Η ταυτότητα της έρευνας (1)

- **Δημοσίευση Ερευνας**

  FLASH MULTIMEDIA

- **Τύπος έρευνας**

  Ποσοτική έρευνα με προσωπικές συνεντεύξεις και χρήση δομημένου ερωτηματολογίου.

- **Περιοχή έρευνας**

  Η περιοχή έρευνας ήταν το σύνολο της χώρας συμπεριλαμβανομένων και των νήσων Αιγαίου και Ιονίου.

- **Μέθοδος δειγματοληψίας**

  Για την επιλογή του δείγματος χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της Τρισταδιακής δειγματοληψίας.

  Στο πρώτο στάδιο επελέγησαν τα οικοδομικά τετράγωνα διεξαγωγής της έρευνας, αναλογικά του πληθυσμού (proportional to size sampling) βάσει του αρχείου απογραφής 1991 της ΕΣΥΕ. Στο δεύτερο στάδιο με συστηματική δειγματοληψία (systematic sampling), μέσα σε κάθε επιλεγείσα περιοχή επελέγησαν τα νοικοκυριά διεξαγωγής της έρευνας. Τέλος στο τρίτο στάδιο, με απλή τυχαία δειγματοληψία επελέγησαν οι ερωτώμενοι (ηλικίας 18 ετών και άνω). Έτσι εξασφαλίστηκε η τυχαιότητα και αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος ως προς τα βασικά χαρακτηριστικά του πραγματικού πληθυσμού.

- **Μέγεθος δείγματος**

  Το μέγεθος του δείγματος ανέρχεται σε **1209** άτομα ηλικίας 18 ετών και άνω.

- **Χρόνος διεξαγωγής**

  Η έρευνα πεδίου διεξήχθη από **21** έως **27/6/2000**.

- **Σταθμίσεις**

  Προκειμένου να εξισορροπηθούν τυχόν παράγοντες μεροληψίας το δείγμα σταθμίστηκε εκ των υστέρων ως προς το φύλο και την ηλικία.

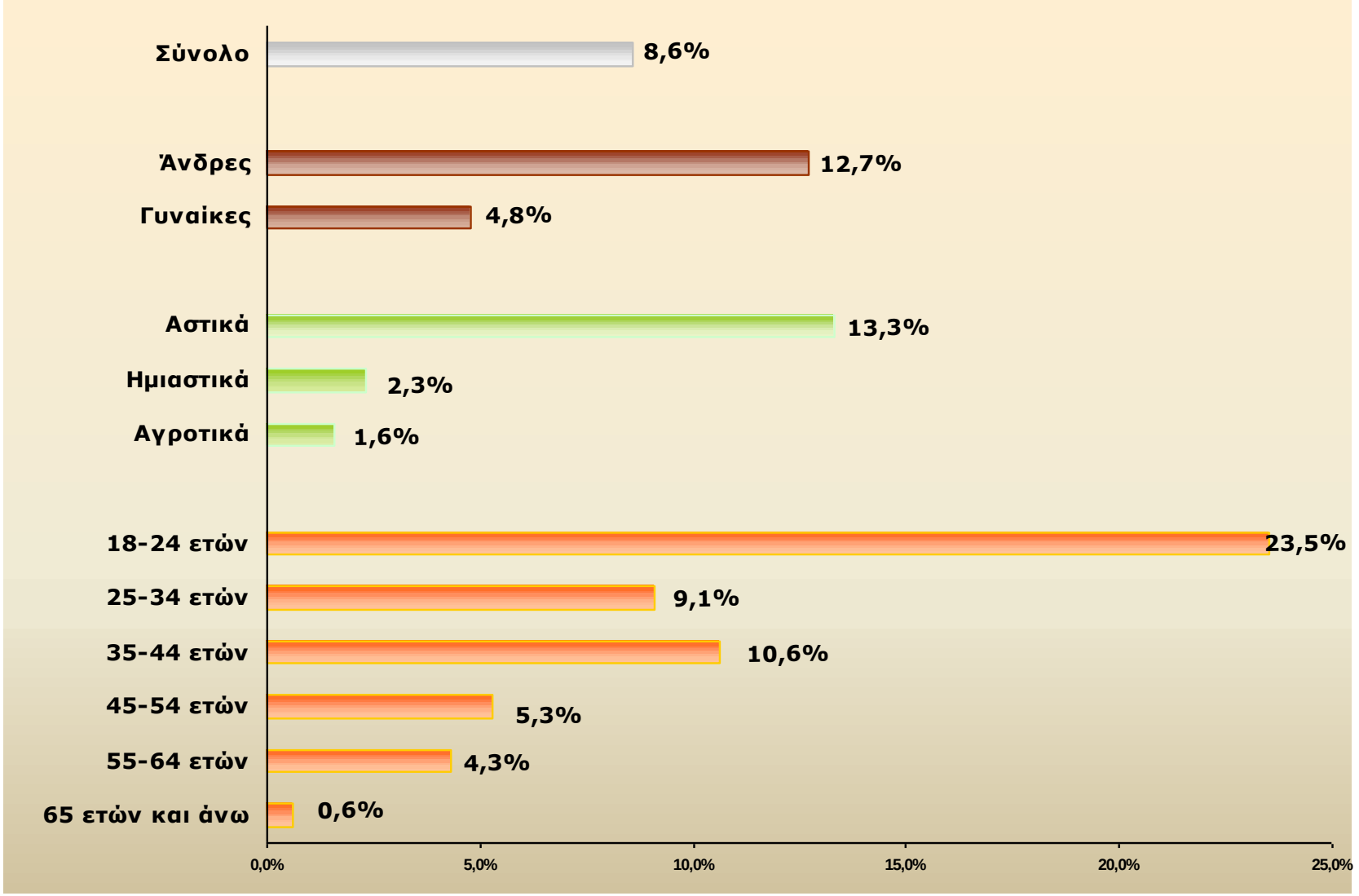
METRON ANALYSIS

Οι χρήστες του Internet στην Ελλάδα (1)

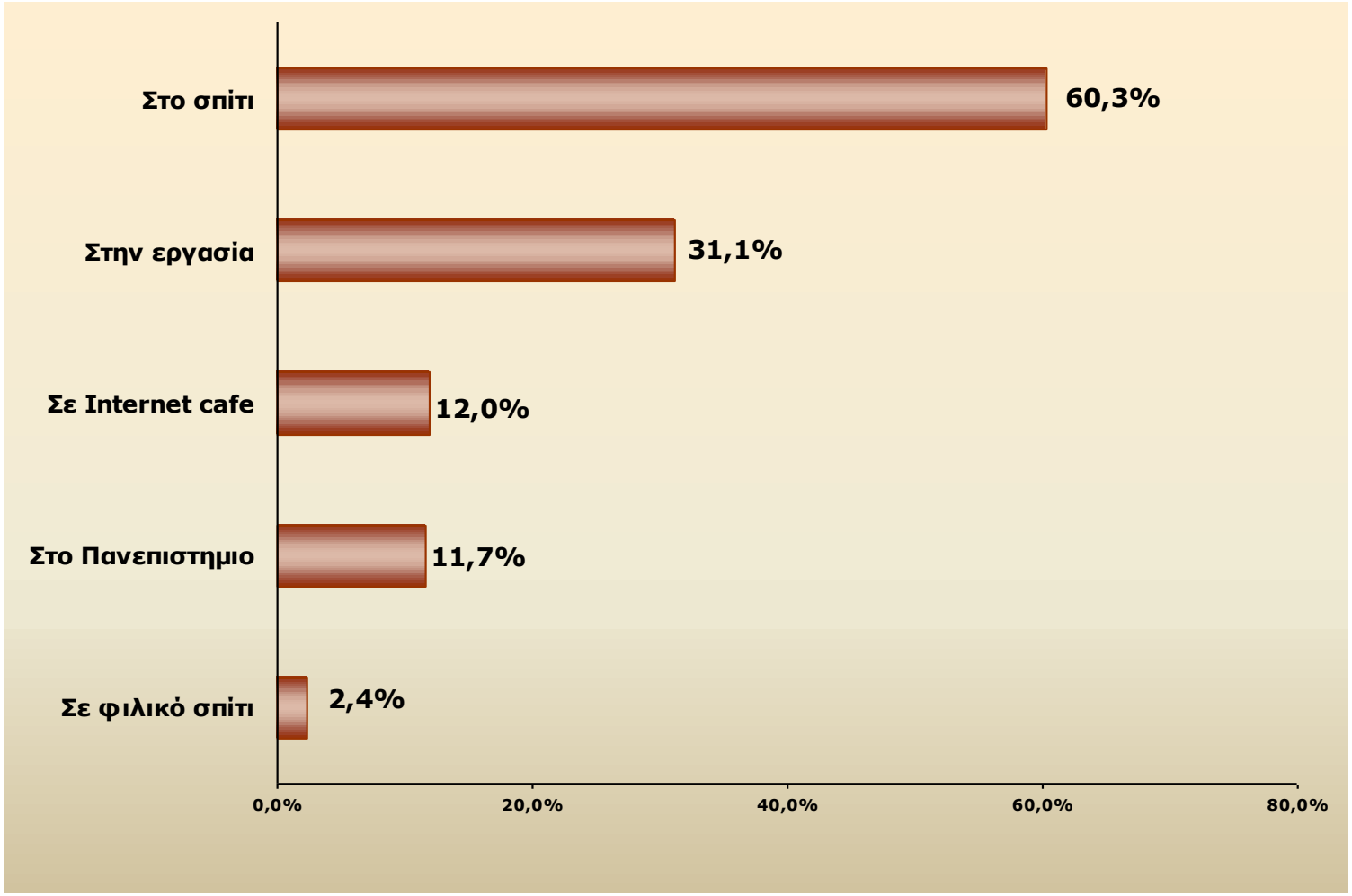
- Ανέρχονται στο **8,6%** του πληθυσμού 18 ετών και άνω

  (95% διάστημα εμπιστοσύνης : 7% - 10,2%)
- Αριθμούν περίπου **630.000** άτομα. Αν εφαρμόσουμε το ίδιο μοντέλο και για τις ηλικίες 12 έως 17, μπορούμε να κάνουμε την υπόθεση ότι το σύνολο των χρηστών προσεγγίζει περίπου τις 700.000 άτομα.
- Οι κυριότεροι χώροι από τους οποίους συνδέονται με το Internet είναι το σπίτι (**60,3%**) και ο χώρος εργασίας (**31,1%**).

Προφίλ Χρηστών Internet
(ποσοστά ανά κατηγορία)

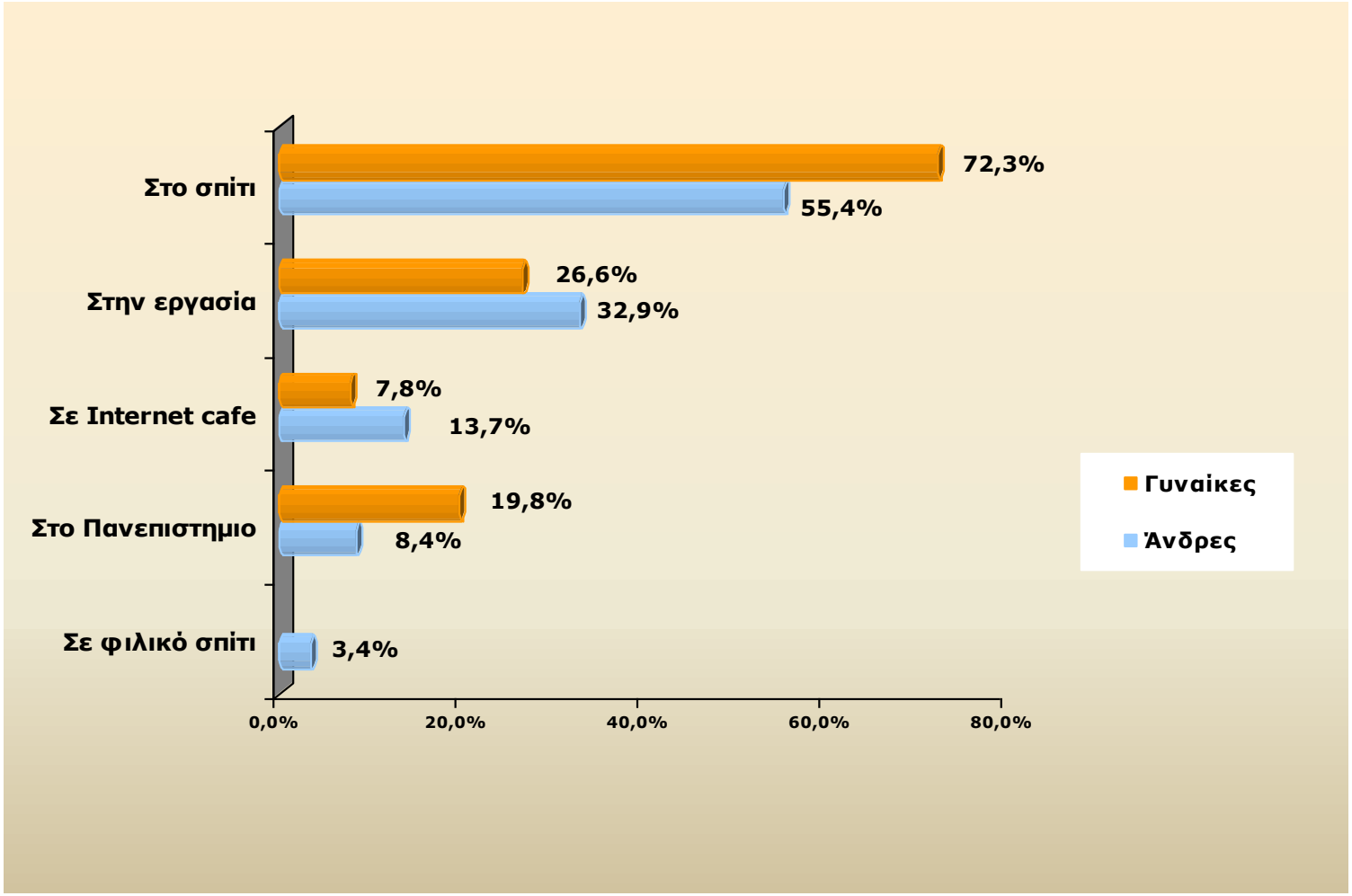


Σύνδεση στο Internet
(Πολλαπλές απαντήσεις)



Βάση : Χρήστες Internet

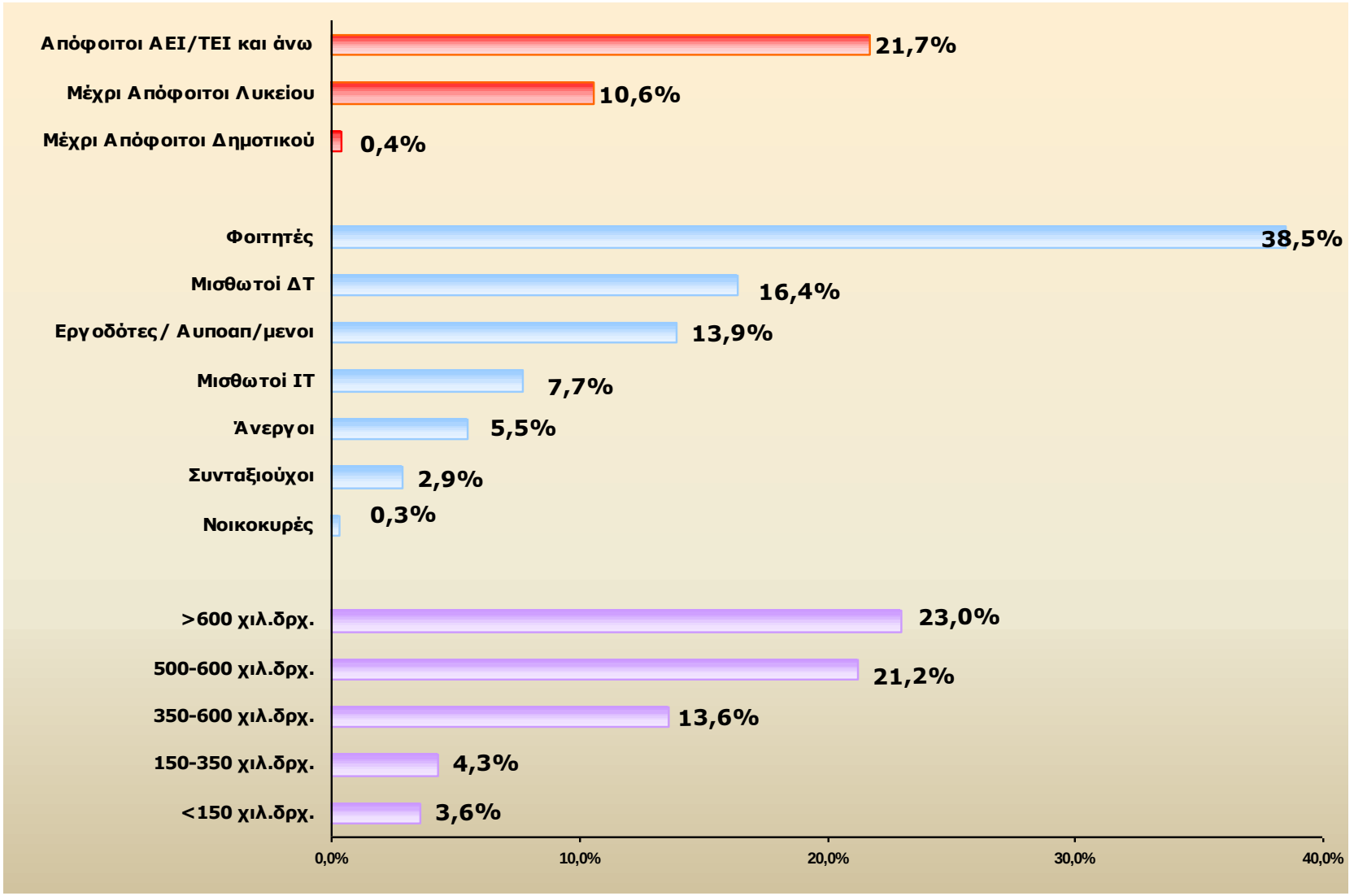
Σύνδεση στο Internet ανά φύλο



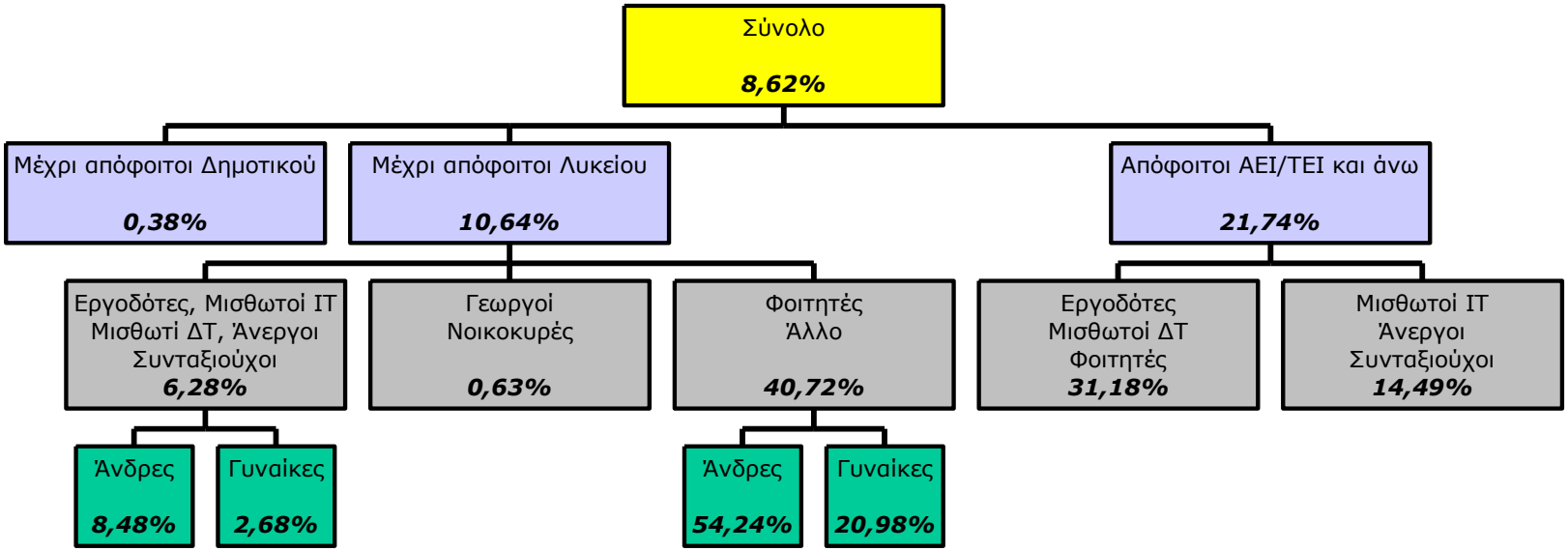
Οι χρήστες του Internet στην Ελλάδα (2)

- Είναι κυρίως νέοι (**23,5%** των νέων ηλικίας 18 - 24 ετών). Το **39%** περίπου των χρηστών Internet είναι 18 - 24 ετών.
- Είναι ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου (**21,7%** όσων έχουν πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ) ή Φοιτητές (το **38,5%** των Φοιτητών). Το εκπαιδευτικό επίπεδο είναι η βασική δημογραφική παράμετρος που διαφοροποιεί το ποσοστό χρηστών.
- Ζουν κυρίως στα Αστικά κέντρα (**13,3%** όσων ζουν στα αστικά κέντρα).
- Ανήκουν στα υψηλότερα εισοδηματικά κλιμάκια (**23,0%** όσων έχουν μηνιαία οικογενειακά εισοδήματα άνω των 600 χιλιάδων).
- Η χρήση του Internet παρατηρούμε επίσης ότι εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο χρήσης ηλεκτρονικών αγαθών σε ποσοστά σημαντικά μεγαλύτερα από αυτά των μη χρηστών του Internet.

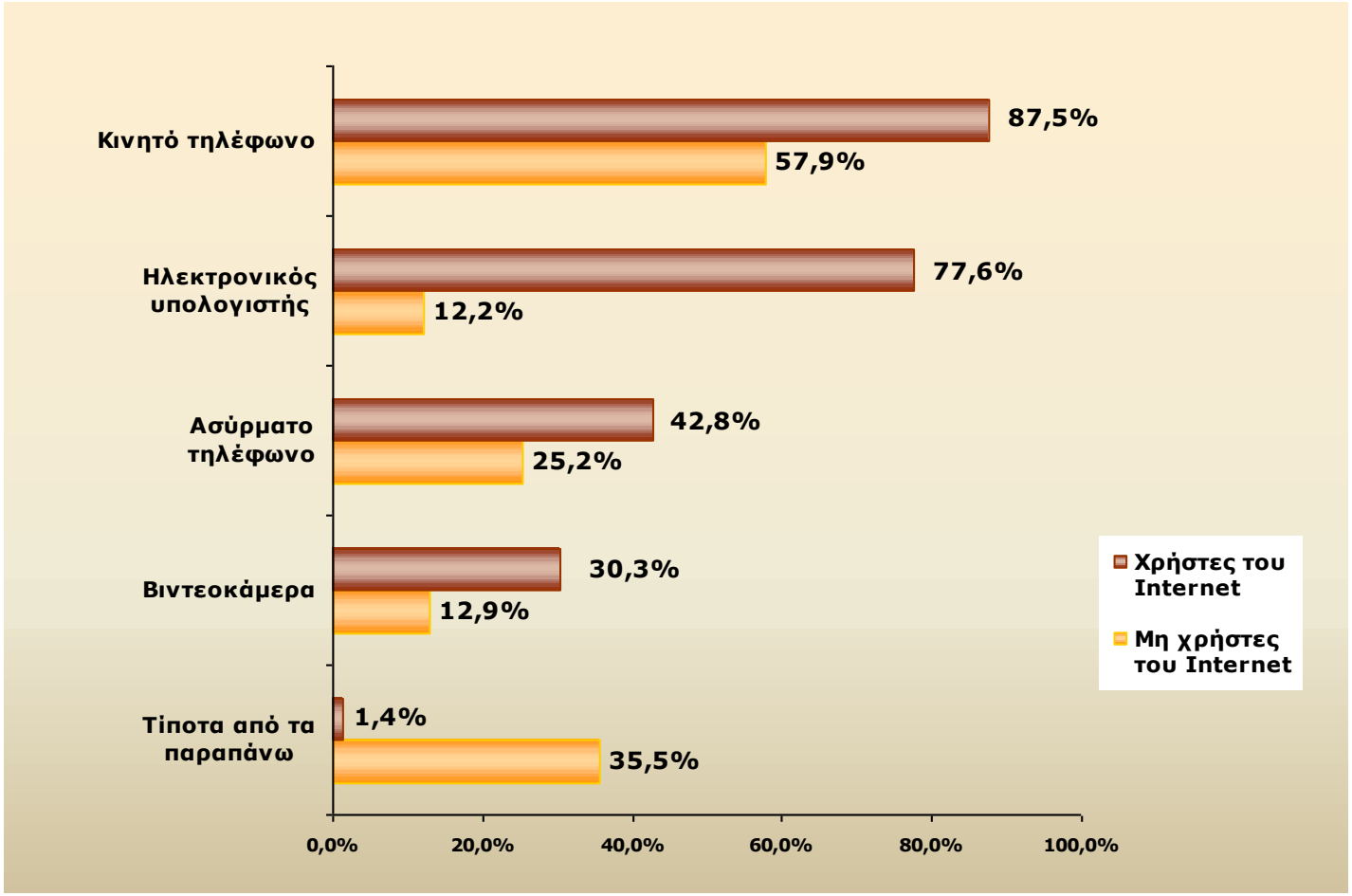
Προφίλ χρηστών Internet (2)
(ποσοστά ανά κατηγορία)



Χρήστες του Internet (4)



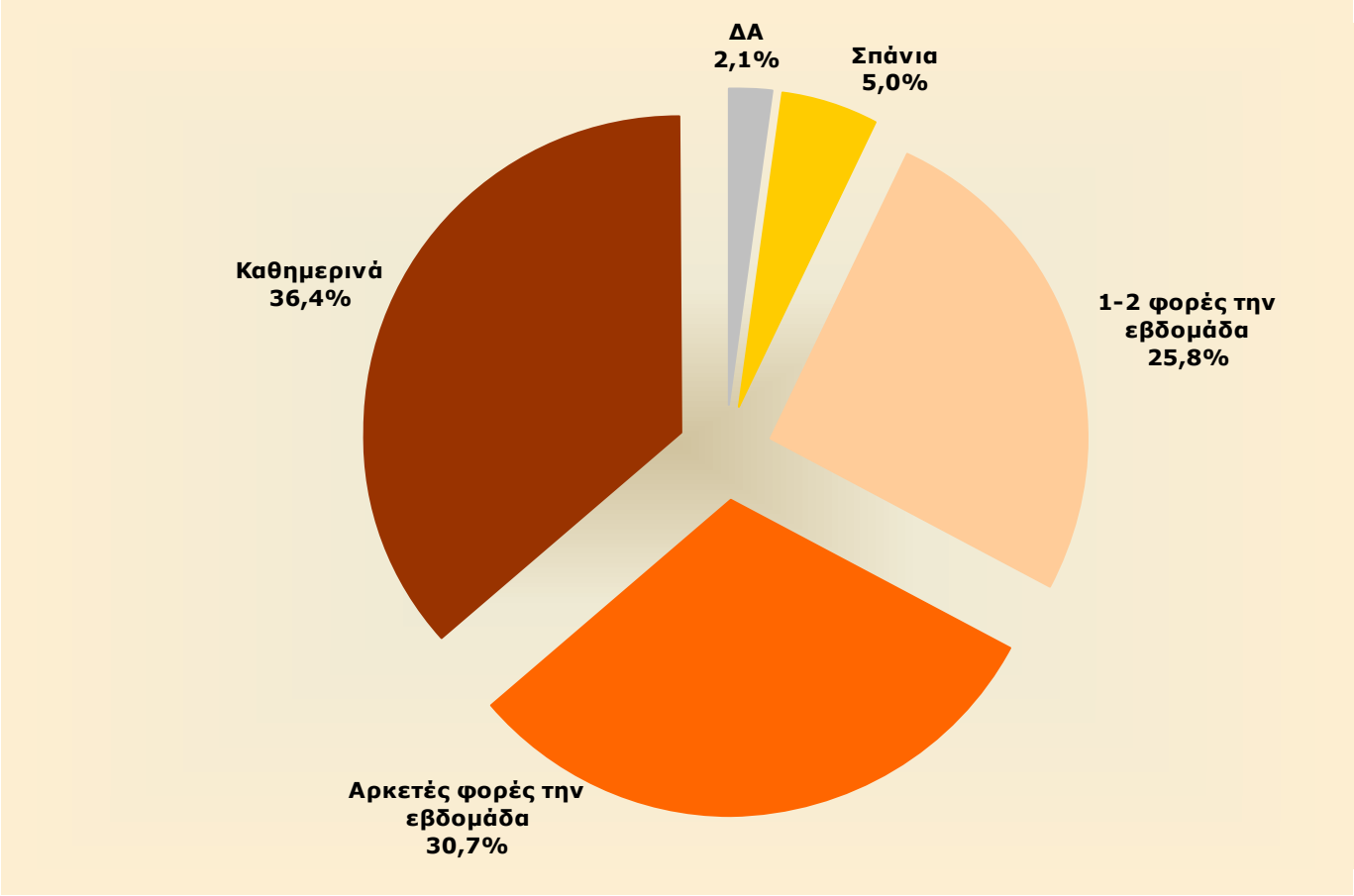
Κατοχή αγαθών στο νοικοκυριό και σύνδεση στο Internet (Πολλαπλές απαντήσεις)



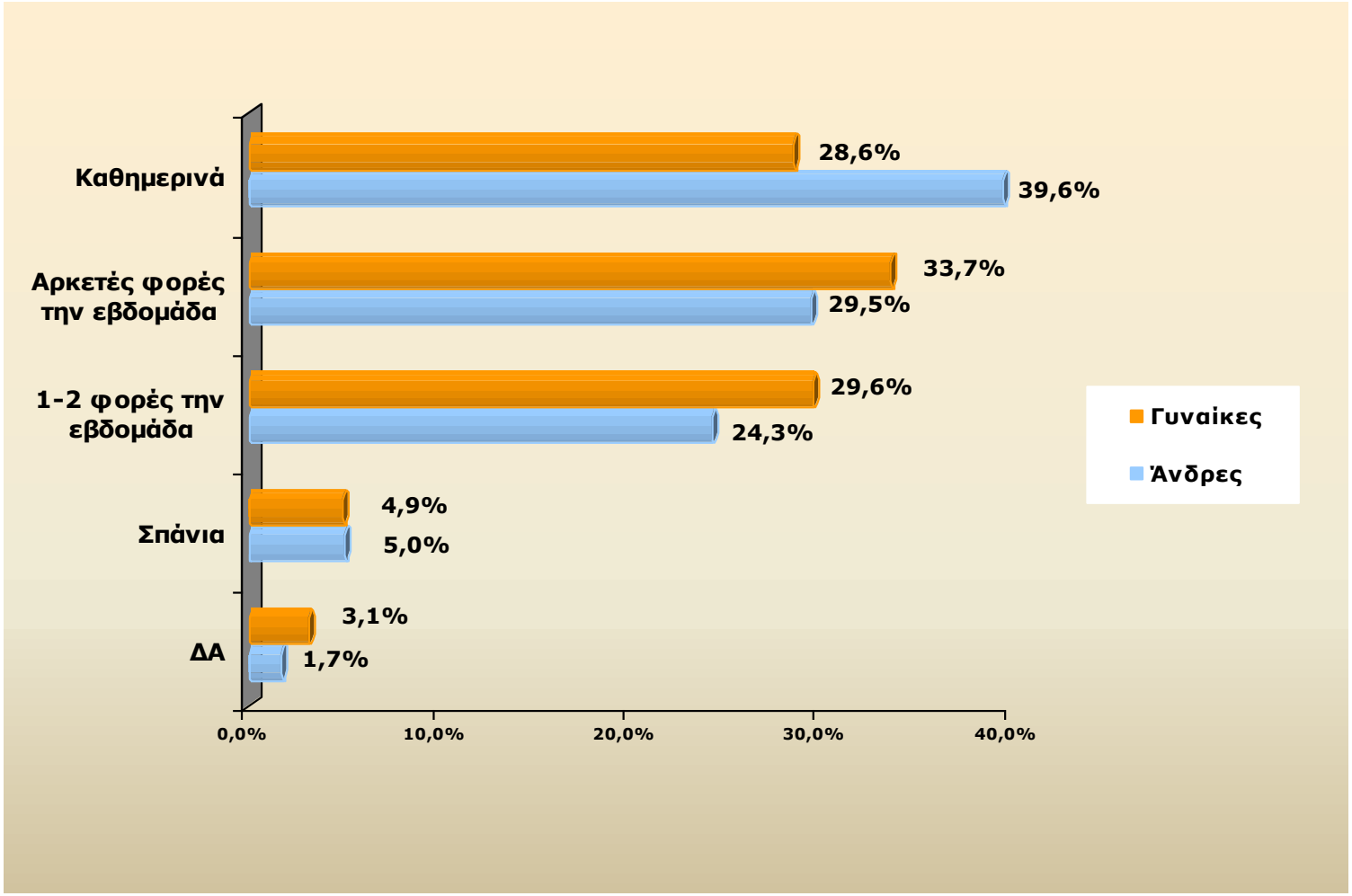
Συχνότητα σύνδεσης στο Internet (1)

- Περίπου ένας στους τρεις (**36,4%**) συνδέεται καθημερινά στο Internet.
- Το ποσοστό των καθημερινών χρηστών αυξάνει μεταξύ των ανδρών και φθάνει στο **39,6%** ενώ μεταξύ των γυναικών περιορίζεται στο **28,6%**.

Συχνότητα σύνδεσης στο Internet (2)



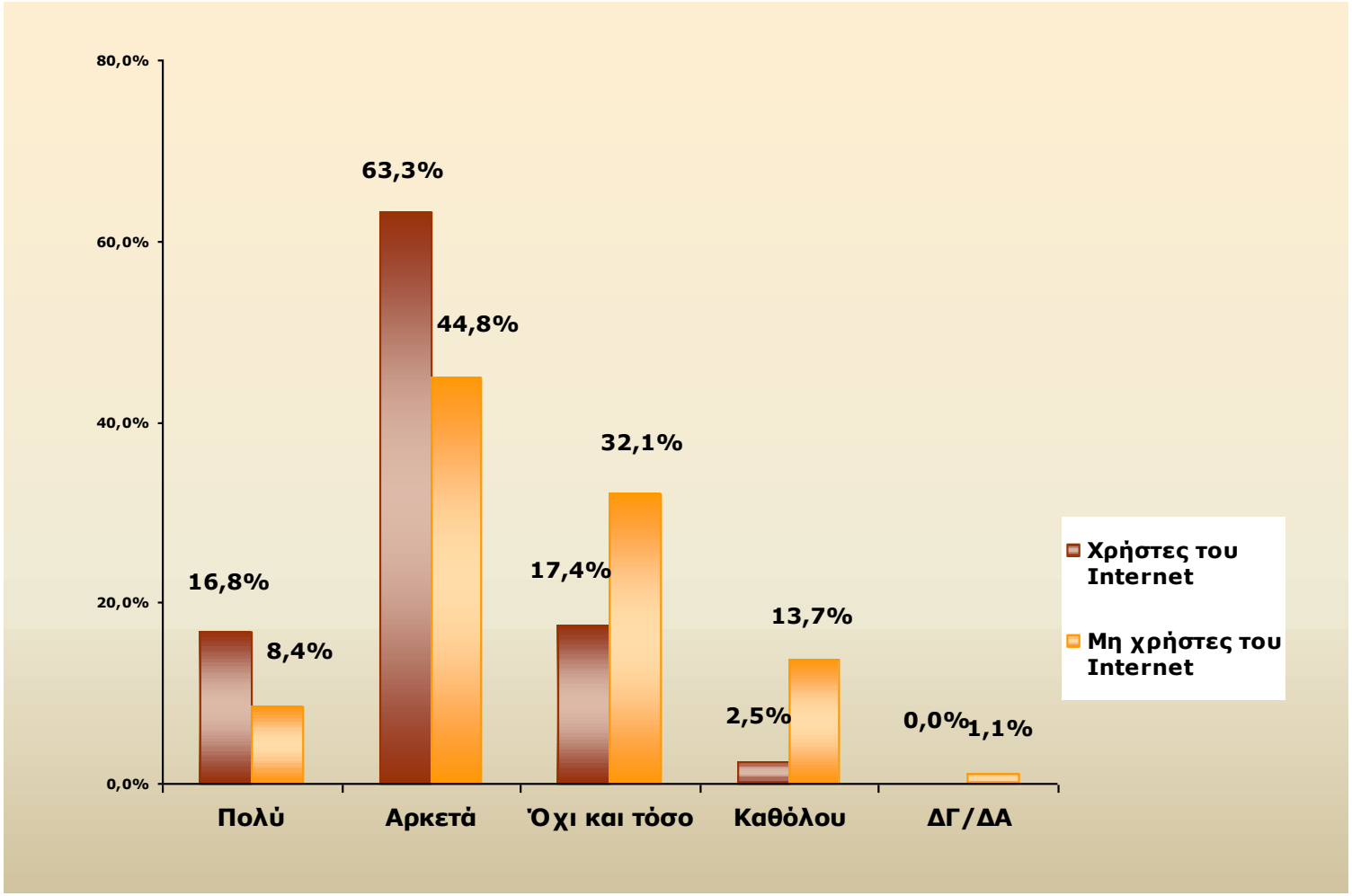
Συχνότητα σύνδεσης στο Internet ανά φύλο



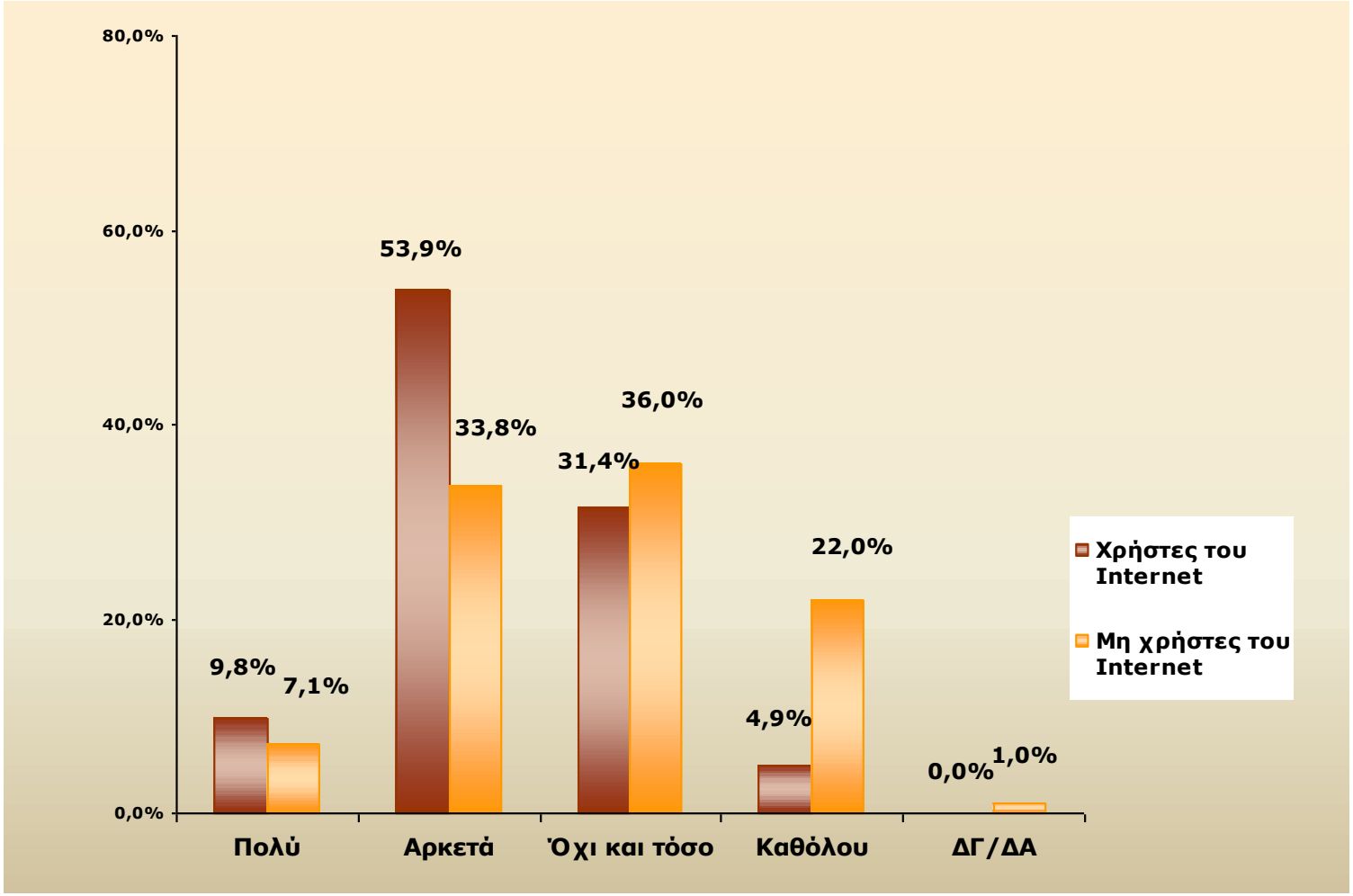
Οι χρήστες του Internet στην Ελλάδα - Ψυχογραφικά Χαρακτηριστικά

- Είναι αισιόδοξοι για τα προσωπικά τους σχέδια (περίπου οκτώ στους δέκα).
- Είναι αισιόδοξοι για την πορεία της χώρας (**63,7%**).
- Είναι εξωστρεφείς και διάκεινται θετικά προς την ιδέα της Ευρωπαϊκής ενοποίησης (το **67,9%** τάσσεται υπέρ της πολιτικής ενοποίησης της Ευρωπαϊκής Ενωσης).

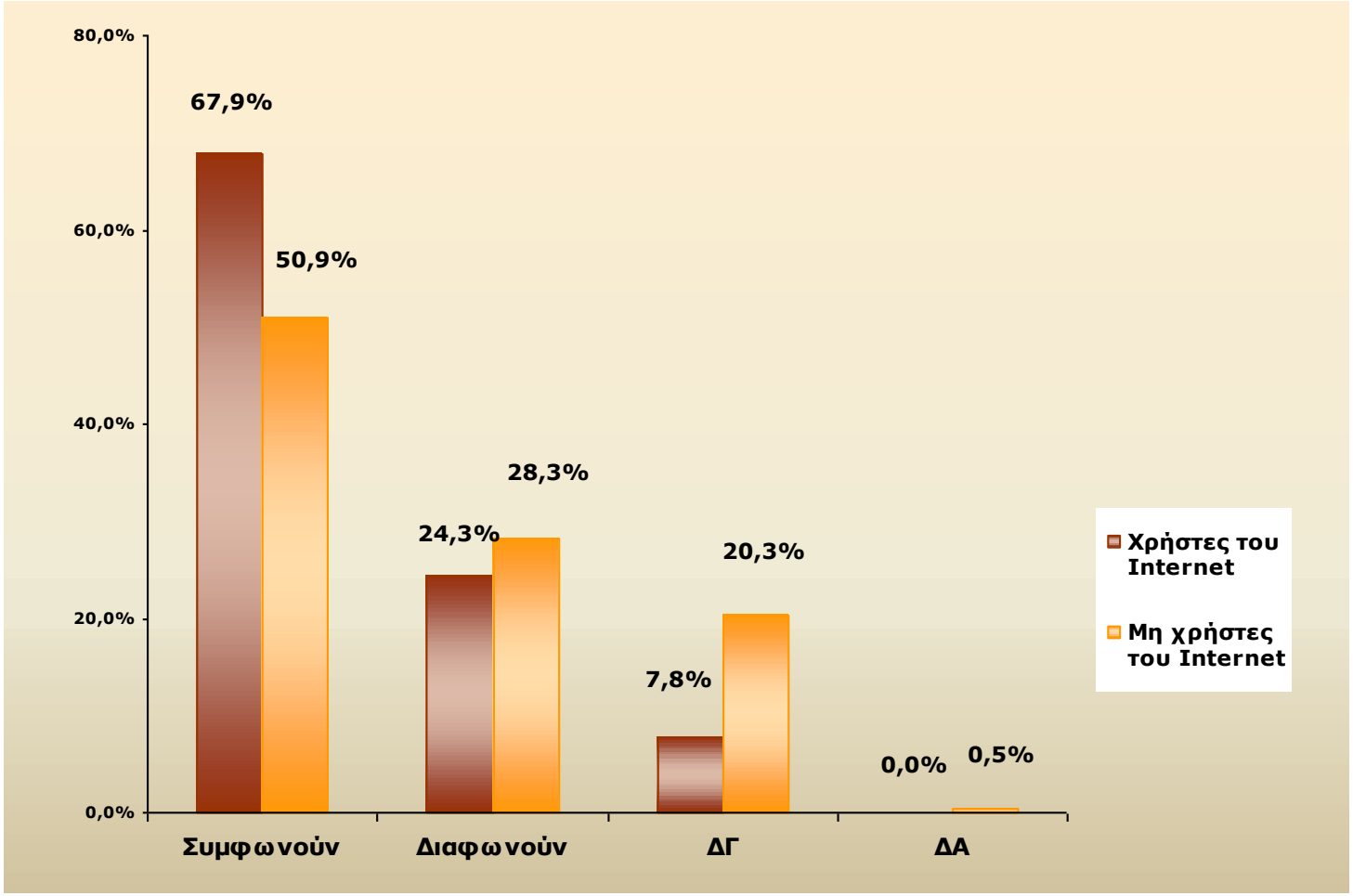
Πόσο αισιόδοξος/η είστε για τα επαγγελματικά και προσωπικά σχέδια;



Πόσο αισιόδοξος/η είστε για την πορεία της χώρας;



Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την πολιτική ενοποίηση της Ευρώπης;

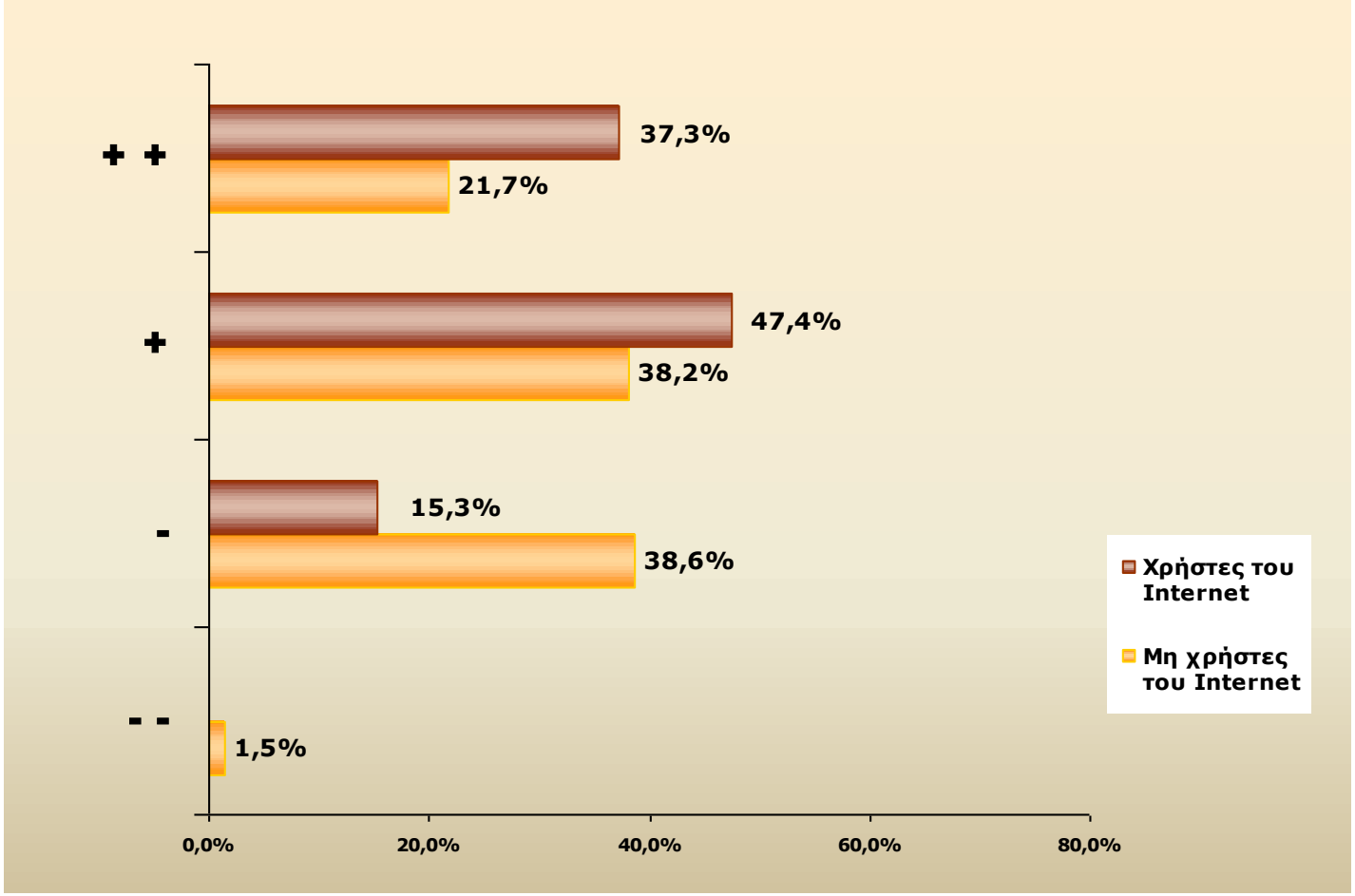


Χρήστες του Internet και ΜΜΕ

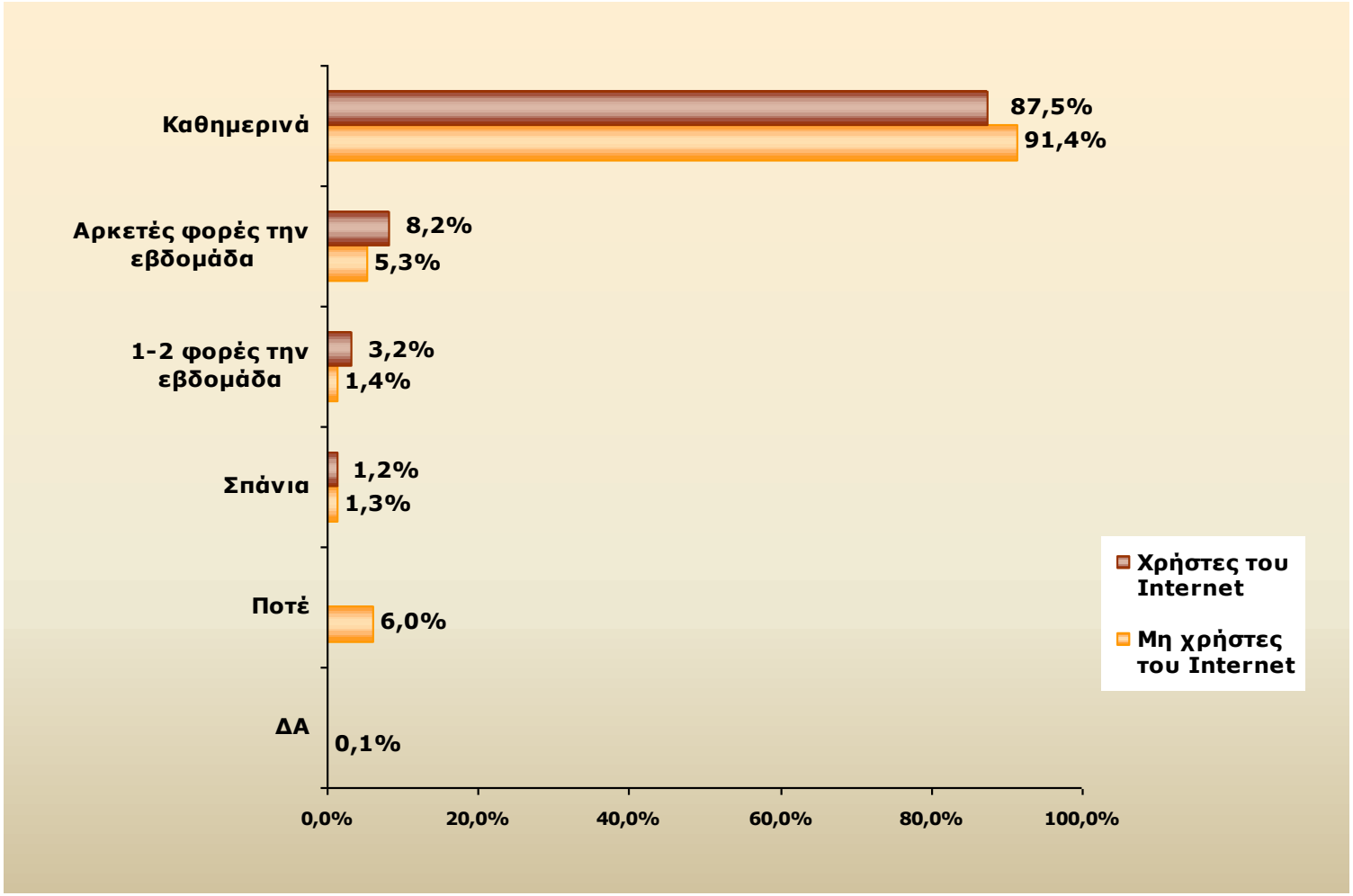
- Οι χρήστες του Internet παρακολουθούν και τα υπόλοιπα ΜΜΕ γενικά σε ποσοστό μεγαλύτερο απ' ότι οι μη χρήστες (**37,3%** έναντι **21,7%**).
- Η χρήση του Internet δεν φαίνεται να επηρεάζει τη χρήση των υπολοίπων ΜΜΕ, ενώ ειδικά ως προς τις εφημερίδες και το ραδιόφωνο φαίνεται να τα παρακολουθούν σε μεγαλύτερο ποσοστό απ' ότι οι μη χρήστες (**33,3%** των χρηστών Internet διαβάζουν εφημερίδες καθημερινά έναντι **16,8%** των μη χρηστών και **70,2%** των χρηστών Internet ακούν καθημερινά ραδιόφωνο έναντι **42,7%** των μη χρηστών).
- Οι χρήστες του Internet θεωρούν αξιόπιστα ενημερωτικά μέσα τον Τύπο και την Τηλεόραση σε αρκετά υψηλά ποσοστά (**63,2%** και **57,1%** αντίστοιχα).

METRON ANALYSIS

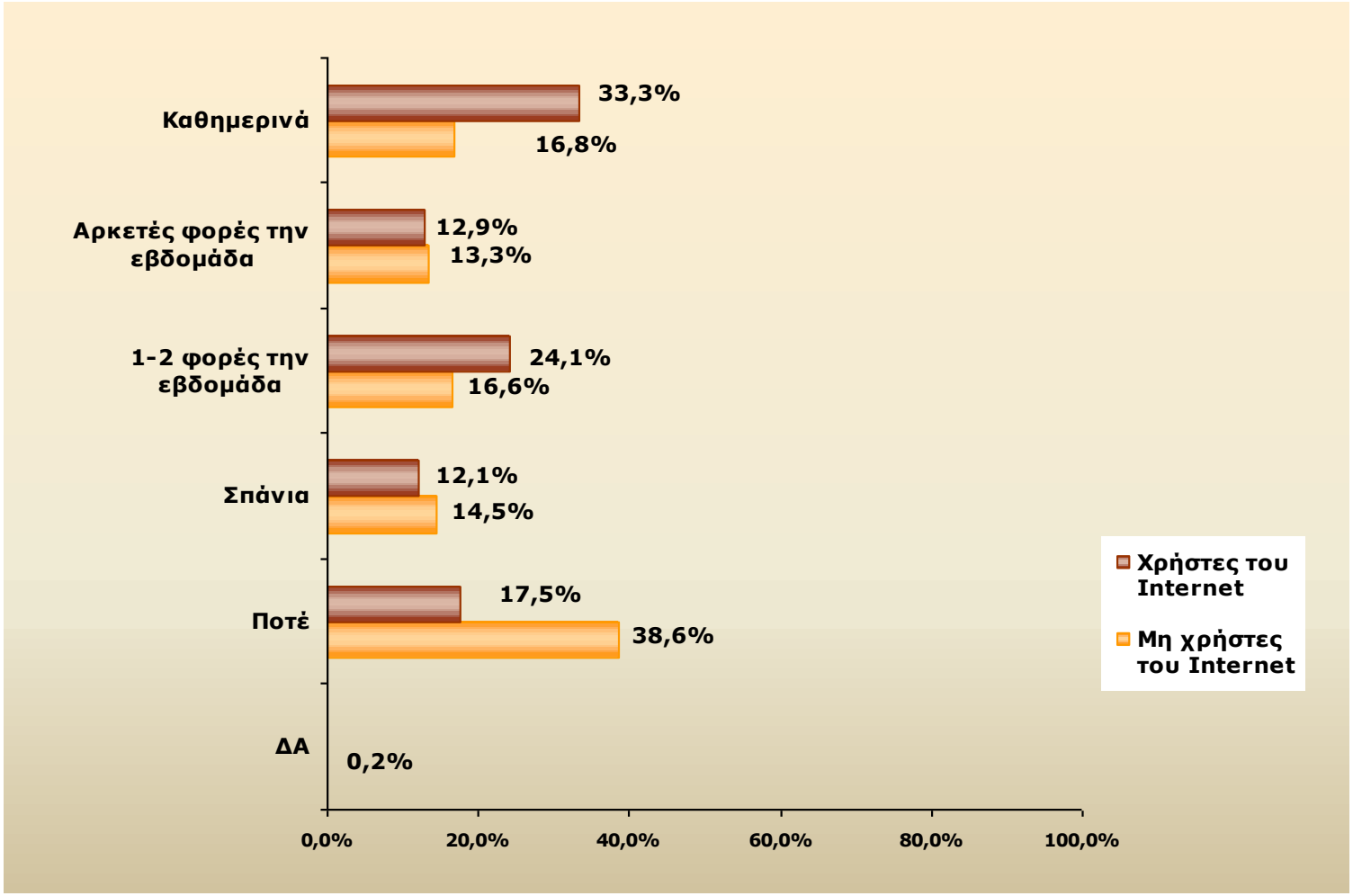
Χρήση Μ.Μ.Ε.


+ +
37,3%
21,7%
+
47,4%
38,2%
-
15,3%
38,6%
- -
1,5%
0,0%
20,0%
40,0%
60,0%
80,0%
Χρήστες του Internet
Μη χρήστες του Internet

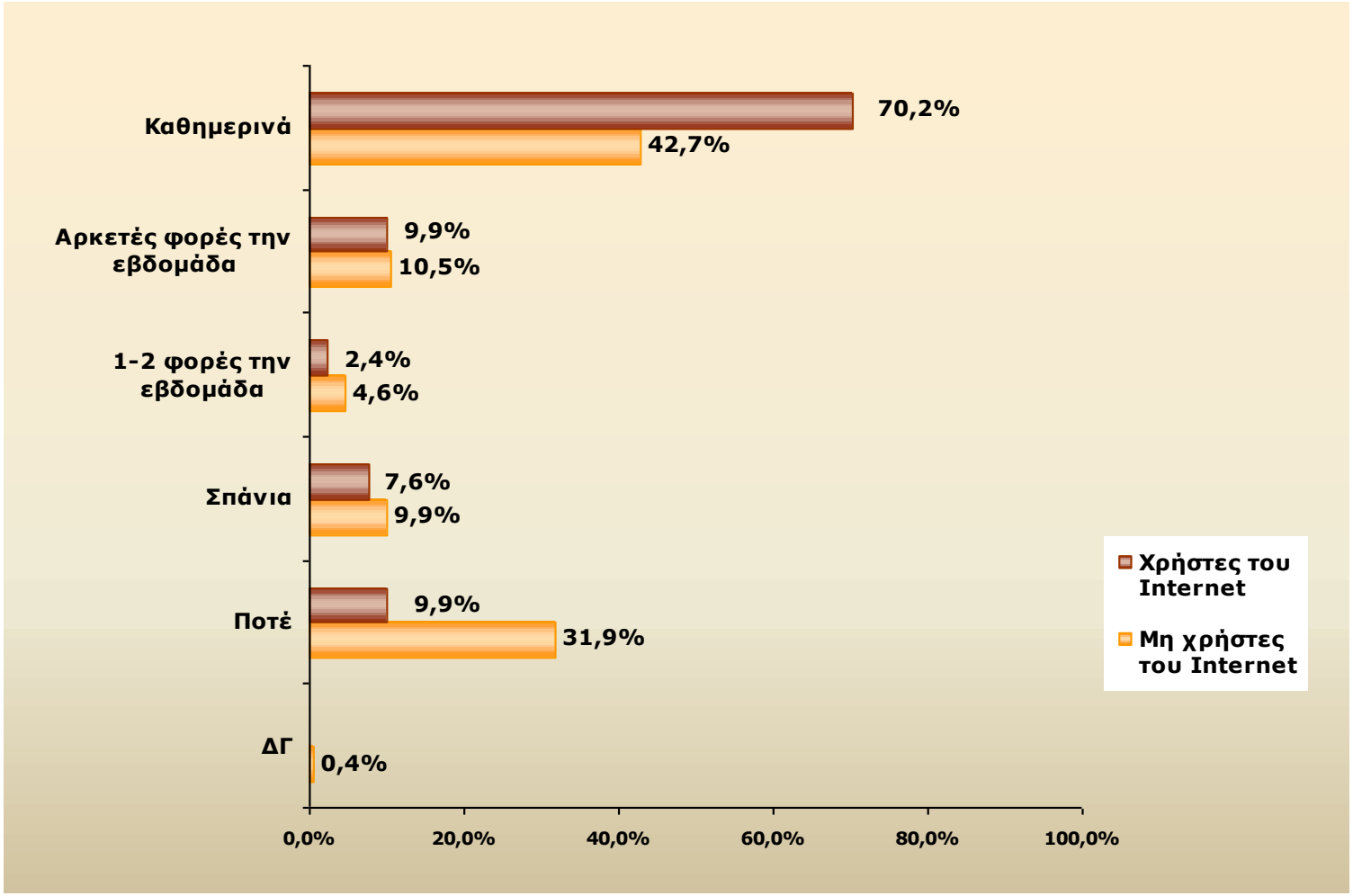
Συχνότητα παρακολούθησης τηλεόρασης και σύνδεση στο Internet



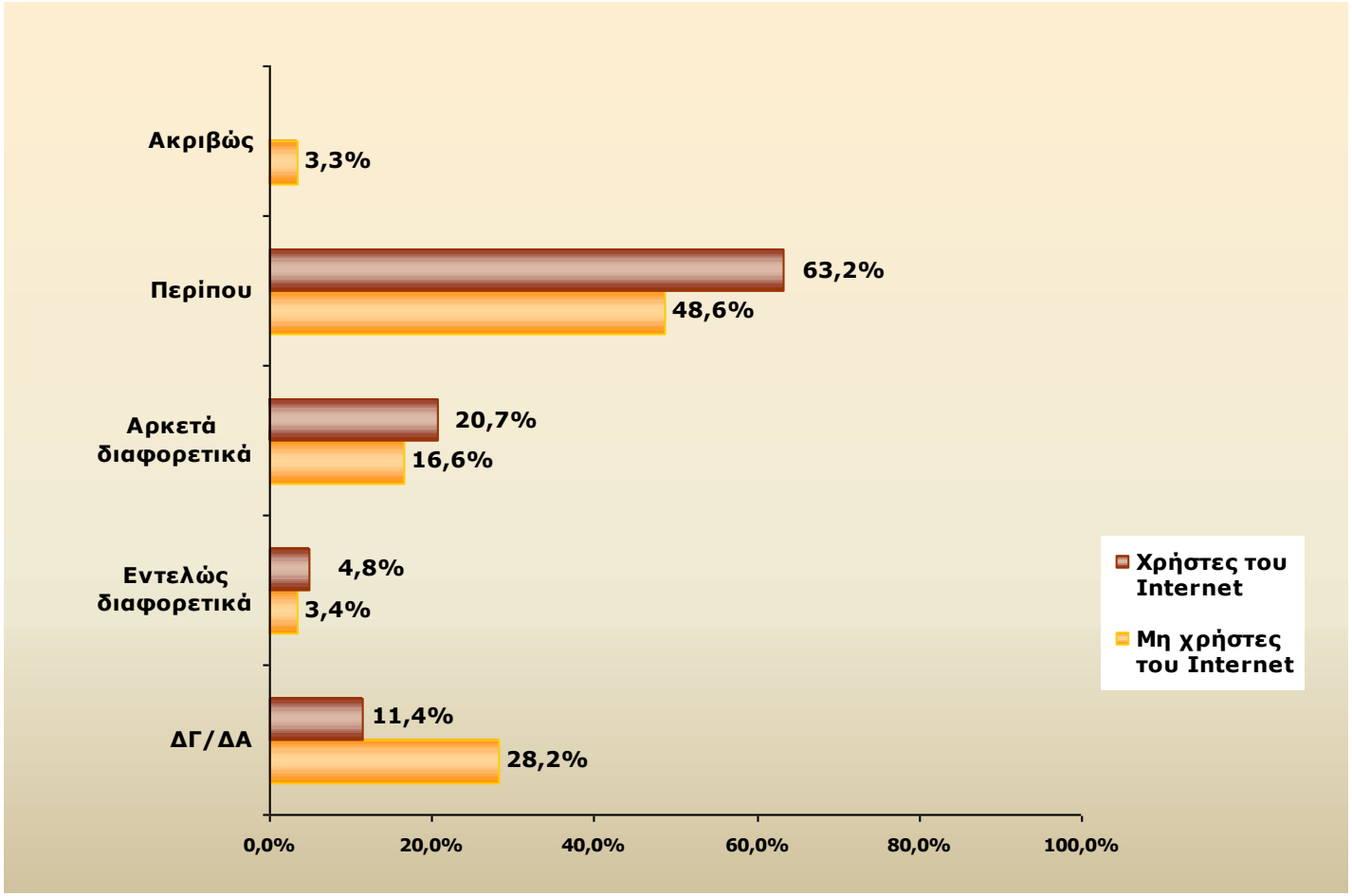
Συχνότητα ανάγνωσης εφημερίδων και σύνδεση στο Internet



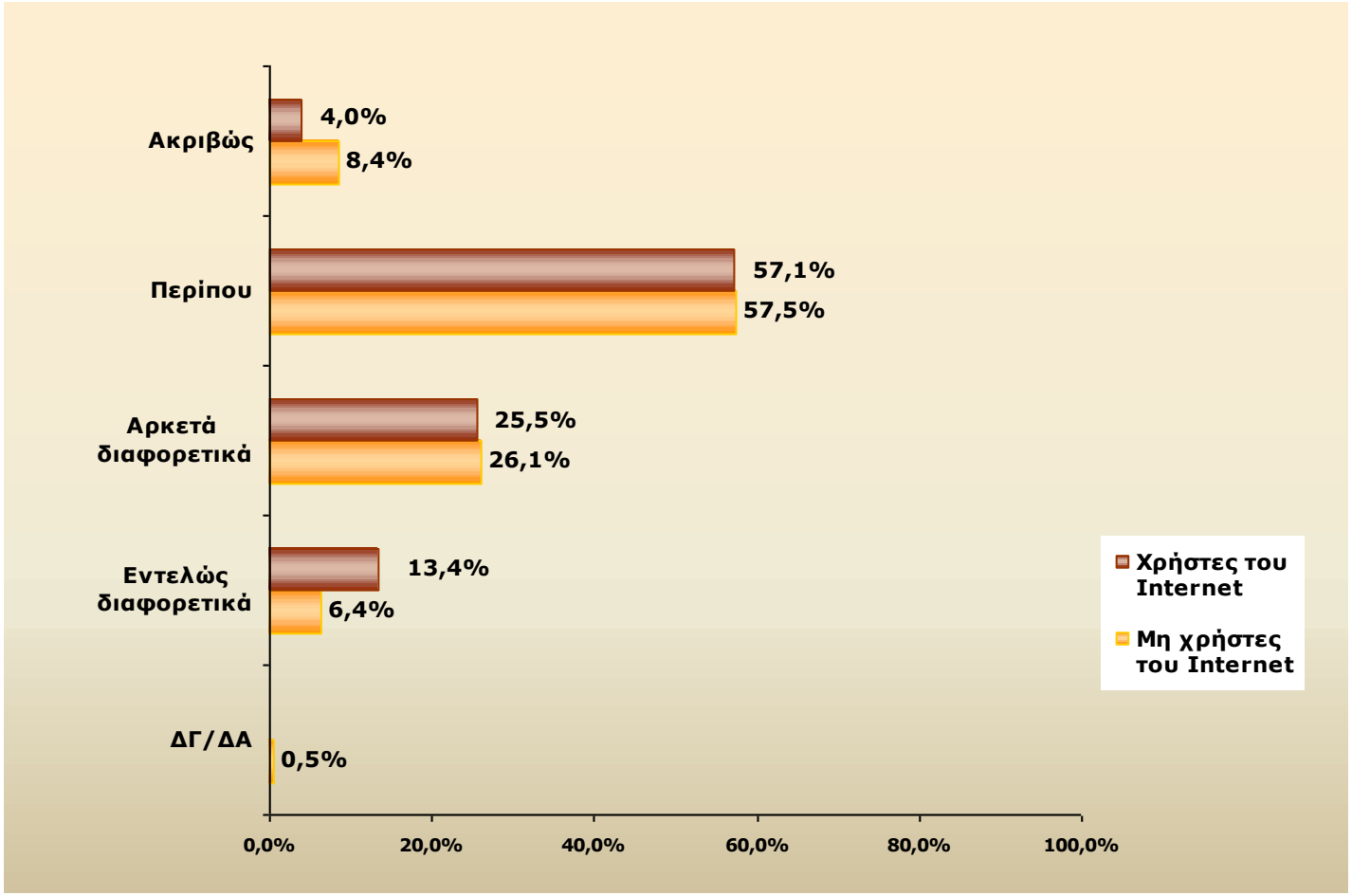
Συχνότητα ακρόασης ραδιοφώνου και σύνδεση στο Internet



Τα πράγματα συμβαίνουν ακριβώς, περίπου, αρκετά διαφορετικά ή εντελώς διαφορετικά από όπως τα γράφουν οι εφημερίδες και σύνδεση στο Internet



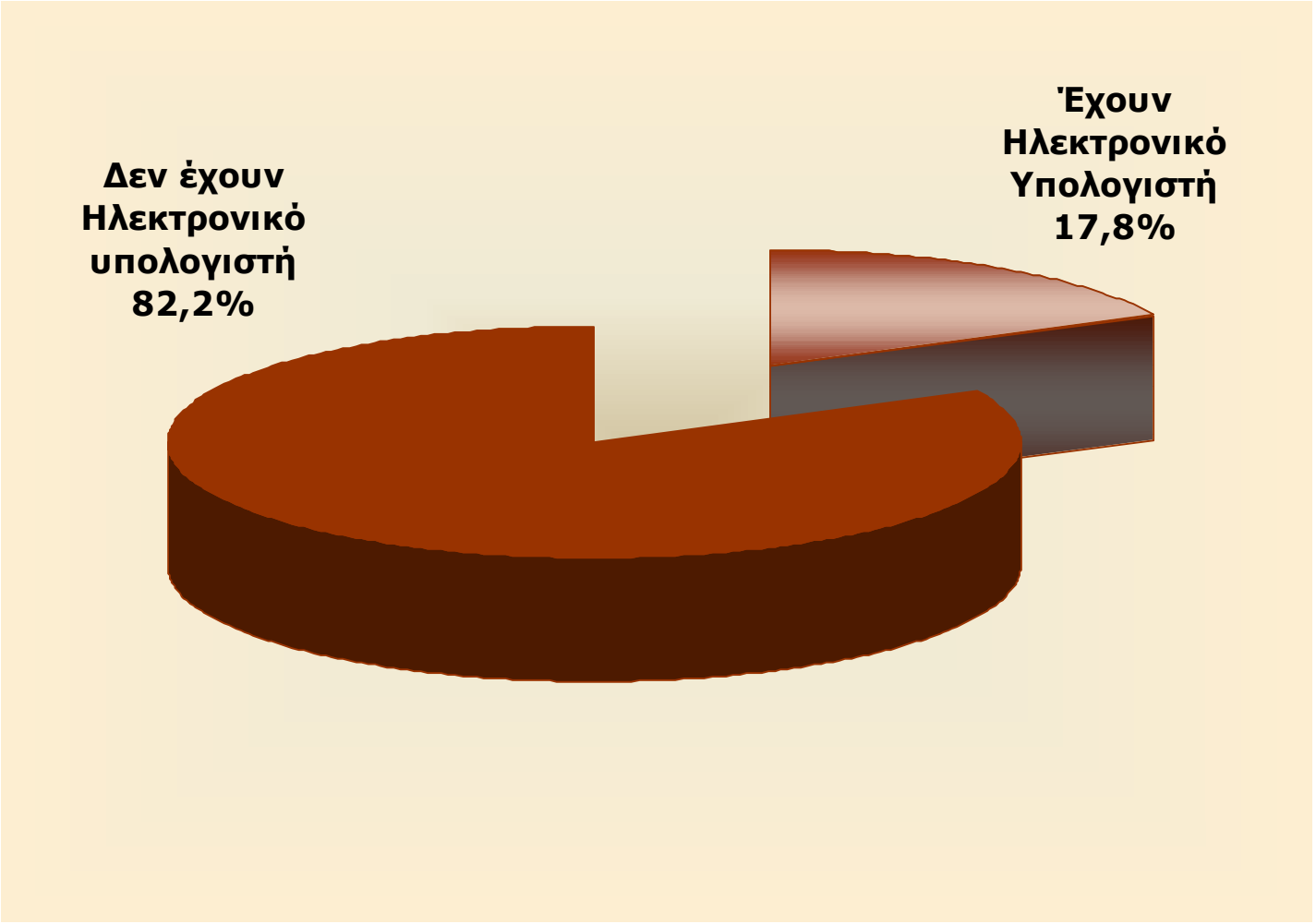
Τα πράγματα συμβαίνουν ακριβώς, περίπου, αρκετά διαφορετικά ή εντελώς διαφορετικά από όπως τα δείχνει η τηλεόραση και σύνδεση στο Internet



Κατοχή Ηλεκτρονικού Υπολογιστή στο σπίτι (1)

- Τέλος, παρατηρούμε ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής δεν αποτελεί αντικείμενο ευρείας χρήσης στην Ελλάδα, μια και από το σύνολο των ερωτώμενων, το 82,2% δήλωσε ότι δεν έχει.

Κατοχή Ηλεκτρονικού Υπολογιστή στο σπίτι



Συνοπτικά συμπεράσματα έρευνας (1)

- Η διείσδυση του Internet στην Ελλάδα κυμαίνεται ακόμη σε σχετικά χαμηλά επίπεδα (8,6% στις ηλικίες 18 και άνω, ποσοστό το οποίο κατ' αναλογία αντιστοιχεί περίπου σε 630.000 άτομα) σε σύγκριση με τα αντίστοιχα ποσοστά των χωρών της Β. Ευρώπης και των Η.Π.Α, τα οποία σε αρκετές περιπτώσεις ξεπερνούν ακόμη και το 50%. Το στοιχείο αυτό, αποτελεί ένδειξη των μεγάλων περιθωρίων αύξησης της διείσδυσης του Internet αλλά και γενικότερα των ηλεκτρονικών αγαθών στη χώρα μας, λαμβανομένου υπόψη και του ότι το 82,2% δεν κατέχει ηλεκτρονικό υπολογιστή.

- Στις ηλικίες 18 και άνω, οι χρήστες του Internet κατά το μεγαλύτερο ποσοστό τους βρίσκονται στην ηλικιακή ομάδα 18 έως 24, είναι ανωτέρου εκπαιδευτικού επιπέδου, ζουν κυρίως στα αστικά κέντρα, ανήκουν στα υψηλότερα εισοδηματικά κλιμάκια και κάνουν ευρύτερη ηλεκτρονικών αγαθών από ότι οι μη χρήστες.

METRON ANALYSIS

Συνοπτικά συμπεράσματα έρευνας (2)

- Από τους Ελληνες χρήστες του Internet, το μεγαλύτερο ποσοστό τους είναι άνδρες, περίπου ο ένας στους τρεις συνδέεται καθημερινά στο Internet, κυρίως από το σπίτι ή το χώρο εργασίας του.

- Είναι άτομα αισιόδοξα για τα προσωπικά τους σχέδια αλλά και για την πορεία της χώρας γενικά, διακρίνονται από εξωστρέφεια και αποδέχονται σε μεγάλο ποσοστό την ιδέα της Ευρωπαϊκής Ενοποίησης.

- Η χρήση του Internet δεν φαίνεται να καλύπτει τη χρήση ή να επηρεάζει αρνητικά και τη χρήση των υπολοίπων ΜΜΕ, ούτε από ποσότητα παρακολούθησης, ούτε από την αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία τους. Σε ικανοποιητικό βαθμό παρακολουθούν καθημερινά τον Τύπο, το Ραδιόφωνο (σε μεγαλύτερα ποσοστά μάλιστα από τους μη χρήστες) αλλά και την τηλεόραση.

Συνοπτικά συμπεράσματα έρευνας (3)

- Γενικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι το Internet στην Ελλάδα αποτελεί ένα χώρο υπό διαμόρφωση και ανάπτυξη, ο οποίος είναι λογικό να παρουσιάζει υψηλούς δείκτες ανάπτυξης λόγω των μεγάλων περιθωρίων που παρουσιάζει σε σύγκριση με τα αντίστοιχα ποσοστά της Β. Ευρώπης και των Η.Π.Α.

- Αν κρίνει κανείς από τα γενικά χαρακτηριστικά του προφίλ των χρηστών, θα μπορούσαμε να πούμε ότι το Internet στην Ελλάδα ακόμη αποτελεί «υπόθεση λίγων» και δεν έχει αρχίσει να αφορά ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού.