalno delo in izobraževanje ter za iskanje informacij o produktih in storitvah. Uporaba interneta za poslovne potrebe se je nekoliko zmanjšala, medtem ko je uporaba interneta za nakupovanje ostala enako pogosta. Pri tem pa velja poudariti, da ni večjih razlik med povprečji in tudi t-test pokaže, da razlike niso statistično značilne, razen v primeru uporabe interneta za zabavo se statistična značilnost le nakazuje. Tako lahko rečemo, da so respondenti v letu 2001 približno enako pogosto uporabljali internet za aktivnosti, ki se nanašajo na osnovne namene uporabe interneta kot v letu 2002, razen v primeru uporabe interneta za zabavo gre za povečanje, kar je posledica tega, da je vedno več mladih, ki se zabavajo preko interneta.

b) RIS

V RIS-ovem delu pa respondenti najbolj pogosto uporabljajo internet za raziskovalno delo in izobraževanje, saj to aktivnost vsaj včasih uporablja 87% vprašanih. Pogosto respondenti uporabljajo internet tudi za zabavo ter za iskanje informacij o produktih, storitvah, saj ti dve aktivnosti vsaj včasih uporablja 83% vprašanih. Dve tretjini (65%) respondentov vsaj včasih uporablja internet za poslovne potrebe, ena tretjina (32%) pa za nakupovanje.

V letu 2002 se povečajo povprečne ocene naslednjim internetnim aktivnostim: uporaba interneta za zabavo, za raziskovalno delo in izobraževanje ter za nakupovanje. Za ostali dve internetni aktivnosti (uporaba interneta za poslovne potrebe in za iskanje informacij o produktih, storitvah) pa sta povprečni oceni ostali skoraj enaki, kar pomeni, da se uporaba interneta za omenjeni dve aktivnosti ni ne povečala ne zmanjšala. Pri tem pa velja poudariti, da razlike med povprečji niso statistično značilne, kar pomeni, da se pogostost uporabe

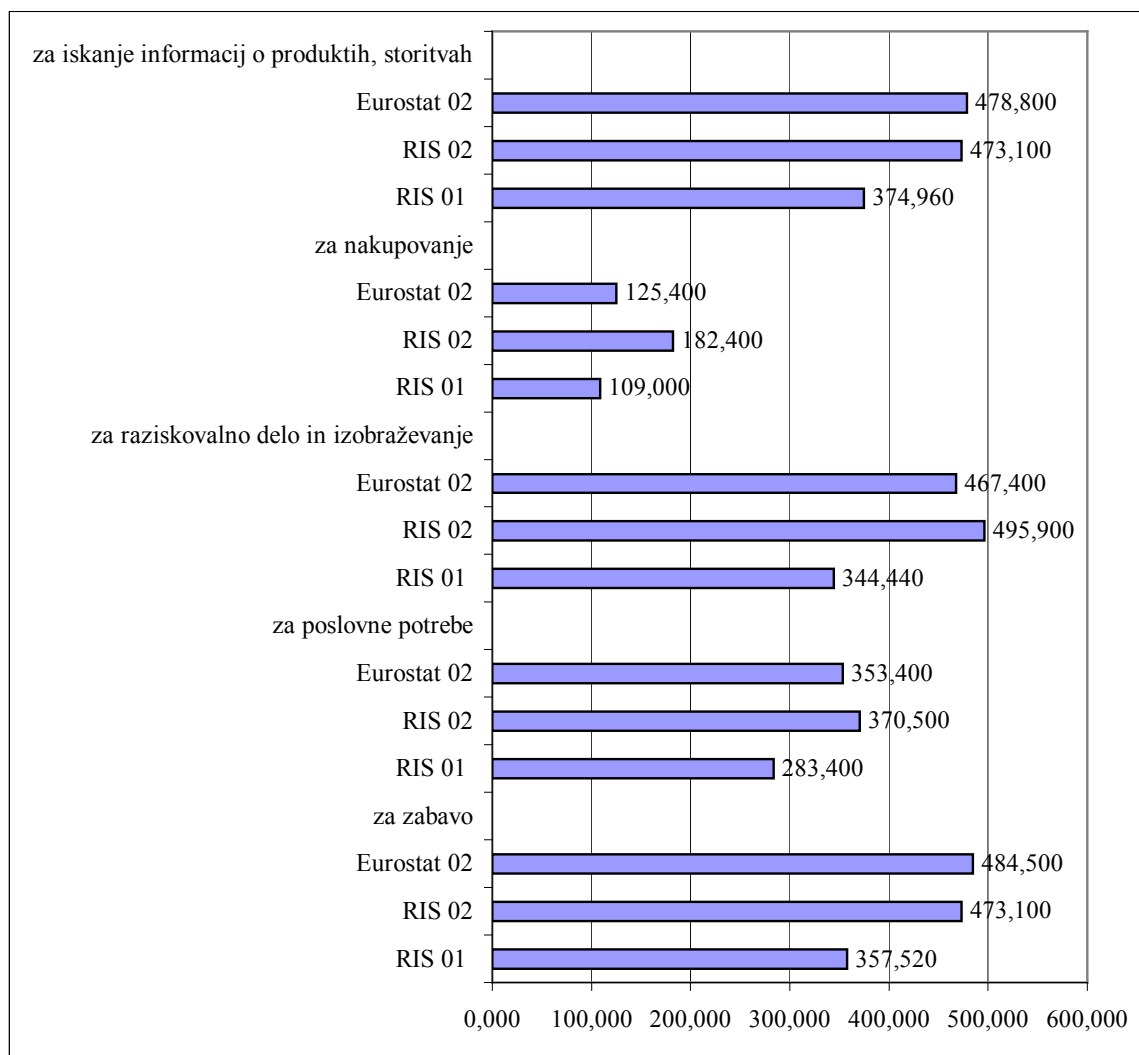
interneta za aktivnosti, ki se nanašajo na osnovne namene uporabe interneta, od junija 2001 do junija 2002, ni bistveno spremenila.

Največja razlika med Eurostat-om in RIS-om, ki je statistično značilna, se pokaže pri uporabi interneta za nakupovanje, saj to aktivnost v Eurostat-ovem vprašalniku vsaj včasih uporablja 22% vprašanih, v RIS-ovem pa 32% vprašanih. Pri vseh ostalih internetnih aktivnostih ni opaziti večjih odstopanj, kar pomeni, da respondenti v obeh vprašalnikih enako pogosto uporabljajo internet za aktivnosti, ki se nanašajo na nekatere osnovne namene uporabe interneta. Tudi primerjava povprečnih ocen pokaže, da ni večjih razlik med RIS-ovim in Eurostat-ovim sklopom vprašanj.

Tabela 11: Osnovni nameni uporabe interneta (Eurostat 02, n=174; RIS 02, n=234; RIS 01, n=255)

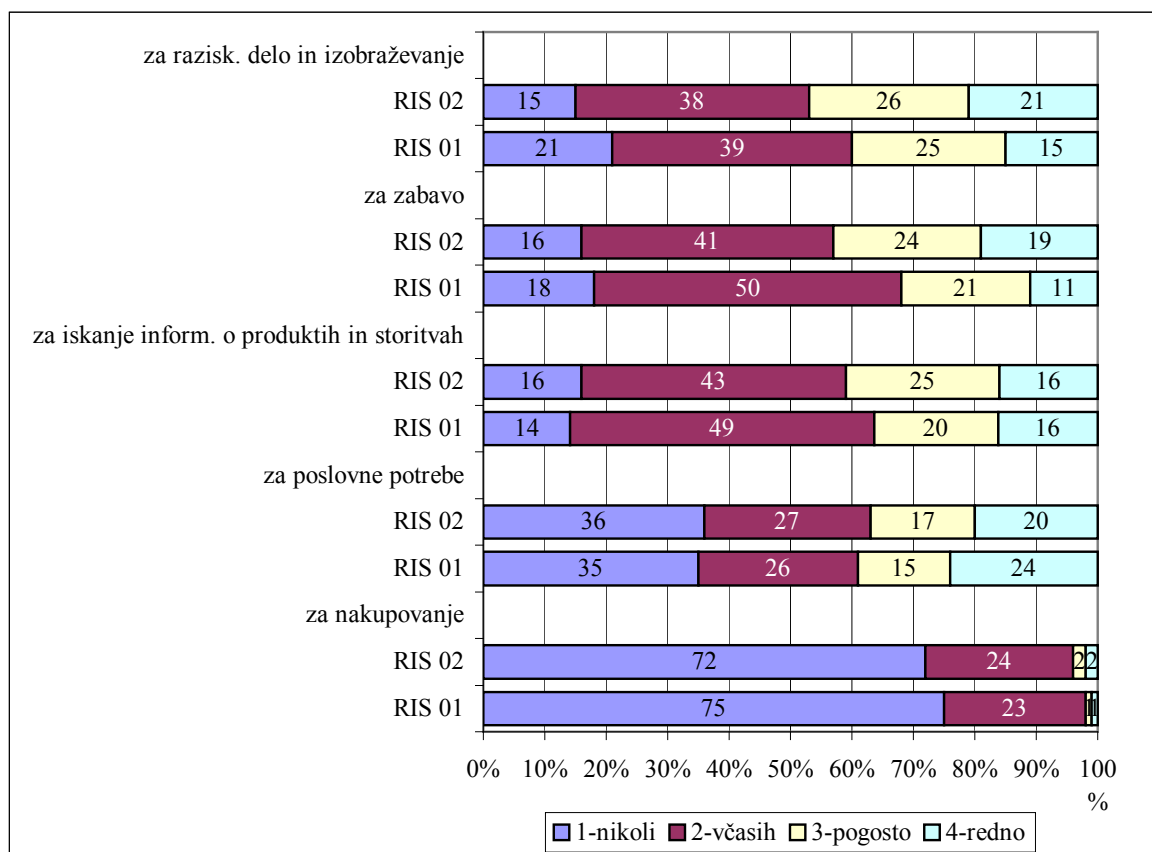
	1-nikoli		2-včasih		3-pogosto		4-redno		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
za zabavo										
RIS 2001		18		50		21		11		2,2
RIS 2002	39	17	102	44	53	23	40	17	234	2,4
Eurostat 2002	26	15	66	38	46	26	36	21	174	2,5
za poslovne potrebe										
RIS 2001		35		26		15		24		2,3
RIS 2002	82	35	52	22	46	19	54	23	234	2,3
Eurostat 2002	66	38	59	34	22	13	27	15	174	2,1
za raziskovalno delo in izobraževanje										
RIS 2001		21		39		25		15		2,3
RIS 2002	30	13	90	38	66	28	49	21	234	2,6
Eurostat 2002	31	18	68	39	42	24	33	19	174	2,4
za nakupovanje										
RIS 2001		75		23		1		1		1,3
RIS 2002	159	68	67	29	7	3	2	1	234	1,4
Eurostat 2002	135	78	30	17	3	2	6	3	174	1,3
za iskanje informacij o produktih, storitvah										
RIS 2001		14		49		20		16		2,4
RIS 2002	39	17	99	42	63	27	33	14	234	2,4
Eurostat 2002	28	16	75	43	41	24	31	18	174	2,5

V absolutnem smislu (kjer obravnavamo celotno populacijo) pa se izkaže, da gre za povečanje števila uporabnikov interneta, ki vsaj včasih oz. občasno uporabljajo internet za vse našteje aktivnosti.



Slika 15: Osnovni nameni uporabe interneta - glede na celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta (Eurostat 02, n=174; RIS 02, n=234; RIS 01, n=255)

Ker se izkaže, da med Eurostat-ovim in RIS-ovim sklopom vprašanj gre za povsem enak »wording«, le da pri Eurostat-u gre za omejitev na zadnje 3 mesece si oglejmo, kako pogosto vsi respondenti – iz Eurostat-ovega in RIS-ovega sklopa – uporabljajo internet za aktivnosti, ki se nanašajo na osnovne namene uporabe interneta.



Slika 16: Osnovni nameni uporabe interneta – skupaj Eurostat in RIS (junij 2002, n=408)

Izkaže se, da respondenti najbolj pogosto uporabljajo internet za zabavo ter za raziskovalno delo in izobraževanje, medtem ko pogosto uporabljajo internet tudi za iskanje informacij o produktih in storitvah. Omenjene aktivnosti je v zasebne namene vsaj včasih uporabljalo 84% oziroma 85% vprašanih. Najmanj pogosto pa respondenti uporabljajo internet za nakupovanje. V primerjavi z letom 2001 so razlike minimalne in statistično neznačilne.

Tabela 12: Osnovni nameni uporabe interneta – sociodemografske značilnosti (Eurostat - junij 2002, n=174)

	za zabavo	za poslovne potrebe	za raziskovalno delo in izobraževanje	za nakupovanje	za iskanje informacij o produktih, storitvah	skupaj (n)
	povprečna ocena	povprečna ocena	povprečna ocena	povprečna ocena	povprečna ocena	
SPOL						
moški	2,8	2	2,6	1,4	2,5	85
ženske	2,2	2,1	2,3	1,2	2,3	89
STAROST						
12-19	3,2	1,6	2,7	1,1	2,1	55
20-29	2,5	2	2,7	1,4	2,6	49
30-49	2,1	2,5	2,1	1,5	2,7	54
50-65	1,8	2,3	1,9	1,2	2,1	15
REGIJA						
osrednja SLO	2,4	2,4	2,4	1,4	2,7	63
vzhodna Štajerska (MB)	2,4	2	2,3	1,2	2,5	26
savinjska (CE)	2,9	1,7	2,8	1,5	2,2	25
gorenjska	3	1,8	2,4	1,1	2	18
goriška	2,9	2,3	2,1	1,5	2,2	9
obala	2,4	2	2,6	1,3	2,3	9
dolenjska	2,4	2,1	2,5	1	2,6	11
prekmurje	2	1,6	2,2	1,2	2,2	13
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	2,5	1,3	2	1	2,6	47
poklicna šola	2,5	1,6	1,8	2,1	2,3	10
srednja šola	2,5	2,1	2,7	1,3	2,6	80
višja in visoka šola	2,1	2,7	2,3	1,4	2,6	35
ZAČETEK UPORABE INTERNETA						
1991-1995	2,5	3,1	3,4	1,5	2,8	10
1996-1998	2,4	2,2	2,7	1,3	2,7	50
1999-2000	2,5	1,9	2,3	1,3	2,4	76
po letu 2001	2,7	1,8	2,2	1,2	2	37
ZAPOSLITVENI STATUS						
zaposlen (pri delodajalcu)	2,1	2,4	2,3	1,4	2,6	84
lastnik podjetja	2,4	2,8	2,2	1,5	2,7	3
samostojni podjetnik	2,5	2,5	1,8	2,1	2,3	4
nezaposlen	2,3	1,5	1,6	1,3	2,2	11
upokojenec	1,8	1,9	1,7	1,4	1,8	4
osnovnošolec	3,4	1,6	2,5	1	1,9	12
srednješolci	3,1	1,5	2,6	1,1	2	33
študent	2,8	2	3,4	1,4	2,9	23

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, da internet za zabavo uporabljajo predvsem:

- moški,
- najmlajši,
- v pogledu regij – gorenjska, savinjska, goriška,
- manj izobraženi,
- osnovnošolci in srednješolci,
- glede na začetek uporabe so razlike med skupinami minimalne.

Internet za poslovne potrebe uporabljajo predvsem:

- ženske (razlike med spoloma so minimalne),
- stari 30-49 let,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija in goriška,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- lastniki podjetja.

Internet za raziskovalno delo in izobraževanje uporabljajo predvsem:

- moški,
- mladi (12-19 let in 20-29 let),
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- študentje.

Internet za nakupovanje uporabljajo predvsem:

- moški,
- stari 20-29 let in 30-49 let,
- tisti, ki imajo dokončano poklicno šolo,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samostojni podjetniki.

Internet za iskanje informacij o produktih in storitvah uporabljajo predvsem:

- moški,
- stari 20-29 let in 30-49 let,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- študentje, lastniki podjetja in zaposleni,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija (razlike med regijami so minimalne),
- glede na izobrazbo so razlike prav tako minimalne.

Tabela 13: Osnovni nameni uporabe interneta – sociodemografske značilnosti (RIS 2002, n=234)

	za zabavo	za poslovne potrebe	za raziskovalno delo in izobraževanje	za nakupovanje	za iskanje informacij o produktih, storitvah	skupaj
	povprečna ocena	povprečna ocena	povprečna ocena	povprečna ocena	povprečna ocena	
SPOL						
moški	2,3	2,5	2,5	1,4	2,6	116
ženske	2,5	2,1	2,7	1,4	2,2	118
STAROST						
12-19	3	1,3	2,8	1,2	2	47
20-29	2,5	2,1	2,8	1,5	2,5	68
30-49	2,1	2,8	2,3	1,4	2,5	101
50-65	1,9	2,6	2,3	1,3	2,3	18
REGIJA						
osrednja SLO	2,4	2,4	2,6	1,5	2,4	97
vzhodna Štajerska (MB)	2,2	2,1	2,5	1,2	2,5	44
savinjska (CE)	2,9	2,1	2,8	1,5	2,3	17
gorenjska	2,5	2,5	2,6	1,2	2,5	27
goriška	2,3	2,3	2,6	1,1	2,2	13
obala	2,4	2,2	2,4	1,5	2,4	16
dolenjska	2,5	2,5	1,9	1,2	2,1	11
prekmurje	2,5	1,7	2,5	1,3	2,4	9
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	2,8	1,2	2,7	1,1	1,9	46
poklicna šola	2,1	1,9	2,1	1,4	2,2	24
srednja šola	2,5	2,3	2,6	1,4	2,5	103
višja in visoka šola	2	3	2,8	1,4	2,7	60
ZAČETEK UPORABE INTERNETA						
do leta 1995	2,4	2,7	3,1	1,7	2,6	18
1996-1998	2,4	2,8	2,7	1,4	2,7	62
1999-2000	2,4	2,2	2,5	1,4	2,2	105
po letu 2001	2,3	1,9	2,2	1,2	2,2	49
POGOSTOST UPORABE INTERNETA						
večkrat dnevno	2,4	3	2,6	1,5	2,7	82
skoraj vsak dan	2,4	2,7	2,7	1,4	2,6	48
nekajkrat tedensko	2,6	1,6	2,7	1,3	2,1	55
nekajkrat mesečno	2,3	1,5	2,1	1,3	2,1	41
manj kot 1 krat na mesec	1,4	1,5	2,9	1	1,4	9
ZAPOSLITVENI STATUS						
zaposlen (pri delodajalcu)	2,2	2,6	2,4	1,4	2,4	137
lastnik podjetja	1,6	3,3	1,6	1,4	3,1	3
samostojni podjetnik	2	3,5	2,8	1,3	3,4	5
samozaposleni strokovnjaki	1,4	2,4	2,6	1	2,4	1
svobodni poklici	2	4	4	1	4	1
pogodbeno delo	2,3	3,3	2,6	1,4	2,7	3
nezaposlen	2,2	2,2	3,1	1	2,5	5
upokojenec	2,1	1,8	2,1	1,5	1,9	4
osnovnošolec	2,5	1	2,5	1,1	1,7	14
srednješolci	3,2	1,4	2,9	1,2	2,1	32
študent	2,7	2	3	1,4	2,6	27
gospodinja, služkinja	4	2	2	2	4	1

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, da internet za zabavo uporabljajo predvsem:

- ženske,
- najmlajši,
- v pogledu regij – savinjska,
- neizobraženi,
- glede na začetek uporabe interneta so razlike minimalne,
- pogosti uporabniki interneta,
- srednješolci in gospodinje.

Internet za poslovne potrebe uporabljajo predvsem:

- moški,
- starejši,
- v pogledu regij – gorenjska, dolenjska in osrednja Slovenija,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- zelo pogosti uporabniki interneta,
- svobodni poklici in samostojni podjetniki.

Internet za raziskovalno delo in izobraževanje uporabljajo predvsem:

- ženske,
- mladi,
- v pogledu regij – savinjska,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- pogosti uporabniki interneta ter tisti, ki internet uporabljajo manj kot en-krat na mesec,
- svobodni poklici, nezaposleni in študentje.

Internet za nakupovanje uporabljajo predvsem:

- med spoloma ni razlik,
- stari 20-29 let ter 30-49 let,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija, savinjska in obala,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,

- zelo pogosti uporabniki interneta,
- gospodinje.

Internet za iskanje informacij o produktih in storitvah uporabljajo predvsem:

- moški,
- stari 20-29 let ter 30-49 let,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska in gorenjska (razlike med regijami so minimalne),
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- zelo pogosti uporabniki interneta,
- svobodni poklici, gospodinje in samostojni podjetniki.

Ker je bilo področje uporabe interneta za nakupovanje vključeno pri večih vprašanjih, si v nadaljevanju oglejmo razlike v deležih e-nakupovalcev, ki so rezultat različnega »wordinga« oziroma različno zastavljenih vprašanj.

Tabela 14: Uporaba interneta za nakupovanje (junij 2002)

Vprašanje 1	Vprašanje 2	Vprašanje 3	Vprašanje 4	Vprašanje 5
<i>sklop e-nakupovanje (RIS)</i>	<i>Eurostat</i>	<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>	<i>RIS</i>
<i>Ali ste v zadnjih 3 mesecih opravili nakup kakšnih izdelkov ali storitev prek interneta za osebne potrebe?</i>	<i>Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za nakupovanje oziroma naročanje izdelkov ali storitev (brez delnic ali finančnih storitev)?</i>	<i>Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za nakupovanje?</i>	<i>Kako pogosto uporabljate internet za nakupovanje?</i>	<i>Ali ste v preteklih 12 mesecih prek interneta opravili kak nakup?</i>
8%	17%	22%	32%	21%
46,000 mesečnih uporabnikov interneta	97,000 mesečnih uporabnikov interneta	125,000 mesečnih uporabnikov interneta	182,000 mesečnih uporabnikov interneta	120,000 mesečnih uporabnikov interneta

Opomba: Pri vprašanju številka 2 in 3 – iz Eurostat-ovega sklopa – so zajeti tisti, ki v zasebne namene vsaj občasno uporabljajo internet za nakupovanje

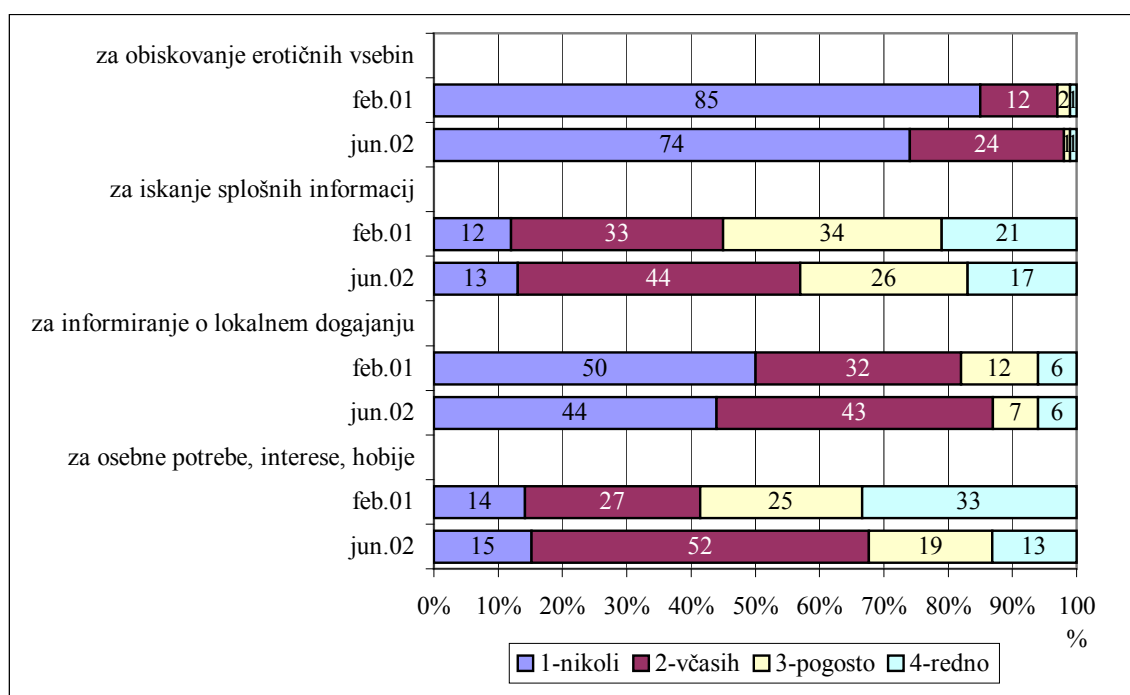
Kot smo omenili so razlike v deležih posledica različnega »wordinga«, kar je razvidno iz tabele 14. Najmanjši delež e-nakupovalcev v populaciji mesečnih uporabnikov interneta je pri vprašanju 1, ki se nanaša samo na nakup izdelkov ali storitev za osebne potrebe, medtem ko je največji delež e-nakupovalcev pri vprašanju 4, saj gre za vprašanje, ki je zastavljeno zelo na splošno in nima neke časovne omejitve. Pri vprašanju 1 torej gre samo za nakup preko interneta za osebne potrebe, medtem ko vsa ostala vprašanja vsebujejo poleg nakupa tudi neke splošne informacije o e-nakupovanju in prav zaradi tega je pri teh vprašanjih prišlo do večjega deleža e-nakupovalcev.

Informativno naj omenimo, da je v RIS-ovem sklopu e-nakupovanja tretjina (33%) mesečnih uporabnikov interneta izjavila, da so informacije, ki so jih našli na internetu v preteklem letu, posredno vplivale na nakup oziroma potrošnjo v njihovem gospodinjstvu. Tako približno 190,000 mesečnih uporabnikov interneta trdi, da so informacije, ki so jih našli na internetu v preteklih 12 mesecih, posredno vplivale na nakup oziroma potrošnjo njihovega gospodinjstva. Na približno 50,000 mesečnih uporabnikov interneta so informacije, ki so jih našli na internetu v preteklih 12 mesecih, posredno vplivale na potrošnjo njihovega gospodinjstva, hkrati so tudi opravili e-nakup.

Vpliv informacij, ki so jih anketiranci našli na internetu se je malce povečal v primerjavi z decembrom 2000 (slaba tretjina) in januarjem 2001 (četrtna), vendar lahko rečemo, da je delež razmeroma stabilen.

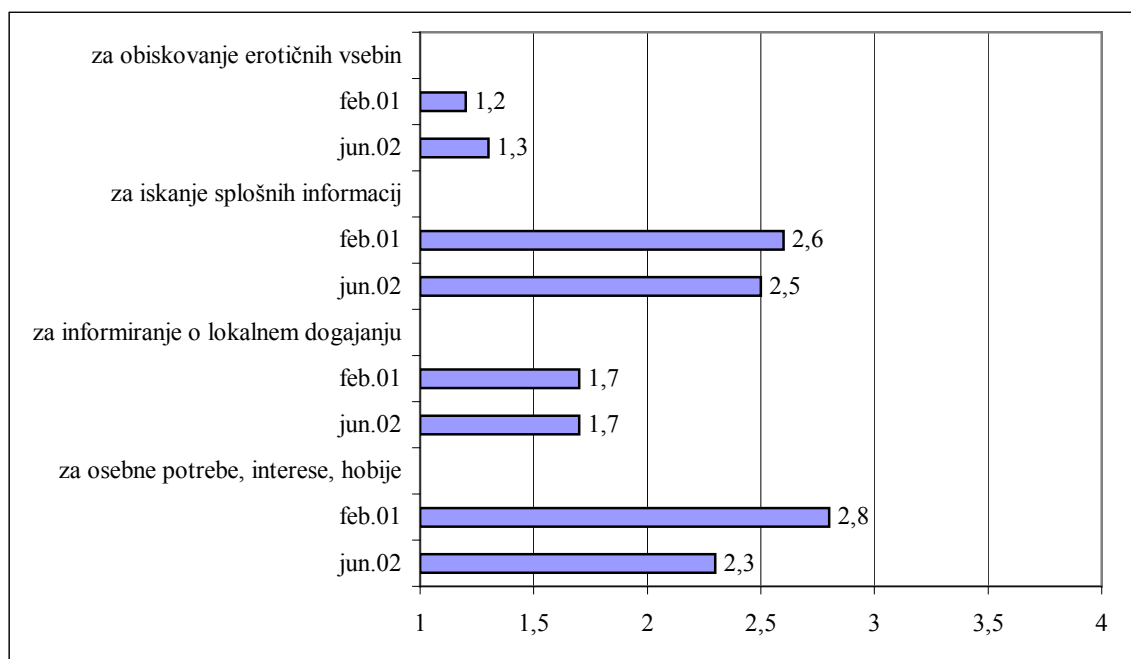
3.6. Uporaba interneta za osebne interese

Na vprašanje: »Kako pogosto ste v zadnjih 3 mesecih v zasebne namene uporabljali internet za stvari, ki se nanašajo na osebne interese?«, so odgovarjali respondenti iz drugega podvzorca - 174 uporabnikov interneta.



Slika 17: Uporaba interneta za osebne interese – primerjava z letom 2001
(Eurostat - junij 2002, n=174; RIS - februar 2001, n=405)

Najbolj pogosto respondenti uporabljajo internet za iskanje splošnih informacij, saj vsaj včasih uporablja to aktivnost 87% vprašanih ter za osebne potrebe, interese, hobije, saj vsaj včasih uporablja to aktivnost 85% vprašanih. Tudi v primerjavi z letom 2001 uporaba interneta za iskanje splošnih informacij ter za osebne potrebe, interese, hobije ostaja enako pogosta.



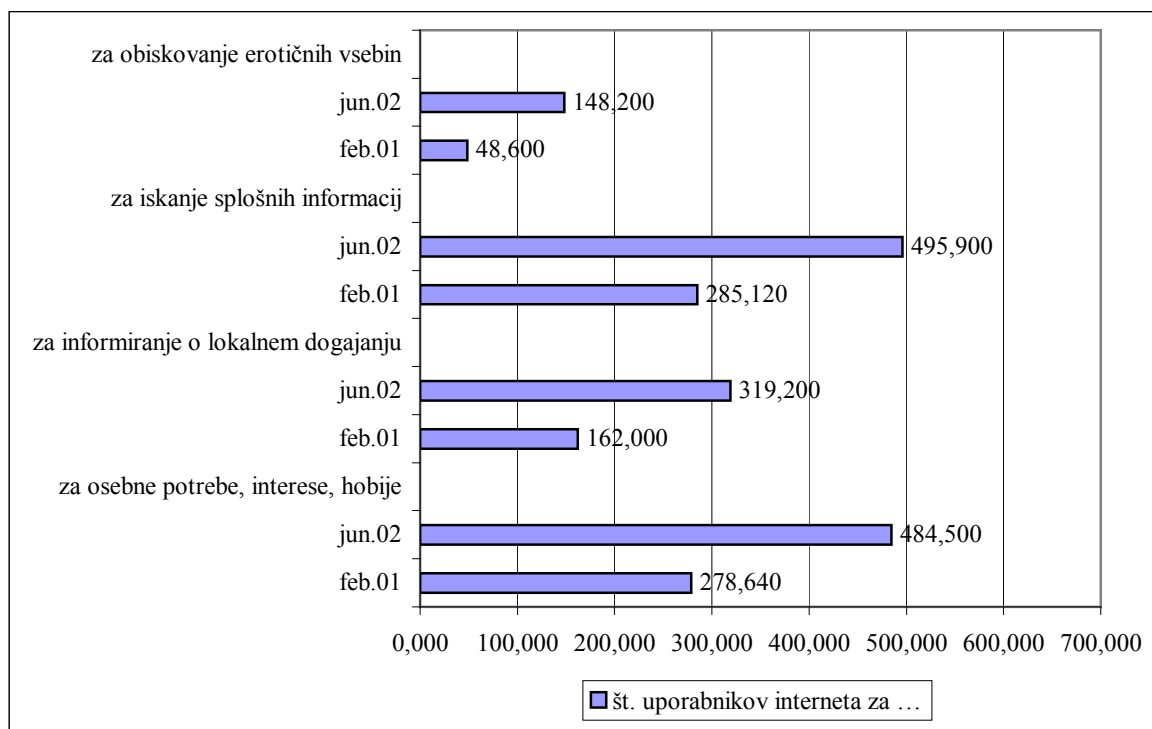
Slika 18: Uporaba interneta za osebne interese – primerjava povprečnih ocen (Eurostat - junij 2002, n=174; RIS - februar 2001, n=405)

Povprečna ocena uporabe interneta za osebne potrebe, interese, hobije se je zmanjšala, in sicer na račun močnega zmanjšanja tistih, ki redno in pogosto uporabljajo internet za to aktivnost. Toda kljub temu se izkaže, da razlika ni statistično značilna, kar pomeni, da se pogostost uporabe interneta za osebne potrebe, interese, hobije od februarja 2001 do junija 2002 ni bistveno spremenila. Povprečne ocene vseh ostalih aktivnosti so ostale enake in tudi niso statistično značilne.

Tabela 15: Uporaba interneta za osebne interese (Eurostat - junij 2002, n=174; RIS - februar 2001, n=405)

	1-nikoli		2-včasih		3-pogosto		4-redno		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
osebne potrebe, interese, hobije										
junij 2002	26	15	91	52	34	19	23	13	174	2,3
februar 2001		14		27		25		33		2,8
informiranje o lokalnem dogajanju										
junij 2002	76	44	74	43	13	7	10	6	174	1,7
februar 2001		50		32		12		6		1,7
iskanje splošnih informacij										
junij 2002	22	13	76	44	44	26	29	17	170	2,5
februar 2001		12		33		34		21		2,6
obiskovanje erotičnih vsebin										
junij 2002	129	74	43	24	1	1	1	1	174	1,3
februar 2001		85		12		2		1		1,2

V absolutnem smislu (kjer obravnavamo celotno populacijo) pa se izkaže, da gre za močno povečanje števila uporabnikov interneta, ki vsaj občasno uporabljajo internet za vse našteje aktivnosti. Močno pa se je povečalo število uporabnikov, ki uporabljajo internet za iskanje splošnih informacij ter za osebne potrebe, interese, hobije.



Slika 19: Uporaba interneta za osebne interese – glede na celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta (Eurostat - junij 2002, n=174; RIS - februar 2001, n=405)

Erotične vsebine obiskuje četrtnina uporabnikov interneta, s čimer spada to področje – v celotni populaciji aktivnih uporabnikov interneta – med manj obiskane vsebine. Skladno s siceršnjimi ugotovitvami to velja tudi za vse prejšnje raziskave, ki so potekale telefonsko, medtem ko je v spletnih anketah obiskovanje erotičnih vsebin nekoliko večje.

Tabela 16: Uporaba interneta za osebne interese – sociodemografske značilnosti (Eurostat - junij 2002, n=174)

	<i>osebne potrebe, interese, hobije</i>	<i>informiranje o lokalnem dogajanju</i>	<i>iskanje splošnih informacij</i>	<i>obiskovanje erotičnih vsebin</i>	<i>skupaj (n)</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL					
moški	2,3	1,6	2,4	1,4	85
ženske	2,3	1,9	2,5	1,1	89
STAROST					
12-19	2,3	1,6	2,4	1,2	55
20-29	2,5	1,9	2,5	1,4	49
30-49	2,3	1,8	2,6	1,2	54
50-65	1,9	1,3	2,2	1,3	15
REGIJA					
osrednja SLO	2,3	1,9	2,5	1,3	63
vzhodna Štajerska (MB)	2,3	1,6	2,2	1,2	26
savinjska (CE)	2,3	1,6	2,8	1,4	25
gorenjska	2,4	1,7	2	1	18
goriška	2,5	1,7	2,5	1,3	9
obala	2,3	1,9	2,7	1,3	9
dolenjska	2,1	1,5	2,4	1,1	11
prekmurje	2,3	1,8	2,4	1,4	13
IZOBRAZBA					
dokončana OŠ	2,8	1,9	2,5	1,1	47
poklicna šola	2,4	1,6	2	1,6	10
srednja šola	2,5	2	2,6	1,3	80
višja in visoka šola	2,2	1,8	2,5	1,2	35
ZAČETEK UPORABE INTERNETA					
1991-1995	2,7	2,1	2,7	1,2	10
1996-1998	2,4	2	2,7	1,3	50
1999-2000	2,2	1,6	2,4	1,3	76
po letu 2001	2,4	1,7	2,2	1,2	37
ZAPOSLOTVENI STATUS					
zaposlen (pri delodajalcu)	2,3	1,8	2,6	1,3	84
lastnik podjetja	2,4	1,2	1,8	1,3	3
samostojni podjetnik	2,2	1,6	1,7	1,4	4
nezaposlen	1,9	1,6	1,9	1,2	11
upokojenec	2,3	1,4	2,2	1	4
osnovnošolec	2,4	1,3	2,4	1	12
srednješolci	2,1	1,4	2,2	1,3	33
študent	2,8	2,4	2,8	1,4	23

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, da internet za osebne potrebe, interese, hobije uporabljajo predvsem:

- mladi (20-29 let),
- neizobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- študentje,
- ni razlik med spoloma,
- razlike med regijami so minimalne.

Internet za informiranje o lokalnem dogajanju uporabljajo predvsem:

- ženske,
- stari 20-29 let in 30-49 let,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija in obala (razlike med regijami so minimalne),
- izobraženi (razlike glede na izobrazbo so minimalne),
- dolgoletni uporabniki interneta,
- študentje.

Internet za iskanje splošnih informacij uporabljajo predvsem:

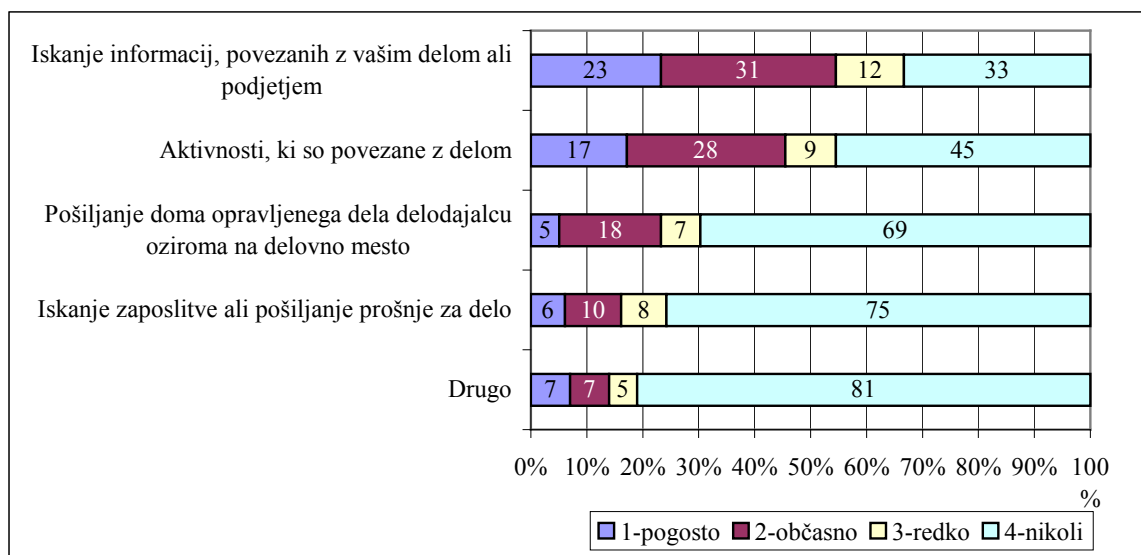
- ženske (razlike med spoloma so minimalne),
- stari 30-49 let (razlike glede na starost so minimalne),
- v pogledu regij – savinjska in obala (razlike med regijami so minimalne),
- tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo (razlike glede na izobrazbo so minimalne),
- dolgoletni uporabniki interneta,
- študentje in zaposleni.

Internet za obiskovanje erotičnih vsebin uporabljajo predvsem:

- moški,
- stari 20-29 let (razlike glede na starost so minimalne),
- neizobraženi (tisti, ki imajo dokončano poklicno šolo),
- glede na začetek uporabe interneta ni razlik,
- razlike med regijami so minimalne.

3.7. Uporaba interneta za aktivnosti, povezane z delom

Na vprašanja, ki se nanašajo na aktivnosti, povezane z delom in uporabo interneta, so odgovarjali tisti, ki so v zadnjih treh mesecih uporabljali internet doma in so: ali zaposleni ali lastniki podjetja ali samostojni podjetniki ali obrtniki ali samozaposleni strokovnjaki ali so svobodnega poklica ali opravljajo pogodbeno delo ali pa redno ali občasno opravljajo plačano honorarno delo. Tako je na vprašanje »Za katere od naslednjih aktivnosti, ki jih opravljate doma in so povezane z delom, ste uporabljali internet v zadnjih 3 mesecih«, odgovarjalo 63% tistih, ki uporabljajo internet doma in so v delovnem razmerju.



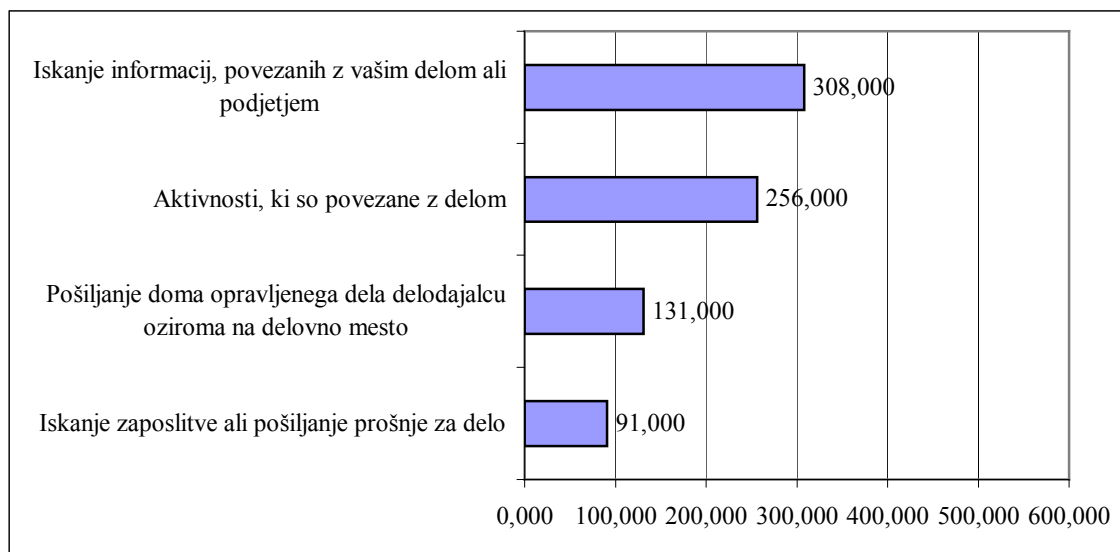
Slika 20: Uporaba interneta za aktivnosti, povezane z delom med tistimi, ki uporabljajo internet doma in so v delovnem razmerju (Eurostat, junij 2002, n=149)

Tabela 17: Uporaba interneta za aktivnosti, povezane z delom med tistimi, ki uporabljajo internet doma in so v delovnem razmerju (Eurostat, junij 2002, n=149)

	1-pogosto		2-občasno		3-redko		4-nikoli		skupaj	povprečna ocena
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Iskanje informacij, povezanih z vašim delom ali podjetjem	35	23	46	31	18	12	50	33	149	2,6
Iskanje zaposlitve ali pošiljanje prošnje za delo	10	6	15	10	12	8	112	75	149	3,5
Pošiljanje doma opravljenega dela delodajalcu oziroma na delovno mesto	8	5	27	18	11	7	103	69	149	3,4
Aktivnosti, ki so povezane z delom	25	17	42	28	13	9	67	45	147	2,8
Drugo	10	17	9	7	7	5	116	81	142	3,6

Najbolj pogosto respondenti uporabljajo internet za iskanje informacij, ki so povezana z njihovim delom ali podjetjem, saj to aktivnost vsaj občasno uporablja 54% vprašanih ter za aktivnosti, ki so povezana z njihovim delom, saj vsaj občasno uporablja to aktivnost 45% vprašanih. Slaba četrtnina respondentov (23%) vsaj občasno uporablja internet za pošiljanje doma opravljenega dela delodajalcu oziroma na delovno mesto; 16% vprašanih pa vsaj občasno uporablja internet za iskanje zaposlitve ali pošiljanje prošnje za delo.

Glede na celotno populacijo - 570,000 mesečnih uporabnikov interneta v mesecu juniju 2002, aktivnost „iskanje informacij, povezanih z delom ali podjetjem“, vsaj občasno uporablja 308,000±114,000 mesečnih uporabnikov interneta; aktivnosti, ki so povezane z delom vsaj občasno uporablja 256,000±114,000 mesečnih uporabnikov interneta; »pošiljanje doma opravljenega dela delodajalcu oziroma na delovno mesto« vsaj občasno uporablja 131,000±91,000 mesečnih uporabnikov interneta ter »iskanje zaposlitve ali pošiljanje prošnje za delo« vsaj občasno uporablja 91,000 mesečnih uporabnikov interneta.



Slika 21: Uporaba interneta za aktivnosti, povezane z delom med tistimi, ki uporabljajo internet doma in so v delovnem razmerju – glede na celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta (Eurostat, junij 2002, n=149)

Tabela 18: Uporaba interneta za aktivnosti, povezane z delom med tistimi, ki uporabljajo internet doma in so v delovnem razmerju – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n=149)

	<i>Iskanje informacij, povezanih z vašim delom ali podjetjem</i>	<i>Iskanje zaposlitve ali pošiljanje prošnje za delo</i>	<i>Pošiljanje doma opravljenega dela delodajalcu oziroma na delovno mesto</i>	<i>Aktivnosti, ki so povezane z delom</i>	<i>Drugo</i>	<i>skupaj (n)</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL						
moški	2,6	3,5	3,3	2,8	3,5	87
ženske	2,5	3,5	3,5	2,9	3,7	62
STAROST						
12-19	2,8	3,8	4	2,9	3,6	16
20-29	2,7	3,1	3,4	2,9	3,5	54
30-49	2,4	3,8	3,3	2,7	3,7	67
50-65	2,1	3,5	3,1	2,8	3,5	10
REGIJA						
osrednja SLO	2,4	3,3	3,2	2,8	3,5	54
vzhodna Štajerska (MB)	2,5	3,4	3,4	3,1	3,6	24
savinjska (CE)	2,9	3,8	3,6	2,8	3,7	19
gorenjska	3,1	3,7	3,3	3,1	3,9	9
goriška	2,6	3,9	3,5	2,3	3,9	9
obala	2,3	3,5	3,7	2,7	3,4	12
dolenjska	2	3,7	3,4	2,5	3,5	11
prekmurje	2,9	3,6	3,6	3,3	3,6	11
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	3,5	3,8	3,9	3,6	3,7	12
poklicna šola	3,5	3,7	3,7	3,5	3,7	9
srednja šola	2,6	3,4	3,6	2,9	3,7	80
višja in visoka šola	2,2	3,7	3,1	2,4	3,6	47
ZAČETEK UPORABE INTERNETA						
1991-1995	2,1	3,4	2,5	2,1	2,8	12
1996-1998	2,4	3,4	3,3	2,8	3,4	49
1999-2000	2,5	3,5	3,5	2,8	3,8	67
po letu 2001	3,1	3,9	3,8	3,3	3,8	21
ZAPOSLITVENI STATUS						
zaposlen (pri delodajalcu)	2,6	3,6	3,3	2,9	3,6	99
lastnik podjetja	2,4	3,7	3,3	2,6	3,1	3
samostojni podjetnik	1,7	4	3,3	1,9	4	6
samozaposleni strokovnjaki	1,3	4	2,2	1,3	2,2	2
nezaposlen	2	1	4	2	4	1
upokojenec	1,5	2,2	2,5	2,4	3,6	1
osnovnošolec	4	4	4	4	4	1
srednješolci	3	3,6	3,9	3,2	3,4	11
študent	2,6	3,2	3,6	2,8	3,7	25

Nakazuje se, da internet za iskanje informacij, povezanih z delom ali podjetjem, uporabljajo predvsem:

- ženske (razlike med spoloma so minimalne),
- najstarejši,
- v pogledu regij – dolenjska,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki, upokojeneci in samostojni podjetniki.

Internet za iskanje zaposlitve ali pošiljanje prošnje za delo, uporabljajo predvsem:

- stari 20-29 let,
- med spoloma ni razlik,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija (razlike med regijami so minimalne),
- tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- nezaposleni.

Internet za pošiljanje doma opravljenega dela delodajalcu oziroma na delovno mesto, uporabljajo predvsem:

- moški,
- najstarejši,
- v pogledu regij – osrednja Slovenija (razlike med regijami so minimalne),
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki in upokojenci.

Internet za aktivnosti, ki so povezane z delom, uporabljajo predvsem:

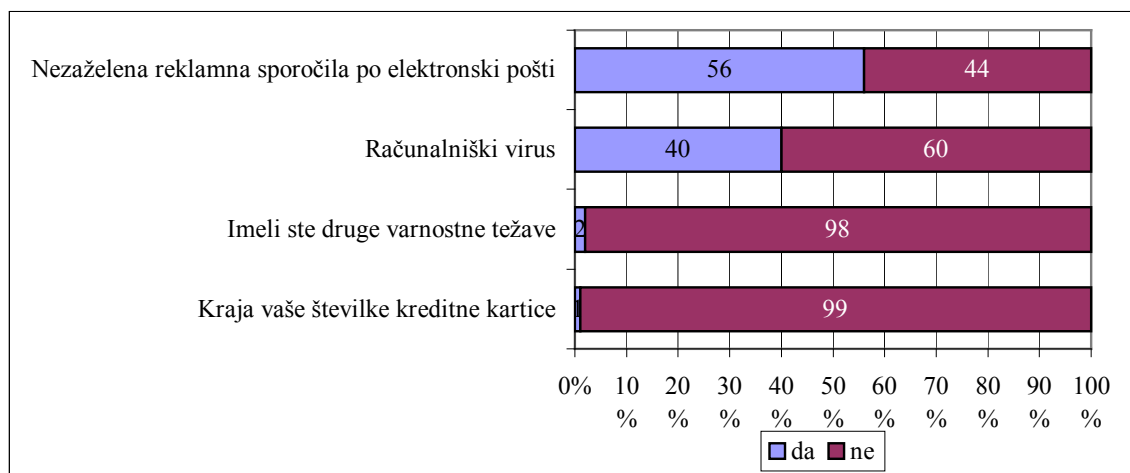
- moški (razlike med spoloma so minimalne),
- stari 30-49 let (razlike glede na starost so minimalne),
- v pogledu regij – goriška in dolenska (razlike med regijami so minimalne),
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki, samostojni podjetniki in nezaposleni.

Za vse ostale stvari pa internet uporabljajo predvsem:

- moški,
- izobraženi (razlike glede na izobrazbo so minimalne),
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki,
- razlike glede na starost so minimalne,
- razlike med regijami so minimalne.

3.8. Varnostni problemi pri uporabi interneta

Vsi uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih (n=343), so odgovarjali na vprašanje: “Ali ste med uporabo interneta naleteli na naslednje varnostne probleme”?



Slika 22: Varnostni problemi pri uporabi interneta (Eurostat, junij 2002, n=343)

Tabela 19: Varnostni problemi pri uporabi interneta (Eurostat, junij 2002, n=343)

	da		ne		skupaj	interval zaupanja
	n	%	n	%		
Računalniški virus	138	40	205	60	343	40%±6%
Kraja vaše številke kreditne kartice	1	1	341	99	343	-
Nezaželena reklamna sporočila po e-pošti	192	56	150	44	342	56%±6%
Imeli ste druge varnostne težave	7	2	334	98	340	-

Več kot polovica respondentov je že prejela nezaželena reklamna sporočila po elektronski pošti, dve petini respondentov pa je že imelo računalniški virus. Kljub temu, da je le en sam respondent že doživel krajo številke kreditne kartice pa velja poudariti, da to kaže, da je problem med uporabniki interneta že prisoten.

Glede na celotno populacijo - 570,000 mesečnih uporabnikov interneta v mesecu juniju 2002, je 319,000±34,000 mesečnih uporabnikov interneta že prejelo nezaželena reklamna sporočila po elektronski pošti ter 228,000±34,000 mesečnih uporabnikov interneta je že doživelo računalniški virus.

Vprašanje nezaželenih reklamnih sporočil po e-pošti je bilo vključeno tudi v RIS-ov vprašalnik, ki pa je vključeval širši sklop vprašanj, ki so se nanašala na odnos do oglasov in spama. Ker se je izkazalo, da vprašani niso naklonjeni spletnim motnjam, jim je bilo zastavljeno vprašanje: *»Ali ste že kdaj prejeli komercialna e-mail sporočila oz. sporočila neznanih oseb imenovana tudi spam?«* Na to vprašanje so odgovarjali mesečni uporabniki interneta (n=234). Izkaže se, da je večina vprašanih (61%) odgovorila z *»ne«*, medtem ko je 39% vprašanih odgovorilo za *»da«*.

Tabela 20: Primerjava Eurostat-ovega in RIS-ovega vprašalnika glede nezaželenih reklamnih sporočil

<i>Eurostat</i>	<i>RIS</i>
<i>»Ali ste med uporabo interneta naleteli na nezaželena reklamna sporočila po elektronski pošti?«</i>	<i>»Ali ste že kdaj prejeli komercialna e-mail sporočila oz. sporočila neznanih oseb imenovana tudi spam?«</i>
56%	39%

Če primerjamo Eurostat-ov in RIS-ov vprašalnik ugotovimo, da je v Eurostat-ovem vprašalniku na vprašanje: *“Ali ste med uporabo interneta naleteli na nezaželena reklamna sporočila po elektronski pošti?”* pritrdilno odgovorilo 56% uporabnikov interneta v zadnjih treh mesecih, ki so hkrati tudi mesečni uporabniki interneta. V RIS-ovem vprašalniku, pa je na vprašanje: *»Ali ste že kdaj prejeli komercialna e-mail sporočila oziroma sporočila neznanih oseb imenovana tudi spam?«* pritrdilno odgovorilo 39% mesečnih uporabnikov interneta.

Razlika v deležih je posledica različnega *»wordinga«*, saj se večji delež (56%) nanaša samo na izkušnje respondentov z nezaželenimi reklamnimi sporočili, medtem ko se manjši delež (39%) nanaša na prejetje komercialnih e-mail sporočil oziroma sporočil neznanih oseb imenovanih tudi spam. Prav tako je v RIS-ovem delu vprašalnika vsebovana beseda *»spam«*, ki je za mnoge uporabnike interneta še nepoznana, medtem ko Eurostat-ov vprašalnik te besede ne vsebuje.

Tabela 21: Varnostni problemi pri uporabi interneta – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n=343)

	Računalniški virus		Kraja vaše številke kreditne kartice		Nezaželena reklamna sporočila po e-pošti		Imeli ste druge varnostne težave	
	da (n)	%	da (n)	%	da (n)	%	da (n)	%
SPOL								
moški	75	44	1	1	101	59	5	3
ženske	63	36			91	53	2	1
STAROST								
12-19	31	33			58	61	3	3
20-29	45	46			61	62	1	1
30-49	52	43	1	1	61	50	3	2
50-65	9	33			13	48	1	4
REGIJA								
osrednja SLO	55	42	1	1	77	59	3	2
vzhodna Štajerska (MB)	22	44			30	60	1	2
savinjska (CE)	16	35			26	56		
gorenjska	11	37			16	53	2	7
goriška	8	42			9	47		
obala	9	45			13	62		
dolenjska	12	50			10	42	1	4
prekmurje	5	23	1	4	12	52		
IZOBRAZBA								
dokončana OŠ	21	23			51	57	1	1
poklicna šola	7	35			13	65		
srednja šola	68	43	1	1	82	52	2	1
višja in visoka šola	42	55	1	1	46	60	3	4
ZAČETKI UPORABE INTERNETA								
1991-1995	17	68			18	75	1	4
1996-1998	47	41			74	64	3	3
1999-2000	63	44	1	1	77	54	3	2
po letu 2001	11	19			23	38		
ZAPOSLOTVENI STATUS								
zaposlen (pri delodajalcu)	80	45	1	1	87	49	2	1
lastnik podjetja	2	40			4	80	1	20
samostojni podjetnik	5	56			5	62		
samozaposleni strokovnjaki	2	100			2	100	1	50
nezaposlen	1	6			9	56		
upokojenec	2	29			3	43		
osnovnošolec	3	11			14	54		
srednješolci	18	30			37	63	1	2
študent	25	62			29	72	2	5
kmetovalec					1	100		

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih skupin se nakazuje, da so na računalniški virus, naleteli:

- moški,
- stari 20-29 let in 30-49 let,
- v pogledu regij – dolenjska,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki.

Nakazuje se, čeprav ni statistično značilno, da so na krajo številke kreditne kartice, naleteli:

- moški,
- stari 30-49 let,
- v pogledu regij – prekmurje,
- izobraženi,
- novi uporabniki interneta,
- zaposleni.

Na nezaželena reklamna sporočila po e-pošti, so naleteli:

- moški,
- najmlajši,
- v pogledu regij – obala, vzhodna Štajerska in osrednja Slovenija,
- glede na izobrazbo so razlike minimalne,
- dolgoletni uporabniki interneta.

Nakazuje se, čeprav ni statistično značilno, da na druge varnostne težave, naleteli:

- moški,
- najmlajši in najstarejši,
- v pogledu regij – gorenjska,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- samozaposleni strokovnjaki.

Tisti, ki so imeli druge varnostne težave, in sicer je delež teh znašal 2%, so našeli, katere so bile te težave. Izkaže se, da so respondenti našli različne probleme oziroma težave, ki so natančno opisane v tabeli 22.

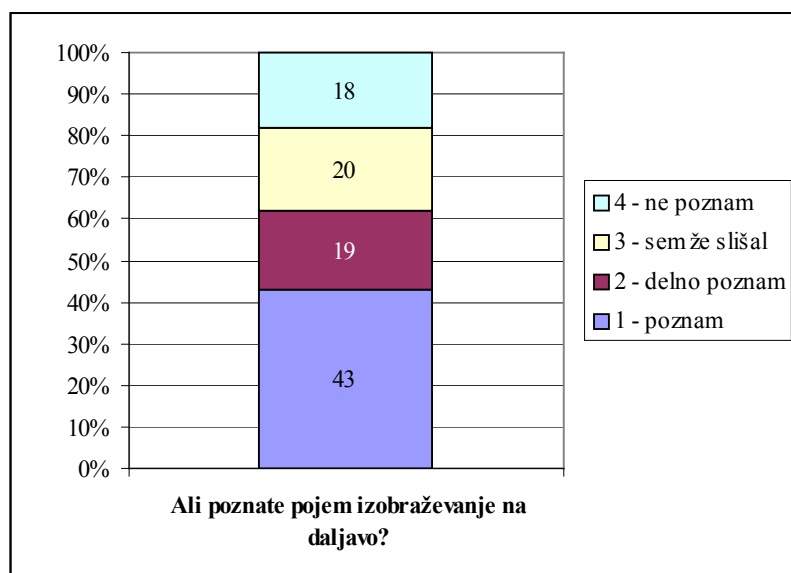
Tabela 22: Varnostni problemi pri uporabi interneta (Eurostat, junij 2002, n=7)

	<i>število respondentov</i>
črv	1
določene s programi	1
nenaden izklop	1
pošiljanje z virusom okuženih sporočil	1
uporaba id številke brez dovoljenja	1
vdiranje v računalnik	1
viruse, ki se avtomatsko širijo po imeniku	1

Izkaže se, da so problemi, ki so jih respondenti sami našli v bistvu že vključeni v vprašalnik, ki je vključeval štiri različne varnostne probleme pri uporabi interneta (glej tabelo 17). Tako med respondenti, ki so sami navedli varnostne težave pri uporabi interneta ni nekaterih novih problemov, ki so lahko še prisotni pri uporabi interneta.

3.9. E-izobraževanje

Na vprašanja, ki so se nanašala na izobraževanje na daljavo ali elektronsko izobraževanje, so odgovarjali uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih (n=343). En del respondentov (n=177) je odgovarjal na vprašanje: »Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo?«, medtem ko je drugi del respondentov (n=188) odgovarjal na vprašanje: »Ali poznate pojem elektronsko izobraževanje oziroma e-izobraževanje?«

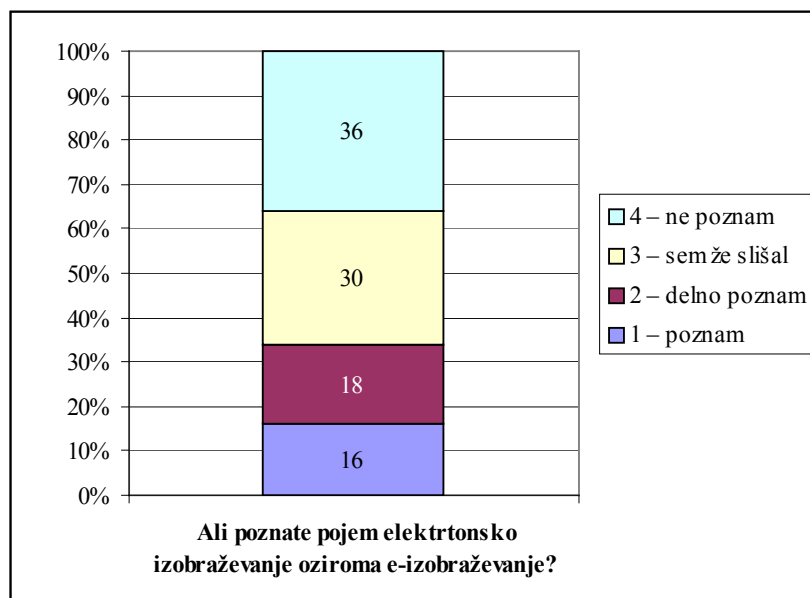


Slika 23: Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo? (Eurostat, junij 2002, n=177)

Tabela 23: Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo? (Eurostat, junij 2002, n=177)

Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo?	število	delež %
1 - poznam	76	43
2 - delno poznam	34	19
3 - sem že slišal	36	20
4 - ne poznam	31	18
skupaj	177	100
povprečna ocena	2,1	

Pojem izobraževanje na daljavo pozna 43% respondentov, medtem ko je vsaj že slišalo za ta pojem 82% respondentov. V povprečju pa respondenti delno poznajo ta pojem.



Slika 24: Ali poznate pojem elektronsko izobraževanje oziroma e-izobraževanje?
(Eurostat, junij 2002, n=188)

Tabela 24: Ali poznate pojem elektronsko izobraževanje oziroma e-izobraževanje?
(Eurostat, junij 2002, n=188)

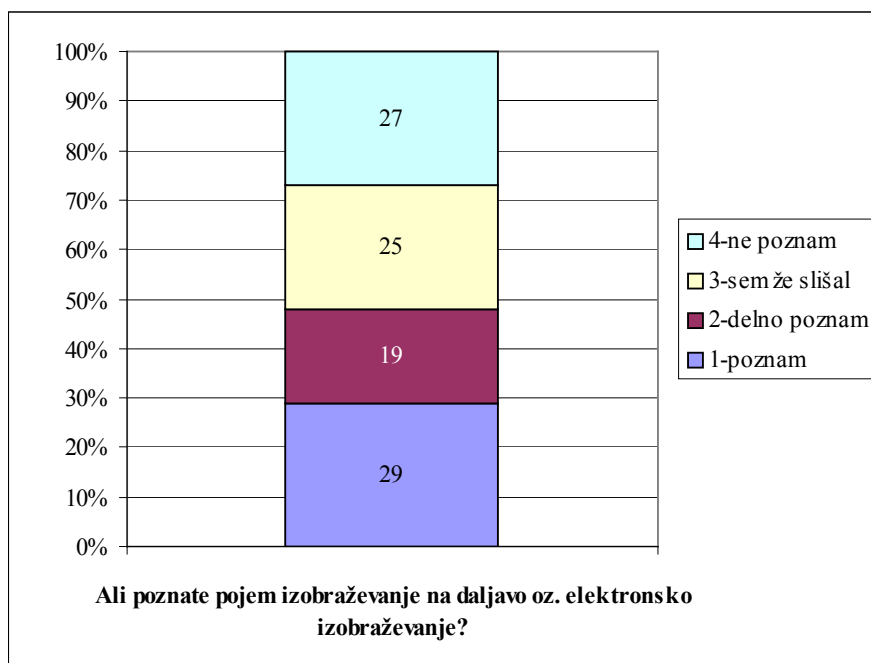
Ali poznate pojem elektronsko izobraževanje oziroma e-izobraževanje?	število	delež %
1 – poznam	29	16
2 – delno poznam	34	18
3 – sem že slišal	57	30
4 – ne poznam	68	36
<i>skupaj</i>	188	100
<i>povprečna ocena</i>	2,9	

Pojem elektronsko izobraževanje pozna 16% respondentov, medtem ko je vsaj že slišalo za ta pojem 64% respondentov.

Če primerjamo oba pojma izobraževanje na daljavo in e-izobraževanje se izkaže, da veliko več respondentov pozna pojem izobraževanje na daljavo kot e-izobraževanje, čeprav imata pojma podoben pomen. Običajno vežemo z e-izobraževanjem tudi druge oblike uporabe elektronskih medijev (npr. v učilnici) ne le na daljavo. Tudi povprečni oceni kažeta na to, da respondenti bolj poznajo pojem izobraževanje na daljavo. Po večini definicij pa je e-izobraževanje širši pojem, ki vključuje izobraževanje na daljavo.

V nadaljevanju pa si oglejmo oba pojma, in sicer izobraževanje na daljavo in e-izobraževanje kot združeni kategoriji, kar pomeni, da smo združili oba vprašanja oziroma oba dela respondentov. Kljub temu, da je takšno združevanje sporno, saj gre za različni »wording«, je to smiselno, ker se v nadaljevanju ukvarjamo s podrobnostmi oseb, ki potencialno uporabljajo izobraževanje na daljavo.

Izkaže se, da dobra četrtina respondentov (29%) pozna pojem izobraževanje na daljavo oz. e-izobraževanje, prav tako pa dobra četrtina respondentov (27%) pojma ne pozna. Več kot polovica respondentov (52%) pa je vsaj že slišala za omenjeni pojem.



Slika 25: Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo oz. elektronsko izobraževanje? (Eurostat, junij 2002, n=365)

Tabela 25: Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo oz. elektronsko izobraževanje? (Eurostat, junij 2002, n=365)

Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo oz. e-izobraževanje?	število	delež %
1 – poznam	105	29
2 – delno poznam	68	19
3 – sem že slišal	93	25
4 – ne poznam	99	27
<i>skupaj</i>	365	100
<i>povprečna ocena</i>	2,5	

Tabela 26: Ali poznate pojem ... ? – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002; n=177, n=188, n=365)

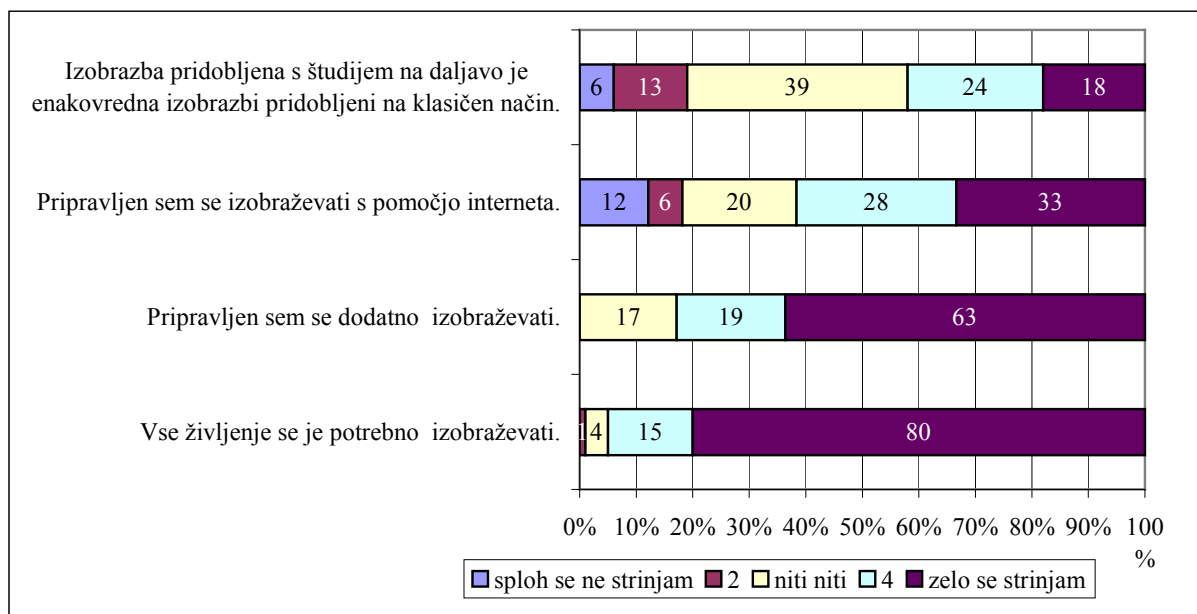
	Ali poznate pojem ...					
	izobraževanje na daljavo?		elektronsko izobraževanje oziroma e-izobraževanje?		izobraževanje na daljavo oz. e-izobraževanje?	
	povprečna ocena	n	povprečna ocena	n	povprečna ocena	n
SPOL						
moški	2,2	84	2,8	99	2,5	183
ženske	2,1	94	2,9	90	2,5	184
STAROST						
12-19	2,8	50	3,2	52	3	102
20-29	1,8	48	2,8	58	2,3	106
30-49	1,9	63	2,6	66	2,2	129
50-65	1,9	16	2,7	13	2,3	29
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	2,7	50	3,3	48	3	98
poklicna šola	1,8	8	2,6	13	2,2	21
srednja šola	2,1	80	2,8	88	2,4	168
višja in visoka šola	1,6	39	2,5	40	2	79
REGIJA						
osrednja Slovenija	2,1	60	3	77	2,5	137
vzhodna Štajerska (MB)	2,5	30	2,7	24	2,6	54
savinjska (CE)	1,9	22	2,9	32	2,4	54
gorenjska	2,5	20	2,2	11	2,3	31
goriška	2,2	9	2,9	9	2,5	18
obala	1,9	12	3	12	2,4	24
dolenjska	1,9	10	3	15	2,4	25
prekmurje	1,7	16	2,7	9	2,2	25
ZAP. STATUS						
zaposlen	1,9	90	2,8	95	2,3	185
lastnik podjetja	1,9	3	2,4	2	2,1	5
samostojni podjetnik	1,7	4	1,8	6	1,7	10
samozaposleni strok.	1,5	1	1	1	1,2	2
nezaposlen	2,3	10	2,8	12	2,5	22
upokojenec	1,5	6	3,2	2	2,3	8
osnovnošolec	2,8	14	3,2	15	3	29
srednješolec	2,7	32	3,3	33	3	65
študent	2,1	17	2,7	24	2,4	41
kmetovalec	2	1			2	1
ZAČETEK UPORABE INTERNETA						
do 1995	1,4	10	2,5	16	1,9	26
1996-1998	1,7	55	2,7	65	2,2	120
1999-2000	2,3	74	2,9	85	2,6	159
po letu 2001	2,6	40	3,1	24	2,8	64

Nakazuje se, da pojem »izobraževanje na daljavo« oz. «elektronsko izobraževanje» bolje poznajo:

- med spoloma ni razlik,
- starejši (od 20 let naprej),
- izobraženi,
- v pogledu regij so razlike minimalne,
- samozaposleni strokovnjaki, samostojni podjetniki in lastniki podjetja (ni statistično značilno),
- dolgoletni uporabniki interneta.

Glede razlik v poznavanju obeh pojmov, izobraževanje na daljavo in elektronsko izobraževanje, se izkaže, da so razlike med poznavanjem obeh pojmov minimalne.

Tisti, ki so vsaj že slišali za enega od pojmov izobraževanje na daljavo ali za e-izobraževanje (n=266), so izkazali svoje strinjanje oziroma nestrinjanje z nekaterimi trditvami, ki se nanašajo na tovrstno izobraževanje.



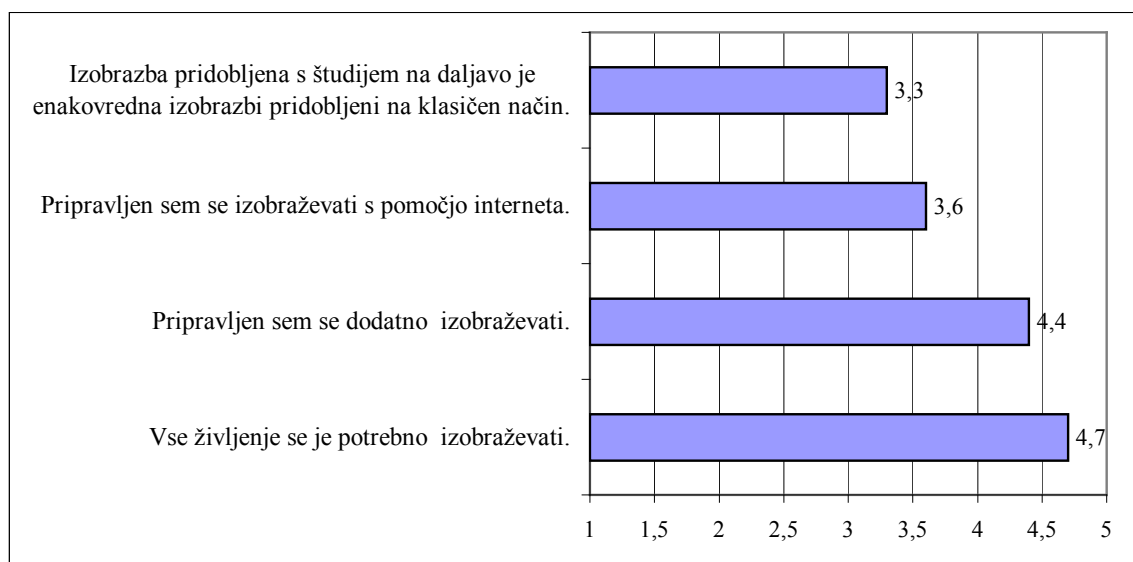
Slika 26: Strinjanje s trditvami med uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih, ki so vsaj slišali za enega od pojmov izobraževanje na daljavo ali e-izobraževanje (Eurostat, junij 2002, n=266)

Tabela 27: Strinjanje s trditvami med uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih, ki so vsaj slišali za enega od pojmov izobraževanje na daljavo ali e-izobraževanje (Eurostat, junij 2002, n=266)

Ocenite strinjanje z naslednjimi trditvami na skali od 1 do 5, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam in 5 zelo se strinjam.	sploh se ne strinjam	2	niti niti	4	zelo se strinjam	n	povp. ocena
<i>Vse življenje se je potrebno izobraževati.</i>		2	11	38	209	260	4,7
		1%	4%	15%	80%	100%	
<i>Pripravljen sem se dodatno izobraževati.</i>	1		45	50	165	260	4,4
	0%		17%	19%	63%	100%	
<i>Pripravljen sem se izobraževati s pomočjo interneta.</i>	32	17	51	72	86	259	3,6
	12%	6%	20%	28%	33%	100%	
<i>Izobrazba pridobljena s študijem na daljavo je enakovredna izobrazbi pridobljeni na klasičen način.</i>	16	32	97	61	45	251	3,3
	6%	13%	39%	24%	18%	100%	

Največ respondentov (95%) se strinja, da se je vse življenje potrebno izobraževati, štiri petine (82%) respondentov pa se je pripravljeno dodatno izobraževati. Tistih pa, ki so se pripravljeno

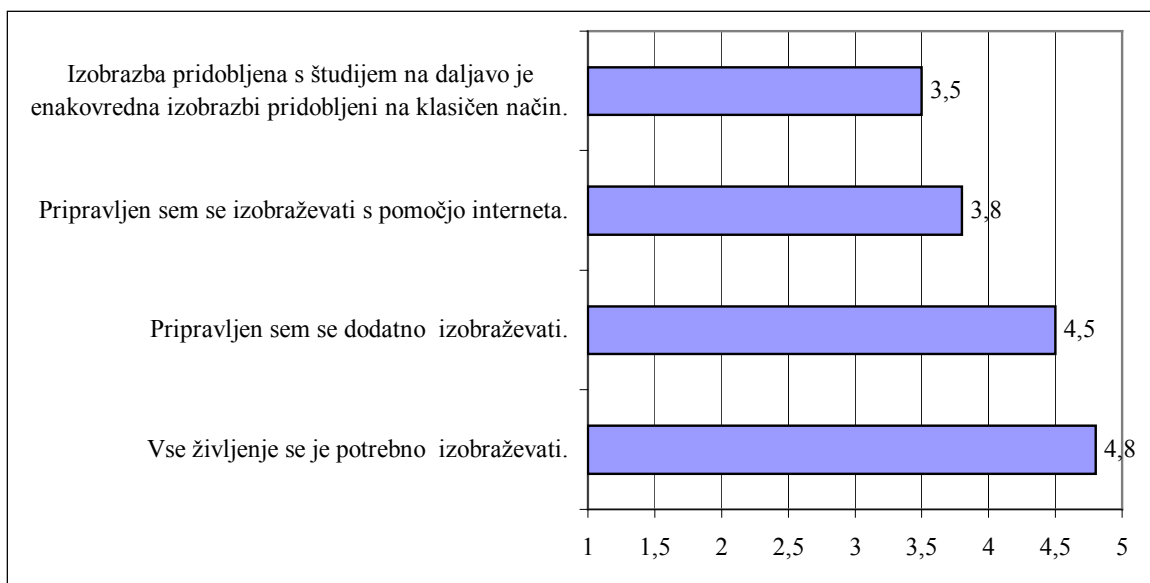
izobraževati s pomočjo interneta, je 61%. Kljub izredno velikemu zanimanju za izobraževanje pa se izkaže, da se le dobre dve petine (42%) respondentov strinja s tem, da je izobrazba pridobljena s študijem na daljavo enakovredna izobrazbi pridobljeni na klasičen način.



Slika 27: Povprečne ocene strinjanja s trditvami med uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih, ki so vsaj slišali za enega od pojmov izobraževanje na daljavo ali e-izobraževanje (Eurostat, junij 2002, n=266)

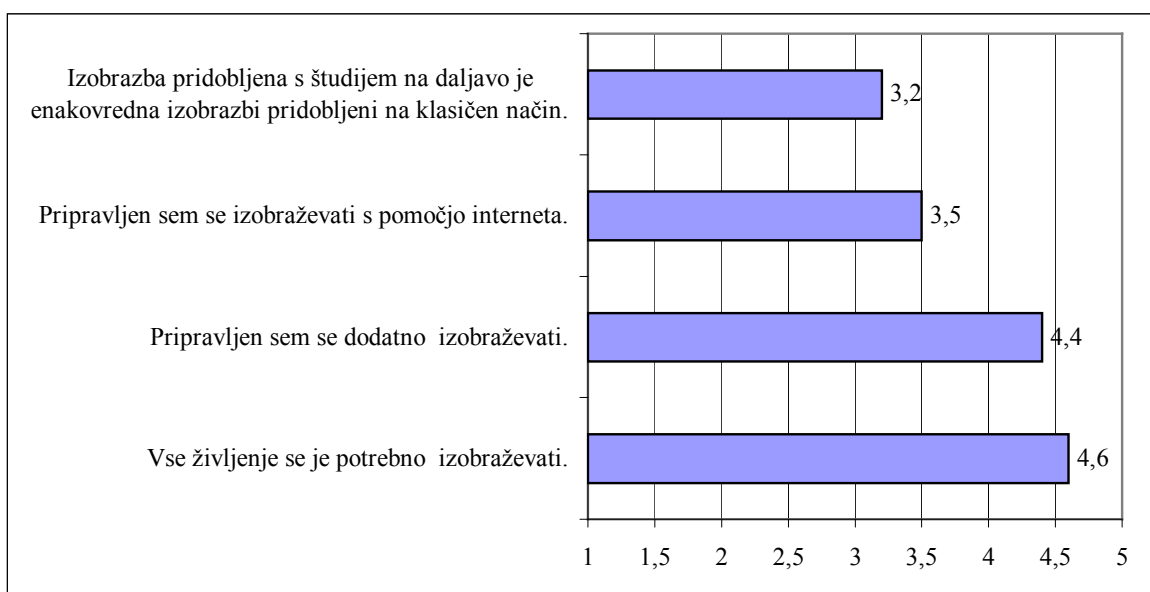
S trditvama, 'vse življenje se je potrebno izobraževati' in 'pripravljen sem se dodatno izobraževati', se respondenti najbolj strinjajo. Manj pa se strinjajo s trditvama 'pripravljen sem se izobraževati s pomočjo interneta' in 'izobrazba pridobljena s študijem na daljavo je enakovredna izobrazbi pridobljeni na klasičen način'. Omenjeno lahko kaže na to, da respondenti še niso dovolj seznanjeni z izobraževanjem na daljavo.

V nadaljevanju si oglejmo povprečne ocene strinjanja s trditvami tistih, ki so vsaj slišali za pojem izobraževanje na daljavo in tistih, ki so vsaj slišali za pojem e-izobraževanje.



Slika 28: Povprečne ocene strinjanja s trditvami med uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih, ki so vsaj slišali za pojem izobraževanje na daljavo (Eurostat, junij 2002, n=146)

Tisti, ki so že slišali za pojem izobraževanje na daljavo se v večji meri strinjajo s trditvami kot tisti, ki so že slišali za pojem e-izobraževanje, čeprav so razlike minimalne in statistično neznačilne.



Slika 29: Povprečne ocene strinjanja s trditvami med uporabniki interneta v zadnjih treh mesecih, ki so vsaj slišali za pojem e-zobraževanje (Eurostat, junij 2002, n=120)

Prav tako pa bi bilo zanimivo vključiti populacijo neuporabnikov interneta, in sicer pri tistih trditvah, ki se nanašajo na povsem klasičen način izobraževanja – to sta trditvi: »vse življenje se je potrebno izobraževati« in »pripravljen sem se dodatno izobraževati«. Z vključitvijo tako uporabnikov kot tudi neuporabnikov interneta, bi dobili bolj natančno sliko glede izobraževanja na klasičen način, kot tudi glede izobraževanja na daljavo, v slovenskem prostoru.

Tabela 28: Strinjanje s trditvami – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n=266)

	Ocenite strinjanje z naslednjimi trditvami				skupaj
	<i>Vse življenje se je potrebno izobraževati.</i>	<i>Pripravljen sem se dodatno izobraževati.</i>	<i>Izobrazba pridobljena s študijem na daljavo je enakovredna izobrazbi pridobljeni na klasičen način.</i>	<i>Pripravljen sem se izobraževati s pomočjo interneta.</i>	
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	
SPOL					
moški	4,6	4,5	3,3	3,8	121
ženske	4,8	4,4	3,4	3,5	139
STAROST					
12-19	4,5	4	3	2,9	58
20-29	4,7	4,6	3,2	3,8	78
30-49	4,9	4,6	3,6	4	100
50-65	4,9	4,3	3,9	3,6	22
IZOBRAZBA					
dokončana OŠ	4,5	4	2,9	3	55
poklicna šola	4,4	3,8	2,8	3,2	17
srednja šola	4,8	4,6	3,6	3,8	124
višja in visoka šola	4,9	4,8	3,4	4	64
REGIJA					
osrednja Slovenija	4,7	4,4	3,2	3,6	98
vzhodna Štajerska (MB)	4,9	4,3	3,7	3,3	37
savinjska (CE)	4,5	4,6	3,2	4,2	39
gorenjska	4,6	4,2	3,7	3,1	21
goriška	4,9	4,5	3,6	3,8	14
obala	4,9	4,5	3	3,5	15
dolenjska	4,9	4,7	3,3	4,1	16
prekmurje	4,7	4,5	3,6	3,6	20
ZAP. STATUS					
zaposlen	4,8	4,6	3,5	3,9	138
lastnik podjetja	5	4,1	4,2	2,9	5
samostojni podjetnik	4,8	4,3	2,8	3,7	8
samozaposleni strok.	5	5	3	3,5	2
nezaposlen	4,7	4,6	3,5	3,7	16
upokojenec	4,7	4,2	3,7	3,9	6
osnovnošolec	4,8	4,3	3	3,7	13
srednješolec	4,4	3,8	2,9	2,7	39
študent	4,7	4,7	3,3	3,4	32
kmetovalec	4	4	4	3	1
ZAČETEK UPORABE INTERNETA					
do 1995	5	4,7	3,2	4,2	20
1996-1998	4,6	4,4	3,2	3,5	95
1999-2000	4,7	4,4	3,4	3,6	106
po letu 2001	4,9	4,7	3,6	3,8	40

S trditvijo »vse življenje se je potrebno izobraževati« se najbolj strinjajo:

- ženske,
- starejši (stari nad 30 let),
- izobraženi,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska, goriška, obala in dolenjska,
- lastniki podjetja in samozaposleni strokovnjaki (ni statistično značilno),
- ni razlik med dolgoletnimi in novimi uporabniki interneta.

S trditvijo »pripravljen sem se dodatno izobraževati« se najbolj strinjajo:

- razlika med spoloma je minimalna,
- stari 20 do 49 let,
- izobraženi,
- v pogledu regij – dolenjska in savinjska (razlike med regijami so minimalne),
- samozaposleni strokovnjaki (ni statistično značilno) ter študentje,
- ni razlik med dolgoletnimi in novimi uporabniki interneta.

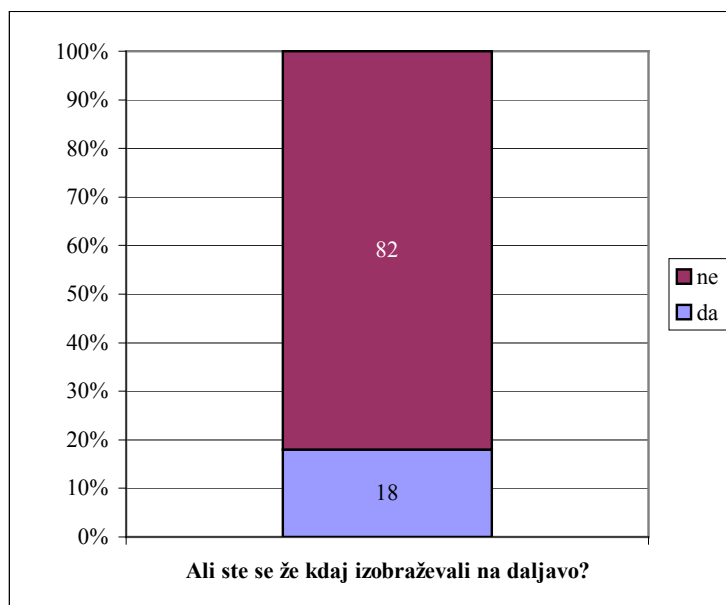
S trditvijo »izobrazba pridobljena s študijem na daljavo je enakovredna izobrazbi pridobljeni na klasičen način« se najbolj strinjajo:

- razlika med spoloma je minimalna,
- najstarejši,
- izobraženi,
- v pogledu regij – vzhodna Štajerska, gorenjska, goriška in prekmurje,
- lastniki podjetja (ni statistično značilno),
- novi uporabniki interneta.

S trditvijo »pripravljen sem se izobraževati s pomočjo interneta« se najbolj strinjajo:

- moški,
- stari 20-29 let,
- izobraženi,
- v pogledu regij – savinjska in dolenjska,
- zaposleni in upokojenci – ni statistično značilno,
- dolgoletni uporabniki interneta.

V nadaljevanju poročila si oglejmo, koliko respondentov se je že kdaj izobraževalo na daljavo. Tisti, ki poznajo pojem izobraževanje na daljavo ali elektronsko izobraževanje so odgovarjali na vprašanje: “Ali ste se že kdaj izobraževali na daljavo?”



Slika 30: Ali ste se že kdaj izobraževali na daljavo? (Eurostat, junij 2002, n=105)

Tabela 29: Ali ste se že kdaj izobraževali na daljavo? (Eurostat, junij 2002, n=105)

Ali ste se že kdaj izobraževali na daljavo?	število	delež %
da	18	18
ne	82	82
skupaj	101	100

Štiri petine (82%) teh respondentov se ni še nikoli izobraževalo na daljavo in le 18% je takšno izobraževanje že uporabljajo. Da se takšno izobraževanje v praksi uporablja zelo redko je posledica povsem novega načina izobraževanja, ki se je uveljavil šele pred kratkim in je zato ljudem razmeroma še nepoznana zadeva.

V nadaljevanju si oglejmo deleže tistih, ki so se že kdaj izobraževali na daljavo in sicer glede na poznavanje pojmov izobraževanje na daljavo ter e-izobraževanje.

Tabela 30: Izobraževanje na daljavo glede na poznavanje pojma izobraževanje na daljavo ter pojma e-izobraževanje (Eurostat, junij 2002; n=77, n=40)

<i>Ali ste se že kdaj izobraževali na daljavo?</i>	<i>Ali poznate pojem izobraževanje na daljavo?</i>	<i>Ali poznate pojem e-izobraževanje?</i>
da	21%	14%
ne	79%	86%

Tisti, ki poznajo pojem izobraževanje na daljavo se v nekoliko večji meri izobražujejo na daljavo, saj delež teh znaša 21%, medtem ko delež tistih, ki poznajo pojem e-izobraževanje in se tudi izobražujejo na daljavo, znaša 14%.

Od 570,000 mesečnih uporabnikov interneta v juniju 2002, 103,000±46,000 uporabnikov navaja oziroma vsaj mislijo, da so se že kdaj izobraževali na daljavo.

Tabela 31: Ali ste se že kdaj izobraževali na daljavo? – sociodemografske značilnosti (Eurostat, junij 2002, n=105)

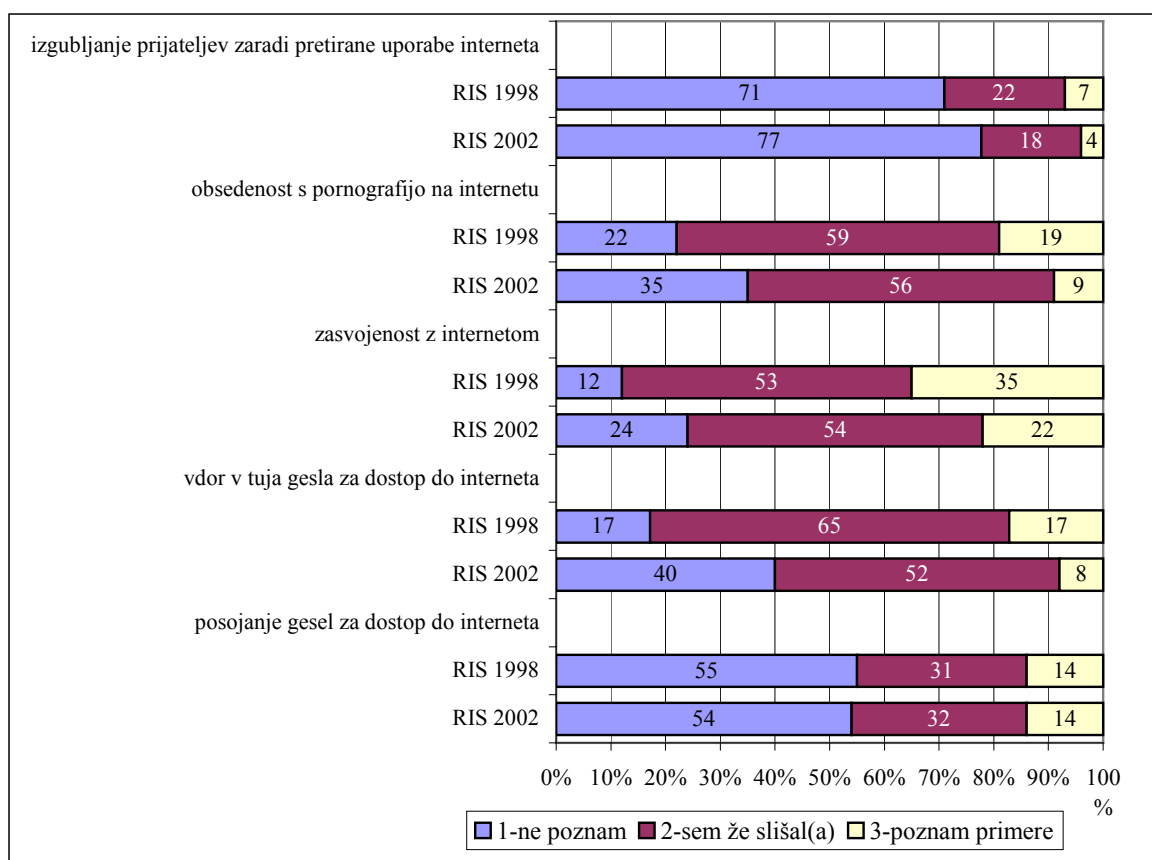
	<i>Ali ste se že kdaj izobraževali na daljavo?</i>	
	<i>da</i>	
	<i>n</i>	<i>delež %</i>
SPOL		
moški	11	21
ženske	8	16
STAROST		
12-19		
20-29	9	26
30-49	6	15
50-65	4	31
IZOBRAZBA		
dokončana OŠ		
poklicna šola		
srednja šola	12	24
višja in visoka šola	6	18
REGIJA		
osrednja Slovenija	8	21
vzhodna Štajerska (MB)	2	20
savinjska (CE)	2	12
gorenjska	2	18
goriška		
obala	2	25
dolenjska	3	60
prekmurje	1	10
ZAP. STATUS		
zaposlen	13	21
lastnik podjetja	1	33
samostojni podjetnik	1	25
samozaposleni strok.	2	100
nezaposlen		
upokojenec	1	20
osnovnošolec		
srednješolec		
študent	2	17
ZAČETEK UPORABE INTERNETA		
do 1995	4	31
1996-1998	9	24
1999-2000	6	15
po letu 2001	1	8

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih kategorij se nakazuje – ni pa statistično značilno, da so tisti, ki so se že kdaj izobraževali na daljavo, v skupini:

- moških,
- starejših,
- izobraženih,
- v pogledu regij – dolenjska,
- samozaposlenih strokovnjakov,
- dolgoletnih uporabnikov interneta.

3.10. Zlorabe ali zasvojenosti

V okviru RIS-ovega vprašalnika se je pojavilo vprašanje, ki se je nanašalo na različne primere zlorab ali zasvojenosti, na katerega so odgovarjali vsi mesečni uporabniki interneta (n=234). Vprašanje se je glasilo: »Ali ste že slišali oziroma v vašem okolju osebno poznate naslednje primere zlorab ali zasvojenosti?»



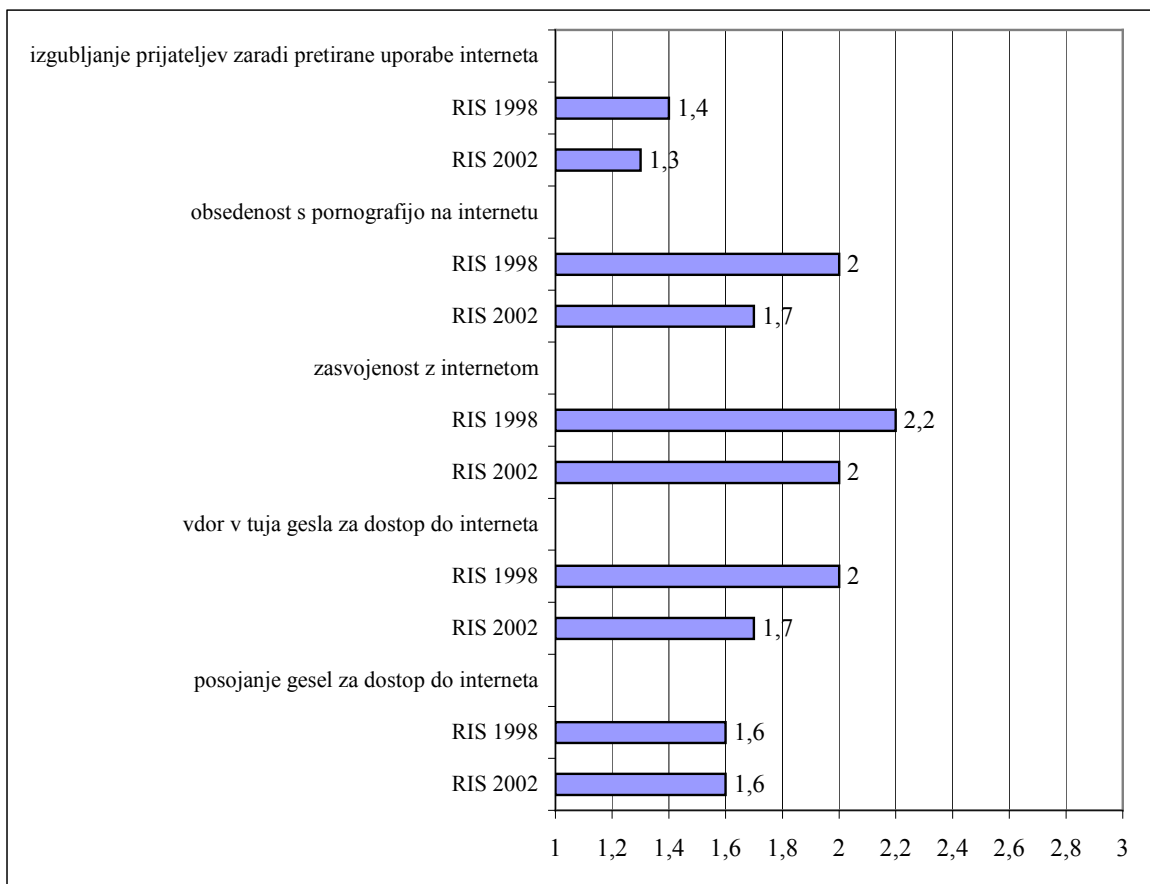
Slika 31: Zlorabe ali zasvojenosti – primerjava z letom 1998 (RIS 1998; RIS 2002, n=234)

Največ respondentov, in sicer tri četrtine (76%), je vsaj že slišalo za primere zasvojenosti z internetom; dve tretjini (65%) respondentov je vsaj že slišalo za primere obsedenosti s pornografijo na internetu; 60% respondentov je vsaj že slišalo za primere vdora v tuja gesla za dostop do interneta; slaba polovica respondentov (46%) je vsaj že slišala za primere posojanja gesel za dostop do interneta, medtem ko je najmanj respondentov, in sicer dobra petina (23%), vsaj že slišala za primere izgubljanja prijateljev zaradi pretirane uporabe interneta.

Če primerjamo rezultate z letom 1998 opazimo, da pri vseh primerih zlorab (razen za posojanje gesel za dostop do interneta) gre za večji delež tistih, ki ne poznajo omenjenih zlorab ali zasvojenosti ter za manjši delež tistih, ki za omenjene zlorabe celo poznajo primere.

Tabela 32: Zlorabe ali zasvojenosti (RIS 1998; RIS 2002, n=234)

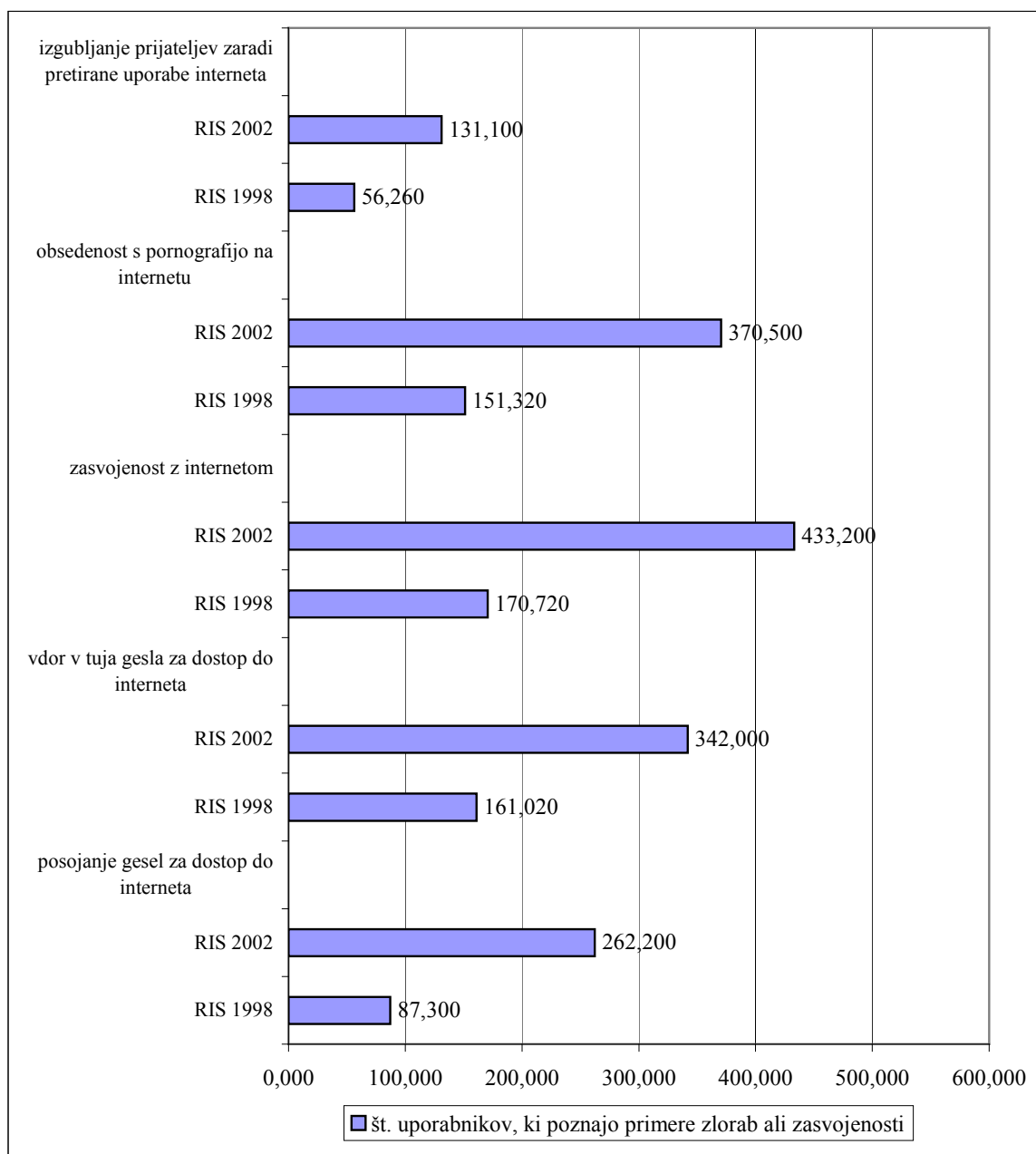
	<i>1-ne poznam</i>		<i>2-sem že slišal(a)</i>		<i>3-poznam primere</i>		<i>skupaj</i>	<i>povprečna ocena</i>
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>		
Posojanje gesel za dostop do interneta.								
RIS 2002	127	54	74	32	33	14	234	1,6
RIS 1998	40	55	23	31	10	14	73	1,6
Vdor v tuja gesla za dostop do interneta.								
RIS 2002	93	40	121	52	20	8	234	1,7
RIS 1998	13	17	48	65	13	17	74	2
Zasvojenost z internetom.								
RIS 2002	55	24	126	54	52	22	234	2
RIS 1998	9	12	40	53	26	35	75	2,2
Obsedenost s pornografijo na internetu.								
RIS 2002	82	35	132	56	20	9	234	1,7
RIS 1998	16	22	43	59	14	19	73	2
Izgubljanje prijateljev zaradi pretirane uporabe interneta.								
RIS 2002	181	77	43	18	10	4	234	1,3
RIS 1998	51	71	16	22	5	7	72	1,4



Slika 32: Zlorabe ali zasvojenosti – primerjava povprečnih ocen z letom 1998 (RIS 1998; RIS 2002, n=234)

Povprečne ocene pokažejo, da se je leta 2002 v povprečju zmanjšalo poznavanje vseh primerov zlorab, le poznavanje zlorabe »posojanje gesel za dostop do interneta« je ostalo na enakem nivoju.

Oglejmo si še absolutno število uporabnikov interneta, ki so »vsaj slišali« za nekatere primere zlorab ali zasvojenosti in sicer glede na število uporabnikov interneta v populaciji mesečnih uporabnikov interneta, po podatkih RIS(a) za leto 1998 in za junij 2002. Izkaže se, da gre za močno povečanje števila uporabnikov interneta, ki so vsaj slišali za naslednje primere zlorab ali zasvojenost.

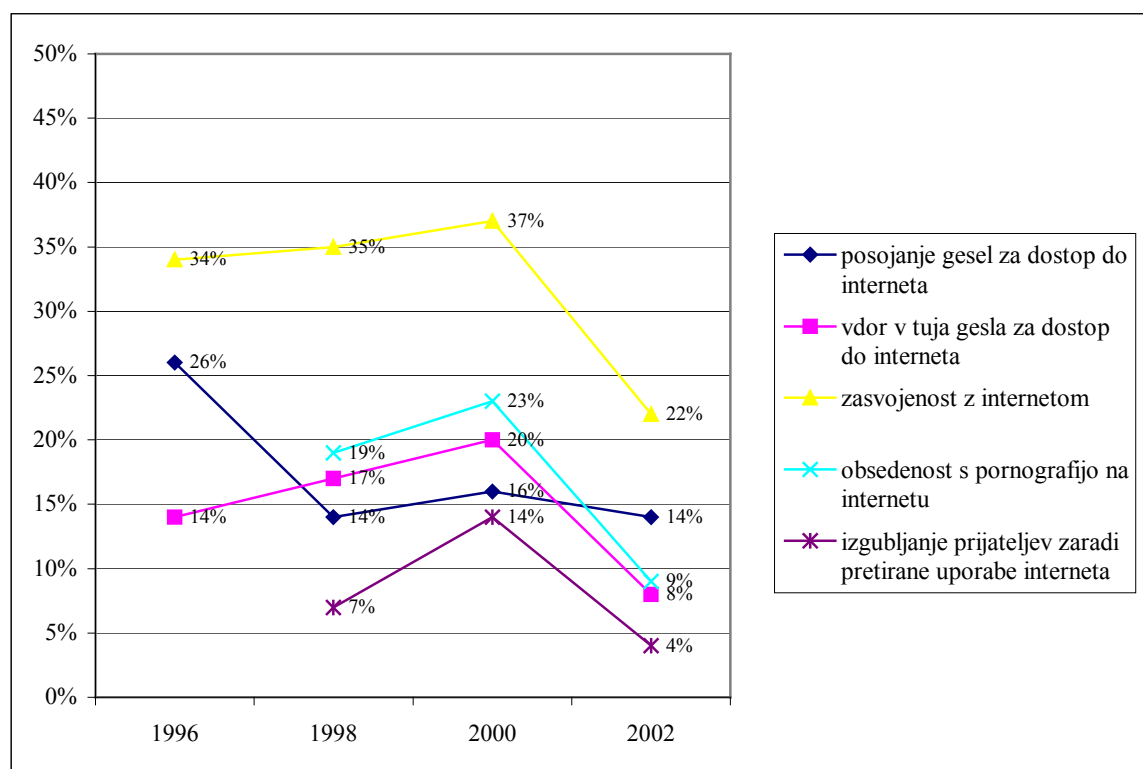


Slika 33: Zlorabe ali zasvojenosti glede na celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta - primerjava z letom 1998 (RIS 1998; RIS 2002, n=234)

V nadaljevanju pa si oglejmo še primerjavo v letih od 1996 do 2002, in sicer deleže tistih, ki so odgovorili, da »*poznajo*« primere zlorab ali zasvojenosti.

Tabela 33: Zlorabe ali zasvojenosti – primerjava RIS 1996 - RIS 2002

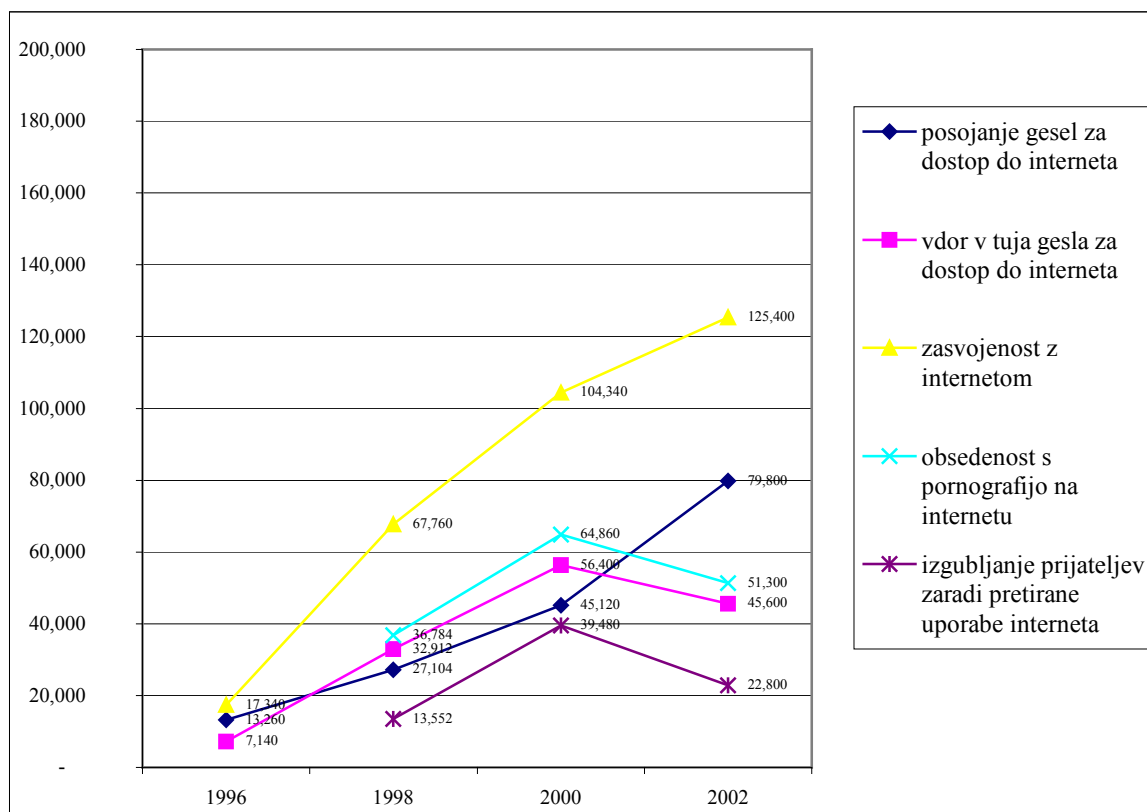
	delež uporabnikov interneta, ki poznajo naslednje primere zlorab ali zasvojenosti			
	1996	1998	2000	2002
posojanje gesel	26%	14%	16%	14%
vdor v tuje šifre	14%	17%	20%	8%
zasvojenost z internetom	34%	35%	37%	22%
obsedenost s pornografijo		19%	23%	9%
izgubljanje prijateljev		7%	14%	4%



Slika 34: Zlorabe ali zasvojenosti – primerjava RIS 1996 - RIS 2002

Glede na primerjavo iz prejšnjih let se izkaže, da je delež tistih, ki poznajo primere zlorab ali zasvojenosti vse manjši.

V absolutnem smislu (kjer obravnavamo celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta, ki za mesec april 1996 znaša 51,000; za april 1998 znaša 193,600; za september 2000 znaša 282,000 in za junij 2002 znaša 570,000) pa se izkaže, da se je v letu 2002 povečalo število uporabnikov interneta, ki poznajo primere posojanja gesel za dostop do interneta ter tistih, ki poznajo primere zasvojenosti z internetom. Za vse ostale primere zlorab ali zasvojenosti (vdor v tuje šifre, obsedenost s pornografijo, izgubljanje prijateljev zaradi pretirane uporabe interneta), pa je v primerjavi z letom 2000, značilno manjše poznavanje s strani uporabnikov interneta.



Slika 35: Zlorabe ali zasvojenosti glede na celotno populacijo – primerjava RIS 1996 - RIS 2002

Tabela 34: Zlorabe ali zasvojenosti – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002, n=234)

	Posojanje gesel za dostop do interneta.			Vdor v tuja gesla za dostop do interneta.			Zasvojenost z internetom.			skupaj (n)
	1-ne poznam (%)	2-sen že slišal(a) (%)	3-poznam primere (%)	1-ne poznam (%)	2-sen že slišal(a) (%)	3-poznam primere (%)	1-ne poznam (%)	2-sen že slišal(a) (%)	3-poznam primere (%)	
SPOL										
moški	53	31	16	39	53	8	30	48	23	116
ženske	55	32	13	41	50	9	18	61	22	118
STAROST										
12-19	40	37	23	36	52	12	14	60	27	47
20-29	49	31	19	36	48	15	24	47	28	68
30-49	63	29	8	43	53	4	25	57	18	101
50-65	56	38	6	39	61		33	53	14	18
REGIJA										
osrednja SLO	54	30	16	40	51	9	24	58	19	97
vzhodna Štajerska (MB)	52	34	14	39	54	7	13	59	28	44
savinjska (CE)	38	35	26	36	60	3	24	43	33	17
gorenjska	57	34	9	42	53	6	22	55	23	27
goriška	47	42	12	20	58	22	34	49	16	13
obala	40	52	7	41	51	8	31	50	20	16
dolenjska	96	4		51	49		49	38	13	11
prekmurje	79		21	54	30	16	21	40	40	9
IZOBRAZBA										
dokončana OŠ	50	35	15	39	52	9	15	67	17	46
poklicna šola	85	15		52	48		52	27	21	24
srednja šola	42	34	23	35	52	13	20	53	27	103
višja in visoka šola	61	27	12	43	45	12	23	58	19	59
ZAČETEK UPORABE INTERNETA										
do leta 1995	28	28	44	18	56	27	16	46	39	18
1996-1998	54	29	17	45	46	10	24	51	24	62
1999-2000	53	38	9	40	53	7	23	58	19	105
po letu 2001	65	23	11	41	55	4	26	52	21	49
POGOSTOST UPORABE INTERNETA										
večkrat dnevno	54	31	15	48	44	8	26	49	25	82
skoraj vsak dan	54	25	22	34	54	12	24	47	29	48
nekajkrat tedensko	48	42	10	35	57	8	18	62	21	55
nekajkrat mesečno	56	34	10	31	63	6	23	62	15	41
manj kot 1 krat na mesec	84		16	71	29		40	55	4	9
ZAPOSLITVENI STATUS										
zaposlen (pri delodajalcu)	64	29	7	42	54	4	26	54	19	137
lastnik podjetja	85		15	43	57		18	57	24	3
samostojni podjetnik	47	43	10	11	78	10	55	29	16	5
samozaposleni strokovnjaki		100			100			100		1
svobodni poklici			100			100		100		1
pogodbeno delo	46	54		24	76			67	33	3
nezaposlen	74		26	74		26	27	26	47	5
upokojenec	42	44	14	41	59		42	44	14	4
osovnošolec	72	28		45	55		17	83		14
srednješolci	28	43	30	33	49	18	13	52	35	32
študent	29	30	41	35	40	25	19	48	33	27
gosposinja, služkinja		100			100		100			1

Tabela 35: Zlorabe ali zasvojenosti – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002, n=234)

	Obsedenost s pornografijo na internetu.			Izgubljanje prijateljev zaradi pretirane uporabe interneta.			skupaj (n)
	1-ne poznam (%)	2-sen že slišal(a) (%)	3-poznam primere (%)	1-ne poznam (%)	2-sen že slišal(a) (%)	3-poznam primere (%)	
SPOL							
moški	34	58	8	83	15	2	116
ženske	36	55	10	72	22	6	118
STAROST							
12-19	38	52	10	81	13	6	47
20-29	29	58	13	85	12	3	68
30-49	38	57	6	72	23	5	101
50-65	35	58	6	68	32		18
REGIJA							
osrednja SLO	30	61	9	79	19	3	97
vzhodna Štajerska (MB)	45	46	9	80	17	3	44
savinjska (CE)	3	85	12	59	34	7	17
gorenjska	31	56	12	77	12	12	27
goriška	26	53	21	73	23	4	13
obala	50	50		79	21		16
dolenjska	56	44		80	10	10	11
prekmurje	71	29		88	12		9
IZOBRAZBA							
dokončana OŠ	40	52	8	83	12	5	46
poklicna šola	60	34	6	90	4	6	24
srednja šola	30	61	9	75	22	3	103
višja in visoka šola	26	63	10	76	21	3	59
ZAČETEK UPORABE INTERNETA							
do leta 1995	12	80	8	62	38		18
1996-1998	34	55	11	75	22	3	62
1999-2000	38	52	10	82	13	5	105
po letu 2001	38	58	4	75	19	6	49
POGOSTOST UPORABE INTERNETA							
večkrat dnevno	41	52	7	82	15	3	82
skoraj vsak dan	33	55	12	84	15	1	48
nekajkrat tedensko	28	63	9	66	26	7	55
nekajkrat mesečno	26	64	10	70	22	8	41
manj kot 1 krat na mesec	73	27		100			9
ZAPOSLOTVENI STATUS							
zaposlen (pri delodajalcu)	36	56	8	75	19	5	137
lastnik podjetja	43	42	15	85	15		3
samostojni podjetnik	60	40		100			5
samozaposleni strokovnjaki		100			100		1
svobodni poklici	100			100			1
pogodbeno delo		100			79	21	3
nezaposlen	27	47	26	81	19		5
upokojenec	40	60		85	15		4
osnovnošolec	44	56		91	9		14
srednješolci	36	48	16	75	16	9	32
študent	25	64	11	78	22		27
gosposlinja, služkinja		100		100			1

Izkaže se, da primer zlorabe »posojanje gesel za dostop do interneta« poznajo in je tudi statistično značilno:

- moški,
- mlajši (12-19 in 20-29 let starim),
- v pogledu regij – savinjska,
- tisti, ki imajo dokončano srednjo šolo,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- pogosti uporabniki interneta.

Medtem ko se zaradi majhnega števila respondentov znotraj posameznih skupin le nakazuje, da vse ostale – v nadaljevanju našete – primere zlorab oziroma zasvojenosti poznajo:

Primer zlorabe »vdor v tuja gesla za dostop do interneta«:

- mlajši (12-19 in 20-29 let stari),
- razlike med spoloma so minimalne,
- v pogledu regij – goriška,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- pogosti uporabniki interneta.

Primer zasvojenosti z internetom:

- razlike med spoloma so minimalne,
- najmlajši,
- v pogledu regij – prekmurje, savinjska in vzhodna Štajerska,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,
- pogosti uporabniki interneta.

Primer obsedenosti s pornografijo na internetu:

- ženske (razlika med spoloma je minimalna),
- stari od 20-29 let,
- v pogledu regij – goriška,
- izobraženi,
- dolgoletni uporabniki interneta,

- pogosti uporabniki interneta (razlike glede na postost uporabe interneta so minimalne).

Primer zlorabe »izgubljanje prijateljev zaradi pretirane uporabe interneta«:

- ženske,
- stari od 12 od 49 let,
- v pogledu regij – gorenjska in dolnjska,
- neizobraženi,
- novi uporabniki interneta,
- manj pogostosti uporabniki interneta (nekajkrat tedensko in nekajkrat mesečno).

4. Obiskanost spletnih strani

Tema pogostosti obiskovanja spletnih strani je bila vključena v oba dela vprašalnika, tako v Eurostat, kot tudi v RIS. V RIS-ovem vprašalniku je bil sklop glede pogostosti obiskovanja spletnih strani vključen na sam začetek vprašalnika, medtem ko je bil v Eurostat-ovem vprašalniku ta sklop vključen na sredino vprašalnika.

V Eurostat-ovem delu vprašalnika se je uvodno vprašanje o uporabi interneta glasilo: *»Kako pogoste ste v zadnjih treh mesecih uporabljali internet doma, na delovnem mestu, v šoli ali kjer se izobražujete, s prenosnim računalnikom na poti, z dlančnim računalnikom na poti, z WAP mobilnim telefonom na poti.* Vsi tisti, ki so odgovorili, da so v zadnjih treh mesecih uporabljali internet vsak dan ali vsaj en-krat tedensko ali vsaj en-krat mesečno na enem od omenjenih mest, so odgovarjali na vprašanja glede pogostosti obiskovanja spletnih strani. Tako v nadaljevanju obravnavamo samo mesečne uporabnike interneta (n=327). Ker je na celotni Eurostat-ov sklop odgovarjalo 836 oseb, je na vprašanja glede pogostosti obiskovanja spletnih strani, iz Eurostat-ovega sklopa, odgovarjalo 39% oseb.

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

4.1. Mesečna obiskanost spletnih strani

Tabela 36: Mesečna obiskanost spletnih strani (Eurostat in RIS – junij 2002)

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

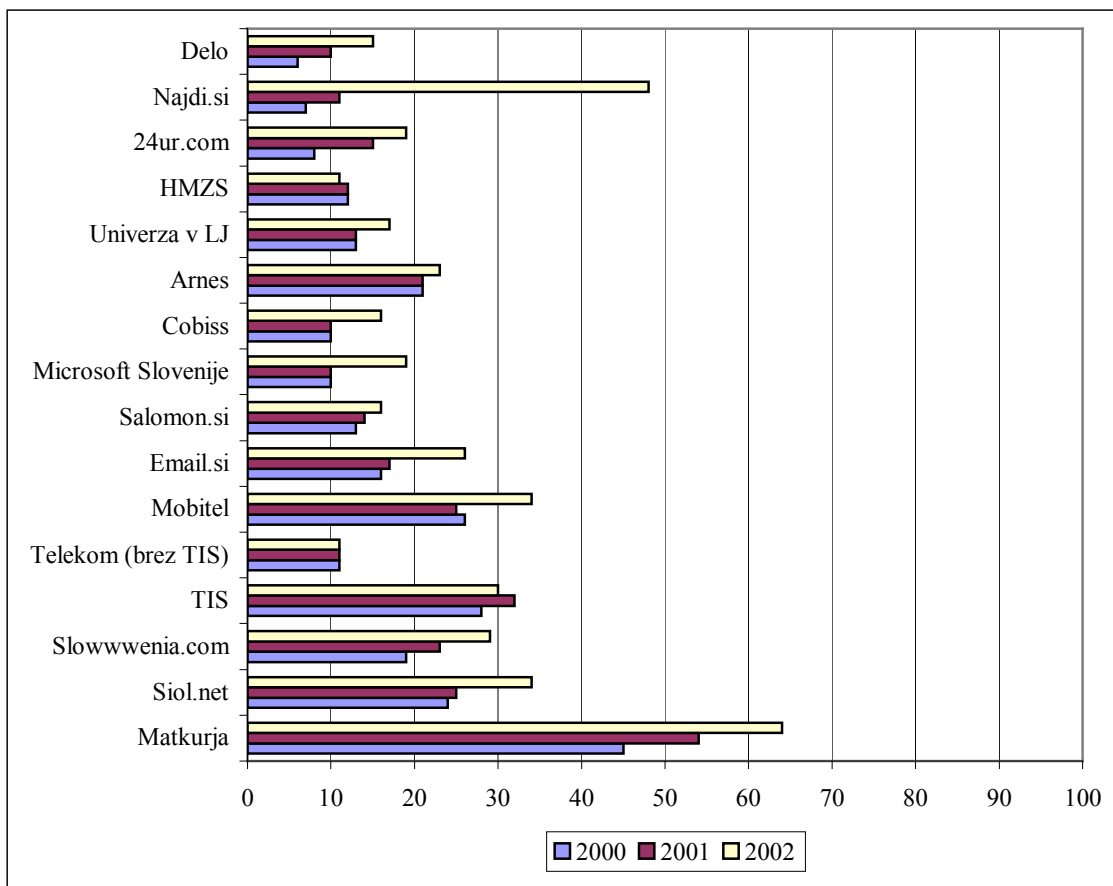
Glede **mesečne obiskanosti** spletnih strani (odgovor »vsaj mesečno«) še naprej močno izstopa Matkurja, sledijo pa Najdi.si, Yahoo, Mobitel, Siol.net in TIS in ki presegajo 30% mesečno obiskanost. Omeniti velja tudi Slowwwenia.com in Email.si, ki presegata 25% mesečno obiskanost.

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

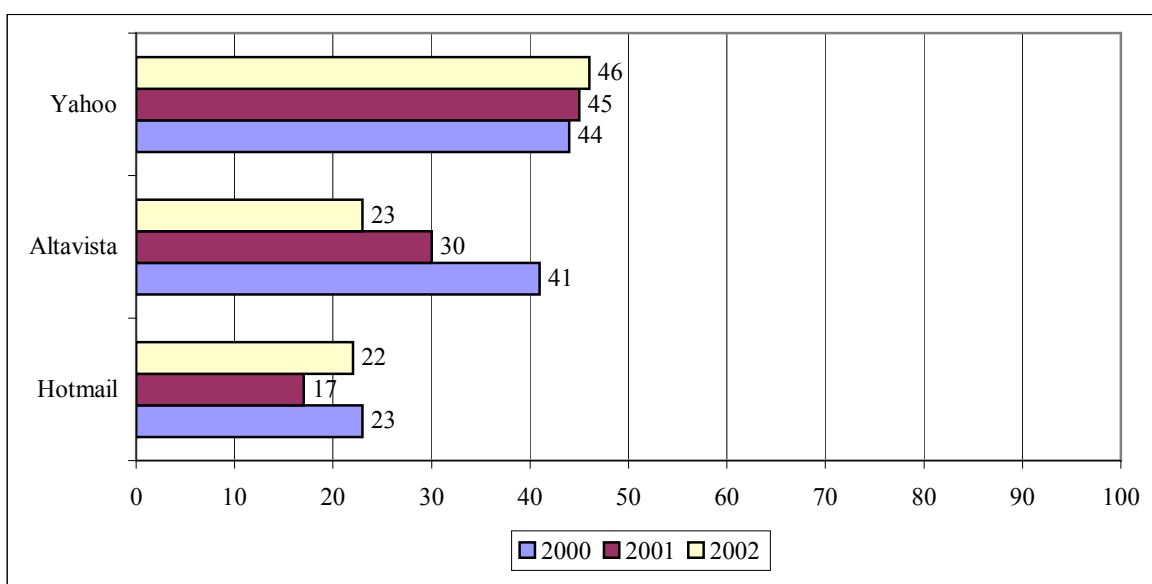
Oglejmo si mesečno obiskanost spletnih predstavitev iz leta 1999, 2000 in 2002 ter mesečno obiskanost spletnih predstavitev iz začetka leta 2001, in sicer tiste spletne strani, ki dosegajo vsaj 10% mesečno obiskanost.

Tabela 37: Mesečna obiskanost spletnih strani (RIS – 1999, 2000, 2001, 2002)

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



Slika 36: Mesečna obiskanost slovenskih spletnih strani (RIS – 2000, 2001, 2002)



Slika 37: Mesečna obiskanost tujih spletnih strani (RIS – 2000, 2001, 2002)

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

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

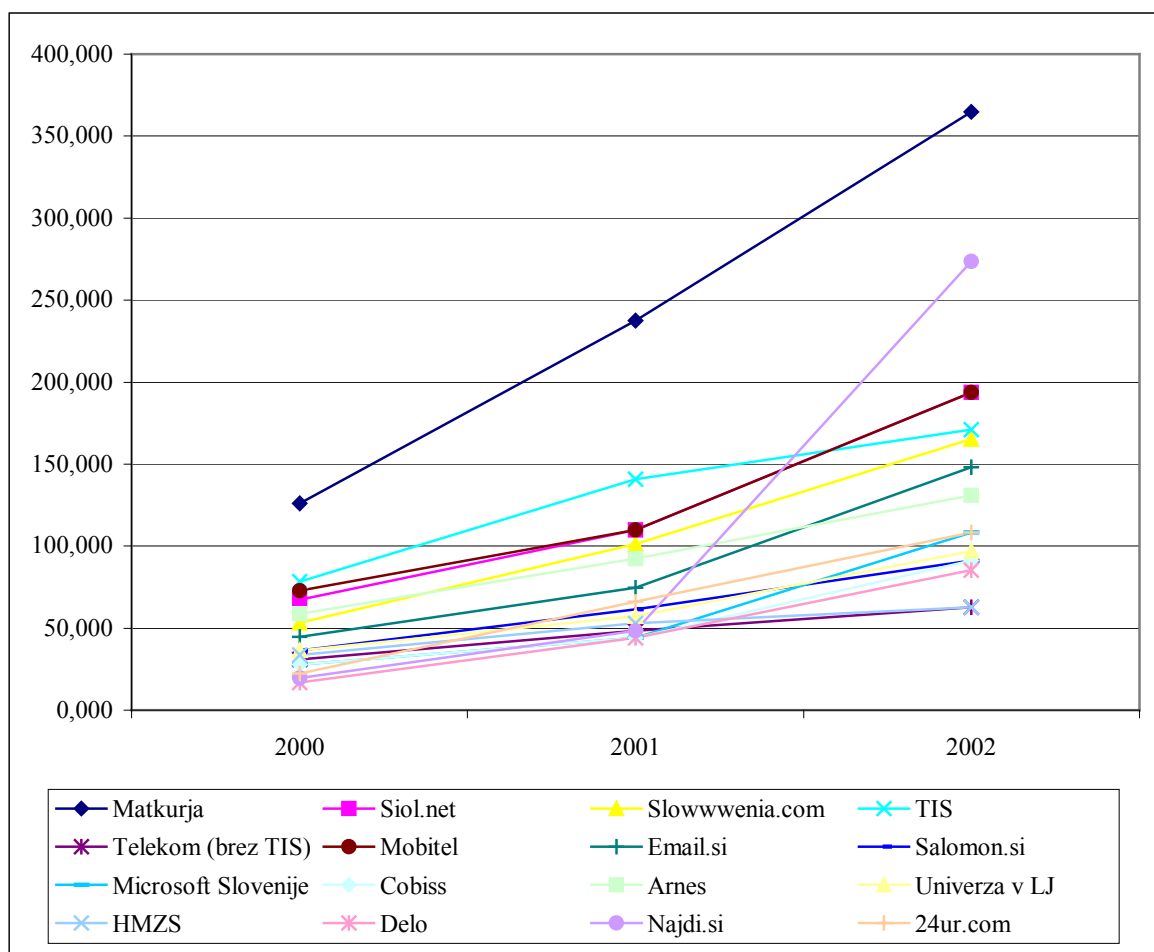
Leta 2002 se pojavijo nove spletne strani, prav tako pa se povečuje število spletnih strani, ki presegajo 10% mesečno obiskanost. Na vrhu mesečne obiskanosti je še vedno spletna stran Matkurja, močno pa se je povečal delež mesečne obiskanosti spletne strani Najdi.si, ki je leta 2001 dosegala 11% mesečno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

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

Tabela 38: Mesečna obiskanost spletnih strani glede na celotno populacijo (RIS – 1999, 2000, 2001, 2002)

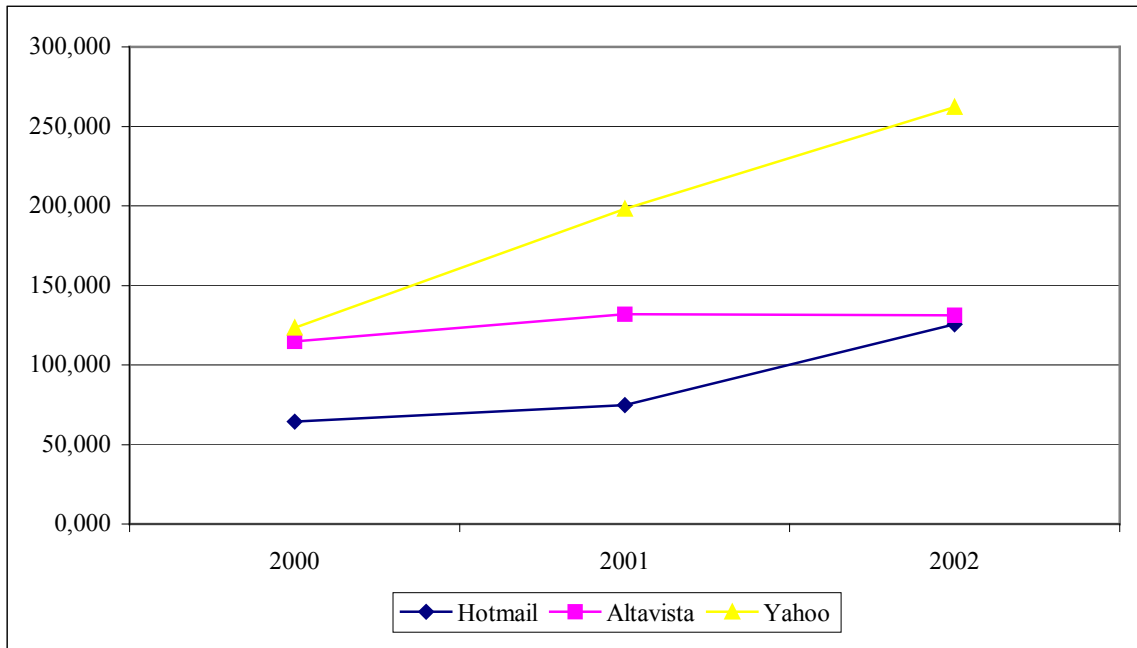
leto 1999		leto 2000		leto 2001		leto 2002	
WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno
Yahoo	148,800	Matkurja	126,000	Matkurja	237,600	Matkurja	364,800
Altavista	144,000	Yahoo	123,200	Yahoo.com	198,000	Najdi.si	273,600
TIS	105,600	Altavista	114,800	TIS	140,800	Yahoo	262,200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

V absolutnem smislu, glede na celotno populacijo mesečnih uporabnikov interneta se izkaže, da se število mesečnih obiskovalcev spletnih strani povečuje, kar je razvidno tudi iz slike 38 in 39.



Slika 38: Mesečna obiskanost slovenskih spletnih strani glede na celotno populacijo (Eurostat in RIS – 2000, 2001, 2002)

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



Slika 39: Mesečna obiskanost tujih spletnih strani glede na celotno populacijo (Eurostat in RIS – 2000, 2001, 2002)

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

4.2. Sociodemografske značilnosti

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

Tabela 39: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

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

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

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

Spletno stran »Yahoo« obiskujejo:

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

Spletno stran »TIS« obiskujejo:

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

Spletno stran »Slowwwenia.com« obiskujejo:

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

Spletno stran »Mobitel« obiskujejo:

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

Tabela 40: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

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

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

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

Spletno stran »Najdi.si« obiskujejo:

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

Spletno stran »Google« obiskujejo:

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

Spletno stran »Siol.net« obiskujejo:

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

Spletno stran »Hotmail« obiskujejo:

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

Tabela 41: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

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

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

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

Spletno stran »Pinkponk« obiskujejo:

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

Spletno stran »Dnevnik« obiskujejo:

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

Spletno stran »Eon.si« obiskujejo:

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

Spletno stran »Delo« obiskujejo:

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

Tabela 42: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS in Eurostat, junij 2002)

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

Nakazuje se, da spletno stran »Večer« obiskujejo:

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

Spletno stran »24ur.com« obiskujejo:

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

Spletno stran »Finance« obiskujejo:

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

Spletno stran »RTV« obiskujejo:

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

Spletno stran »Mladina« obiskujejo:

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

Tabela 43: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

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

Spletno stran »Cobiss« obiskujejo:

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

Spletno stran »Hidrometeorološki zavod« obiskujejo:

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

Spletno stran »Univerza v LJ« obiskujejo:

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

Spletno stran »NLB« obiskujejo:

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

Spletno stran »Mobisux« obiskujejo:

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

Tabela 44: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

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

Spletno stran »CNN« obiskujejo:

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

Spletno stran »Microsoft« obiskujejo:

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

Spletno stran »Amazon« obiskujejo:

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

Spletno stran »Arnes« obiskujejo:

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

- glede na začetek uporabe interneta so razlike minimalne.

Spletno stran »Simobil« obiskujejo:

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

Spletno stran «Sigov» obiskujejo:

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

Spletno stran »Salomon« obiskujejo:

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

Tabela 45: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

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

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

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

Spletno stran »Uradni list« obiskujejo:

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

Spletno stran »Kolosej« obiskujejo:

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

Spletno stran »Netscape« obiskujejo:

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

- dolgoletni uporabniki interneta.

Spletno stran »APP« obiskujejo:

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

Spletno stran »Državni zbor« obiskujejo:

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

Tabela 46: Mesečna obiskanost spletnih strani – sociodemografske značilnosti (RIS, junij 2002)

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

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

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

Spletno stran »Ljubljanska borza« obiskujejo:

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

Spletno stran »Telekom SLO – brez imenika« obiskujejo:

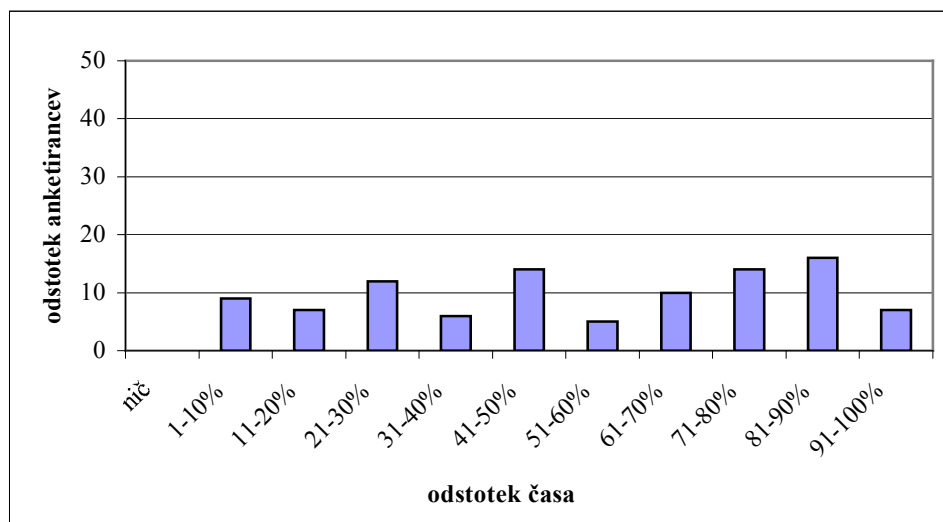
- moški,
- mladi,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje in dolenjska,
- samostojni podjetniki in nezaposleni,
- novi uporabniki interneta,
- glede na pogostost uporabe interneta so razlike minimalne.

4.3. Odstotek časa na svetovnem spletu

V nadaljevanju poročila si oglejmo, kolikšen odstotek časa respondenti porabijo za brskanje po internetu. Na vprašanje: »Kakšen odstotek časa na WWW porabite za slovenske strani, za ameriške strani ali za strani na strežnikih v tujini?« so odgovarjali mesečni uporabniki interneta (n=234), znotraj RIS-ovega sklopa vprašanj.

Tabela 47: Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za slovenske strani na spletu? (RIS – junij 2002, n=225)

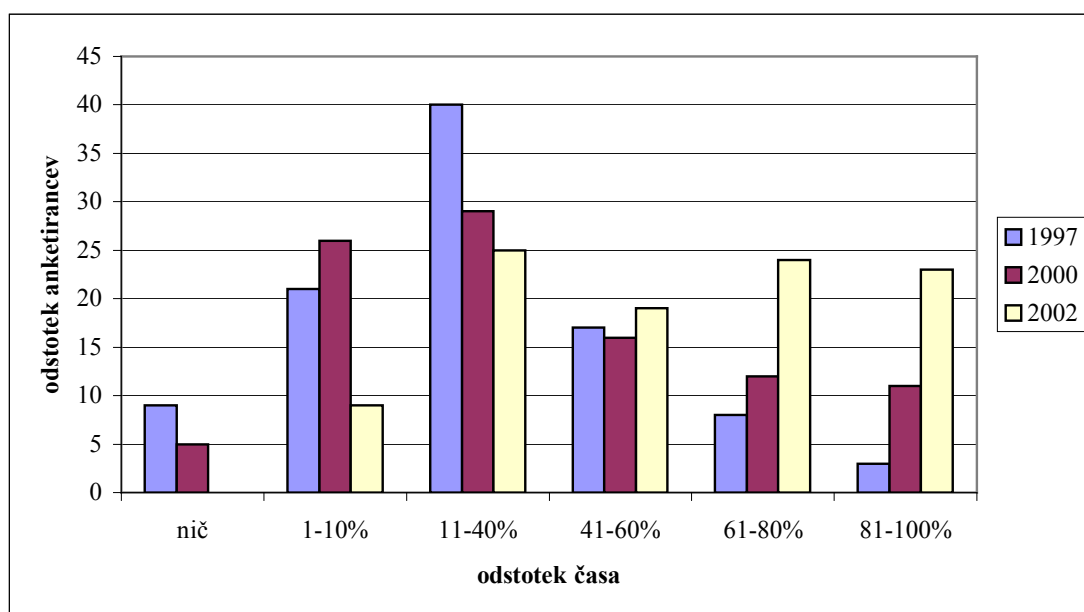
	število	delež %
0 - nič	1	
1 - 1-10%	21	9
2 - 11-20%	15	7
3 - 21-30%	26	12
4 - 31-40%	14	6
5 - 41-50%	31	14
6 - 51-60%	11	5
7 - 61-70%	24	10
8 - 71-80%	33	14
9 - 81-90%	35	16
10 - 91-100%	15	7
skupaj	225	100
povprečna ocena celotnega časa	53%	



Slika 40: Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za slovenske strani na spletu? (RIS – junij 2002, n=225)

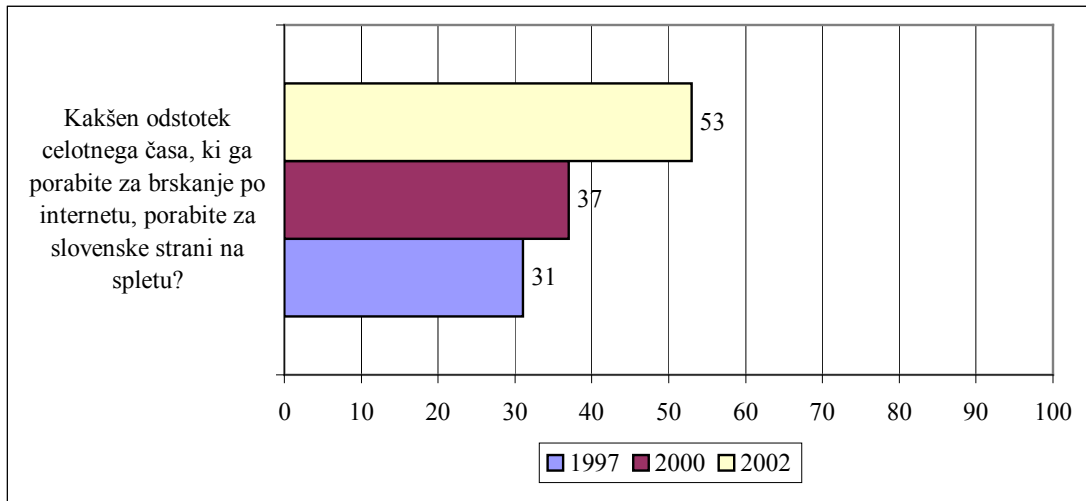
Največ respondentov porabi 81-90% svojega WWW časa za slovenske strani na spletu, naslednja gostitev pa so anketiranci, ki porabijo 41-50% in 71-80% svojega WWW časa za slovenske strani na spletu. Slaba polovica respondentov (48%) porabi do 50% svojega WWW časa za slovenske strani na spletu.

Oglejmo si primerjavo z letom 1997 in 2000.



Slika 41: Odstotek časa na WWW, ki ga anketiranci porabijo na slovenskih WWW straneh (RIS 1997, 2000, 2002)

Delež tistih, ki porabijo do 40% svojega časa na slovenskih WWW straneh se je v primerjavi z letom 1997 in 2000, znižal. Leta 1997 je delež tistih, ki porabijo do 40% svojega časa na slovenskih WWW znašal 70%, leta 2000 je znašal 60%, leta 2002 pa 34%. Tako so se v primerjavi z letom 1997 zgodile velike spremembe, saj se je močno povečala povprečna poraba WWW časa za slovenske strani na spletu.

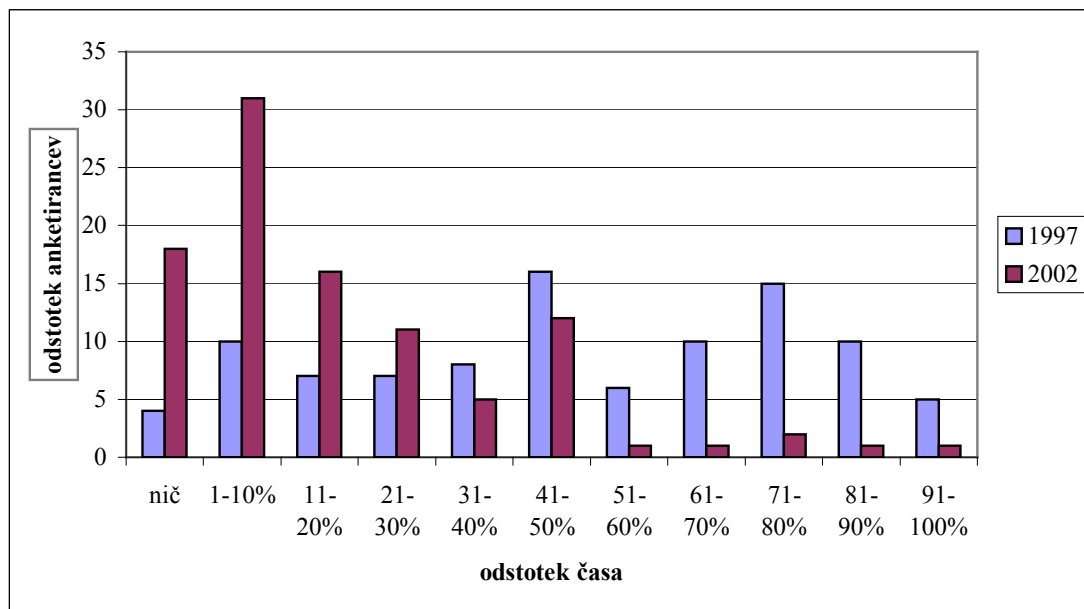


Slika 42: Primerjava povprečnih ocen celotnega časa na WWW, ki ga anketiranci porabijo na slovenskih WWW straneh (RIS 1997, 2000, 2002)

Polovici mesečnih uporabnikov interneta, ki so odgovarjali na vprašanje: »Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za slovenske strani na spletu?«, je bilo v nadaljevanju zastavljeno vprašanje: „Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za strani na ameriških strežnikih?«, ostala polovica pa je odgovarjala na vprašanje: »Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za strani na strežnikih v tujini?«

Tabela 48: Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za strani na ameriških strežnikih? (RIS – junij 2002, n=113)

	število	delež %
0 - nič	21	18
1 - 1-10%	35	31
2 - 11-20%	18	16
3 - 21-30%	13	11
4 - 31-40%	5	5
5 - 41-50%	14	12
6 - 51-60%	1	1
7 - 61-70%	1	1
8 - 71-80%	3	2
9 - 81-90%	1	1
10 - 91-100%	2	1
skupaj	113	100
povprečna ocena celotnega časa	18%	



Slika 43: Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za strani na ameriških strežnikih? (RIS – junij 2002, n=113; RIS 1997)

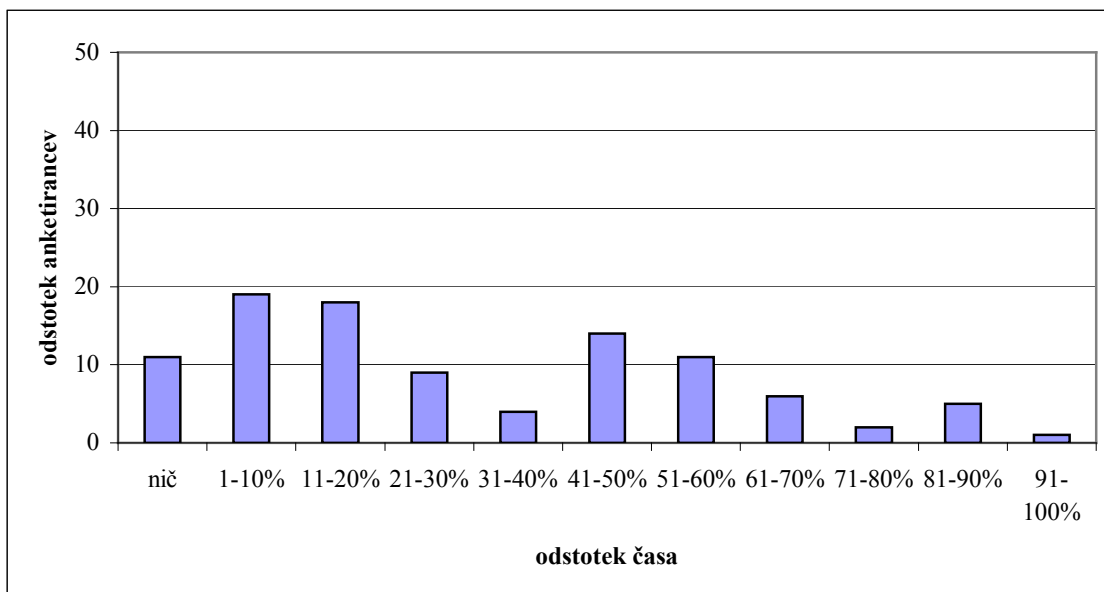
Največ respondentov porabi 1-10% svojega WWW časa za strani na ameriških strežnikih, naslednja gostitev pa so anketiranci, ki porabijo nič odstotkov svojega WWW časa za strani na ameriških strežnikih. Sledijo tisti anketiranci, ki porabijo 11-20% svojega WWW časa.

Polovica respondentov (49%) porabi do 10% svojega WWW časa za strani na ameriških strežnikih, kar je v primerjavi z letom 1997 zelo velik delež, saj je leta 1997 samo 14% respondentov porabilo do 10% svojega WWW časa za strani na ameriških strežnikih (glej sliko 31). Tako se je v primerjavi z letom 1997 povečal delež tistih, ki porabijo do 50% svojega WWW časa za strani na ameriških strežnikih – leta 1997 je ta delež znašal 52%, leta 2002 pa ta delež znaša 93%. Tako se je močno zmanjšala tudi povprečna poraba WWW časa za strani na ameriških strežnikih, ki je leta 1997 znašala 52%, leta 2002 pa 18%.

Oglejmo si še, kakšen odstotek celotnega časa, ki ga respondenti porabijo za brskanje po internetu, porabijo za strani na strežnikih v tujini.

Tabela 49: Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za strani na strežnikih v tujini? (RIS – junij 2002, n=107)

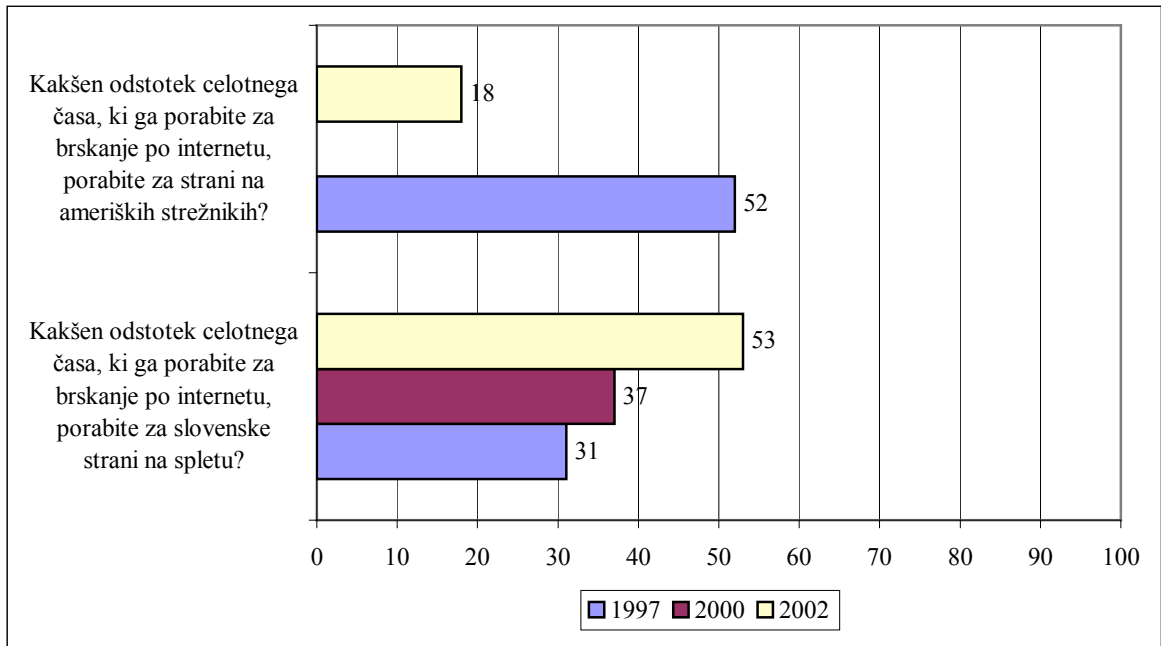
	število	delež %
0 - nič	12	11
1 - 1-10%	21	19
2 - 11-20%	19	18
3 - 21-30%	10	9
4 - 31-40%	4	4
5 - 41-50%	15	14
6 - 51-60%	11	11
7 - 61-70%	6	6
8 - 71-80%	3	2
9 - 81-90%	5	5
10 - 91-100%	2	1
skupaj	107	100
povprečna ocena celotnega časa	29%	



Slika 44: Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za strani na strežnikih v tujini? (RIS – junij 2002, n=107)

Največ respondentov porabi 1-10% in 11-20% svojega WWW časa za strani na strežnikih v tujini, naslednja gostitev pa so anketiranci, ki porabijo 41-50% svojega WWW časa za strani na strežnikih v tujini. Delež tistih, ki porabijo do 50% svojega WWW časa za strani na strežnikih v tujini, znaša 75%, medtem ko slaba polovica respondentov (48%) porabi do 20% svojega WWW časa za strani na strežnikih v tujini.

Tako se izkaže, da v letu 2002, respondenti v povprečju porabijo 53% svojega WWW časa za slovenske strani na spletu, 18% svojega WWW časa za strani na ameriških strežnikih in 29% svojega WWW časa za strani na strežnikih v tujini.



Slika 45: Primerjava povprečnih ocen celotnega WWW časa (RIS – 1997, 2000, 2002)

V primerjavi z letom 1997 so se tako zgodile velike spremembe, in sicer se je močno povečala povprečna poraba WWW časa za slovenske strani na spletu ter močno zmanjšala povprečna poraba WWW časa za strani na ameriških strežnikih. Tudi v primerjavi z letom 2000 se je močno povečala povprečna poraba WWW časa za slovenske strani na spletu.

Tabela 50: Kakšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite za brskanje po internetu, porabite za ... - sociodemografske značilnosti (RIS – junij 2002)

	<i>slovenske strani na spletu</i>		<i>strani na ameriških strežnikih</i>		<i>strani na strežnikih v tujini</i>	
	<i>povprečna ocena</i>	<i>n</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>n</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>n</i>
SPOL						
moški	52	109	20	54	38	54
ženske	54	116	18	59	22	53
STAROST						
12-19	60	45	20	24	29	21
20-29	48	65	29	35	41	27
30-49	52	98	12	48	26	47
50-65	55	16	15	6	21	11
IZOBRAZBA						
dokončana OŠ	60	45	20	25	27	20
poklicna šola	48	22	29	14	8	8
srednja šola	51	101	16	44	33	53
višja in visoka šola	51	58	18	31	32	26
REGIJA						
osrednja SLO	48	95	19	47	32	44
vzhodna Štajerska	60	42	13	2,3	24	19
savinjska	63	17	18	10	23	6
gorenjska	49	26	26	13	28	13
goriška	56	12	3	4	36	7
obala	59	15	31	8	30	7
dolenjska	56	11	9	3	32	8
prekmurje	42	9	32	5	38	4
POGOSTOST UPORABE I.						
večkrat dnevno	47	80	20	41	29	37
skoraj vsak dan	57	47	17	24	38	22
nekajkrat tedensko	57	53	25	32	30	20
nekajkrat mesečno	48	37	10	14	26	22
manj kot en-krat na mesec	74	7	4	2	19	6
ZAP. STATUS						
zaposlen	53	131	18	64	24	63
lastnik podjetja	36	3			30	3
samostojni podjetnik	65	5	6	3	30	2
samozap. strokovnjak	9	1	3	1		
svobodni poklici	55	1			35	1
pogodbeno delo	40	3	23	2	69	2
nezaposlen	31	3	15	2	65	1
upokojenec	56	4	17	2	17	2
osnovnošolci	65	13	17	8	32	5
srednješolci	58	32	21	17	26	15
študent	45	27	29	13	55	14
gospodinja	85	1	5	1		
ZAČETEK UPORABE I.						
do 1995	42	18	25	7	42	10
1996-1998	52	60	24	32	35	27
1999-2000	51	101	16	50	27	48
po letu 2001	63	46	16	24	24	22

Kljub majhnemu številu respondentov znotraj posameznih kategorij se nakazuje, da največ svojega WWW časa, za slovenske strani na spletu, porabijo:

- ženske (razlike med spoloma so minimalne),
- najmlajši,
- neizobraženi,
- v pogledu regij – savinjska,
- srednješolci,
- pogosti uporabniki interneta in tisti, ki uporabljajo internet manj kot en-krat na mesec,
- novi uporabniki interneta.

Največ svojega WWW časa, za strani na ameriških strežnikih, porabijo:

- moški (razlike med spoloma so minimalne),
- stari 20-29 let,
- tisti, ki imajo dokončano poklicno šolo,
- v pogledu regij – prekmurje in obala,
- študentje,
- pogosti uporabniki interneta,
- dolgoletni uporabniki interneta.

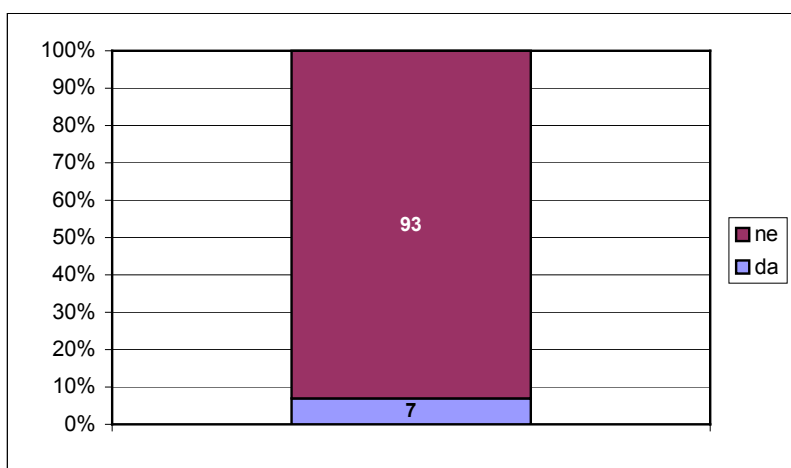
Največ svojega WWW časa, za strani na strežnikih v tujini, porabijo:

- moški,
- stari 20-29 let,
- izobraženi,
- v pogledu regij – prekmurje, goriška, dolenjska in osrednja Slovenija,
- študentje,
- pogosti uporabniki interneta,
- dolgoletni uporabniki interneta.

5. Dodatek

5.1. Osebna predstavitevna stran

Vprašalnik RIS – Eurostat je vseboval tudi vprašanje o osebni predstavitveni strani. Osebno predstavitveno stran na internetu ima 7% respondentov, ostalih 93% respondentov pa je nima. Vprašanje je bilo zastavljeno osebam, ki so uporabljale internet v zadnjih 3 mesecih. Osebno predstavitveno stran na internetu ima torej približno 40,000 oseb, ki so internet uporabljale v zadnjih 3 mesecih.



Slika 46: Ali imate osebno predstavitveno stran na internetu? (RIS 2002, n=343)

Tabela 51: Osebna predstavitvena stran na internetu (RIS 2002, n=343)

Ali imate osebno predstavitveno stran na internetu?	delež (%)	n
da	7	25
ne	93	318
skupaj	100	343

Kljub temu, da gre za majhno število enot, se nakazuje, da imajo osebno predstavitveno stran na internetu bolj pogosto osebe, ki:

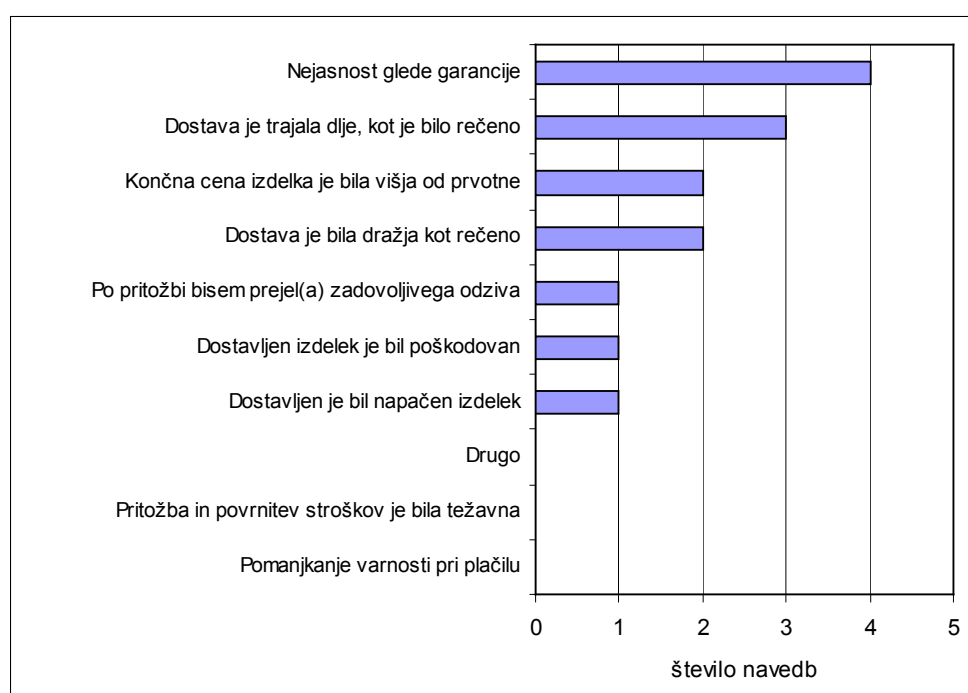
- so moškega spola,
- so stare 20 let in več,
- imajo dokončano vsaj poklicno šolo,
- prihajajo iz savinjske in obalne regije ter Prekmurja,
- so samostojni podjetniki in samozaposleni strokovnjaki ter
- so začele uporabljati internet do leta 1995.

Tabela 52: Sociodemografske značilnosti oseb, ki imajo osebno predstavitevno stran na internetu
(RIS 2002, n=343)

<i>Ali imate osebno predstavitevno stran na internetu?</i>	delež (%)
SPOL	
moški	((9))
ženske	•5
STAROST	
12-19	•1
20-29	((12))
30-49	•8
50-65	•11
IZOBRAZBA	
dokončana OŠ	•2
poklicna šola	•11
srednja šola	((8))
višja in visoka šola	•12
REGIJA	
osrednja SLO	•7
vzhodna Štajerska (MB)	•5
savinjska (CE)	•11
gorenjska	•2
goriška	•4
obalna	•13
dolenjska	•9
prekmurje	•13
ZAPOSLOTVENI STATUS	
zaposlen (pri delodajalcu)	((7))
lastnik podjetja	•14
samostojni podjetnik	•30
samozaposleni strokovnjaki	•41
nezaposlen	•13
upokojenec	
osnovnošolec	
srednješolec	•2
študent	•11
kmetovalec	
ZAČETEK UPORABE INTERNETA	
1991-1995	•28
1996-1998	•7
1999-2000	•7
2001-2002	•3

5.2. Problemi pri e-nakupovanju

Respondentom, ki so v preteklih 3 mesecih e-nakupovali, smo zastavili vprašanje o morebitnih problemih, na katere so naleteli pri nakupovanju prek interneta. Respondenti so imeli na voljo ponujene trditve, na katere so odgovarjali z 'da' (imeli smo take probleme) in 'ne' (ni bilo takih problemov). Največji problem pri e-nakupovanju respondentom predstavlja nejasnost glede garancije (4 navedbe), sledi pa problem z dostavo, saj je trajala dlje, kot je bilo rečeno (3 navedbe).



Slika 47: Problemi pri e-nakupovanju (RIS 2002, n=28)

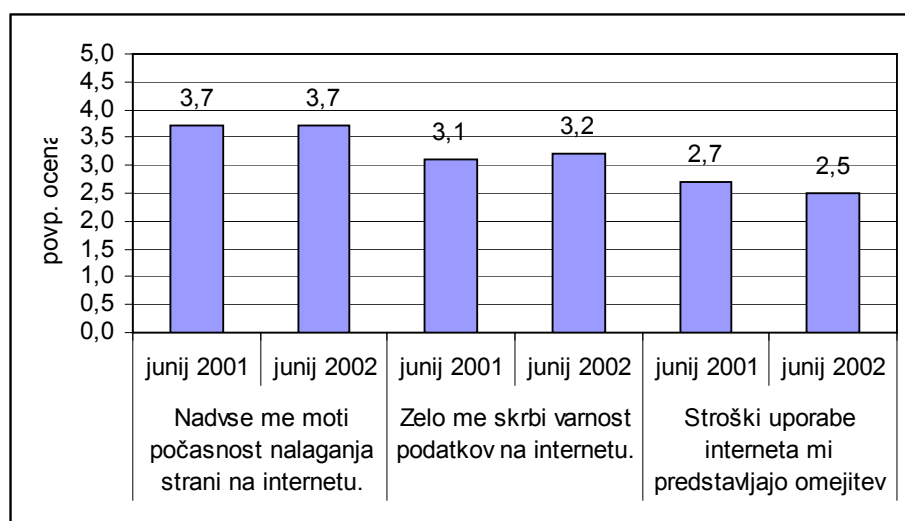
Tabela 53: Problemi pri e-nakupovanju (RIS 2002, n=28)

Če ste pri nakupovanju prek interneta naleteli na probleme, povejte, kateri od navedenih so bili?	št. navedb	%
Nejasnost glede garancije	4	29
Dostava je trajala dlje, kot je bilo rečeno	3	21
Dostava je bila dražja kot rečeno	2	14
Končna cena izdelka je bila višja od prvotne	2	14
Dostavljen je bil napačen izdelek	1	7
Dostavljen izdelek je bil poškodovan	1	7
Po pritožbi bisem prejel(a) zadovoljivega odziva	1	7
Pomanjkanje varnosti pri plačilu	0	0
Pritožba in povrnitev stroškov je bila težavna	0	0
Drugo	0	0
Skupaj	14	100

5.3. Uporaba interneta

Mesečni uporabniki interneta so izražali tudi svoje strinjanje oz. nestrinjanje s trditvami, ki se nanašajo na uporabo interneta. Respondenti se v povprečju najbolj strinjajo s trditvijo, da jih nadvse moti počasnost nalaganja strani na internetu. S trditvijo, da jih zelo skrbi varnost podatkov na internetu, se popolnoma strinja 24% respondentov. Najmanj pa se v povprečju respondenti strinjajo z naslednjo trditvijo: »Stroški uporabe interneta mi predstavljajo omejitev pri njegovi uporabi«.

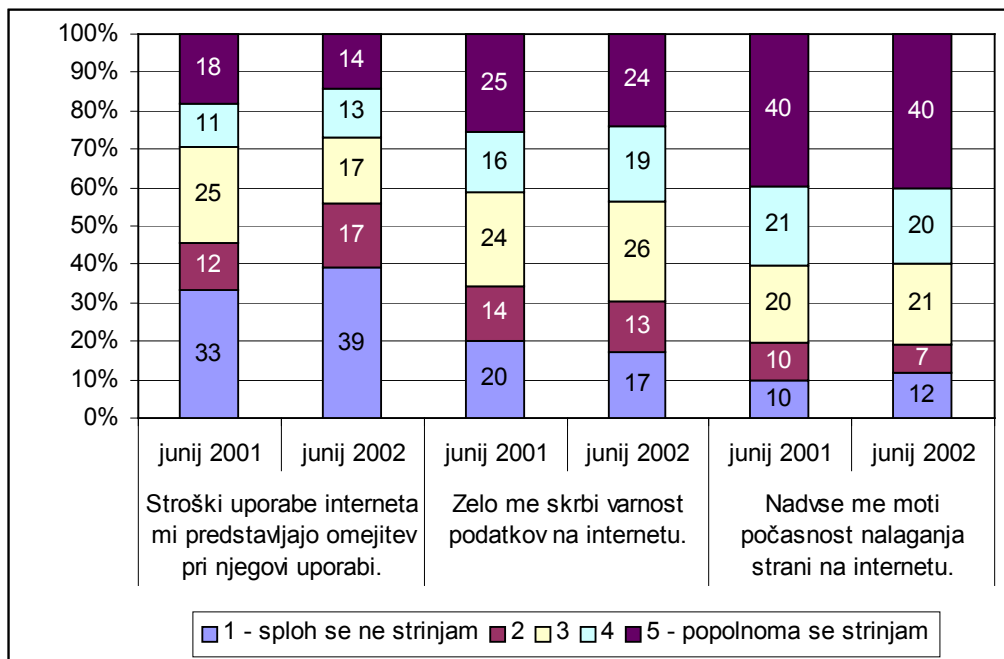
V primerjavi z junijem 2001 se (ne)strinjanje z omenjenimi ni bistveno spremenilo. Tako junija 2001 kot junija 2002 so se respondenti najbolj strinjali s trditvijo, da jih moti počasnost nalaganja strani na internetu, manj jih skrbi varnost podatkov na internetu, najmanj pa so se strinjali s trditvijo, da jim stroški uporabe interneta predstavljajo omejitev.



Slika 48: Povprečne vrednosti za trditve o uporabi interneta (RIS 2002, n=234; RIS 2001, n=255)

Tabela 54: Trditve o uporabi interneta (RIS 2002, n=234)

Na lestvici od 1 do 5 ocenite, kako se strinjate z naslednjimi trditvami.	1 - sploh se ne strinjam	2	3	4	5 - popolnoma se strinjam	n	povp. vred.	std. napaka	int. zaupanja
Nadvse me moti počasnost nalaganja strani na internetu.	12	7	21	20	40	233	3,7	0,1	3,7 ± 0,2
Zelo me skrbi varnost podatkov na internetu.	17	13	26	19	24	234	3,2	0,1	3,2 ± 0,2
Stroški uporabe interneta mi predstavljajo omejitev pri njegovi uporabi.	39	17	17	13	14	234	2,5	0,1	2,5 ± 0,2



Slika 49: Trditve o uporabi interneta (RIS 2002, n=234; RIS 2001, n=255)

Glede na sociodemografske značilnosti respondentov se kažejo naslednje tendence:

- Ženske bolj kot moške moti počasnost nalaganja strani na internetu.
- Tem mlajši so respondenti, tem bolj jih moti počasnost nalaganja strani na internetu.
- Počasnost nalaganja strani na internetu najbolj moti osebe z dokončano OŠ izobrazbo in osebe, ki so začele uporabljati internet v letih 1999 in 2000.
- Glede skrbi za varnost podatkov na internetu ni značilnih razlik med moškimi in ženskami.
- S starostjo narašča zaskrbljenost glede varnosti podatkov na internetu.
- Varnost podatkov na internetu najmanj skrbi osebe, ki so pričele uporabljati internet leta 2001 in 2002.
- Ženskam bolj kot moškim predstavlja strošek uporabe interneta omejitev pri njegovi uporabi.
- Tem starejše so osebe, tem večjo omejitev pri uporabi interneta jim predstavlja strošek uporabe interneta.
- Tem višjo izobrazbo imajo osebe, tem manjšo omejitev pri uporabi interneta jim predstavlja strošek uporabe interneta.

Tabela 55: Sociodemografske značilnosti oseb glede na trditve o uporabi interneta (RIS 2002, n=234)

	<i>Nadvse me moti počasnost nalaganja strani na internetu.</i>	<i>Zelo me skrbi varnost podatkov na internetu.</i>	<i>Stroški uporabe interneta mi predstavljajo omejitev pri njegovi uporabi.</i>
	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>	<i>povprečna ocena</i>
SPOL			
moški	3,5	3,2	2,4
ženske	3,9	3,3	2,6
STAROST			
12-19	4,0	3,0	2,7
20-29	3,7	3,2	2,6
30-49	3,6	3,2	2,3
50-65	((3,4))	((3,6))	((2,1))
IZOBRAZBA			
dokončana OŠ	4,1	3,1	2,8
poklicna šola	(3,5)	(2,8)	(2,9)
srednja šola	3,6	3,3	2,3
višja in visoka šola	3,8	3,4	2,3
REGIJA			
osrednja SLO	3,5	3,0	2,5
vzhodna Štajerska (MB)	3,6	3,1	2,4
savinjska (CE)	((4,0))	((3,2))	((2,6))
gorenjska	(4,2)	(3,5)	(2,4)
goriška	((4,2))	((3,9))	((2,2))
obalna	((3,3))	((3,4))	((2,5))
dolenjska	((3,5))	((2,9))	((2,3))
prekmurje	•3,8	•3,7	•3,5
ZAPOSLOTVENI STATUS			
zaposlen (pri delodajalcu)	3,5	3,2	2,4
lastnik podjetja	•3,1	•3,1	•2,2
samostojni podjetnik	•3,9	•4,0	•2,5
samo zaposleni strokovnjaki	•3,4	•4,4	•2,4
nezaposlen	•4,5	•2,2	•1,8
upokojenec	•3,1	•3,9	•1,9
osnovnošolec	((3,9))	((2,8))	((2,9))
srednješolec	4,1	3,1	2,8
študent	(4,1)	(3,2)	(2,6)
kmetovalec	•4,0	•4,0	•2,0
ZAČETEK UPORABE INTERNETA			
1991-1995	((3,8))	((3,3))	((2,1))
1996-1998	3,3	3,3	2,4
1999-2000	4,0	3,3	2,6
2001-2002	3,5	3,0	2,4