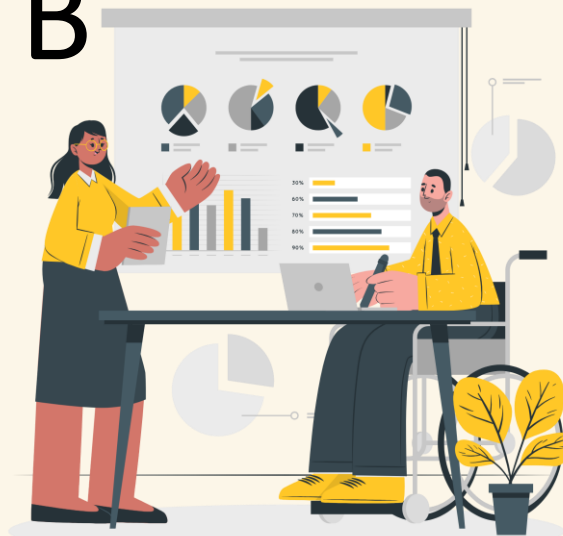


# GJSMOD

## Kategorija B

**STATISTIČKO  
NATJECANJE**

*Podaci su tvoja supermoć*



## Zadatak

Analizirati podatke ankete o korištenju interneta za različite svrhe kod osoba određenih dobnih skupina.

## Cilj

Analizirati podatke o važnosti pojedinih značajki uređaja pri kupnji i načinu provođenja vremena na internetu kod ispitanika.

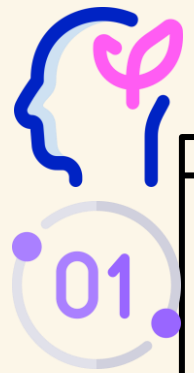
## Metode rada \_ □ ×

- Analiza i usporedba danih podatke (udjeli u nekoj populaciji) (opisna statistika)
- Grafički prikaz podataka (stupčasti, linijski, tortni grafikoni)
- Tablični prikaz podataka, medijalnih vrijednosti podataka
- Postavljanje hipoteza
- Izvođenje zaključaka

## Alati/materijali



# HIPOTEZE



01

Visoko obrazovani ljudi više mare za ekološke specifikacije uređaja od ljudi ostalih obrazovnih razina.

03

Od onih koji su se izjasnili da nikad nisu kupili IT proizvod, veći udio otpada na žene nego na muškarce te većinu čine žene starije od 55 godina.

02

Najmlađa ispitana skupina (16-24 godina), najviše provode svoje vrijeme na internetu gledajući komercijalne streamove u odnosu na ostale dobne skupine ispitanika.

04

Medijalna dob onih koji mare za ekološki dizajn uređaja je značajno je manja nego kod ostalih ispitanih kriterija.



# Hipoteza 1



- Visoko obrazovani ljudi više mare za ekološke specifikacije uređaja od ostalih obrazovnih razina ljudi

Zaključak: ekološka osvještenost ne raste sa stupnjem obrazovanja!

Navedeni dijagram prikazuje udio ispitanika određenog stupnja obrazovanja u ukupnoj populaciji koji mare za ekološki dizajn uređaja. Iz grafa je vidljivo da je razlika u grupama ispitanika iznimno mala (0,0009% tj. 5 ispitanika). Zaključeno je da se razlika može pripisati statističkoj pogrešci te da sve skupine pokazuju jednak interes za ekološke specifikacije uređaja.



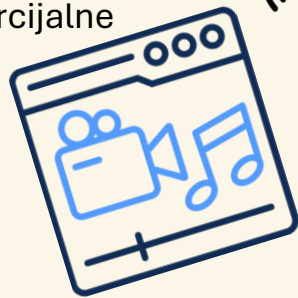
Hipoteza nije potvrđena



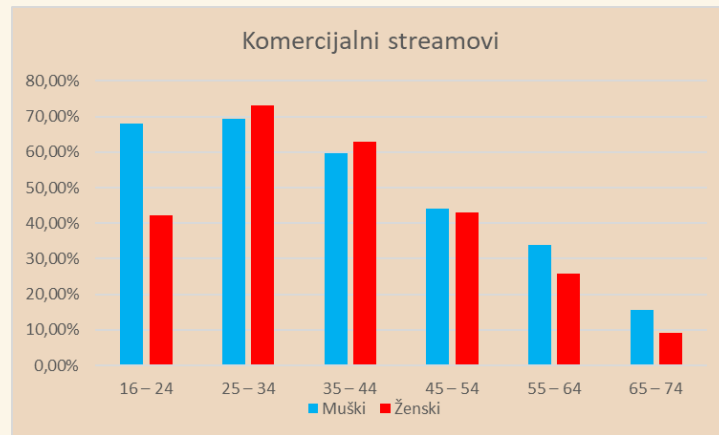
# Hipoteza 2



Od svih skupina ispitanika najmlađa skupina (16-24 godine) najviše provodi svoje vrijeme na internetu gledajući komercijalne streamove.



Ukupno	43,11%	
SPOL/GODINE	Muški	Ženski
<b>Ukupno</b>	47,15%	39,22%
16 – 24	68,13%	42,11%
25 – 34	69,27%	73,10%
35 – 44	59,71%	62,78%
45 – 54	44,10%	43,10%
55 – 64	33,88%	25,82%
65 – 74	15,55%	9,20%



Iz grafa možemo primjetiti da najviše komercijalnih streamova gleda dobna skupina 25-34 godine, a najmanje oni u dobnoj skupini 65-74 godine. Vidljivo je da ispitanici dobne skupine 35-44 godina više vremena provode gledajući komercijalne streamove od najmlađe dobne skupine.

**Hipoteza je odbačena**



# Hipoteza 3



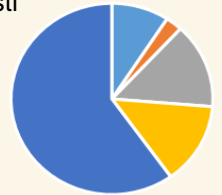
Vidljivo je kako većinu osoba koje nikad nisu kupile IT proizvod čine žene (65%) (Grafikon 1).  
Od svih izjašnjenih žena većinu njih čine starije žene, od 55 godina na više (60%) (Grafikon 2).

Grafikon 1. Osobe koje nisu nikad kupile IT proizvod prema spolu



■ muški ■ žene

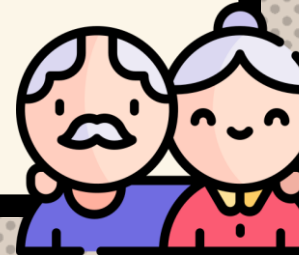
Grafikon 2. Žene koje nikad nisu kupile IT proizvod prema starosti



■ 16-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-74

	broj ispitanika	
muškarci	37.188	ukupno
žene	68.477	
16-24	6.291	
25-34	1.837	
35-44	9.868	
45-54	9.481	
55-64	22.788	
65-74	18.212	
55-74	41.000	

Moguće objašnjenje ovih podataka jest kako žene nisu istog interesa prema informatici kao muškarci. Generalno veći udio muškaraca zanimaju IT proizvodi. Žene svoje svoje interese usmjeravaju na druga područja.

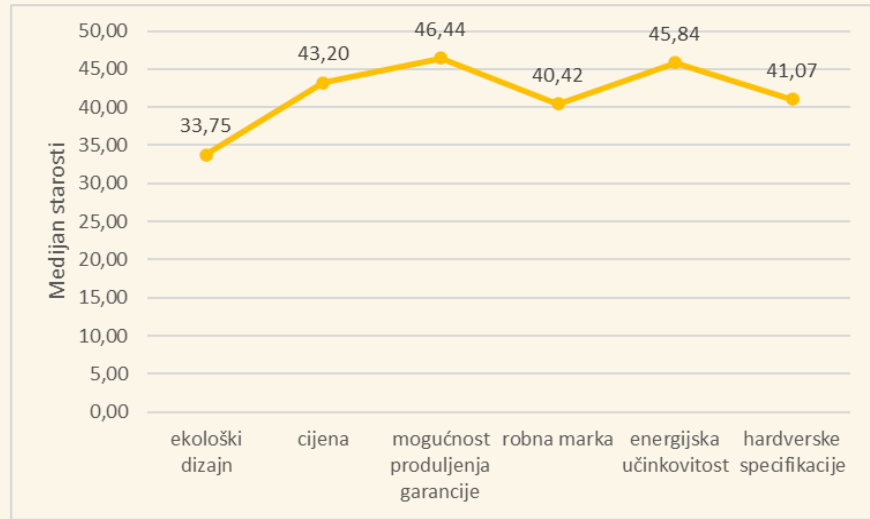


# Hipoteza 4



Medijalna dob onih koji mare za ekološki dizajn uređaja je mnogo manja nego kod ostalih ispitanih kriterija.

Iz grafa vidljivo je da je medijalna dob ispitanika koji mare za ekološki dizajn uređaja znatno niži od ostalih karakteristika te iznosi oko 34 godine, dok karakteristika s drugim najnižim medijanom dobi je robna marka te iznosi 40 godina. Ovim grafom još jednom je dokazana ekološka osvještenost današnjih mladih, zbog velike razlike u medijalnoj dobi u usporedbi s ostalim kategorijama ankete.



Prosječna dob (godine)	Karakteristike bitne pri kupovini novih IT uređaja							
	Cijena uređaja	Robna marka, dizajn ili veličina uređaja	Hardverske karakteristike uređaja	Ekološki dizajn uređaja	Mogućnost dodatnog produženja garancije uređaja	Energetska učinkovitost uređaja	Šema "stara za novo"; prodavač nudi otpis starog uređaja	Nisam nikada kupio nijedan od navedenih uređaja
M	42.98	41.77	41.90	38.65	45.74	44.89	43.27	54.59
Ž	43.35	39.69	40.78	29.39	45.81	44.87	42.58	53.46

I prosječne vrijednosti potvrđuju hipotezu.

**Hipoteza potvrđena**



# Zaključci



Ekološke specifikacije jednako su nebitne ispitanicima bez obzira na stupanj obrazovanja.  
Ekološka osviještenost? Mlađi ljudi uključeni su u sve stupnjeve obrazovanja, stoga je i razlika statistički zanemariva.

Gledanje komercijalnih streamova najzastupljenije je kod dobne skupine ljudi od 25 do 34 godina starosti. Najmlađa dobna skupina tek je treća po gledanosti, nakon najmlađe skupine. Iako udio muškaraca koji gledaju streamove ne varira mnogo sve do skupine starosti 45-54, udio žena doseže maksimum u vodećoj dobnoj skupini (25 do 34 godine), što naposljetku određuje poredak dobnih skupina.





# Zaključci



Žene su u pravilu manje uključene u odabir i kupnju uređaja IT kategorije. Također, vidljivo je kako žene starije od 55 godina koje nikad nisu kupile IT proizvod prednjače, dok je udio mlađih žena puno manji. Moguće objašnjenje navedene pojave jest neravnopravnost spolova u prošlosti, zbog kojeg je zanimanje za IT proizvode izraženije kod muškaraca, pogotovo mlađih.

Mlađi kupci IT uređaja više su ekološki osviješteni od onih starijih te njihov odabir uređaja više ovisi o ekološkim specifikacijama samog uređaja. Nadalje, od ispitanih najmanje ih je najmlađe dobne skupine, koja se većim udjelom od drugih skupina izjasnila u ispitanoj "ekološkoj" kategoriji. Ovo dodatno ukazuje na ekološku osviještenost mlađih, koju podupiru i rezultati 1. hipoteze.

