

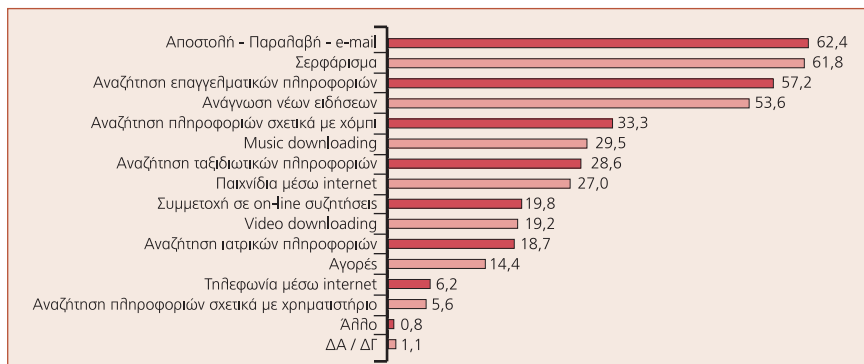
Διάγραμμα 3: Πόσο ενημερωμένοι είστε για το ADSL, Πηγή: Metron Analysis, 2008

8,2%, στις νοικοκυρές 5,7% και στους συνταξιούχους, μόλις 3,8%. Ειδικά, η κατηγορία των γεωργών δεν έχουν πειστεί για τις ωφέλειες του Διαδικτύου και των ηλεκτρονικών υπολογιστών ως εργαλεία δουλειάς, ενημέρωσης αλλά και ψυχαγωγίας.

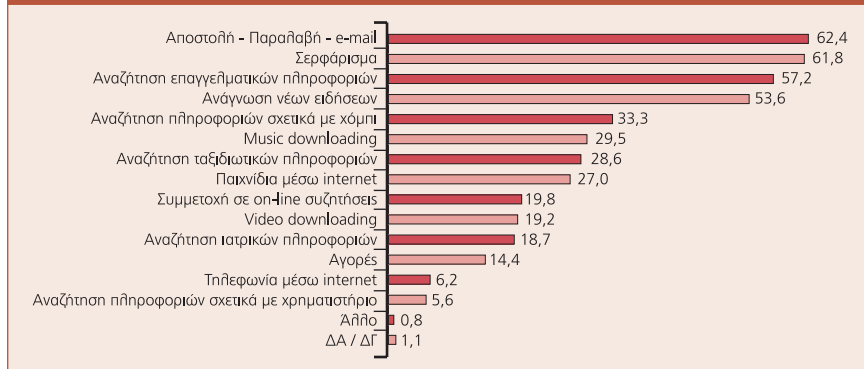
Κίνητρα για αύξηση της χρήσης

Σχετικά με τη συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου, ειδικά κατά το τελευταίο εξάμηνο του 2007, είναι αρκετά υψηλό (46,2%) το ποσοστό εκείνων που κάνουν χρήση του Διαδικτύου από μία έως πέντε φορές την εβδομάδα, γεγονός που σημαίνει πως ακόμα δεν έχει συνειδητή καθημερινή συνήθεια η χρήση του Internet στο ελληνικό καταναλωτικό κοινό, ενώ το 4,5% δηλώνει, ότι χρησιμοποιεί το μέσο σπανιότερα από 1 φορά το μήνα.

Από την άλλη πλευρά το 37,6% των ερωτηθέντων τονίζει πως το Internet αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητάς του. Το ποσοστό αυτό στο προηγούμενο εξάμηνο (Ιούνιος 2007) ήταν περίπου το ίδιο και έφτανε στο 37,8%. Πάντως, οι περισσότεροι χρήστες με ποσοστό



Διάγραμμα 4: Διεξόδηση του Internet ανα φύλλο ηλικία και εκπαιδευτικό επίπεδο, Πηγή: Metron Analysis, 2008



Διάγραμμα 5: Λόγοι χρήσης του Internet, Πηγή: Metron Analysis, 2008

64,5% χρησιμοποιούν το Internet στο σπίτι. Το 32,6% δήλωσε ότι συνδέεται και στην εργασία του, ενώ για το 16,3% τα Internet cafe είναι τόπος χρήσης Internet και "σερφαρίσματος", ενώ χαμηλότερο ποσοστό (12%) χρησιμοποιούν το Internet στα πανεπιστήμια.

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο αποτελεί το βασικό κίνητρο χρήσης του Διαδικτύου (62,4%) και ακολουθεί το απλό "σερφάρισμα" (61,8%). Η αναζήτηση πληροφοριών για επαγγελματικούς και ενημερωτικούς λόγους αποτελούν, επίσης, ισχυρά κίνητρα χρήσης του Internet, όπως επίσης και οι λόγοι ψυχαγωγίας και συγκεκριμένα το "κατέβασμα" μουσι-

κής, παιχνιδιών και βίντεο. Η συμμετοχή σε on-line συζητήσεις (chatting) εμφανίζει υψηλά ποσοστά (19,8%), ενώ ικανοποιητικά κινούνται οι on-line αγορές (14,4%). Αντίθετα, σε χαμηλά ποσοστά κινείται η αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με το Χρηματιστήριο, παρόλο που παρατηρείται σημαντική προσφορά παροχής υπηρεσιών για on-line χρηματιστηριακή ενημέρωση. Αντίστοιχα, και η τηλεφωνία μέσω Internet κινείται σε χαμηλά επίπεδα στη χώρα μας (6,2%) και αυτό γιατί οι χρήστες δεν γνωρίζουν τον τρόπο και τις ωφέλειες αυτού του είδους επικοινωνιών, (Διάγραμμα 5). Διαφορετικά, θα είχαν άλλη αντίδραση. ⓘ