



Crompiri

APSKB



Godišnje istraživanje o primjeni informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2019.

- Informacijske i komunikacijske tehnologije utječu na svakodnevni život pojedinaca:
 - poboljšavaju kvalitetu života;
 - omogućuju prijenos i upotrebu svih vrsta informacija.
- Danas sami tražimo informacije koje nas zanimaju
 - na raspolaganju su nam izvori iz cijelog svijeta.
- Svrha IKT istraživanja:
 - Procijeniti broj korisnika interneta u Hrvatskoj.
 - U koje svrhe se upotrebljava internet?



Analiza podataka godišnjeg istraživanja o primjeni IKT-a u kućanstvima i kod pojedinaca u 2019.

- **Cilj analize:** utvrditi postojanje sličnosti i razlika u primjeni IKT-a kod ispitanika s obzirom na neka sociodemografska obilježja (spol, stupanj obrazovanja, dobna skupina).
- Istraživanje je provedeno na **uzroku veličine 5 489 osoba** čija je dob u vrijeme prikupljanja podataka bila između 16 i 74 godine, a podaci su uteženi na ukupnu populaciju Republike Hrvatske te dobi.
- **Metode rada:** deskriptivna statistička analiza (grafikoni, tablice, udjeli, omjeri). Koristit ćemo i metode zaključivanja na temelju analiziranih podataka.
- U **analizi** podataka koristili smo program **Excel 2016** te pomoću njega kreirali tablične i grafičke prikaze s ciljem jasnijeg pregleda rezultata.



HIPOTEZE



- H1. **Obrazovaniji ispitanici više redovno koriste internet.**
- H2. **Najmlađe generacije najviše upotrebljavaju internet.**
- H3. **Žene kupuju više od muškaraca (online).**



H1. Obrazovaniji ispitanici više redovno koriste internet.

- ❑ U tabličnom i grafičkom prikazu vidljivi su sljedeći podaci:
 - najveći udio redovnih internet korisnika u ukupnoj populaciji nalazi se u skupini koja je završila visokoškolsko obrazovanje (njih 95%);
 - najveća je razlika redovnih internet korisnika između ispitanika koji su završili visokoškolsko obrazovanje i korisnika koji su završili osnovnoškolsko obrazovanje, čak 2,1 puta više u korist visoke škole;
 - 87% ispitanika koji su završili srednjoškolsko obrazovanje redovito koristi internet.
- ❑ Analizom podataka utvrđeno je da se redovno internetom najmanje koriste ispitanici sa završenom osnovnom školom.
 - Prema podacima IKT istraživanja o aktivnostima na internetu najveća razlika među ispitanicima je pri korištenju Internet bankarstva. 81% ispitanika s fakultetskom diplomom koristi Internet bankarstvo, nasuprot 31% ispitanika sa završenom osnovnom školom.
 - Najmanja razlika prema stupnju obrazovanja je kod korištenja društvenih mreža.

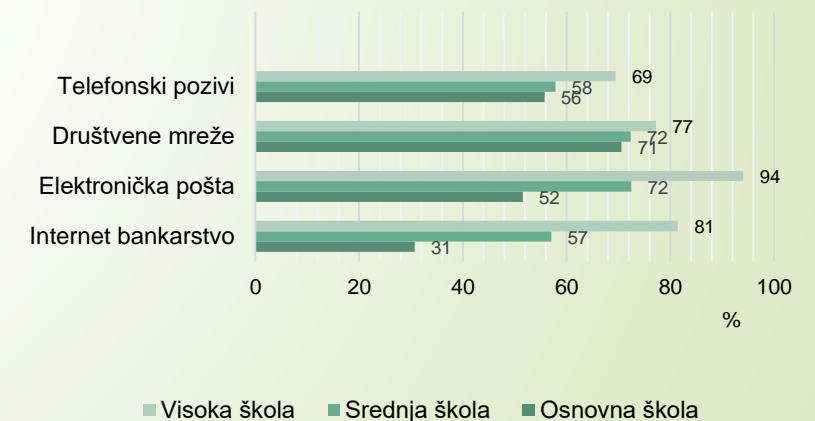


✓ **Zaključak: H1 se prihvaća.**

Tablica 1. Ukupan broj redovnih internet korisnika prema stupnju obrazovanja, 2019.

	Ukupna populacija	Redovni internet korisnici	Udio redovnih internet korisnika u ukupnoj populaciji, %
Ukupno	2 994 209	2 367 814	79
Osnovna škola	707 372	328 316	46
Srednja škola	1 741 191	1 518 653	87
Visoka škola	545 646	520 845	95

G-1.Odabrane aktivnosti pri korištenju interneta,2019.



H2. Najmlađe generacije najviše upotrebljavaju internet.

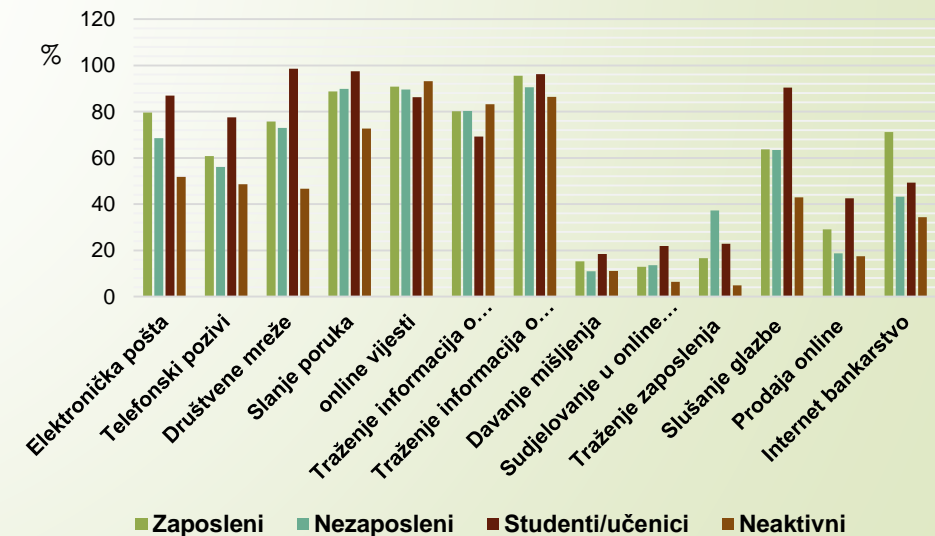
- ❑ U tabličnom i grafičkom prikazu vidljivi su sljedeći podaci:
 - najveći udio redovnih internet korisnika u ukupnoj populaciji nalazi se u skupini studenti/učenici (njih čak 98%);
 - 95% redovnih internet korisnika čine zaposleni;
 - Nezaposlene osobe su na trećem mjestu, 72% navedene populacije redovito koristi internet;
 - Neaktivne osobe, osobe koje u trenutku provođenja IKT istraživanja nisu bile zaposlene, a nisu niti obavljale posao uz novčanu naknadu, najmanje redovno koriste internet, njih samo 48%.
- ❑ Analizom podataka utvrđeno je da gotovo svi studenti/učenici redovno koriste internet.
 - Razlozi: korištenje društvenih mreža (98%), aplikacija (97%) i slušanje glazbe putem internet stranica (90%).
- ❑ Analizom podataka utvrđen je veliki udio redovnih internet korisnika među zaposlenima (95%).
 - Razlozi: traženje informacija o proizvodima i uslugama (95%), čitanje *online* vijesti (90%) i slanje poruka (89%).
- ✓ S obzirom na samo 3% razliku u udjelu između studenata/učenika i zaposlenih, a trebalo bi uzeti u obzir i uzoračku grešku, ne možemo sa sigurnošću potvrditi hipotezu broj 2 (H2).

✓ **Zaključak: H2 se odbacuje.**

Tablica 2. Ukupan broj redovnih Internet korisnika prema radnom statusu, 2019.

	Ukupna populacija	Redovni internet korisnici	Udio redovnih internet korisnika u ukupnoj populaciji, %
Zaposleni	1 460 155	1 382 511	95
Nezaposleni	426 287	307 908	72
Studenti/učenici	284 640	279 418	98
Neaktivni	823 127	397 977	48

G-2. Aktivnosti pri korištenju interneta, 2019.



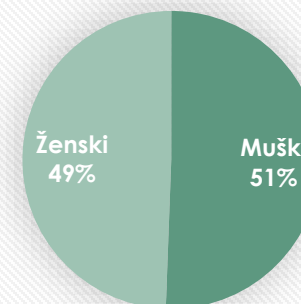
H3. Žene kupuju više od muškaraca (online).

- ❑ U ovom dijelu analizirali smo što i koliko muškarci i žene kupuju preko interneta.
- ❑ Prema podacima iz grafikona G3. i G4., iako muškarcima pripada veći postotak, nije moguće utvrditi velike razlike u odnosu na spol kako bismo mogli donijeti sa sigurnošću potvrditi ili opovrgnuti hipotezu 3 (H3).
- ❑ Dodatno ćemo analizirati koje proizvode i usluge najčešće kupuju muškarci putem interneta, a koje proizvode i usluge kupuju žene.

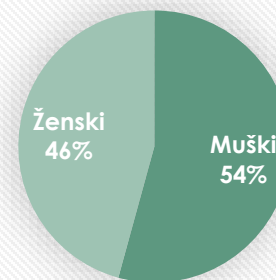


- Prema IKT istraživanju, muškarci više redovno koriste internet nego žene, i to 51% muškaraca u usporedbi sa 49% žena (G3).
- Prema IKT istraživanju, muškarci više i kupuju od žena. Ovdje je razlika među spolovima nešto veća, 54% muškaraca kupuje online u usporedbi sa 46% žena (G4.)

G-3. Struktura redovnih internet korisnika prema spolu, 2019.



G-4. Struktura on line kupaca prema spolu, 2019.

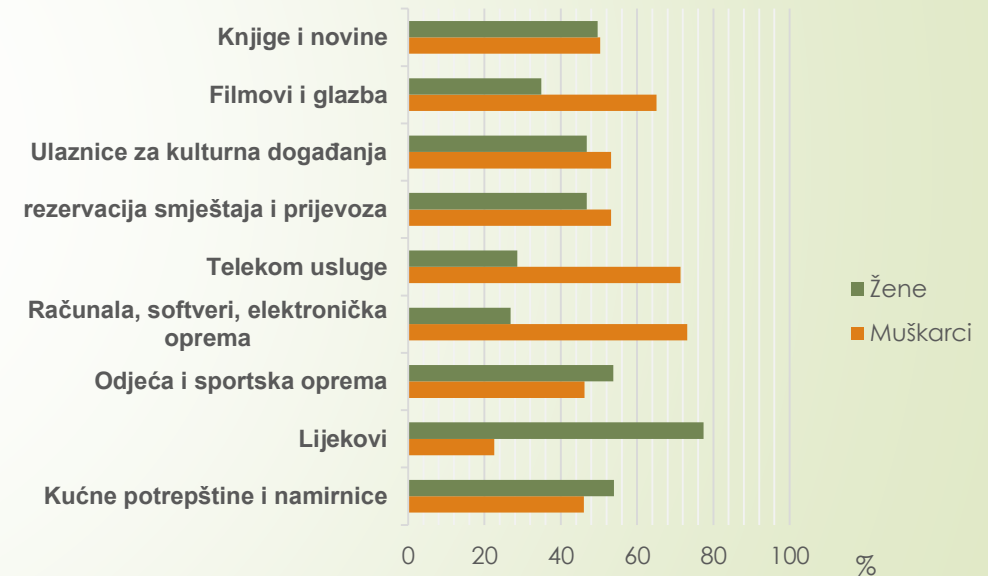


H3. Žene kupuju više od muškaraca (online). – nastavak

- ❑ Iz grafikona G-5. vidljivo je da i muškarci i žene podjednako skloni kupovini knjiga i novina (svako po 50%), a da se malo razlikuju kod kupovine ulaznica za kulturna događanja te *online* rezervacije smještaja i prijevoza (53% muškaraca u usporedbi s 47% žena).
- ❑ Iz grafikona G-5. vidljivo je da je mnogo veći dio žena kupovao lijekove (77% žena u usporedbi s 23% muškaraca), a nešto manje kućne potrepštine (54% žena u usporedbi s 46% muškaraca), dok je mnogo veći postotak muškaraca kupovao računala i elektroničku opremu (73% muškaraca u usporedbi s 27% žena).
- Iz podataka možemo zaključiti da su i muškarci i žene podjednako skloni korištenju interneta, muškarci više kupuju *online* (!) te da postoje sklonosti prema određenim kategorijama proizvoda, ovisno o spolu.

✓ **Zaključak: H3 se odbacuje.**

G-5. Internetska kupovine prema vrsti naručenih proizvoda/usluga, 2019.



Zaključak



- Analizirajući podatke godišnjeg istraživanja o primjeni informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u kućanstvima i kod pojedinaca u 2019. ustanovili smo kako su stanovnici Hrvatske i dalje skloniji tradicionalnom načinu kupovinu jer samo 35% populacije su online kupci.
- Online kupovina češći je izbor mlađih od 34 godine, a najmanje ju biraju stariji od 65 godina.
- Iako je uvriježeno mišljenje kako žene kupuju više, muškarci kupuju online više od žena. Ipak, muški i ženski *online shopping* se razlikuje po tome što se kupuje.
- Internetom se najmanje koriste ispitanici sa nižom razinom obrazovanja.
- Gotovo svi studenti i učenici koriste internet, najviše za komunikaciju s prijateljima preko društvenih mreža i slušanje glazbe.



Zaključak



Život bez interneta danas je nezamisliv. Stoga je njegovo pravilno korištenje potrebno i korisno u životu svakog čovjeka, neovisno o životnoj dobi. Informacijska pismenost postala je važna vještina bez koje ne možemo.

