



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

RIS 2007 – Spletna obiskanost telefonska anketa (#80b)

Povzetek:

Poročilo temelji na telefonski raziskavi (n=484), izvedeni oktobra 2007.

Glavne ugotovitve:

- Mesečni PC uporabniki interneta so ocenjevali uporabljanje 18 spletnih strani. Najbolj uporabljani spletni strani sta Google.com z 80% mesečnim dosegom, kar pomeni okoli **893.000** ljudi in Najdi.si s 74% mesečnim dosegom.
- Med 18 merjenimi spletnimi stranmi jih 13 dosega več kot 30% mesečni doseg.
- Med prvimi desetimi najbolj obiskanimi stranmi med mesečnimi uporabniki interneta so: **Google (združeno google.com in gmail.com) (84%), Najdi.si (75%), 24ur.com (60%), Microsoft (združeno) (53%), Bolha.com (44%), Siol.net (38%), Yahoo.com (38%), YouTube.com (38%), RTV Slovenija (35%) in Wikipedia (33%)**.
- Med prvimi desetimi najbolj obiskanimi stranmi sta »novinca« **YouTube in Wikipedia**.
- Največji porast **dnevne uporabe** beleži Google.com, saj ga uporablja kar 13% več mesečnih uporabnikov kot v enakem obdobju v lanskem letu. Sledita mu Najdi.si ter 24ur.com, ki ju uporablja 9% več mesečnih uporabnikov.
- Primerjava med uporabniki Google.com in Najdi.si kaže da glede na demografske podatke ni večjih razlik med uporabniki. Večje razlike med uporabo teh dveh iskalnikov zaznamo le glede na starost respondentov, kjer ugotavljamo, da Najdi.si uporabljajo nekoliko starejši respondenti (starejši od 50 let) oziroma srednja generacija (med 30 in 39 let), Google pa bolj pogosto uporabljajo mlajši respondenti.

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

SPLETNA OBISKANOST 2007

(#80b)

telefonska anketa

Avtorja: Vasja Vehovar, Barbara N. Brečko

Ljubljana, november 2007

KAZALO

METODOLOGIJA	4
1 OBISKANOST SPLETNIH STRANI	5
1.1 KATEGORIJE OBISKANOSTI	5
1.2 MESEČNI DOSEG SPLETNIH STRANI	8

METODOLOGIJA

Ugotovitve v poročilu temeljijo na podatkih, zbranih z reprezentativno telefonsko anketo v mesecu oktobru 2007: vprašalnik RIS-DCO (Dnevni CATI Omnibus): Z metodo računalniško podprtega telefonskega anketiranja je bilo anketiranih 484 posameznikov v starosti od 12 do 65 let. Iz gospodinjstva so bili respondenti izbrani po metodi zadnjega rojstnega dne.

Pri podrobnejših analizah gre pogosto za majhno število enot, zato so v tabelah vpeljane naslednje oznake, ki jih velja upoštevati tudi, kadar niso eksplicitno zapisane:

- - *nesprejemljivo nenatančna ocena, navedena zgolj za ilustracijo (manj kot 10 enot)*
- (()) - zelo nenatančna ocena (med 10 in 20 enot)*
- () - nenatančna ocena (med 20 in 30 enot)*

Majhne celice torej služijo zgolj kot ilustracija, nikakor pa ne kot osnova za posplošeno trditev. Na nekaterih mestih je za realno razumevanje podatkov navedena tudi standardna napaka ocene (SE), katera se v primeru deležev izračuna na način: $\sqrt{\frac{pq}{n}}$.

Upoštevati velja, da je običajni 95% interval zaupanja širok $\pm 2 \times SE$.

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

V poročilu kot glavno raziskavo analiziramo podatke raziskave RIS 2007, podajamo pa tudi nekaj primerjav rezultatov s telefonsko anketo projekta RIS, ki je bila izvedena septembra 2006.

1 OBISKANOST SPLETNIH STRANI

Na glavni sklop o specifičnih vprašanjih o spletni obiskanosti je odgovarjalo 320 vseh uporabnikov interneta v vzorcu (n=484) v populaciji 12 do 65 let, podatke pa predstavljamo za respondente, ki so se izrekli vsaj kot mesečni uporabniki.

1.1 Kategorije obiskanosti

Anketiranci (mesečni uporabniki interneta) so v tokratni anketi ocenjevali uporabo oziroma obiskanost 18 spletnih strani.

Najprej predstavljamo pregled kategorij obiskanosti spletnih strani.

Uporaba spletnih strani je predstavljena po sedmih standardnih kategorijah RIS (*slišal zanj, enkrat že uporabil, uporabljam občasno, uporabljam mesečno, uporabljam tedensko, uporabljam dnevno, ne poznam*). Vsi podatki so uteženi na osnovne demografske značilnosti, tako da se vzorec ujema s slovensko populacijo.

Vprašanje o obiskanosti spletnih strani je bilo anketirancem postavljeno na naslednji način:

Našteli vam bomo nekaj spletnih strani, vi pa povejte, kako pogosto jih uporabljate preko osebnega računalnika, prenosnika, dlančnika in NE preko mobilnega telefona.

Za tem nagovorom so bile anketirancem našete posamezne spletne strani, anketiranci pa so obiskanost le-teh ocenjevali na lestvici, ki je zapisana v prejšnjem odstavku. Pri tem da je bila poudarjena obiskanost spletnih strani preko osebnega računalnika.

Izmed spletnih strani, ki so bile vključene v merjenje je najmanj prepoznavna spletna stran MySpace.com, ki je ne pozna 51% respondentov. Najbolj poznane pa so spletne

strani 24ur.com, Najdi.si ter Google.com ki jih ne pozna le 1% oziroma 2% mesečnih uporabnikov interneta.

Poglejmo si na primeru spletne strani 24ur.com, kaj pomenijo podatki v naslednji tabeli (Tabela 19). Le majhen delež mesečnih uporabnikov interneta (1%) ne pozna 24ur.com, petina (20%) jih je odgovorila, da so že slišali zanjo, 2% mesečnih uporabnikov interneta jo je obiskalo enkrat, občasno jo 17%, mesečno jo obiskuje 7%, tedensko jo obiskuje približno četrtnina (24%) mesečnih uporabnikov interneta, dnevno 28%.

Izbor strani je zaradi primerjav temeljil na izboru spletnih strani preteklega leta, lahko pa rečemo, da smo merili strani, ki sodijo med 10 najbolj obiskanih.

Tabela 1: Pogostost uporabe spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta po abecednem redu (RIS-DCO, oktober 2007) - uteženi podatki

	ne poznam		slišal zanj		enkrat že uporabil		uporabljam občasno		uporabljam mesečno		uporabljam tedensko		uporabljam dnevno		Skupaj	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
24ur.com	3	1%	64	20%	5	2%	55	17%	22	7%	77	24%	89	28%	316	100%
Bolha	26	8%	73	23%	5	2%	73	23%	56	18%	55	18%	26	8%	316	100%
Delo.si	46	14%	137	43%	4	1%	61	19%	25	8%	19	6%	25	8%	316	100%
Gmail.com	77	24%	80	25%	7	2%	21	7%	14	5%	31	10%	85	27%	316	100%
Google.com	6	2%	16	5%	1	0%	41	13%	14	5%	35	11%	203	64%	316	100%
Google (združeno)¹	4	1%	13	4%	3	1%	30	9%	17	5%	42	13%	210	66%	320	100%
Hotmail.com	58	19%	107	34%	10	3%	41	13%	21	7%	25	8%	53	17%	315	100%
Microsoft	43	14%	138	44%	10	3%	49	16%	27	9%	24	8%	20	6%	312	100%
Microsoft(4)²	11	3%	27	23%	9	3%	56	18%	40	13%	42	13%	86	27%	312	100%
MojVideo.si	139	44%	82	26%	10	3%	30	9%	30	9%	17	5%	8	2%	316	100%
MSN.net	75	24%	95	30%	9	3%	42	13%	15	5%	25	8%	52	17%	314	100%
MySpace.com	159	51%	77	25%	8	3%	27	8%	14	4%	18	6%	11	3%	314	100%
Najdi.si	7	2%	19	6%	3	1%	50	16%	23	7%	76	24%	136	43%	316	100%
RTV Slovenija	15	5%	114	36%	14	4%	61	19%	32	10%	29	9%	50	16%	316	100%
Siol.net	18	6%	94	30%	21	7%	61	19%	39	12%	35	11%	48	15%	316	100%
Wikipedia/ agl.	115	36%	74	24%	7	2%	42	13%	24	8%	37	12%	16	5%	315	100%
Wikipedia / slov.	114	36%	59	19%	4	1%	37	12%	41	13%	40	13%	21	7%	315	100%
Wikipedia(združ)³	95	29%	60	19%	5	2%	43	13%	40	13%	52	16%	26	8%	319	100%
Windows Live	98	31%	99	32%	5	2%	35	11%	25	8%	22	7%	29	9%	314	100%
Yahoo.com	31	10%	89	28%	9	3%	68	21%	30	10%	46	15%	43	14%	316	100%
YouTube.com	103	33%	46	15%	5	1%	41	13%	28	9%	34	11%	60	19%	316	100%

¹ Združeni strani Google.com in Gmail.com. V kategoriji 'obiskujem dnevno' so tisti respondenti, ki vsaj eno od navedenih strani obiskujejo dnevno, v kategoriji 'obiskujem tedensko in pogosteje' so tisti respondenti, ki vsaj eno od navedenih strani obiskujejo tedensko in pogosteje, vendar ne dnevno, itd.

² Združene Microsoftove strani: Hotmail, Microsoft, MSN, Windows Live. V kategoriji 'obiskujem dnevno' so tisti respondenti, ki vsaj eno od navedenih strani obiskujejo dnevno, v kategoriji 'obiskujem tedensko in pogosteje' so tisti respondenti, ki vsaj eno od navedenih strani obiskujejo tedensko in pogosteje, vendar ne dnevno, itd.

³ Združene strani Wikipedia ali Wikimedia v angleščini, Wikipedia v slovenščini. V kategoriji 'obiskujem dnevno' so tisti respondenti, ki vsaj eno od navedenih strani obiskujejo dnevno, v kategoriji 'obiskujem tedensko in pogosteje' so tisti respondenti, ki vsaj eno od navedenih strani obiskujejo tedensko in pogosteje, vendar ne dnevno, itd.

1.2 Mesečni doseg spletnih strani

Na osnovi standardnih kategorij obiskanosti računamo dosege spletnih strani:

- mesečni doseg (*'obiskujem mesečno'*),
- tedenski doseg (*'obiskujem tedensko'*),
- dnevni doseg (*'obiskujem dnevno'*).

Pri dosegu spletnih strani gre za pogostost obiskovanja posamezne spletne strani med mesečnimi uporabniki interneta.

Izmed množice možnih kategorij obiskanosti se kot najpogostejši standard uveljavlja mesečni doseg. Gre za število aktivnih (mesečnih) uporabnikov interneta, ki v mesecu dni vsaj enkrat dostopijo do določene strani. Omenjena kategorija pa ima tudi slabosti, saj ne upošteva intenzivnosti obiskovanja med mesečnimi obiskovalci. Običajno pa se mesečne obiskovalce prikaže kot delež med vsemi aktivnimi (mesečnimi) uporabniki interneta, kar imenujemo tudi mesečni doseg spletne strani (ali rating) oziroma spletnega mesta. V naslednji tabeli so prikazani kumulativni deleži obiskovanja spletnih strani za utežene podatke, pri čemer je poudarjen mesečni doseg.

Tabela 2: Kumulativni deleži pogostosti obiskovanja spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta po abecednem redu (RIS-DCO, oktober 2007) - uteženi podatki

	uporabljam dnevno		uporabljam tedensko		uporabljam mesečno		uporabljam občasno		enkrat že uporabil		slišal zanj		skupaj	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
24ur.com	89	28%	167	53%	189	60%	243	77%	249	79%	313	99%	316	100%
Bolha	26	8%	82	26%	137	44%	211	67%	216	68%	289	92%	316	100%
Delo.si	25	8%	43	14%	68	22%	129	41%	133	42%	270	86%	316	100%
Gmail.com	85	27%	116	37%	130	41%	151	48%	159	50%	239	76%	316	100%
Google.com	203	64%	238	75%	252	80%	293	93%	294	93%	310	98%	316	100%
Google (združeno)	210	66%	252	79%	269	84%	299	93%	303	95%	316	99%	320	100%
Hotmail.com	53	17%	78	25%	99	32%	140	45%	150	48%	256	81%	315	100%
Microsoft	20	6%	44	14%	71	23%	121	39%	131	42%	269	86%	312	100%
Microsoft (združeno)	86	27%	128	40%	168	53%	224	71%	233	74%	260	97%	320	100%
MojVideo.si	8	2%	24	8%	54	17%	84	27%	95	30%	177	56%	316	100%
MSN.net	52	17%	78	25%	93	30%	135	43%	143	46%	238	76%	314	100%
MySpace.com	11	3%	29	9%	43	14%	70	22%	78	25%	155	49%	314	100%
Najdi.si	136	43%	212	67%	235	75%	285	90%	289	91%	308	98%	316	100%
RTV Slovenija	50	16%	80	25%	111	35%	172	55%	186	59%	301	95%	316	100%
Siol.net	48	15%	83	26%	121	38%	183	58%	204	65%	298	94%	316	100%
Wikipedia / angl	16	5%	53	17%	77	24%	119	38%	126	40%	200	64%	315	100%
Wikipedia/ slov	21	7%	61	19%	101	32%	138	44%	142	45%	201	64%	315	100%
Wikipedia (združeno)	26	8%	78	24%	118	37%	161	50%	166	52%	226	71%	319	100%
Windows Live	29	9%	51	16%	76	24%	112	36%	117	37%	216	69%	314	100%
Yahoo.com	43	14%	89	28%	120	38%	187	59%	196	62%	285	90%	316	100%
YouTube.com	60	19%	94	30%	121	38%	162	51%	167	53%	213	67%	316	100%

V zgornji tabeli so prikazani kumulativni deleži obiskovanja spletnih strani za utežene podatke, pri čemer je poudarjen mesečni doseg.

Največji mesečni doseg ima združena kategorija Google, kjer smo združili spletni strani, ki sta produkta Google (google.com in gmail.com), vsaj eno od strani vsaj mesečno obiskuje 84% mesečnih uporabnikov interneta. Na drugem mestu glede na mesečni doseg je stran Google.com (80%), sledijo pa ji Najdi.si (74%), 24ur.com (60%), Microsoft (združeno) 53% in Bolha (44%).

V spodnji tabeli so spletne strani razvrščene glede na delež (kumulativnega) mesečnega obiskovanja.

Tabela 3: Kumulativni deleži pogostosti obiskovanja spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta glede na mesečni doseg (RIS-DCO, oktober 2007) - uteženi podatki

	uporabljam dnevno		uporabljam tedensko		uporabljam mesečno		uporabljam občasno		enkrat že uporabil		slišal zanj		skupaj	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Google (združeno)	210	66%	252	79%	269	84%	299	93%	303	95%	316	99%	320	100%
Google.com	203	64%	238	75%	252	80%	293	93%	294	93%	310	98%	316	100%
Najdi.si	136	43%	212	67%	235	75%	285	90%	289	91%	308	98%	316	100%
24ur.com	89	28%	167	53%	189	60%	243	77%	249	79%	313	99%	316	100%
Microsoft (združeno)	86	27%	128	40%	168	53%	224	71%	233	74%	260	97%	320	100%
Bolha	26	8%	82	26%	137	44%	211	67%	216	68%	289	92%	316	100%
Gmail.com	85	27%	116	37%	130	41%	151	48%	159	50%	239	76%	316	100%
Siol.net	48	15%	83	26%	121	38%	183	58%	204	65%	298	94%	316	100%
Yahoo.com	43	14%	89	28%	120	38%	187	59%	196	62%	285	90%	316	100%
YouTube.com	60	19%	94	30%	121	38%	162	51%	167	53%	213	67%	316	100%
RTV Slovenija	50	16%	80	25%	111	35%	172	55%	186	59%	301	95%	316	100%
Wikipedia (združeno)	22	7%	70	22%	104	33%	138	43%	143	45%	179	56%	319	100%
Hotmail.com	53	17%	78	25%	99	32%	140	45%	150	48%	256	81%	315	100%
Wikipedia/slo	21	7%	61	19%	101	32%	138	44%	142	45%	201	64%	315	100%
MSN.net	52	17%	78	25%	93	30%	135	43%	143	46%	238	76%	314	100%
Wikipedia/angl	16	5%	53	17%	77	24%	119	38%	126	40%	200	64%	315	100%
Windows Live	29	9%	51	16%	76	24%	112	36%	117	37%	216	69%	314	100%
Microsoft	20	6%	44	14%	71	23%	121	39%	131	42%	269	86%	312	100%
Delo.si	25	8%	43	14%	68	22%	129	41%	133	42%	270	86%	316	100%
MojVideo.si	8	2%	24	8%	54	17%	84	27%	95	30%	177	56%	316	100%
MySpace.com	11	3%	29	9%	43	14%	70	22%	78	25%	155	49%	314	100%

Tabela 4: Kumulativni deleži pogostosti obiskovanja spletnih strani med tedenskimi PC uporabniki interneta po abecednem redu (RIS-DCO, oktober 2007) - uteženi podatki

	uporabljam dnevno		uporabljam tedensko		uporabljam mesečno		uporabljam občasno		enkrat že uporabil		slišal zanj	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
24ur.com	88	30%	165	56%	184	63%	234	80%	240	81%	293	100%
Bolha	26	9%	81	27%	134	46%	202	69%	207	70%	271	92%
Delo.si	25	8%	43	15%	67	23%	126	43%	130	44%	255	87%
Gmail.com	85	29%	115	39%	129	44%	150	51%	156	53%	228	78%
Google (zdr.)	208	71%	249	85%	259	88%	279	95%	281	95%	10	99%
Google.com	201	68%	236	80%	247	84%	278	94%	279	95%	290	98%
Hotmail.com	53	18%	78	27%	99	34%	136	46%	146	50%	246	84%
Microsoft	20	7%	44	15%	71	24%	119	41%	130	44%	257	88%
Microsoft(zdr.)	86	29%	128	44%	166	57%	216	74%	225	77%	60	97%
MojVideo.si	8	3%	24	8%	54	18%	83	28%	94	32%	171	58%
MSN.net	52	18%	78	27%	93	32%	132	45%	141	48%	231	79%
MySpace.com	11	4%	29	10%	43	15%	69	23%	77	26%	153	52%
Najdi.si	135	46%	209	71%	229	78%	269	91%	272	93%	290	98%
RTV Slovenija	50	17%	79	27%	111	38%	166	57%	178	60%	282	96%
Siol.net	48	16%	82	28%	121	41%	177	60%	198	67%	278	95%
Wikipedia (zdr.)	26	9%	78	27%	114	39%	155	53%	160	55%	58	74%
Wikipedia /angl.	16	5%	53	18%	77	26%	118	40%	123	42%	196	67%
Wikipedia/slo	21	7%	61	21%	100	34%	135	46%	139	47%	197	67%
Windows Live	29	10%	51	17%	76	26%	109	37%	115	39%	209	71%
Yahoo.com	42	14%	88	30%	118	40%	180	61%	188	64%	268	91%
YouTube.com	60	20%	92	31%	120	41%	158	54%	162	55%	202	69%

Tabela 5: Kumulativni deleži pogostosti obiskovanja spletnih strani med tedenskimi PC uporabniki interneta glede na mesečni doseg (RIS-DCO, oktober 2007) - uteženi podatki

	uporabljam dnevno		uporabljam tedensko		uporabljam mesečno		uporabljam občasno		enkrat že uporabil		slišal zanj	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Google (zdr.)	208	71%	249	85%	259	88%	279	95%	281	95%	10	99%
Google.com	201	68%	236	80%	247	84%	278	94%	279	95%	290	98%
Najdi.si	135	46%	209	71%	229	78%	269	91%	272	93%	290	98%
24ur.com	88	30%	165	56%	184	63%	234	80%	240	81%	293	100%
Microsoft(zdr.)	86	29%	128	44%	166	57%	216	74%	225	77%	60	97%
Bolha	26	9%	81	27%	134	46%	202	69%	207	70%	271	92%
Gmail.com	85	29%	115	39%	129	44%	150	51%	156	53%	228	78%
Siol.net	48	16%	82	28%	121	41%	177	60%	198	67%	278	95%
YouTube.com	60	20%	92	31%	120	41%	158	54%	162	55%	202	69%
Yahoo.com	42	14%	88	30%	118	40%	180	61%	188	64%	268	91%
Wikipedia (zdr.)	26	9%	78	27%	114	39%	155	53%	160	55%	58	74%
RTV Slovenija	50	17%	79	27%	111	38%	166	57%	178	60%	282	96%
Hotmail.com	53	18%	78	27%	99	34%	136	46%	146	50%	246	84%
Wikipedia/slo	21	7%	61	21%	100	34%	135	46%	139	47%	197	67%
MSN.net	52	18%	78	27%	93	32%	132	45%	141	48%	231	79%
Wikipedia /angl.	16	5%	53	18%	77	26%	118	40%	123	42%	196	67%
Windows Live	29	10%	51	17%	76	26%	109	37%	115	39%	209	71%
Microsoft	20	7%	44	15%	71	24%	119	41%	130	44%	257	88%
Delo.si	25	8%	43	15%	67	23%	126	43%	130	44%	255	87%
MojVideo.si	8	3%	24	8%	54	18%	83	28%	94	32%	171	58%
MySpace.com	11	4%	29	10%	43	15%	69	23%	77	26%	153	52%

Delež respondentov, ki vsaj mesečno obiskujejo merjene internetne strani, je med tedenskimi uporabniki še nekoliko večji – tako vidimo, da med tedenskimi uporabniki Google (združena kategorija Google.com in Gmail.com) vsaj tedensko uporablja 85% respondentov, vsaj mesečno pa 88%. Tudi med tedenskimi uporabniki je naslednja po obisku spletna stran Najdi.si, ki jo med tedenskimi uporabniki vsaj mesečno obiše 78%, vsaj tedensko pa 71%.

Tabela 6: Mesečni doseg in interval zaupanja spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta in v populaciji 10 do 75 let (RIS-DCO, oktober 2007) – uteženi podatki

	Mesečni doseg med mesečnimi uporabniki interneta	Mesečni doseg med tedenskimi uporabniki interneta	Mesečni doseg v populaciji ⁴	Absolutno število mesečnih obiskovalcev N (v 1000)	Interval zaupanja	Skupaj n
Google (združeno)	84%	88%	55%	930	22	269
Google.com	80%	84%	53%	893	25	252
Najdi.si	75%	78%	50%	837	28	235
24ur.com	60%	63%	40%	670	36	189
Microsoft (združeno)	53%	57%	35%	592	39	168
Bolha	44%	46%	29%	491	43	137
Gmail.com	41%	44%	27%	458	43	130
Siol.net	38%	41%	25%	424	44	121
Yahoo.com	38%	40%	25%	424	44	120
YouTube.com	38%	41%	25%	424	44	121
RTV Slovenija	35%	38%	23%	391	45	111
Wikipedia (zdr.)	33%	39%	22%	368	46	104
Hotmail.com	32%	34%	21%	357	47	99
Wikipedia /slo	32%	34%	21%	355	46	101
MSN.net	30%	32%	20%	335	47	93
Wikipedia /ang	24%	26%	16%	268	48	77
Windows Live	24%	26%	16%	268	49	76
Microsoft	23%	24%	15%	257	50	71
Delo.si	22%	23%	15%	246	50	68
MojVideo.si	17%	18%	11%	190	51	54
MySpace.com	14%	15%	9%	156	53	43

V tabeli so prikazani kumulativni mesečni dosegi posameznih spletnih strani med mesečnimi uporabniki interneta ter med tedenskimi uporabniki interneta, ocenjeni mesečni doseg v populaciji ter ocenjeno absolutno število mesečnih obiskovalcev.

⁴ Predhodne raziskave so pokazale da so razlike v obiskanosti med populacijama 10 do 75 let in 12 do 65 let zanemarljive, zato mesečni dosegi spletnih strani veljajo za obe populaciji.

Leta 2006 je bilo v sklopu raziskave RIS zastavljeno podobno vprašanje o obiskanosti spletnih strani. Čeprav je bila lestvica nekoliko drugače formulirana (*ne poznam, slišal, enkrat obiskal, občasno obiskujem, mesečno, tedensko, dnevno obiskujem*) na tem mestu podajamo primerjavo obiskanosti oziroma uporabe 11 internetnih strani, ki smo jih merili v obeh raziskavah.

Tabela 7: Pogostost obiskovanja spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta po abecednem redu v populaciji 10 do 75 let – primerjava RIS 2006

	ne poznam spletnih strani		slišal(a) zanjo		enkrat obiskal(a)/ uporabil		obiskujem/ uporabljam občasno		obiskujem mesečno		obiskujem tedensko		obiskujem dnevno	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
24ur.com	3%	1%	19%	20%	2%	2%	22%	17%	13%	7%	21%	24%	19%	28%
Bolha	15%	8%	24%	23%	4%	2%	20%	23%	16%	18%	14%	18%	8%	8%
Delo	16%	14%	45%	43%	4%	1%	17%	19%	6%	8%	9%	6%	4%	8%
Google	4%	2%	4%	5%	0%	0%	10%	13%	7%	5%	24%	11%	51%	64%
Hotmail.com	20%	19%	44%	34%	2%	3%	9%	13%	7%	7%	8%	8%	10%	17%
Microsoft.com	20%	14%	48%	44%	2%	3%	17%	16%	8%	9%	3%	8%	2%	6%
Microsoft (zdr.)	8%	3%	31%	23%	2%	3%	19%	18%	10%	13%	11%	13%	18%	27%
MSN.com	26%	24%	32%	30%	2%	3%	12%	13%	6%	5%	9%	8%	13%	17%
Najdi.si	3%	2%	6%	6%	1%	1%	17%	16%	11%	7%	28%	24%	34%	43%
RTV Slovenija	9%	5%	37%	36%	5%	4%	20%	19%	10%	10%	12%	9%	8%	16%
Siol.net	5%	6%	33%	30%	3%	7%	23%	19%	8%	12%	15%	11%	12%	15%
Yahoo.com	12%	10%	18%	28%	7%	3%	25%	21%	9%	10%	15%	15%	14%	14%

V tabeli so spletne strani razvrščene po abecednem vrstnem redu. Iz tabele razberemo, da je v letu dni prišlo do najmanj sprememb pri uporabi spletne strani Yahoo.com. Dnevno oziroma tedensko jo uporablja ravno toliko mesečnih uporabnikov kot pred letom dni: 14% mesečnih uporabnikov uporablja Yahoo.com dnevno, 15% pa jih uporablja spletno stran tedensko.

Največji porast dnevne uporabe beleži Google.com, saj ga uporablja kar 13% več mesečnih uporabnikov kot v enakem obdobju v lanskem letu. Sledita mu Najdi.si ter 24ur.com, ki ju uporablja 9% več mesečnih uporabnikov.

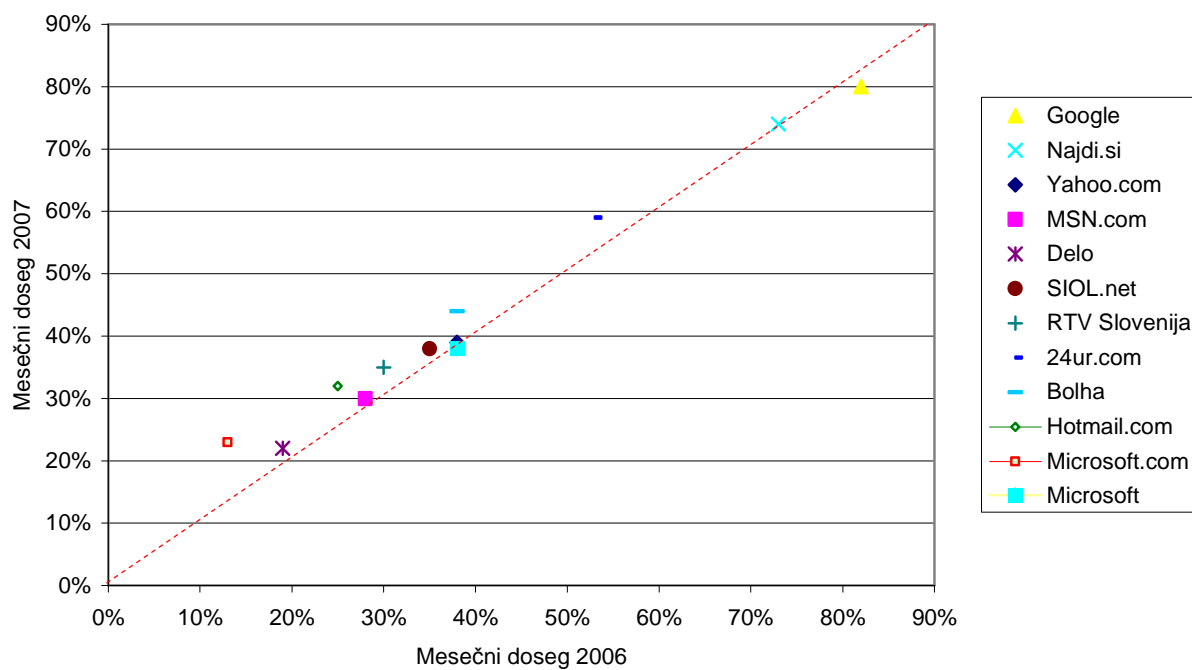
Če za vseh 11 navedenih strani podrobneje pogledamo le kumulativno mesečno uporabo oziroma obiskanost (se pravi, mesečni doseg) vidimo, da razlike med letoma niso tako velike.

Tabela 8: Primerjava mesečnega dosega internetnih strani septembra 2006 in oktobra 2007

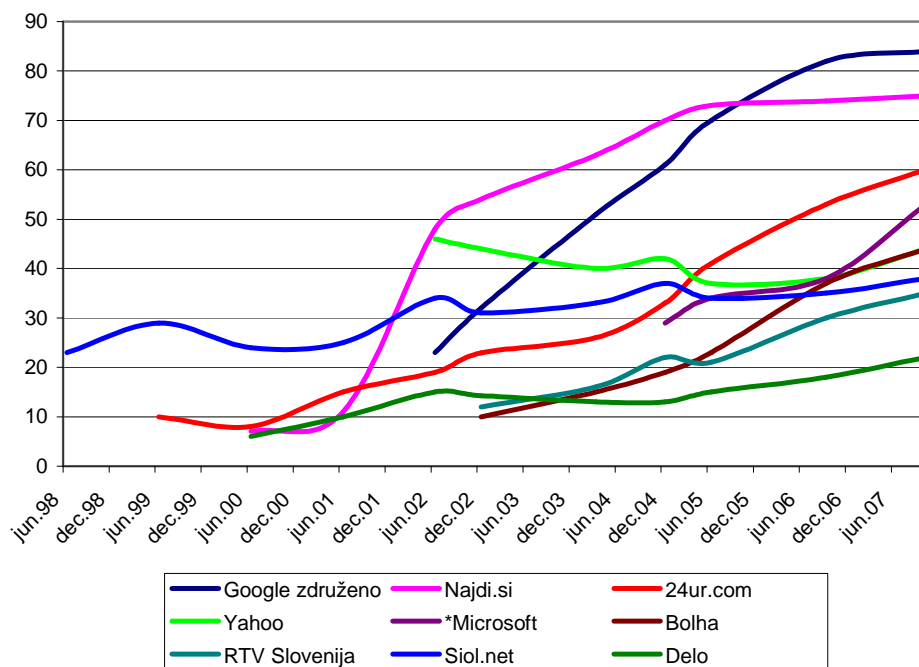
	mesečni doseg 2006 %	Absolutno število uporabnikov 2006 (v 1000)	mesečni doseg 2007 %	absolutno število uporabnikov 2007 (v 1000)	razlika
Google (združeno)			84%	930	
Google	82%	718	80%	893	175
Najdi.si	73%	646	74%	837	191
Yahoo.com	38%	335	39%	424	89
MSN.com	28%	243	30%	335	92
Delo	19%	162	22%	246	84
Siol.net	35%	309	38%	424	115
RTV Slovenija	30%	259	35%	391	132
24ur.com	53%	467	59%	670	203
Bolha	38%	327	44%	491	164
Hotmail.com	25%	219	32%	357	138
Microsoft.com	13%	111	23%	257	146
Microsoft (združeno)	38%	338	38%	592	254

Iz Tabele 8 razberemo, da največji dvig v mesečnem dosegu beleži stran Microsoft.com, ki je od lanskega leta napredoval za 10%, sledi pa mu Hotmail.com s 7%. Ugotovimo, da se mesečni doseg skorajda ni spremenil za Google.com (ki beleži 2% nižji mesečni doseg kot pred letom dni), Najdi.si in Yahoo.com pa imata mesečni doseg za eno odstotno točko višji kot lansko leto.

Slika 1: Primerjava mesečnega dosega internetnih strani septembra 2006 in oktobra 2007



Slika 2: Relativna mesečna obiskanost (doseg - rating) najbolj obiskanih spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta⁵ (RIS 1998 – 2007)

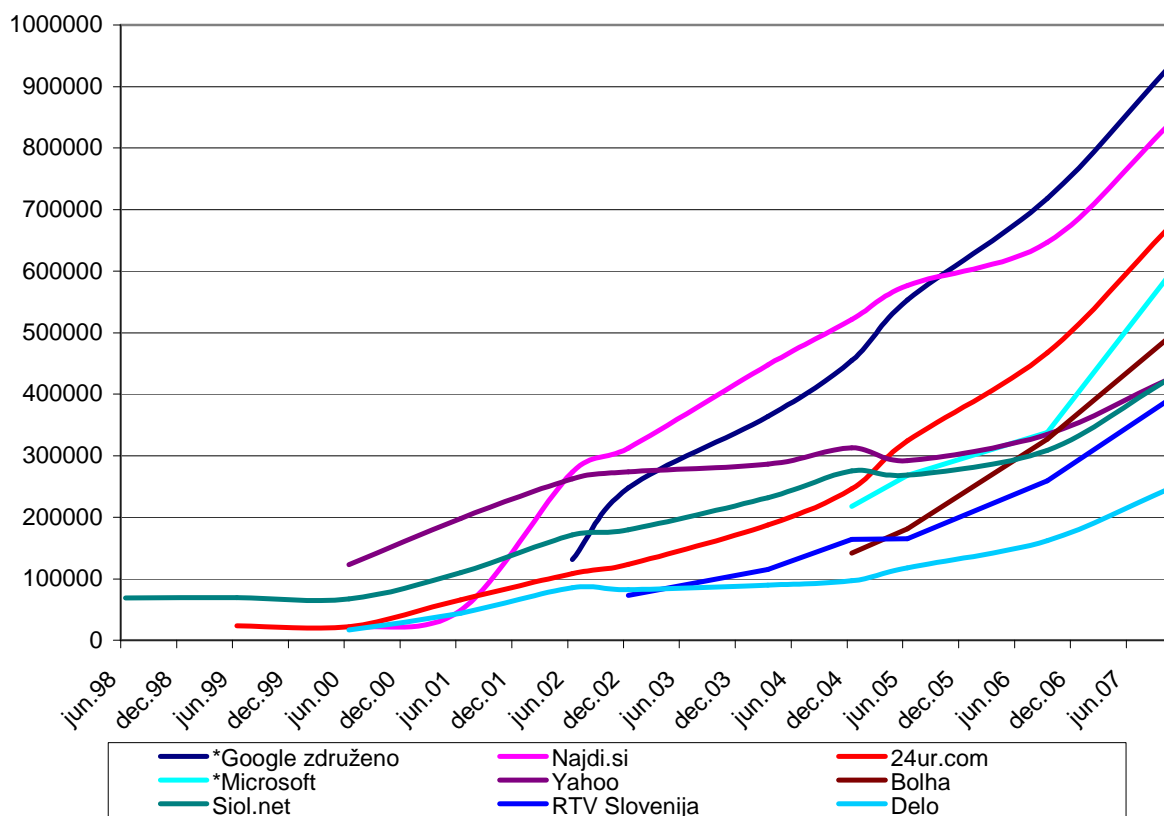


Iz slike razberemo, da pri večini spletnih strani mesečni doseg še vedno raste, pri najbolj pogosto obiskanih – Google.com in Najdi.si pa se je naraščanje nekoliko ustalilo.

Na naslednji sliki predstavljamo še absolutno mesečno obiskanost posameznih spletnih strani ter absolutno. Za razliko od relativne obiskanosti se pri absolutni obiskanosti poleg relativnega mesečnega dosega upošteva tudi rast števila mesečnih uporabnikov interneta.

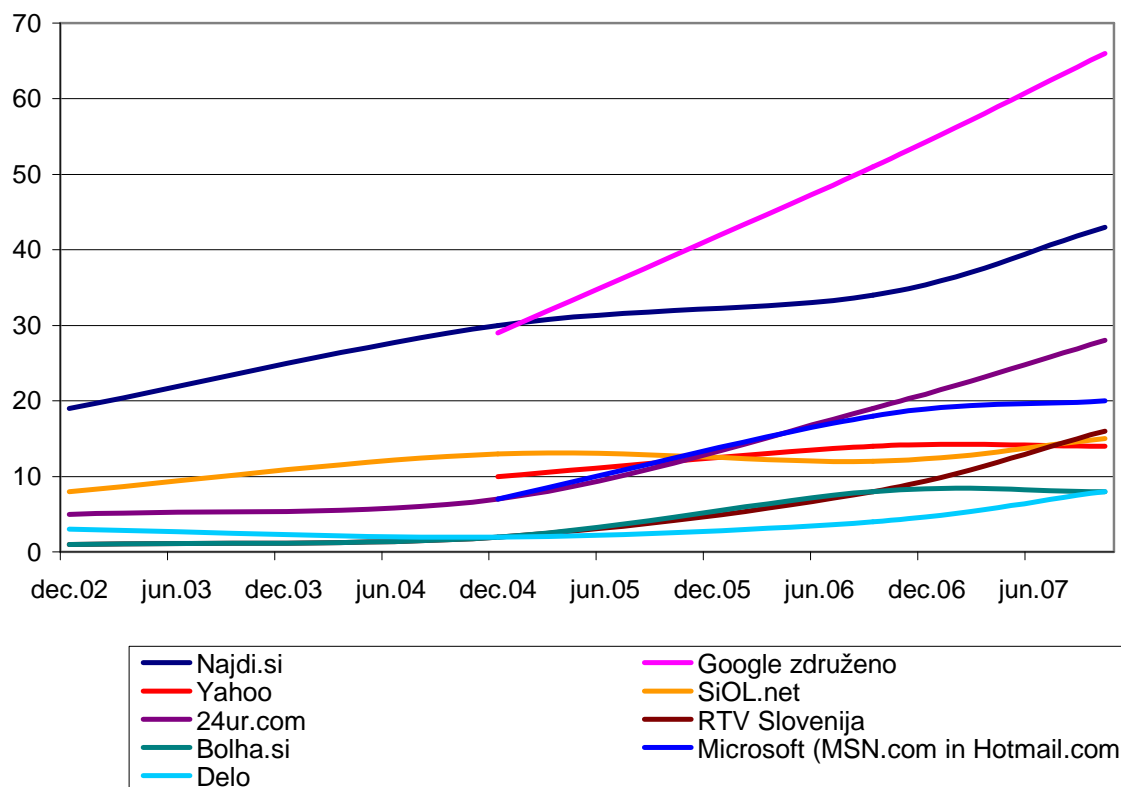
⁵ Za december 2004 je pri Microsoftu upoštevana obiskanost spletnih strani MSN.com in/ali Hotmail.com, junija 2005 in septembra 2006 pa obiskanost MSN.com in/ali Hotmail.com in/ali Microsoft, oktobra 2007 pa MSN.com in/ali Hotmail.com in/ali Microsoft in/ali Windows live.

Slika 3: Absolutna mesečna obiskanost (doseg - rating) najbolj obiskanih spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta⁶ (RIS 1998 – 2007)



⁶ Za december 2004 je pri Microsoftu upoštevana obiskanost spletnih strani MSN.com in/ali Hotmail.com, junija 2005 in septembru 2006 pa obiskanost MSN.com in/ali Hotmail.com in/ali Microsoft, oktobra 2007 pa MSN.com in/ali Hotmail.com in/ali Microsoft in/ali Windows live. Prav tako sta združena Google.com in Gmail.com.

Slika 4: Relativna dnevna obiskanost (doseg - rating) najbolj obiskanih spletnih strani med mesečnimi PC uporabniki interneta⁷ (RIS 1998 – 2007)



⁷ Za december 2004 je pri Microsoftu upoštevana obiskanost spletnih strani MSN.com in/ali Hotmail.com, junija 2005 in septembra 2006 pa obiskanost MSN.com in/ali Hotmail.com in/ali Microsoft, oktobra 2007 pa MSN.com in/ali Hotmail.com in/ali Microsoft in/ali Windows live.

Tabela 9: Absolutna mesečna obiskanost RIS 199-2002

letno 1999		letno 2000		letno 2001		letno 2002 - junij		letno 2002 - december	
WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno
Yahoo	148.800	Matkurja	126.000	Matkurja	237.600	Matkurja	364.800	Matkurja	325.600
Altavista	144.000	Yahoo	123.200	Yahoo.com	198.000	Najdi.si	273.600	Najdi.si	312.250
TIS	105.600	Altavista	114.800	TIS	140.800	Yahoo	262.200	SiOL	179.500
Mat'kurja	88.800	TIS	78.400	Altavista.com	132.000	Mobitel	193.800	Email.si	150.000
Slowwwenia	88.800	Mobitel	72.800	Mobitel	110.000	Siol.net	193.800	24ur.com	123.400
Siol.net	69.600	Siol.net	67.200	Siol.net	110.000	TIS	171.000	uni-lj	100.000
CNN	52.800	Hotmail	64.400	Slowwwenia.com	101.200	Slowwwenia.com	165.300	ARNES	98.800
MSN	55.200	Arnes	58.800	Arnes	92.400	Email.si	148.200	Pinkponk	96.000
Info mediji	40.800	Slowwwenia.com	53.200	Email.si	74.800	Altavista	131.100	Salomon.si	94.700
Amazon.com	40.800	Email.si	44.800	Hotmail	74.800	Arnes	131.100	HMZS	85.600
NBA	40.800	Salomonov oglasnik	36.400	24ur.com	66.000	Google	131.100	Cobiss	85.000
Večer	36.000	Univerza v LJ	36.400	Slovista.com	61.600	Hotmail.com	125.400	DELO	82.400
Eon	24.000	HMZS	33.600	Salomon.si	61.600	24ur.com	108.300	Simobil	80.000
24ur.com	24.000	Telekom (brez TIS)	30.800	Univerza v LJ	57.200	Microsoft	108.300	NLB	79.800
Dnevnik	24.000	Simobil	30.800	HMZS	52.800	Univerza v LJ	96.900	RTV Slovenija	72.700
Tucows	24.000	LjSE	30.800	Slo.net	52.800	Cobiss	91.200	PIRS	71.800
		PIRS	30.800	LjSE	48.400	Salomon.si	91.200	Večer	65.600
		NLB	28.000	Najdi.si	48.400	Pinkponk	85.500	Microsoft	61.900
		Mladina	28.000	Telekom (brez TIS)	48.400	Delo	85.500	Mladina	61.400
		Slovista.com	28.000	Cobiss	44.000	Simobil.si	79.800	Univerza v MB	58.200
		Cobiss	28.000	Delo	44.000	Uradni list	79.800	Sigov.si	57.900
		Microsoft Slovenije	28.000	Dnevnik	44.000	Kolosej	79.800	Finance	56.700
		24ur.com	22.400	Eon	44.000	NLB	74.100	Bolha.com	55.900
		Najdi.si	19.600	Microsoft Slovenije	44.000	HMZS	62.700	Zavod za zaposl.	55.500
		Delo	16.800			Ljubljanska borza	62.700	Ljubljanska borza	55.500
						Telekom (brez TIS)	62.700	Mobisux	48.900
								Dnevnik.si	45.250
								CNN	44.200
								GZS	43.500
								Amazon.com	37.000

Tabela 10: Absolutna mesečna obiskanost RIS 2004-2006

let 2004 - marec		let 2004 – december (RIS)		let 2004 – december (RIS- DCO)		let 2005 – junij (RIS- DCO)		let 2006 - (RIS-DCO)	
WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno	WWW strani	mesečno
Najdi.si	447.553	Najdi.si	528.950	Najdi.si	521.500	Najdi	574.583	Google	718.216
Google	363.743	Google	424.650	Google	476.800	Google	550.970	Najdi.si	646.358
Matkurja	323.333	Matkurja	350.150	Yahoo	327.800	24ur.com	322.711	24ur.com	467.189
Yahoo	285.905	SiOL.net	253.300	Matkurja	283.100	Yahoo	291.227	Microsoft (skupaj)*	337.589
SiOL.net	231.751	Yahoo	230.950	Siol.net	275.650	Matkurja	275.485	Yahoo.com	334.721
TIS	211.522	TIS	230.950	24ur.com	245.850	* Microsoft (skupaj)	267.614	Bolha	327.231
24ur.com	187.296	Salomon.si	163.900	TIS	193.700	Siol.net	267.614	Siol.net	308.619
Email.si	186.845	Avto.net	149.000	Email.si	193.700	Email.si	244.001	TIS telefonski imenik	304.931
Mobitel	175.885	Arnes	141.550	RTV Slovenija	163.900	TIS telefonski imenik	244.001	Matkurja	287.915
Pinkponk	119.415	avtooglasnik.com	141.550	Volja.net	156.450	Volja.net	188.904	Avto.net	269.240
RTV Slovenija	115.138	Bolha.si	141.550	Mobitel	156.450	Avto.net	181.033	RTV Slovenija	259.395
Finance	104.392	Cobiss	119.200	Avto.net	149.000	Bolha.si	181.033	MSN.com	242.917
Mladina	90.467	Univerza v Ljubljani	119.200	Bolha.si	141.550	RTV Slovenija	165.291	Mobitel	232.837
Slowwwenia	89.984	nepremicnine.net	96.850	Hotmail.com	141.550	Hotmail.com	149.549	Hotmail.com	218.625
Delo	89.437	Univerza v Mariboru	89.400	MSN.com	126.650	Mobitel	149.549	Email.si	213.227
Dnevnik	76.602	E-uprava	81.950	Pinkponk	119.200	MSN.com	125.936	Volja.net	183.537
Večer	76.016	nepremicnine.si21.net	59.600	Delo	96.850	Delo	118.065	Delo	162.123
E-uprava	43.503	Agencija RS za okolje	59.600	Finance	96.850	Microsoft	118.065	Planet	161.589
		Slo-tech	44.700	Večer	89.400	Večer	118.065	Salomon.si	147.162
		slonep.net	44.700	Salomon.si	81.950	Finance	110.194	Simobil	140.352
		Bistreglave.com	44.700	Mobisux	81.950	Planet	110.194	Finance on.net	124.487
				Altavista	81.950	Salomon.si	94.452	Mladina.si	124.158
				Simobil.si	74.500	Dnevnik	78.710	Dnevnik	118.697
				Slowwwenia	74.500	Simobil	78.710	Portal e-uprava	110.743
				Glasujzame	67.050	Nepremičnine.net	70.839	Microsoft.com	110.662
				Obala.net	67.050	Mobisux	55.097	Nepremicnine.net	110.012
				Dnevnik	67.050	Med.over.net	31.484	Večer	106.414
				Mladina	67.050			Glasujzame.com	92.337
				Napovednik.com	22.350			Mobisux	89.070
				Ona-on	7.450			Nepremicnine	73.100
								Med.over.net	54.148
								Gibanje.org	43.714
								Direkt.si	43.185

Tabela 11: Absolutna mesečna obiskanost RIS 2007

leto 2007	
WWW strani	mesečno
Google združeno	930.442
Google.com	892.849
Najdi.si	837.046
24ur.com	669.637
Bolha	491.067
Gmail.com	457.585
Siol.net	424.103
Yahoo.com	424.103
YouTube.com	424.103
RTV Slovenija	390.621
Hotmail.com	357.140
Wikipedia v Slovenščini	355.110
MSN.net	334,818
Wikipedia ali Wikimedia v angleščini	267.855
Windows Live	267.855
Microsoft	256.694
Delo.si	245.533
MojVideo.si	189.730
MySpace.com	156.249

Tabela 12: Demografski podatki mesečnih uporabnikov spletnih strani, ki imajo vsaj 30% mesečni doseg

	najdi.si		google		yahoo		Gmail		HOTmail		MSN	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
SPOL												
Moški	120	50,0%	133	51,9%	65	51,9%	70	52,9%	52	51,5%	40	41,8%
ženska	120	50,0%	123	48,1%	60	48,1%	62	47,1%	49	48,5%	55	58,2%
SKUPAJ	240	100%	256	100%	125	100%	132	100%	101	100%	95	100%
STAROST												
12-19 let	53	22,1%	58	22,7%	22	17,6%	29	22,3%	46	45,6%	40	42,8%
20-29 let	63	26,5%	73	28,5%	46	37,4%	50	38,2%	31	30,1%	32	34,1%
30-39 let	54	22,5%	54	20,9%	27	22,1%	30	22,8%	15	15,0%	12	13,0%
40-49 let	43	17,8%	50	19,3%	19	15,5%	11	8,3%	8	7,8%	9	9,7%
50 let in več	27	11,1%	22	8,6%	9	7,5%	11	8,5%	1	1,5%	0	0,4%
SKUPAJ	240	100%	257	100%	123	100%	131	100%	101	100%	93	100%
IZOBRAZBA												
osnovna šola	10	6,2%	9	5,2%	3	3,1%	4	4,4%	3	6,0%	3	6,3%
poklicna šola	33	20,0%	39	22,5%	20	23,2%	14	15,8%	7	16,5%	7	17,4%
srednja šola	69	41,1%	68	39,6%	35	41,0%	43	49,8%	18	41,5%	21	49,6%
višja/visoka šola	43	25,8%	41	23,9%	17	20,1%	20	22,8%	10	23,2%	10	23,2%
Univerza	12	7,0%	15	8,7%	11	12,7%	6	7,2%	6	12,8%	1	3,5%
SKUPAJ	167	100%	173	100%	86	100%	86	100%	44	100%	42	100%
REGIJA												
Osrednja Slovenija	71	29,5%	80	31,3%	45	36,1%	43	32,2%	23	22,5%	26	27,4%
Vzhodno Štajerska (MB)	51	21,3%	52	20,2%	26	21,3%	30	22,7%	27	26,2%	20	21,5%
Savinjska (CE)	23	9,6%	30	11,8%	14	11,1%	12	9,0%	8	8,3%	9	9,9%
Gorenjska	27	11,4%	23	8,8%	12	9,9%	9	7,1%	9	9,3%	4	4,5%
Goriška	10	4,2%	13	5,2%	7	5,5%	8	5,7%	6	5,7%	6	6,1%
Obalna	18	7,4%	19	7,2%	6	4,5%	6	4,5%	8	7,9%	8	8,4%
Dolenjska	26	10,8%	25	9,8%	9	7,0%	19	14,1%	15	14,4%	16	17,1%
Prekmurje	14	5,8%	14	5,6%	6	4,6%	6	4,7%	6	5,8%	5	5,1%
SKUPAJ	240	100%	256	100%	125	100%	133	100%	102	100%	94	100%

Iz tabele razberemo, da iskalnike Najdi.si, Google.com in Yahoo.com uporabljajo v približno enaki meri tako moški kot ženske. Večja razlika med spoloma se pokaže pri uporabi MSN, ki ga uporablja več žensk (58%) kot moških (42%). Če primerjamo uporabo treh iskalnikov glede na starost respondentov ugotovimo, da je med uporabniki Yahoo.com skoraj štiri desetine respondentov starih med 20 in 29 let, med tem ko je med uporabniki Najdi.si in Google.com v tej skupini (20-29 let) dobra četrtina respondentov. Hot mail in MSN uporabljajo pretežno mladi – tako Hot mail kot MSN uporablja več kot

štiri desetine respondentov starih med 12 in 19 let in okoli tri desetine respondentov starih med 20 in 29 let.

Tabela 13: Demografski podatki mesečnih uporabnikov spletnih strani, ki imajo vsaj 30% mesečni doseg

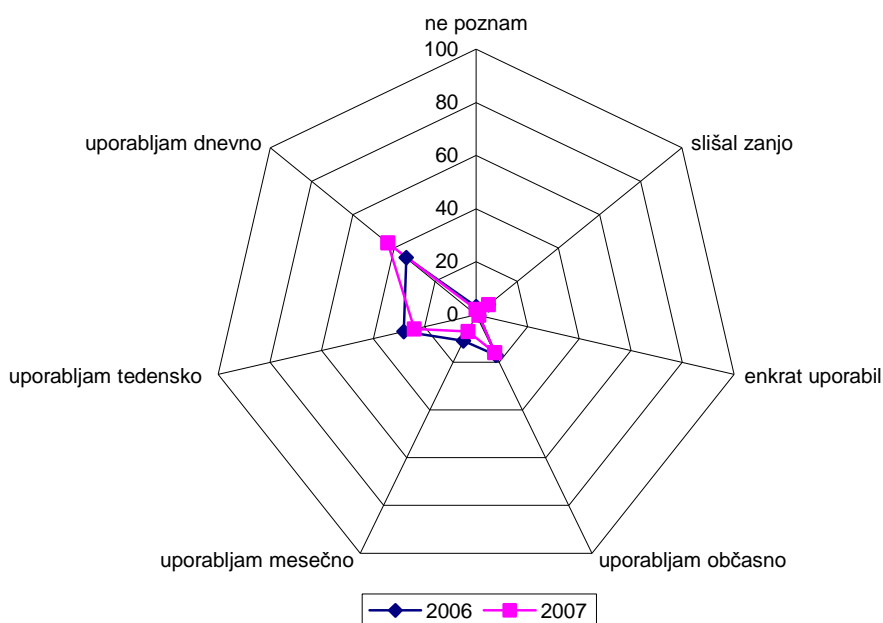
	RTVslo		24ur		Bolha		SIOL		youTube		Wikislo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
SPOL												
moški	63	54,7%	96	49,5%	91	64%	72	56,9%	73	59,5%	57	55,3%
ženska	52	45,3%	98	50,5%	51	36%	54	43,1%	50	40,5%	46	44,7%
SKUPAJ	115	100%	194	100%	142	100%	126	100%	123	100%	103	100%
STAROST												
12-19 let	19	16,0%	38	19,6%	29	20,6%	34	26,9%	47	37,9%	34	33,0%
20-29 let	34	29,1%	58	30,3%	44	30,8%	29	22,7%	39	31,3%	26	24,9%
30-39 let	30	26,1%	40	20,9%	34	24,0%	22	17,6%	22	17,7%	23	22,4%
40-49 let	21	18,0%	35	18,1%	22	15,8%	26	20,5%	12	9,9%	17	16,2%
50 let in več	13	10,8%	21	11,1%	12	8,7%	15	12,3%	4	3,2%	4	3,5%
SKUPAJ	117	100%	192	100%	141	100%	126	100%	124	100%	104	100%
IZOBRAZBA												
osnovna šola	6	7,7%	10	7,5%	8	8,0%	9	11,3%				
poklicna šola	17	20,3%	27	19,4%	26	26,1%	13	16,1%	12	21,1%	9	16,2%
srednja šola	37	44,1%	60	43,8%	41	41,8%	36	43,9%	31	52,8%	25	44,6%
višja/visoka šola	16	19,7%	28	20,4%	18	18,3%	20	24,1%	11	18,4%	14	24,8%
Univerza	7	8,3%	12	8,9%	6	5,7%	4	4,6%	5	7,7%	8	14,3%
SKUPAJ	83	100%	137	100%	99	100%	81	100%	59	100%	55	100%
REGIJA												
Osrednja Slovenija	37	32,2%	66	34,1%	44	30,7%	38	30,3%	39	31,3%	32	31,2%
Vzhodno Štajerska (MB)	26	22,0%	41	21,3%	32	22,4%	23	18,2%	24	19,8%	24	23,1%
Savinjska (CE)	12	10,2%	16	8,2%	16	11,3%	12	9,7%	15	12,0%	9	9,0%
Gorenjska	13	11,6%	23	12,0%	14	9,9%	15	12,2%	13	10,6%	11	10,6%
Goriška	5	4,2%	10	5,1%	6	4,2%	8	6,4%	4	2,9%	3	2,9%
Obalna	6	4,9%	9	4,8%	7	5,2%	4	3,1%	6	5,1%	6	5,6%
Dolenjska	11	9,8%	17	8,9%	14	9,8%	15	12,2%	16	12,6%	13	12,8%
Prekmurje	6	5,0%	11	5,5%	9	6,4%	10	7,9%	7	5,6%	5	4,8%
SKUPAJ	116	100%	193	100%	142	100%	125	100%	124	100%	103	100%

Če primerjamo uporabo RTVslo in 24ur ugotovimo, da RTVslo uporabljajo v večji meri moški, medtem ko 24ur uporabljajo moški in ženske v enaki meri. Obenem pa ugotovimo, da se uporabniki obeh spletnih medijev skorajda ne razlikujejo glede na starostno in izobrazbeno strukturo.

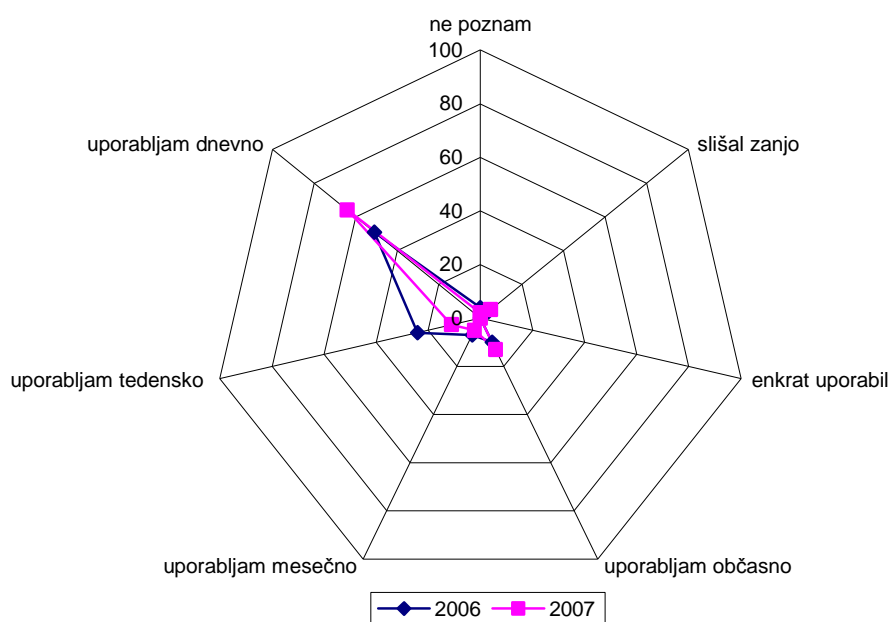
1.2.1.1 Primerjava med najpogosteje uporabljanima iskalnikoma – Najdi.si in Google.com

Spletna iskalnika Najdi.si in Google.com sta imela tako v lanskem letu kot tudi letos najvišji mesečni doseg, ki pa je v razponu enega leta ostal skoraj nespremenjen. Podatke za oba iskalnika podajamo tudi grafično (Slika 6 , Slika 7, Slika 8).

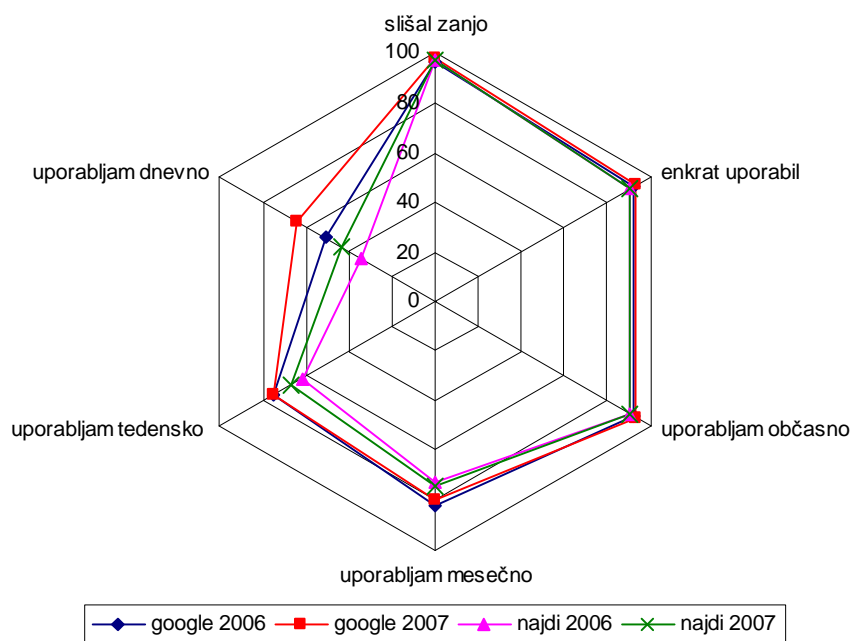
Slika 5: Uporaba iskalnika Najdi.si v letu 2006 in 2007



Slika 6: Uporaba iskalnika Google.com v letu 2006 in 2007



Slika 7: Kumulativni deleži uporabe iskalnikov Najdi.si in Google.com v letih 2006 in 2007



Iz slike razberemo, da je trend uporabe obeh iskalnikov v dveh letih zelo podoben, edino večjo razliko zaznamo pri dnevni uporabi, kjer ima Google še vedno večji doseg, obenem

pa ugotovimo, da se tedenski in mesečni doseg skorajda ne spreminjata več (mesečni je celo upadel za dve odstotni točki).

Glede na demografske podatke večje razlike med uporabo teh dveh iskalnikov zaznamo le glede na starost respondentov, kjer ugotavljamo, da Najdi.si uporabljajo nekoliko starejši respondenti (starejši od 50 let) oziroma srednja generacija (med 30 in 39 let), Google pa je bolj pogosto uporabljajo mlajši respondenti.

Slika 8: Uporaba Najdi.si in Google.com glede na starost

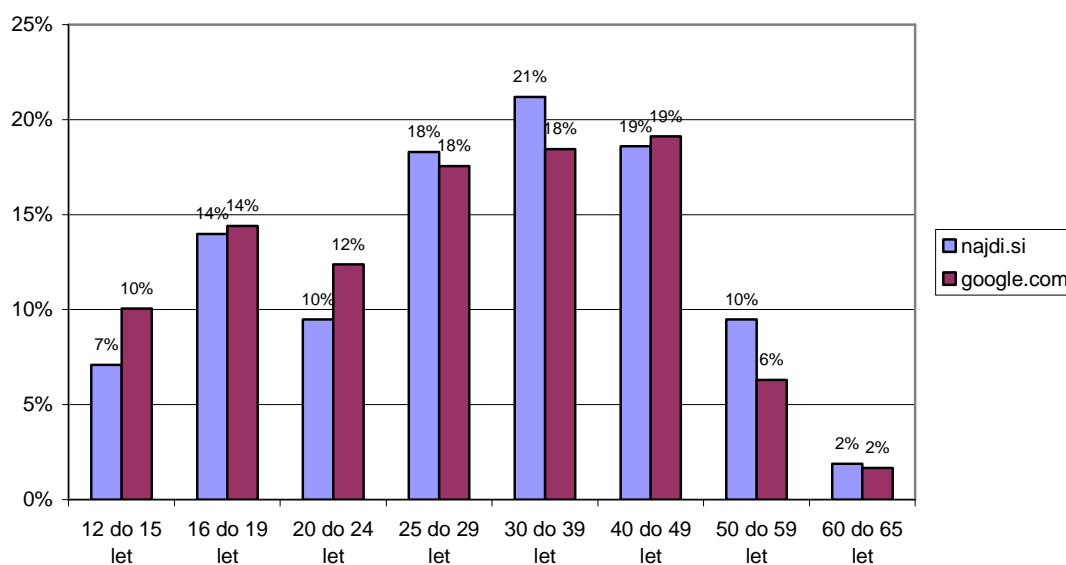


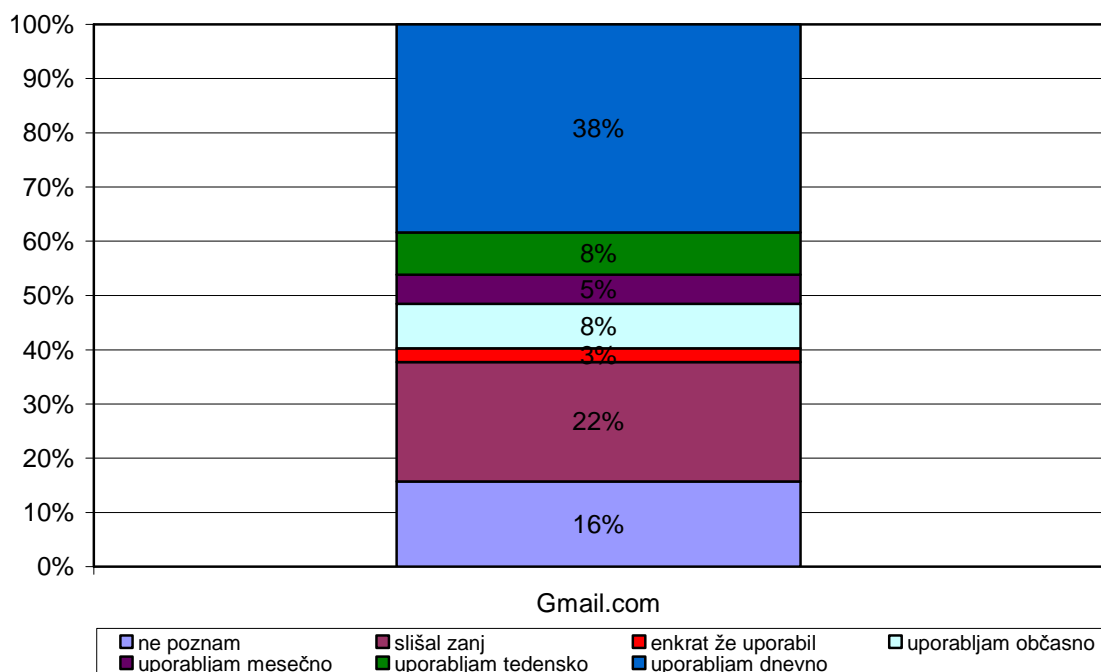
Tabela 14: Uporaba Google in Gmail (Križani podatki)

	Gmail.com															
	slišal zanj		enkrat že uporabil		uporabljam občasno		uporabljam mesečno		uporabljam tedensko		uporabljam dnevno		ne poznam		Skupaj	
Google.com	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
slišal zanj	3	19%	2	15%							1	5%	9	61%	16	100%
enkrat že uporabil	1	100%													1	100%
uporabljam občasno	17	41%			0	1%	3	7%	5	12%	4	9%	12	30%	41	100%
uporabljam mesečno	3	23%							4	28%	1	4%	6	45%	14	100%
uporabljam tedensko	10	29%			3	9%	1	2%	6	16%	2	7%	13	36%	35	100%
uporabljam dnevno	45	22%	5	3%	17	8%	11	5%	16	8%	78	38%	32	16%	203	100%
ne poznam	1	13%			1	13%							4	75%	6	100%
SKUPAJ	80	25%	7	2%	21	7%	14	5%	31	10%	85	27%	77	24%	316	100%

Primerjali smo, koliko uporabnikov spletne strani Google.com uporablja za upravljanje z e-pošto Gmail, ki je produkt Googla. Zanimivo je, da je korelacija med iskalnikom in e-pošto nizka in ni statistično značilna ($r=0,32$, $\text{sig}=0,6$).

Med dnevnimi uporabniki Googla, je 38% takih, ki dnevno uporabljajo tudi Gmail.

Slika 9: Pogostost uporabe Gmail med dnevnimi uporabniki Google.com



n=203

Tabela 15: Demografski podatki za dnevne uporabnike Google.com in Gmail

	Google & Gmail (dnevno)	
	n	%
SPOL		
moški	38	48,9%
ženska	40	51,1%
SKUPAJ	78	100%
STAROST		
12-19 let	19	24,7%
20-29 let	35	45,3%
30-39 let	12	15,9%
40-49 let	6	7,3%
50 let in več	5	6,9%
SKUPAJ	77	100%
IZOBRAZBA		
osnovna šola	1	2,4%
poklicna šola	5	10,1%
srednja šola	26	55,2%
višja/visoka šola	11	23,8%
Univerza	4	8,5%
SKUPAJ	46	100%
REGIJA		
Osrednja Slovenija	25	32,5%
Vzhodno Štajerska (MB)	13	17,0%
Savinjska (CE)	8	10,4%
Gorenjska	5	7,0%
Goriška	7	8,5%
Obalna	3	4,2%
Dolenjska	12	15,2%
Prekmurje	4	5,2%
SKUPAJ	78	100%

Iz tabele razberemo, da Google in Gmail uporabljajo moški in ženske v enaki meri, gre pa predvsem za mlade z dokončano srednjo oziroma višjo ali visoko šolo.