



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

RIS2001- zdravstvo in farmacija

Ljubljana, december 2001

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

**Raba Interneta 2001
Zdravstvo in farmacija**

Avtorji: Vasja Vehovar, Matej Jovan, Vesna Dolničar

Ljubljana, december 2001

POVZETEK

V okviru projekta RIS so bila že od leta 1997 obravnavana tudi vprašanja s področja zdravstva in farmacije. Pregled kontinuiranih telefonskih raziskav jasno pokaže, da je zanimanje za to področje, posebej za e-nakupovanje zdravil, med mesečnimi uporabniki Interneta razmeroma **skromno** in v smislu deleža uporabnikov Interneta, ki se za to zanimajo, tudi **ne narašča**.

V absolutnem smislu pa zaradi hitre širitve Interneta število tovrstnih interesentov kljub temu hitro **narašča**. Tako se za e-nakupovanje zdravil neposredno od veletrgovca zanima že 72.000 (\pm 16.500) oseb, kar predstavlja 16% vseh mesečnih uporabnikov konec leta 2001 (450.000), čeprav po drugi strani – kot rečeno – sam delež uporabnikov, ki izražajo zanimanje (to je 16%), stagnira že od leta 1997. Natančen pogled pokaže za leta 1997-2001 celo rahlo upadanje, kar gre pripisati spremenjeni strukturi uporabnikov Interneta – v uporabo Interneta namreč vstopajo segmenti, ki jih spletno nakupovanje vse manj zanima.

Nekoliko več, skoraj četrtina (24%), aktivnih uporabnikov pa je navedlo, da so že obiskali strani s farmacevtsko ali zdravstveno vsebino, vendar le desetina (9%) aktivnih uporabnikov (torej okoli 40.000 oseb) navaja mesečno obiskovanje tovrstnih vsebin.

Po drugi strani pa je načelno zanimanje za vsebine s področja farmacije in zdravstva bistveno večje. Tako npr. izraža načelno zanimanje za informacijske storitve na zdravstvenem/farmacevtskem področju večina uporabnikov Interneta. Med ne-uporabniki Interneta pa je tovrstno zanimanje celo večje kot med uporabniki. Tako skoraj 60% celotne slovenske aktivne populacije izraža zanimanje, da bi z elektronsko komunikacijo preko računalnika ali kakega drugega elektronskega medija dobili zdravniški nasvet ali interpretacijo zdravniških izvidov.

Rezultati, pridobljeni na podlagi reprezentativnih telefonskih anket, torej kažejo, da je načelno zanimanje za to področje izredno visoko, aktualna praksa in uporaba tovrstnih informacij pa nizka in se v zadnjih letih v smislu relativnih deležev ne spreminja.

Na tej točki je spletna anketa RIS 2001, kjer je bilo v vzorec vključenih okoli 15.000 intenzivnih uporabnikov Interneta, osvetlila ovire, ki generirajo razkorak med načelnim zanimanjem in nizko uporabo. Glede na pomembnost lahko ovire razvrstimo takole:

- pomanjkanje kvalitetnih spletnih vsebin,
- premalo prijazno organizirane informacije;
- zaskrbljenosti za varnost osebnih podatkov;
- splošno nezaupanje virom na Internetu.

Seveda pa so navedeni razlogi v različnih sociodemografskih skupinah različno intenzivni.

Oglejmo si še nekaj pomembnejših zaključkov spletne ankete RIS2001. Pri tem velja opozoriti, da se navedene ugotovitve nanašajo na intenzivne uporabnike, ki se na Internetu odzivajo (npr. vabilo na anketo, klik na oglas/banner, ipd). Izkušnje pa kažejo, da se obnašanje in stališča teh anketirancev pri spletni raziskavi RIS, ki je bila tako široko

promovirana, skoraj povsem ujemajo s stališči intenzivnih (tedenskih) uporabnikov v reprezentativnih telefonskih anketah.

- Tretjina respondentov v spletni anketi izraža splošno zanimanje za e-nakupovanje, vendar le **18% za e-nakupovanje** zdravil,
- **Matkurjo mesečno** obiše okoli tri četrtine vseh uporabnikov zainteresiranih za e-nakupovanje zdravil, kar predstavlja 13% populacije vseh respondentov.
- Po drugi strani pa med mesečnimi obiskovalci Matkurje najdemo le 18% respondentov, ki izražajo zanimanje za e-nakupovanje na področju zdravstva in farmacije, kar je tudi siceršnji delež tovrstnega zanimanja med vsemi respondenti.
- Med najbolj obiskanimi spletnimi predstavitevami najdemo največ interesentov za e-nakupovanje s področja zdravstva med obiskovalci spletnih dnevnikov (Dnevnik, Delo, Vecer, 24ur, CNN) - in sicer četrtina mesečnih obiskovalcev teh spletnih predstavitev izraža interes za nakupovanjem na tem področju. Profili nekaterih drugih strani pa kažejo še bistveno večji delež zainteresiranih za to področje.
- Največja ovira za uporabo informacij na tem področju je pomanjkanje kvalitetnih zdravstvenih in farmacevtskih vsebin ter pomanjkljiva strukturiranost/organiziranost informacij s tovrstno vsebino.
- Približno tretjina respondentov je **pripravljena plačevati** za dostop do zdravstvenih/farmacevtskih informacij na Internetu.
- **Mnenja** respondentov o zdravstvu in farmaciji **določajo trije faktorji**: pomisleki o e-nakupovanju zdravil, zadovoljstvo z zdravniki in koristnost alternativne medicine. Pri tem je visoka skrb za tajnost podatkov najbolj izrazito mnenje respondentov.
- Respondenti so razmeroma zadovoljni s svojim zdravnikom (ocena 4 na skali 1-5, kjer je 3 sredina in 5 maksimalno strinjanje), so naklonjeni alternativni medicini (3.9) in - čeprav menijo, da je kupovanje zdravil na Internetu lahko nevarno (3.7) - se ne zavzemajo za prepoved tovrstne prodaje (2.5).
- V splošnem je zadovoljstvo z državo na področju zdravstva nekoliko pod povprečjem (2.6). Izpostaviti pa velja relativno visoko ocenjeno potrebo osebnega stika s farmacevtom (3.5).
- Četrtina respondentov v spletni anketi je že kdaj obiskala **alternativnega zdravilca**, opazen pa je tudi znaten interes za iskanje tovrstnih informacij na Internetu.
- Tretjina respondentov išče zdravstvene informacije na slovenskih, nekoliko manj – čeprav slovenski uporabniki večino časa preživijo na tujih spletnih straneh - pa na tujih farmacevtskih spletnih straneh.
- Najpogosteje so navedene zdravstvene strani med.over.net v Sloveniji oziroma na www.medline.com v tujini.
- Polovica respondentov ima bodisi prostovoljno bodisi obvezno zavarovanje, največkrat pa so prostovoljno zavarovani pri zavarovalnici *Vzajemna*. Tretjina respondentov je zainteresirana za sklenitev **dodatnega zavarovanja** prek Interneta, med obveznimi respondenti (ki so najbližji reprezentativnim respondentom v telefonskih anketah) pa izrazito zanimanje izraža desetina uporabnikov.
- Projekt ZZZS – **kartice zdravstvenega zavarovanja** in elektronski recept – je v vseh pogledih nadvse dobro ocenjen, posebej njegova koristnost (praktičnost in enostavnost). Precej nižje – čeprav še vedno razmeroma visoko (3.8 na skali 1-5) - pa je ocenjena ustreznost vidika varnosti in zasebnosti.
- Polovico (49%) uporabnikov Interneta zanima **komunikacija s proizvajalci zdravil**, nekoliko manj z vele-drogerijami z zdravili (38%), z lekarnami pa največ - kar 71%

respondentov izraža zanimanje za elektronsko komunikacijo z lekarnami. ***Pri tem posebej izstopajo ženske.***

- ***Zanimanje za e-nakupovanje*** na tem področju se je od leta 1998 nekoliko povečalo. Največje je zanimanje za kupovanje zdravil (47%, leta 1998 21%), najmanjše pa za dietetske proizvode (30%, leta 1998 19%).
- Splošno zanimanje za nakupovanje zdravil neposredno od veletrgovin v dosedanjih spletnih anketah RIS od 1997 (2.5 na skali 1-5) do-2001 (3.2) vztrajno narašča, kar priča, da med intenzivnimi uporabniki tovrstni interes narašča. Pri tem velja spomniti, da pa v telefonskih anketah navedeni interes stagnira okoli vrednosti 2.0.
- Razviden je splošen in ***velik interes za Internetne informacije o lastnostih zdravil***, posebno o pravilni uporabi, nezaželenih učinkih, dostopnosti v lekarnah ter interakcijah zdravil.
- Večina respondentov se je že ***samozdravila*** (88%). Respondenti bi se samozdravili pogosteje, če bi jim to svetoval farmacevt. Pri samozdravljenju pa bi se številni respondenti raje obračali na Internetne strani kot pa neposredno na zdravnike.

Vsebina

0	METODOLOGIJA	1
1	TELEFONSKE RAZISKAVE	3
1.1	PODROČJA UPORABE.....	3
1.2	ZANIMANJE ZA ZDRAVSTVO IN FARMACIJO	5
1.2.1	<i>Demografija</i>	8
1.3	ZANIMANJE ZA INTERNETNE INFORMACIJE	9
1.4	NAKUPNE AKTIVNOSTI	11
1.4.1	<i>Demografija</i>	15
2	SPLETNA RAZISKAVA RIS2001.....	16
2.1	ZANIMANJE ZA E-NAKUPOVANJE	16
2.1.1	<i>Demografija (podroben opis kategorij je v prilogi 3.1).....</i>	18
2.1.2	<i>Obiskanost spletni strani in zanimanje za zdravstvo</i>	19
2.2	OVIRE PRI ISKANJU	22
2.2.1	<i>Demografija</i>	26
2.3	PRIPRAVLJENOST ZA E-PLAČEVANJE STORITEV.....	27
2.3.1	<i>Demografija</i>	28
2.4	MNENJA O ZDRAVSTVU IN FARMACIJI.....	29
2.4.1	<i>Demografija</i>	33
2.5	ALTERNATIVNO ZDRAVLJENJE	34
2.5.1	<i>Demografija</i>	37
2.6	ISKANJE ZDRAVSTVENIH INFORMACIJ NA INTERNETU.....	38
2.7	ZAVAROVANJA	44
2.8	ODNOS DO KARTICE ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA IN E-RECEPTA	47
2.8.1	<i>Demografija</i>	49
2.9	ZANIMANJE ZA ELEKTRONSKO KOMUNICIRANJE.....	50
2.9.1	<i>Demografija</i>	53
2.10	ZANIMANJE ZA INFORMACIJE O ZDRAVILIH NA INTERNETU - I.....	54
2.10.1	<i>Demografija</i>	57
2.11	ZANIMANJE ZA INFORMACIJE O LASTNOSTIH ZDRAVIL - II.....	58
2.11.1	<i>Demografija</i>	60
2.12	ZANIMANJE ZA E-NAKUPOVANJE ZDRAVSTVENIH IN FARMACEVTSKIH IZDELKOV	61
2.12.1	<i>Demografija</i>	66
2.13	ZANIMANJE ZA INFORMACIJE NA SPLETNIH STRANEH LEKARN	67
2.13.1	<i>Demografija</i>	69
2.14	SAMOZDRAVLJENJE	70
2.14.1	<i>Demografija</i>	73
3	PRILOGA	75
3.1	OBRAZLOŽITEV SOCIODEMOGRAFSKIH KATEGORIJ.....	75
3.2	INTERESENTI ZA E-NAKUPOVANJE ZDRAVIL MED MESEČNIMI OBISKOVALCI.....	76

0 Metodologija

Raziskava RIS '01 po WWW (n=14.000), ki je potekal v času julij-oktober (podrobnosti na www.ris.org), je bila sestavljena iz osnovnega bloka ter dvanajstih vsebinskih sklopov (med njimi je bil tudi farmacevtski sklop). Respondenti so na sklop odgovarjali na enega izmed dveh načinov:

1. bodisi so si sklop izbrali sami (prostovoljno) v delu ankete, ki je bil opsijske narave – v tem primeru gre za respondente (približno polovico), ki kažejo izrazito zanimanje za te vsebine;
2. bodisi so na vprašanja naleteli že v obveznem delu ankete. V nadaljevanju velja upoštevati, *da so ti respondenti podobni običajnim uporabnikom Interneta v telefonskih raziskavah.*

V skladu s to delitvijo govorimo o t.i. **prostovoljnih** respondentih oz. **obveznih** respondentih. Prostovoljni respondenti se razumljivo – saj so sklop zavestno izbrali - bistveno intenzivneje zanimajo za zdravstvene/farmacevtske storitve na Internetu, npr. za nakupovanje zdravil in drugih izdelkov ter za komunikacijo z lekarnami, vele-drogerijami itn. prek Interneta. Poleg tega prostovoljni respondenti boljše poznajo obravnavano tematiko.

Upoštevali tudi velja, da je bila:

1. okoli tretjina respondentov povabljenih na anketo preko e-pošte,
2. ostali pa so kliknil na RIS-ovo pasico (povabilo na anketo v obliki pasice), ki se je v tem času pojavljalo na večini Internetnih straneh.

Glede na **način dostopa** do ankete govorimo o t.i. **e-poštnih** respondentih oz. **pasičnih** respondentih. Pasični respondenti predstavljajo skupino, ki bo na določeno pasico (ne nujno s področja farmacije) reagirala. To tudi pomeni, da pasice dejansko učinkujejo kot informacija, ki usmerja uporabnika na želeno mesto, po drugi strani pa, da je e-pošta učinkovitejše informativno (propagandno) sredstvo, ki lahko doseže tudi manj zainteresirane uporabnike.

V celoti gledano zaradi samoizbire rezultatov seveda **ne moremo avtomatično posploševati** na celotno populacijo uporabnikov Interneta, tako kot v telefonskih anketah. Rezultati spletne ankete so zato ilustrativni zgolj za respondente, ki se odzivajo na spletu. Pri tem velja poudariti dvoje:

1. tovrstni respondenti so običajno v središču raziskovalnega zanimanja, pogosto so celo edini segment, ki nas zanima, saj gre za enote, ki na spletu reagirajo (npr. kliknejo, kupijo, registrirajo,...)
2. izkušnje kažejo, da se v tako široko promovirani anketi obvezni respondenti (posebej tisti, vabljeni z elektronsko pošto) skoraj v celoti ujemajo z intenzivnimi (tedenskimi) uporabniki Interneta v telefonskih anketah. To še posebej velja za ocenjevanje na skalah 1-5, v nekoliko manjši meri pa za ocene populacijskih deležev. Pri zdravstveno farmacevtskem sklopu so za intenzivne uporabnike seveda reprezentativni obvezni in ne prostovoljni respondenti. Slednji pa predstavljajo dragoceno informacijo o obnašanju uporabnikov, ki jih tovrstne vsebine močno zanimajo.

Na sklop vprašanj o farmaciji je odgovarjalo skupno 444 respondentov (leta 1998 je bilo 200 respondentov). Večina vprašanj je bila postavljena vsem respondentom, nekatera vprašanja pa so bila postavljena le polovici (sodi/lihi) respondentom.

Respondenti so bili večinoma moški (60%), vendar se njihov delež glede na ženske od leta 1998 hitro zmanjšuje (83% moških). Glavnina anketiranih je bila v starosti od 18 do 30 let (51%) in nad 30 (45%), zelo malo pa v starosti do 18 let (4%) in med starejšimi (nad 60 let) (2%). Izobrazbena struktura anketiranih je sledeča: 38% anketiranih ima srednješolsko izobrazbo; višjo, visoko izobrazbo, magisterij ali doktorat ima nadaljnjih 51%. Gre torej za nadpovprečno izobraženo populacijo.

Prostovoljno je odgovarjalo 326 respondentov, preostalih 118 pa je na sklop odgovarjalo že v rednem, obveznem delu ankete. Z vabilom preko e-pošte je na farmacevtski sklop odgovarjalo 155 respondentov, tistih, ki so prišli na anketo preko pasice, pa je bilo 289.

V analizah izvajamo tudi nekatere primerjave s spletnima anketama RIS1997 (n=3.500 samoanketirancev) in RIS1998 (n=6.500) in tudi z reprezentativnimi telefonskimi anketami med gospodinjstvi: RIS1997 (n=5.000 gospodinjstev, podvzorec 411 uporabnikov Interneta) in RIS '98 (n=10.000 gospodinjstev, podvzorec 400 uporabnikov Interneta), RIS '99, RIS '00 in RIS '01.

Medtem ko anketa po WWW temelji na samoizbiri respondentov, so respondenti pri telefonskih anketah v vzorec izbrani sistematično (enostavni slučajni vzorec) iz tekočega stanja Telefonskega imenika Slovenije. Pri izboru osebe v gospodinjstvu je bila uporabljena metoda zadnjega rojstnega dne med respondenti v starosti med 10 in 75 let. Na vprašanja, povezana z Internetom, so odgovarjali aktivni **uporabniki**, ki Internet uporabljajo mesečno ali pogosteje.

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

- - nesprejemljivo nenatančna ocena, zgolj v ilustracijo (manj kot 10 enot);
- (()) - zelo nenatančna ocena (med 10 in 20 enot);
- () - nenatančna ocena (med 20 in 30 enot).

1 RIS - telefonske raziskave

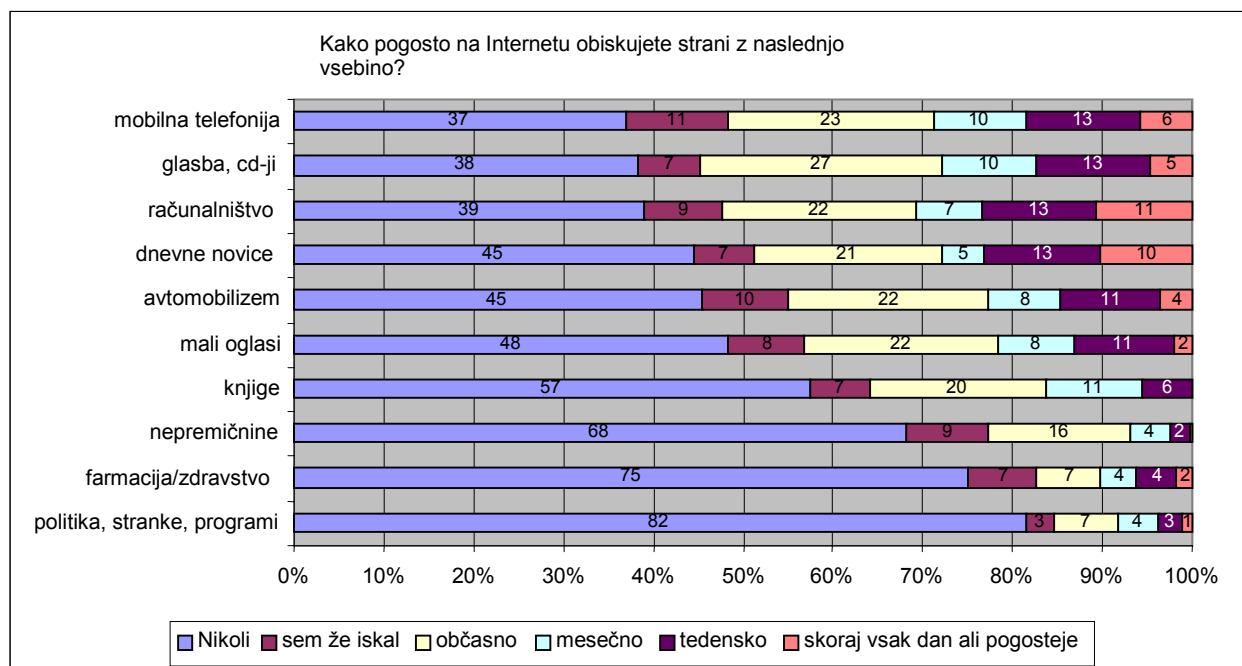
Zaradi reprezentativnosti najprej podajamo rezultate iz telefonskih raziskav. Izbor telefonskih raziskav je raznolik, saj gre za raziskave, ki so bile izvajane od leta 1997 do 2001. To pomeni večje število telefonskih raziskav z različno velikimi vzorci in različno natančnostjo ocen. Prav tako so nekatera vprašanja identična v vseh telefonskih raziskavah, nekatera pa so zgolj podobna.

1.1 Področja uporabe

V treh telefonskih anketah v letu 2000 nas je zanimalo, kako pogosto mesečni uporabniki Interneta na spletu iščejo določene vsebine. Aktivni (mesečni) uporabniki Interneta so odgovarjali na vprašanje »Kako pogosto na Internetu obiskujete strani z naslednjo vsebino?«. Ankete so bile izvajane junija 2000 (n= 259) ter dvakrat v oktobru: oktober I (n= 600) in oktober II (n= 365).

Vsebine, ki na Internetu najmanj zanimajo mesečne uporabnike, so s področja politike, saj več kot 80 odstotkov mesečnih uporabnikov Interneta teh vsebin še ni iskalo. Tudi vsebine s področja **zdravstva** ter nepremičnin so bile med manj iskanimi. Junija so bile najbolj obiskane strani s področja glasbe, računalništva ter mobilne telefonije, saj je več kot polovica mesečnih uporabnikov Interneta izjavila, da spletne strani s temi vsebinami obiskuje vsaj občasno. Dnevno ali pogosteje največ mesečnih uporabnikov Interneta išče vsebine s področja računalništva ter dnevne novice.

Slika 1: Deleži mesečnih uporabnikov Interneta glede na pogostost obiskovanja naštetih vsebin na Internetu (junij 2000, n=259)

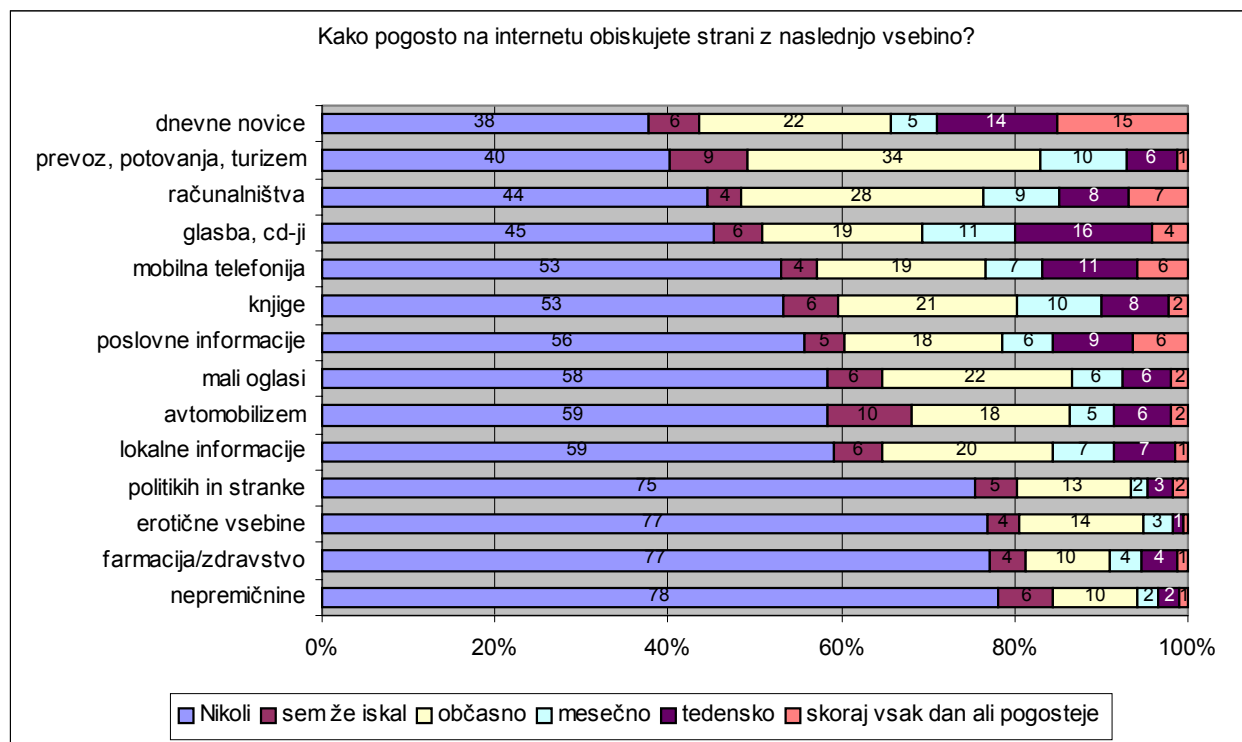


Podobno je bilo tudi v sklopu oktobrskih anket, kjer so največ mesečnih uporabnikov Interneta zanimale dnevne novice, turizem, računalništvo ter glasba, saj jih je več kot polovica izjavila, da spletne strani s temi vsebinami obiskujejo vsaj občasno. Dnevno ali pogosteje daleč največ uporabnikov Interneta obiskuje strani z dnevnimi novicami, izstopa pa še zanimanje za področje računalništva, mobilne telefonije ter poslovnih informacij. Med mesečnimi uporabniki Interneta je najmanj zanimanja za spletne strani s področja nepremičnin, *zdravstva* (9% respondentov mesečno obiskuje spletne strani s tovrstno vsebino), erotičnih vsebin ter politike.

Ocena zanimanja za zdravstvo je torej konstantna: četrtnina uporabnikov Interneta je že obiskala tovrstne vsebine, petina jih obiskuje občasno, desetina mesečno, dvajsetina pa tedensko. Okoli odstotek uporabnikov pa tovrstne vsebine spremlja dnevno.

Pri tem je navedeno zanimanje v smislu deležev v letih 1997-2001 konstantno in se ne spreminja.

Slika 2: Deleži mesečnih uporabnikov Interneta glede na pogostost obiskovanja naštetih vsebin na Internetu (oktober; 2000, n=600)



1.2 Zanimanje za zdravstvo in farmacijo

V tem poglavju podajamo rezultate telefonske ankete, ki je bila izvedena med gospodinjstvi decembra 2000 in januarja 2001.

Slika 3 prikazuje deleže respondentov, ki so ali niso iskali zdravstvene/farmaceutske informacije na Internetu, glede na e-nakupe v preteklih 12 mesecih oz. glede na odstotek preživelega časa na slovenskih spletnih straneh.

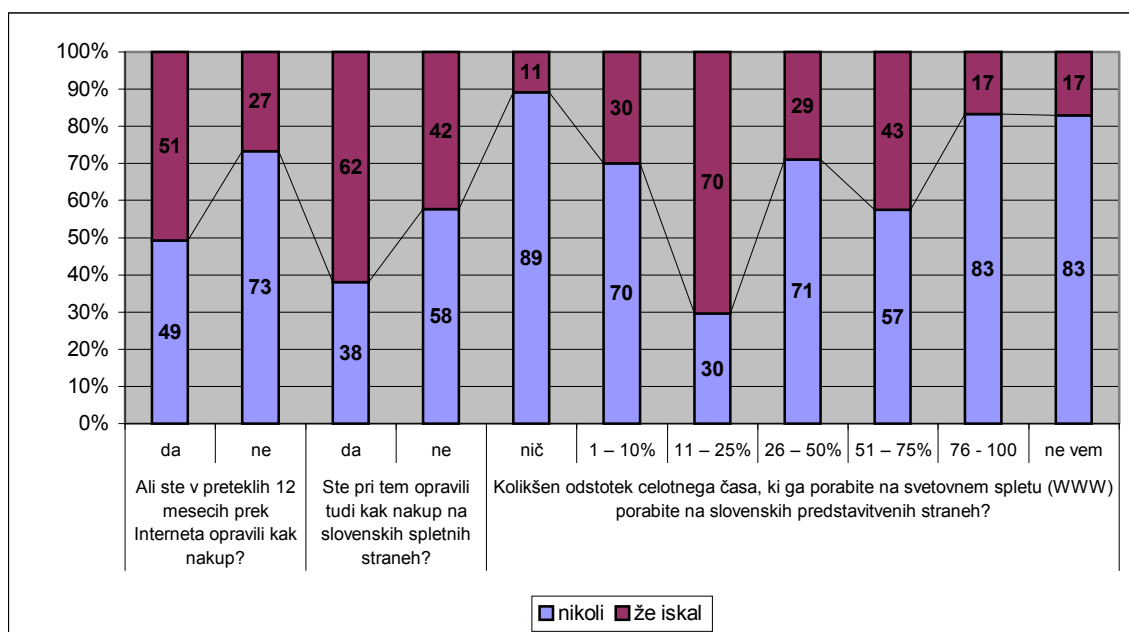
Tisti respondenti, ki so že nakupovali prek Interneta, pogosteje obiskujejo predstavitvene strani z zdravstveno/farmaceutsko vsebino (31% jih obiskuje mesečno ali pogosteje). Na drugi strani pa manj kot 10% nenakupovalcev vsaj mesečno išče tovrstne informacije.

Najpogosteje tovrstne informacije iščejo e-nakupovalci, ki so nakup(e) že opravili na slovenski(h) spletni(h) strani(h) (33% jih zdravstvene informacije išče tedensko).

Izstopajo tudi uporabniki, ki porabijo od desetine do četrtnine celotnega brskalnega časa na slovenskih predstavitvenih straneh (70% mesečno). Deleži so zgolj ilustrativni zaradi majhnega števila enot po posameznih celicah (Tabela 1).

Nakazuje pa se, da so tisti, ki malo časa preživijo na slovenskih spletnih straneh, predvsem mladi in jih ta tematika ne zanima. Na drugi strani pa tudi uporabniki, ki preživijo veliko časa na slovenskem spletu, niso intenzivnejši obiskovalci zdravstvenih vsebin. Največ interesentov najdemo v segmentu, kjer na slovenskih vsebinah porabijo 11-25% spletnega časa. Spomniti velja, da slovenski uporabniki Interneta le četrtnino do tretjino spletnega časa porabijo za vsebine na slovenskih spletnih straneh.

Slika 3: Zanimanje za farmacijo/zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitvenih straneh (Vir: RIS 2001).

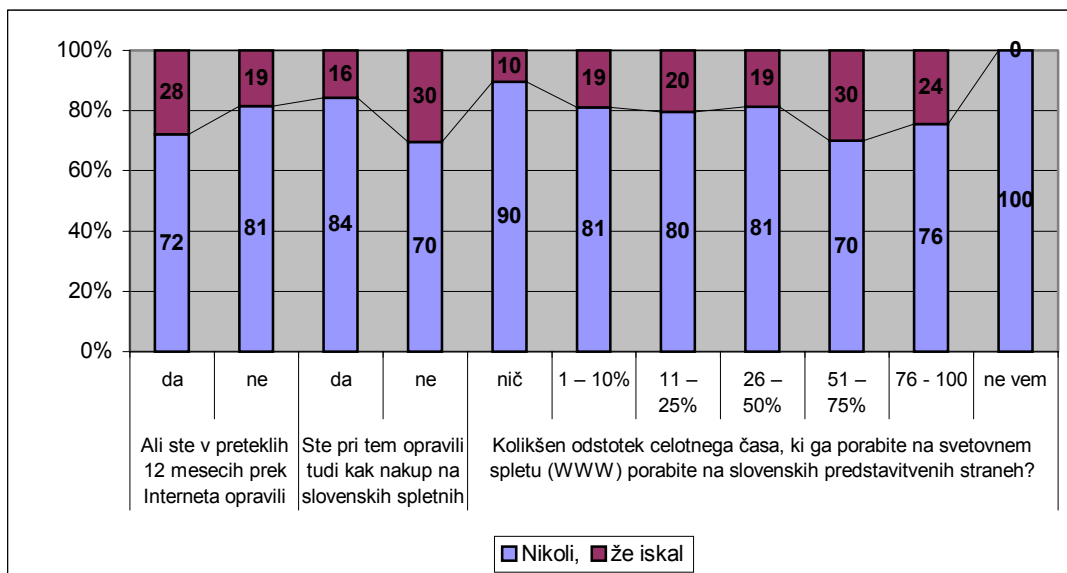


Kako pogosto na Internetu obiskujete strani o farmaciji/zdravstvu...		nikoli		sem že iskal		občasno		mesečno		tedensko		skoraj vsak dan ali pogosteje		skupaj	
		n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Ali ste v preteklih 12 mesecih prek Interneta opravili kak nakup?	da	12	49	1	6	5	22	1	5	3	14	1	4	23	21
	ne	63	73	11	13	4	5	3	4	3	4	1	2	86	79
Ste pri tem opravili tudi kak nakup na slovenskih spletnih straneh?	da	4	38	1	14	1	15	0	0	3	33	0	0	10	43
	ne	8	58	0	0	4	27	1	8	0	0	1	7	13	57
Kolikšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite na svetovnem spletu (WWW) porabite na slovenskih predstavitevnih straneh?	nič	3	89	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
	1 – 10%	20	70	3	9	3	10	1	2	1	3	2	6	28	26
	11 – 25%	3	30	3	28	4	39	0	3	0	0	0	0	10	9
	26 – 50%	20	71	2	9	1	4	2	7	2	8	1	2	29	26
	51 – 75%	9	57	4	28	1	4	2	11	0	0	0	0	15	14
	76 - 100	12	83	0	0	1	4	0	0	2	13	0	0	14	13
	ne vem	8	83	0	0	0	0	0	0	2	17	0	0	10	9

Tabela 1: Zanimanje za farmacijo / zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitevnih straneh (Vir: RIS 2001, n=109).

Podobni rezultati so tudi na osnovi telefonske ankete v letu 2000 v spodnji tabeli.

Slika 4: Zanimanje za farmacijo / zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitevnih straneh (Vir: RIS2001, junij II, n=150).



Kako pogosto na Internetu obiskujete strani o farmaciji/zdravstvu...		Nikoli		sem že iskal		občasno		mesečno		tedensko		skoraj vsak dan ali pogosteje		skupaj	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ali ste v preteklih 12 mesecih prek Interneta opravili kak nakup?	da	14	72	0	2	2	11	1	5	2	10	0	0	20	13
	ne	106	81	6	5	8	6	5	4	3	2	3	2	130	87
Ste pri tem opravili tudi kak nakup na slovenskih spletnih straneh?	da	3	84	0	0	1	16	0	0	0	0	0	0	3	17
	ne	12	70	0	2	2	10	1	7	2	12	0	0	17	83
Kolikšen odstotek celotnega časa, ki ga porabite na svetovnem spletu (WWW) porabite na slovenskih predstavitevni straneh?	nič	7	90	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0	8	5
	1 – 10%	29	81	1	1	1	3	1	4	2	7	1	4	36	24
	11 – 25%	18	80	2	10	2	8	1	3	0	0	0	0	23	15
	26 – 50%	35	81	0	1	4	9	1	3	2	4	1	2	43	29
	51 – 75%	12	70	2	11	2	13	1	4	0	2	0	0	17	11
	76 - 100	14	76	1	4	1	6	2	11	1	4	0	0	18	12
	ne vem	6	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	4

Tabela 2: Zanimanje za farmacijo / zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitevni straneh (Vir: RIS 2001, junij II, n=150).

1.2.1 Demografija

Kako pogosto na Internetu obiskujete strani z naslednjo vsebino...farmacija/zdravstvo	nikoli		sem že iskal		občasno		mesečno		tedensko		skoraj vsak dan ali pogosteje		skupaj	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
SPOL														
MOŠKI	42	63%	9	13%	8	12%	2	3%	5	8%	1	1%	66	100%
ŽENSKE	33	77%	4	9%	1	3%	2	6%	1	3%	1	3%	43	100%
STAROST														
12 DO 14 LET	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%
15 DO 17 LET	9	71%	2	14%	0	0%	0	3%	2	12%	0	0%	13	100%
18 DO 20 LET	5	92%	0	8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%
21 DO 23 LET	7	61%	1	9%	3	23%	1	5%	0	0%	0	3%	11	100%
24 DO 26 LET	11	72%	0	3%	3	18%	0	3%	1	6%	0	0%	15	100%
27 DO 29 LET	11	79%	1	5%	1	4%	1	8%	1	4%	0	0%	14	100%
30 DO 32 LET	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
33 DO 35 LET	5	49%	2	16%	2	21%	0	0%	2	15%	0	0%	11	100%
36 DO 38 LET	4	40%	3	32%	0	0%	2	22%	0	0%	1	6%	9	100%
39 DO 41 LET	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%
42 DO 44 LET	3	60%	1	14%	1	10%	0	0%	0	0%	1	16%	6	100%
45 DO 47 LET	1	26%	1	24%	0	0%	0	0%	2	40%	0	10%	4	100%
48 DO 50 LET	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
51 DO 53 LET	1	77%	0	0%	0	23%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
54 DO 56 LET	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
57 DO 59 LET	0	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
IZOBRAZBA														
srednja šola ali manj	24	61%	7	18%	5	12%	0	0%	3	9%	0	0%	39	100%
več kot srednja šola	25	67%	2	5%	4	11%	3	8%	1	4%	2	5%	38	100%
POKLIC														
MANAGERJI, LASTNIK PODJETIJ	0	0%	0	0%	0	49%	0	51%	0	0%	0	0%	1	100%
OBRTNIK, S.P.	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
STROKOVNJAKI	23	66%	5	16%	2	5%	1	3%	1	4%	2	6%	34	100%
URADNIK	4	50%	0	0%	2	27%	0	0%	2	23%	0	0%	8	100%
PISARNIŠKI DELAVEC	11	79%	0	0%	1	9%	0	0%	2	12%	0	0%	13	100%
DELAVEC	9	55%	4	23%	4	23%	0	0%	0	0%	0	0%	16	100%
NEZAPOSLjeni	1	31%	0	0%	0	0%	2	69%	0	0%	0	0%	2	100%
UPOKOJENEC	0	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
OSNOVNOŠOLEC	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
SREDNJEŠOLEC	11	74%	2	12%	0	0%	0	3%	2	11%	0	0%	14	100%
ŠTUDENT	12	79%	2	12%	0	0%	1	7%	0	0%	0	2%	15	100%
REGIJA														
OSREDNJE SLOVENSKA	27	66%	5	13%	3	6%	1	4%	2	6%	2	5%	41	100%
ŠTAJERSKA	18	75%	2	7%	2	10%	1	4%	1	4%	0	0%	23	100%
SAVINJSKA	8	64%	2	15%	1	5%	0	0%	2	13%	0	3%	12	100%
GORENJSKA	12	78%	1	5%	3	17%	0	0%	0	0%	0	0%	16	100%
GORIŠKA	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
OBALNO KRAŠKA	1	66%	0	0%	1	34%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
NOTRANJSKA	2	54%	0	0%	0	0%	2	46%	0	0%	0	0%	5	100%
DOLENJSKA	4	46%	3	32%	0	4%	0	0%	2	18%	0	0%	9	100%
POMURJE	0	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%

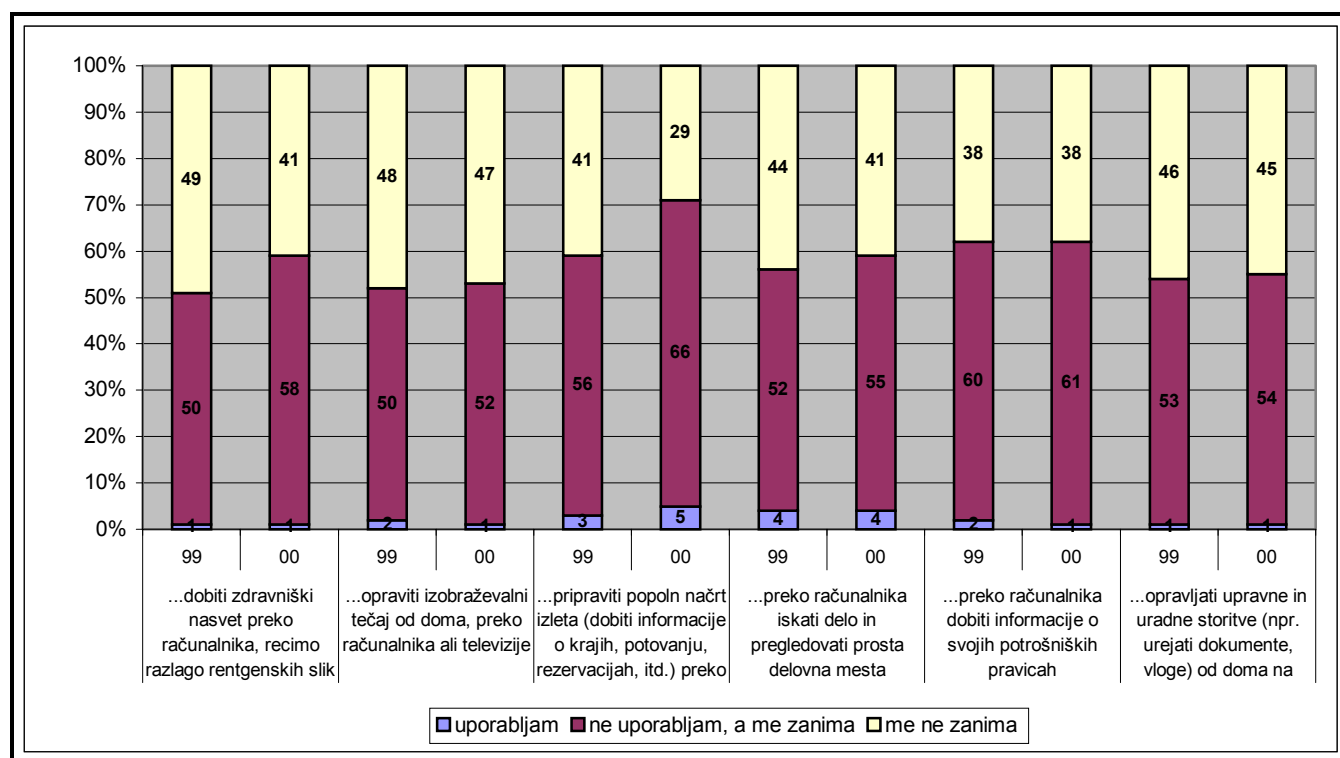
Tabela 3: Pogostost obiskovanja zdravstvenih/farmaceutskih vsebin na Internetu (Vir: RIS 2001, telefonska raziskava).

1.3 Zanimanje za Internetne informacije

Naslednja vprašanja se nanašajo na **celotno populacijo**. Gre za sklop vprašanj o načelnem zanimanju za storitve informacijske družbe. Opazimo lahko izjemno visoko zanimanje, ki presega primerljivo zanimanje v državah EU. Pri tem posebej izstopa zanimanje za področje zdravstva.

Uporaba storitev preko komunikacijskih omrežij se v letu 2000 v primerjavi s prejšnjim letom ni bistveno povečala, se pa je nekoliko povečalo zanimanje. Najbolj se je povečalo zanimanje za pripravo potovanj (od 56% na 66%), kjer 5% respondentov že uporablja te storitve. Visoko je tudi zanimanje za zdravstvene storitve: **58% aktivne populacije v Sloveniji izraža načelno zanimanje za storitve informacijske družbe s področja zdravstva.**

Slika 5: Primerjava zanimanja za storitve informacijske družbe, ki so na voljo preko komunikacijskih omrežij, na primer preko Interneta, računalnika ali teleteksta (preko televizije) med letoma 1999 in 2000.

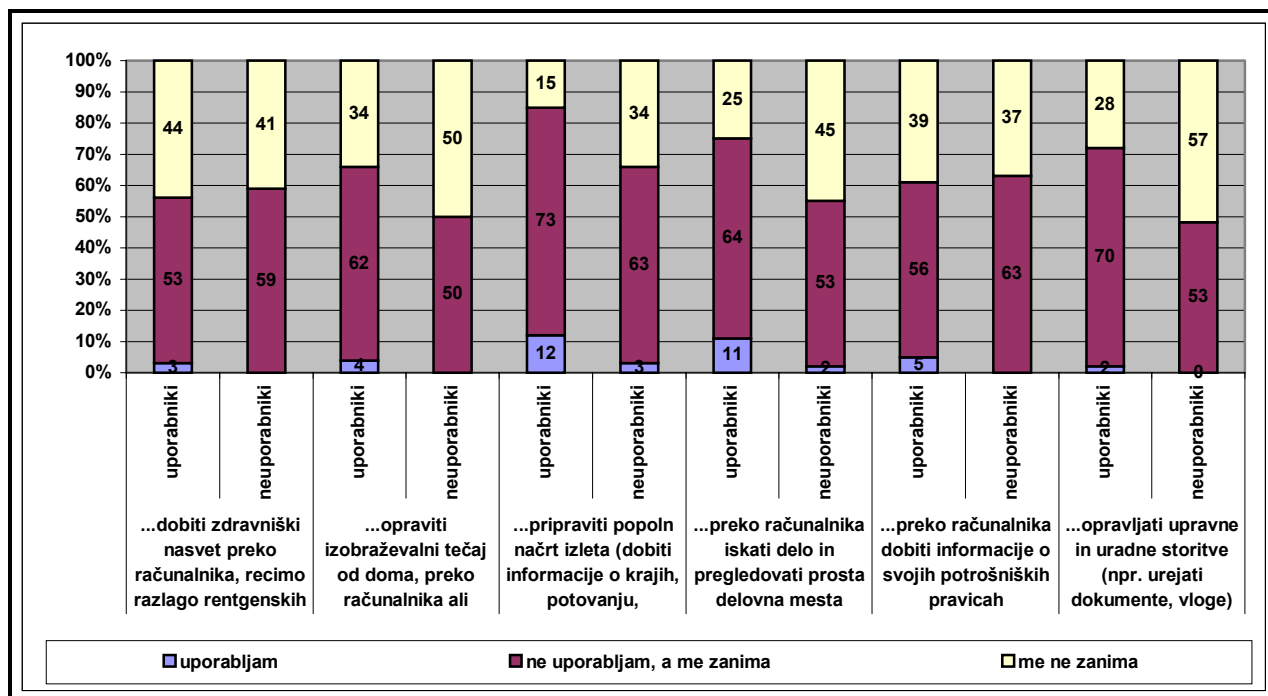


O uporabi in zanimanju za storitve preko komunikacijskih omrežij smo ločeno spraševali uporabnike Interneta, ki Internet uporabljajo vsaj enkrat na mesec, in ostale, ki Interneta še ne uporabljajo oziroma ga uporabljajo manj kot enkrat na mesec. Našteli smo več primerov storitev informacijske družbe, ki jih lahko uporabljajo preko komunikacijskih omrežij, na primer preko Interneta, računalnika ali teleteksta (preko televizije).

Respondente v telefonski anketi izrazito zanimajo informacije o zdravniških nasvetih preko računalnika, ne glede na to, ali so uporabniki Interneta ali ne (53% oz. 59%). Nekateri že uporabljajo te storitve (3%), velik pa je tudi delež tistih, ki jih tovrstne informacije ne zanimajo (44% oz. 41%). Najvišja stopnja zanimanja je značilna za pripravo popolnega načrta izleta med uporabniki Interneta (73% uporabnikov).

Področje zdravstva je tudi edino, kjer je zanimanje za storitve informacijske družbe večje med neuporabniki Interneta kot pa med uporabniki Interneta.

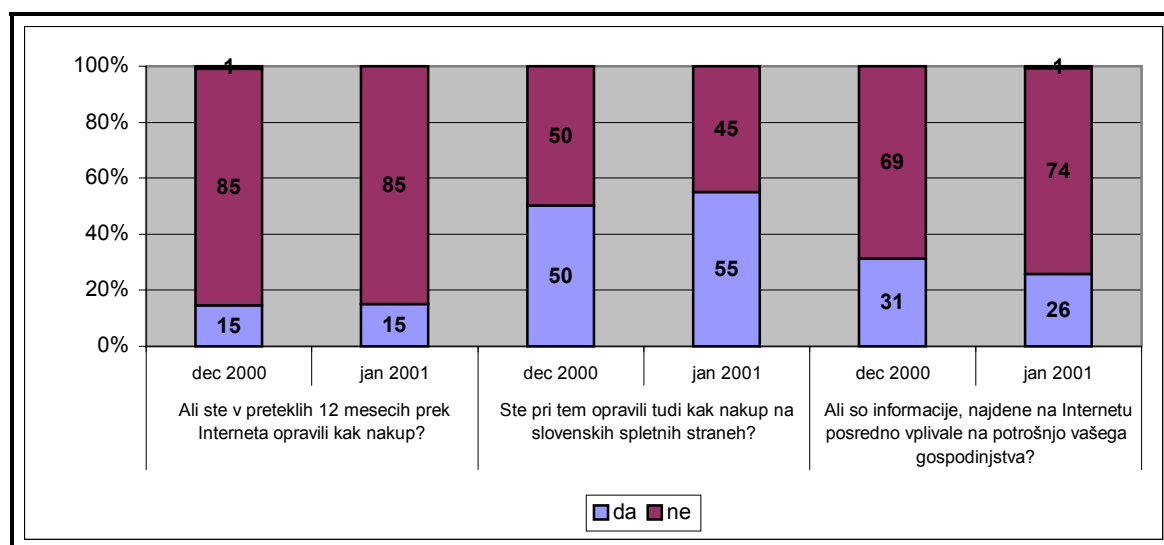
Slika 6: Primerjava zanimanja za storitve informacijske družbe, ki so na voljo preko komunikacijskih omrežij, na primer preko Interneta, računalnika ali teleteksta (preko televizije), med uporabniki in neuporabniki Interneta.



1.4 Nakupne aktivnosti

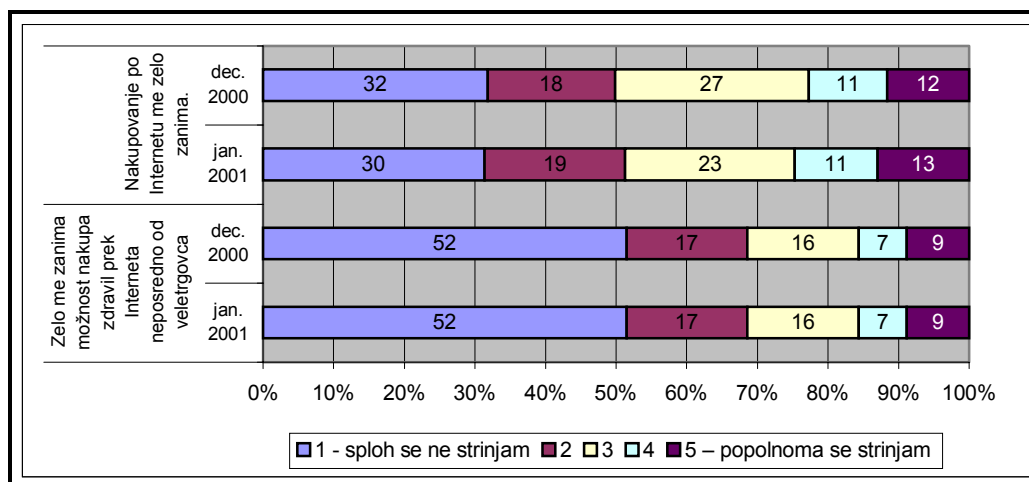
Telefonski raziskavi decembra 2000 in januarja 2001 sta pokazali, da je 15% uporabnikov Interneta v preteklih 12 mesecih opravilo e-nakup, od tega polovica na slovenskih spletnih straneh. Približno 30% respondentov pa je dejalo, da so Internetne informacije posredno vplivale na potrošnjo njihovega gospodinjstva. Deleži se iz leta v leto sicer povečujejo, vendar izredno počasi.

Slika 7: Nakupne aktivnosti preko Interneta med aktivnimi uporabniki Interneta (Vir: RIS, december 2000, n=345; januar 2001, n=399)



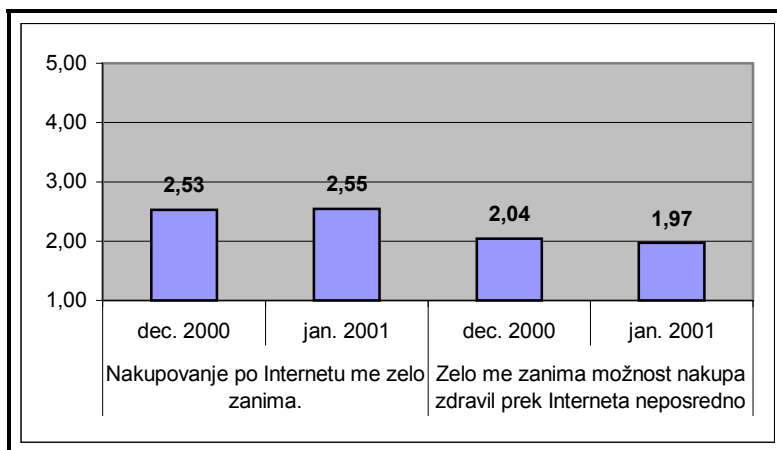
Zanimanje za e-nakup zdravil je zmerno, kot je bilo moč razbrati že iz pogostosti obiskovanja zdravstvenih/farmacevtskih spletnih strani. Tako je 16% anketirancev zainteresiranih za e-nakupovanje zdravil, nekaj večje pa je zanimanje za e-nakupovanje na splošno, kjer slabo četrtno respondentov zanima tovrstno nakupovanje. Pri tem dobra polovica izraža izrazito zanimanje. V medletnih primerjavah so deleži stabilni.

Slika 8: Zanimanje za nakupne aktivnosti preko Interneta (december 2000, n=352; januar 2001, n=349)

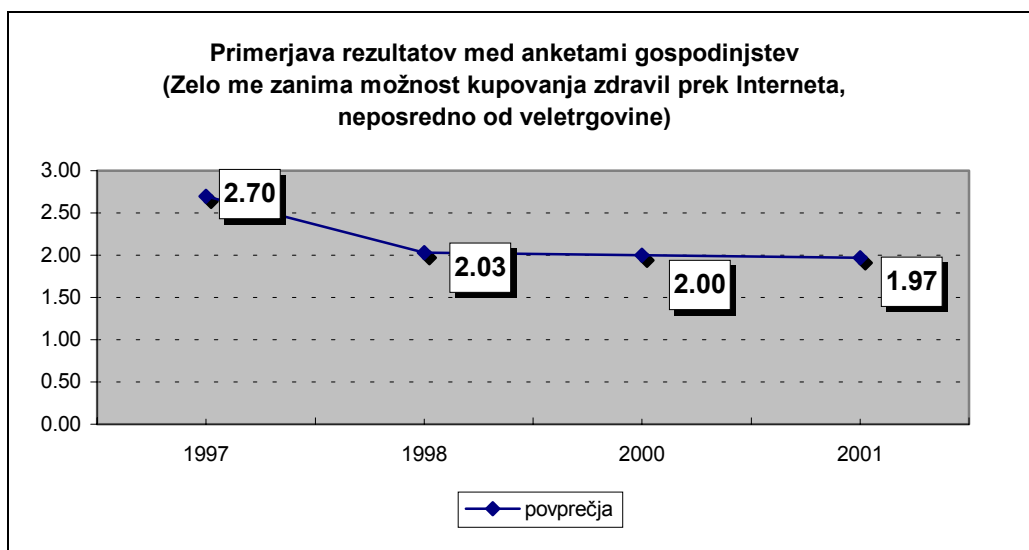


Na celotni populaciji v povprečju ni velikega zanimanja za e-nakupovanje na splošno, še nekoliko manjše pa je zanimanje za e-nakupovanje zdravil. Povprečje na skali 1 (sploh se ne strinjam) -5 (zelo se strinjam) je bilo 1.97 (januar 2001).

Slika 9: Zanimanje za nakupne aktivnosti preko Interneta (december 2000 n=352, januar 2001 n=399)



Slika 10: Primerjava rezultatov med telefonskimi anketami gospodinjstev: zanimanje za nakupovanje zdravil preko Interneta, povprečja na skali 1-5 (Vir: RIS ankete med gospodinjstvi 1997/1998/2000/2001).

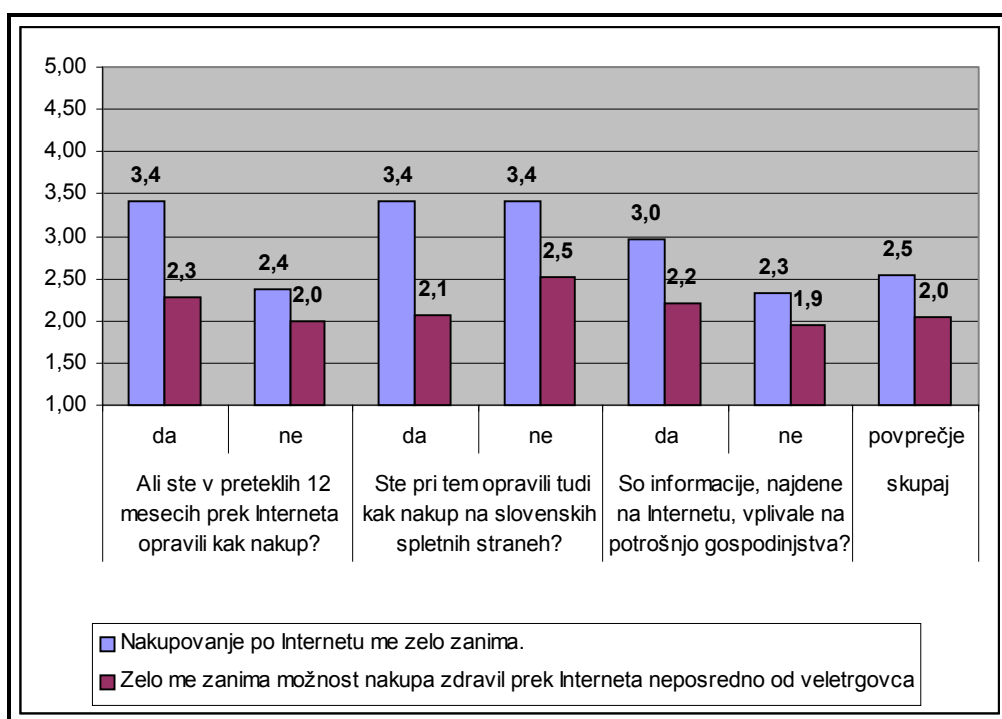


Od leta 1997 je opazen jasen trend zmanjševanja zanimanja za e-nakupovanje zdravil. Pri tem pa je zmanjševanje v zadnjih treh letih minimalno in je praktično skoraj nespremenjeno.

Kljub temu se v absolutnem smislu zaradi hitrega naraščanja števila uporabnikov (cca 40% letna rast) zanimanje hitro veča. Zgornje upadanje pa gre pripisati spremenjeni strukturi Internetnih uporabnikov, saj vstopajo segmenti, ki se tudi sicer v manjši meri zanimajo za e-nakupovanje nasploh.

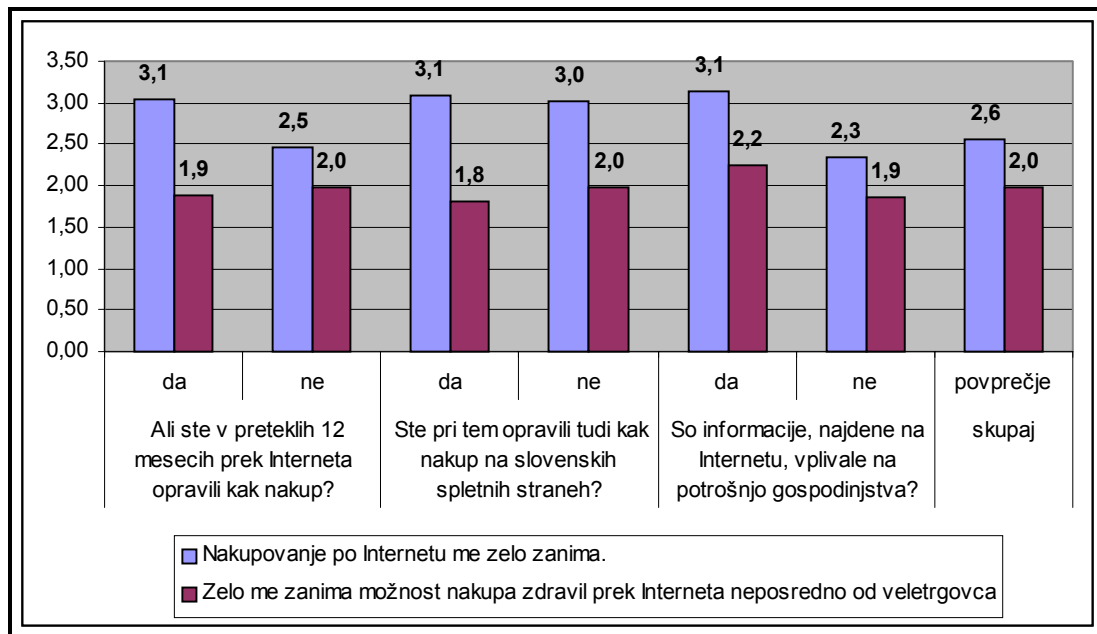
Na spodnji sliki so podatki o nakupih v preteklih 12 mesecih, o nakupih na slovenskih spletnih straneh in o vplivu Internetnih informacij za nakup - glede na splošno zanimanje za e-nakupovanje in posebej za e-nakupovanje zdravil, neposredno od veletrgovca. Decembra 2000 je obstajalo zanimanje za Internetno nakupovanje med respondenti, ki so že opravili nakup v preteklih 12 mesecih (3.4) in hkrati nezanimanje za nakupovanje zdravil (2.3) med istimi respondenti. Za nakupovanje zdravil (ne glede na vse delitve) nezanimanje ostaja enako (povprečje okoli 2), medtem ko je zanimanje za Internetno nakupovanje veliko pri respondentih, ki so že e-nakupovali. Če pa pogledamo skupno povprečje, je opaziti nezanimanje tako za Internetno nakupovanje v celoti kot tudi za nakupovanje zdravil.

Slika 11: Zanimanje za e-nakupovanje glede na že opravljene nakupe na Internetu (Vir: RIS, december 2000, n=352).



Povprečja v januarski telefonski raziskavi so podobna; zaznava se rahlo upadanje za zanimanje za e-nakupovanje v celoti pri e-nakupovalcih, na pa tudi za nakupovanje zdravil.

Slika 12: Zanimanje za nakupne aktivnosti na Internetu glede na že opravljene nakupe na Internetu (Vir: RIS, januar 2001, n=388).



1.4.1 Demografija

Zelo me zanima možnost nakupa zdravil prek Interneta neposredno od veletrgovca	1 - sploh se ne strinjam		2		3		4		5 – popolnoma se strinjam		skupaj	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Spol												
Moški	127	58%	29	14%	35	16%	10	5%	17	8%	218	100%
Ženski	91	54%	24	14%	27	16%	11	7%	17	10%	170	100%
izobrazba												
srednja šola ali manj	116	51%	33	15%	42	19%	15	7%	21	9%	226	100%
več kot srednja šola	102	63%	21	13%	19	12%	7	4%	14	8%	162	100%
starost												
12 do 14	12	62%	5	28%	2	11%	0	0%	0	0%	19	100%
15 do 17	10	41%	7	28%	4	16%	0	0%	4	16%	24	100%
18 do 20	15	56%	3	12%	7	25%	1	5%	1	3%	26	100%
21 do 23	12	44%	5	20%	5	19%	3	11%	2	6%	27	100%
24 do 26	14	55%	2	7%	2	8%	3	13%	4	17%	25	100%
27 do 29	12	45%	4	14%	4	16%	1	6%	5	19%	27	100%
30 do 32	21	69%	3	9%	4	13%	0	0%	3	10%	30	100%
33 do 35	7	29%	9	41%	2	11%	1	3%	4	16%	23	100%
36 do 38	12	50%	1	6%	1	6%	8	35%	1	3%	24	100%
40 do 42	12	50%	3	11%	4	19%	1	3%	4	17%	24	100%
43 do 45	12	43%	4	16%	10	38%	0	0%	1	3%	27	100%
46 do 47	10	46%	2	8%	6	30%	0	0%	3	16%	21	100%
48 do 50	21	86%	3	11%	0	0%	0	0%	1	3%	25	100%
51 do 53	11	48%	1	6%	5	23%	3	12%	3	11%	23	100%
54 do 56	7	83%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%
57 do 59	9	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%
60 do 62	5	67%	0	0%	3	33%	0	0%	0	0%	8	100%
63 do 65	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%
66 do 68	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
poklic												
lastnik, samozaposleni strokovnjak (odvet., zdrav., arhitekt)	3	69%	1	13%	0	0%	0	0%	1	18%	4	100%
obrtnik, s.p.	49	55%	13	15%	14	16%	5	6%	8	9%	88	100%
zaposlen v podjetju	89	57%	21	13%	21	14%	11	7%	14	9%	156	100%
regija												
osrednjeslovenska (01)	61	59%	17	16%	16	15%	7	6%	3	3%	104	100%
štajerska (02)	50	51%	11	11%	14	15%	5	5%	17	18%	97	100%
posavska (03)	38	55%	6	9%	12	18%	9	13%	4	6%	69	100%
gorenjska (04)	29	61%	6	13%	8	16%	0	0%	4	9%	48	100%
primorska (05)	28	55%	10	19%	8	16%	0	1%	5	9%	51	100%
dolenjska (07)	12	60%	3	18%	3	17%	1	4%	0	2%	20	100%

Tabela 4: Zanimanje za kupovanje zdravil neposredno od veletrgovcev prek Interneta – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. (Vir: RIS 2001).

2 Spletna raziskava RIS2001

V nadaljevanju bodo po sklopih predstavljeni rezultati spletne ankete RIS 2001, podane pa bodo tudi primerjave s spletno anketo RIS1998 in RIS1997. V primeru, da so bila vprašanja identična tako v telefonskih kot v spletnih raziskavah, bodo podane tudi tovrstne primerjave.

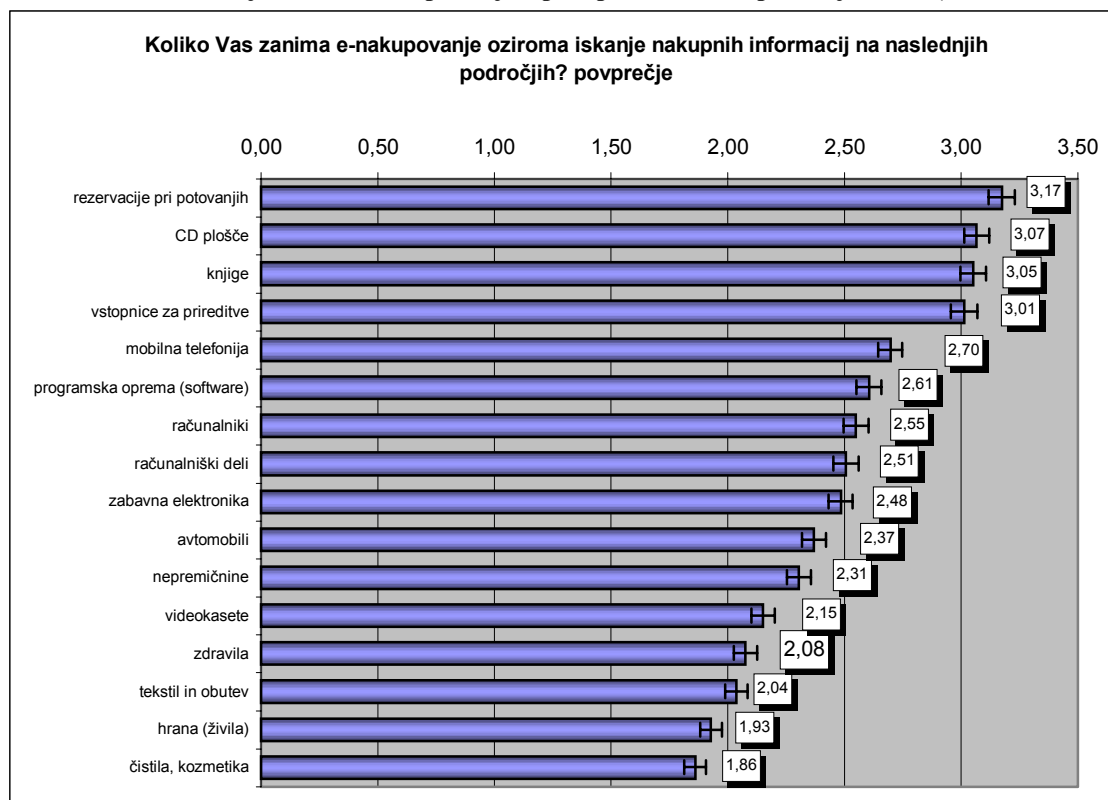
Uvodoma velja tudi spomniti na metodološke posebnosti spletne ankete in omejitve pri posploševanju.

2.1 Zanimanje za e-nakupovanje

- *Nakupovanje po Internetu (e-nakupovanje) postaja vse bolj priljubljeno. Koliko Vas zanima e-nakupovanje oziroma iskanje nakupnih informacij na naslednjih področjih? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh me ne zanima", 5 pa "zelo me zanima".*

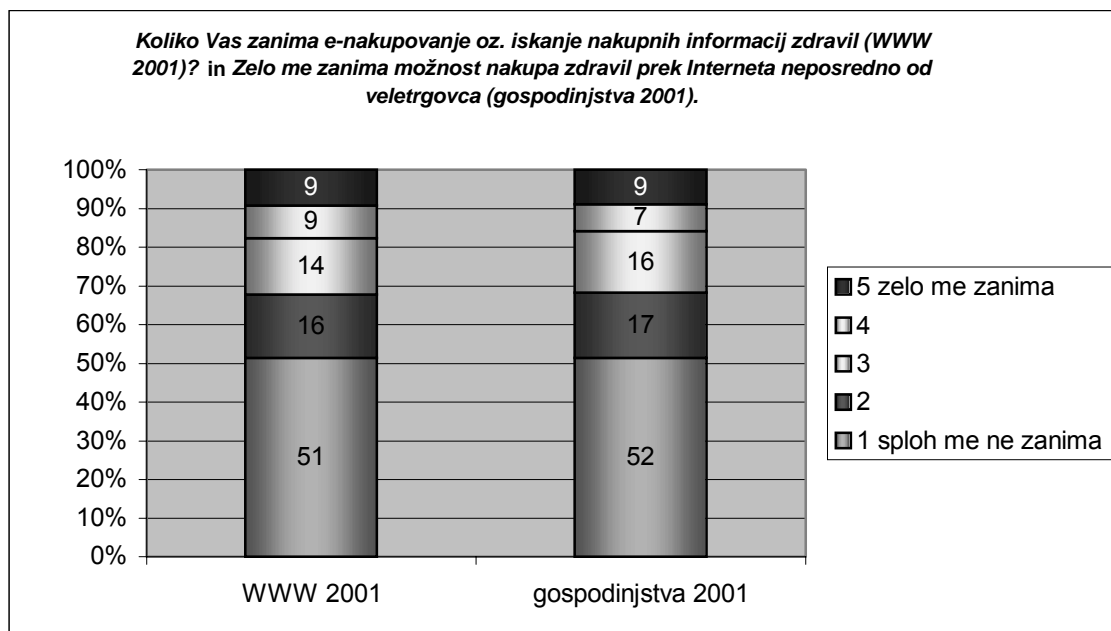
Najprej podajamo pregled zanimanja za e-nakupovanje za 16 področij. V celoti gledano ni posebej visokega zanimanja za e-nakupovanje. Obstajajo pa statistično značilne razlike med povprečji odgovorov. Tako je več zanimanja za npr. e-nakupovanje programske opreme (povprečje 2.61) kot za e-nakupovanje avtomobilov (povprečje 2.37). Področja, kjer je večje zanimanje, pa so predvsem »rezervacije pri potovanjih« (3.17), »CD plošče« (3.07), »knjige« (3.05) in »vstopnice za prireditve« (3.01). Statistično značilne razlike so tudi glede na sociodemografske značilnosti pri zanimanju za e-nakupovanje zdravil: ženske se bolj zanimajo kot moški, prav tako to velja za starejše, višje izobražene, dnevne uporabnike in seveda e-nakupovalce.

Slika 13: Zanimanje za e-nakupovanje po posameznih področjih – (Vir: RIS 2001, n=2900)



Slabo petino (18%) respondentov e-nakupovanje zdravil zanima ali zelo zanima (Slika 14). Delež interesentov v spletni anketi je sicer nekoliko višji kot v anketi gospodinjstev januarja 2001 (15%), vendar vprašanja nista bili povsem identični. Kljub temu lahko razberemo, da obstaja med **slovenskimi uporabniki Interneta segment okoli desetine uporabnikov, ki jih tovrstne vsebine izrazito zanimajo. Pri tem izstopajo ženske, starejši, zaposleni in pogosti uporabniki.**

Slika 14: Zanimanje za e-nakupovanje oz. iskanje nakupnih informacij zdravil – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=2810, n=349).



2.1.1 Demografija (podroben opis kategorij je v prilogi 3.1)

			programska oprema (software)	računalniki (hardware)	računalniki de javni	mobilna telefonija	CD plošče	knjige	videokasete	stopnice z priditve	zdravila	rezervacije p potovanjih	zabavna elektronika	tekstil in obu terana (živila	avtomobili	premični stila, kozmeti		
spol	moški		2.95	2.92	2.90	2.80	3.06	2.95	2.11	2.91	2.02	3.12	2.73	1.85	1.85	2.44	2.27	1.61
	ženski		1.99	1.90	1.81	2.50	3.09	3.27	2.21	3.23	2.18	3.30	2.05	2.35	2.04	2.22	2.36	2.28
starost	do 18 let		2.40	2.49	2.51	3.00	3.44	2.48	2.27	2.71	1.68	2.38	2.74	2.09	1.77	2.20	1.68	1.96
	od 18 do 30 let		2.57	2.61	2.60	2.83	3.24	3.13	2.20	3.21	2.08	3.35	2.56	2.09	1.96	2.41	2.34	1.91
	nad 30 let		2.72	2.52	2.41	2.43	2.74	3.17	2.04	2.88	2.22	3.26	2.33	1.95	1.95	2.39	2.50	1.75
zaposlitve status	šolajoči		2.55	2.70	2.70	2.91	3.27	2.82	2.11	3.03	1.85	2.85	2.63	1.97	1.79	2.27	1.99	1.74
	zaposlen		2.83	2.71	2.63	2.67	3.04	3.27	2.16	3.11	2.16	3.43	2.55	1.96	1.98	2.44	2.52	1.83
	ostalo		2.50	2.56	2.47	2.48	2.86	3.02	1.97	2.72	2.22	2.84	2.33	2.07	1.92	2.27	2.02	1.81
izobrazba	nižja		2.57	2.71	2.69	2.94	3.33	2.56	2.18	2.69	1.85	2.58	2.80	2.08	1.74	2.37	1.85	1.85
	srednja		2.63	2.63	2.64	2.80	3.06	2.94	2.12	3.01	2.09	3.15	2.62	2.05	1.95	2.39	2.26	1.82
	višja		2.60	2.47	2.38	2.56	3.02	3.27	2.16	3.13	2.12	3.36	2.32	2.00	1.94	2.34	2.45	1.88
materialni status	povprečen		2.57	2.54	2.51	2.65	3.00	3.01	2.11	3.00	2.07	3.11	2.46	2.04	1.92	2.35	2.27	1.87
	nadpovprečen		2.68	2.59	2.51	2.80	3.25	3.20	2.24	3.11	2.11	3.37	2.54	2.00	1.94	2.40	2.39	1.84
regija	Ljubljana z okolik		2.54	2.45	2.35	2.60	3.06	3.19	2.15	3.24	2.17	3.34	2.40	2.04	2.03	2.33	2.39	1.88
	Štajerska		2.76	2.76	2.75	2.88	3.10	3.00	2.16	2.83	2.04	3.09	2.62	2.01	1.86	2.44	2.25	1.82
	ostala Slovenija		2.56	2.53	2.51	2.67	3.08	2.97	2.16	2.95	2.00	3.09	2.50	2.03	1.84	2.35	2.25	1.86
pogostost rabe interneta	dnevno		2.83	2.74	2.70	2.73	3.13	3.24	2.20	3.12	2.14	3.36	2.56	2.01	2.00	2.36	2.42	1.86
	skoraj dnevno		2.42	2.38	2.36	2.72	3.03	2.90	2.10	2.98	2.00	3.02	2.45	2.02	1.81	2.35	2.21	1.86
	tedensko ali mes		1.90	1.88	1.74	2.22	2.84	2.95	2.28	2.77	1.90	2.63	2.05	2.15	1.83	2.19	1.94	1.85
glavni dostop	od doma		2.61	2.62	2.61	2.78	3.17	2.92	2.15	2.89	2.01	2.95	2.59	2.08	1.91	2.34	2.09	1.87
	iz službe		2.64	2.51	2.41	2.60	2.95	3.23	2.15	3.17	2.16	3.44	2.39	1.98	1.95	2.42	2.57	1.85
nacin dostopa	ISDN		2.90	2.71	2.60	2.58	2.87	3.00	2.25	2.94	2.09	3.39	2.48	1.91	1.91	2.43	2.55	1.82
	analogni modem		2.56	2.60	2.59	2.59	2.74	3.17	1.94	3.03	2.39	3.14	2.79	2.29	2.06	2.40	2.29	1.89
	hitre povezave		2.89	2.61	2.57	2.64	2.90	3.23	2.02	3.04	2.08	3.58	2.51	2.16	1.92	2.34	2.45	1.72
nakup v S	da		3.01	2.93	2.92	2.95	3.47	3.40	2.41	3.21	2.22	3.39	2.87	2.25	2.18	2.48	2.42	2.06
	ne		2.43	2.39	2.33	2.60	2.90	2.89	2.05	2.93	2.02	3.08	2.34	1.96	1.83	2.34	2.25	1.79
nakup v tujini	da		3.27	2.95	2.91	2.81	3.43	3.76	2.44	3.44	2.29	3.70	2.74	1.97	2.09	2.35	2.51	1.84
	ne		2.38	2.41	2.36	2.66	2.96	2.81	2.05	2.90	2.00	3.01	2.39	2.04	1.86	2.36	2.24	1.84

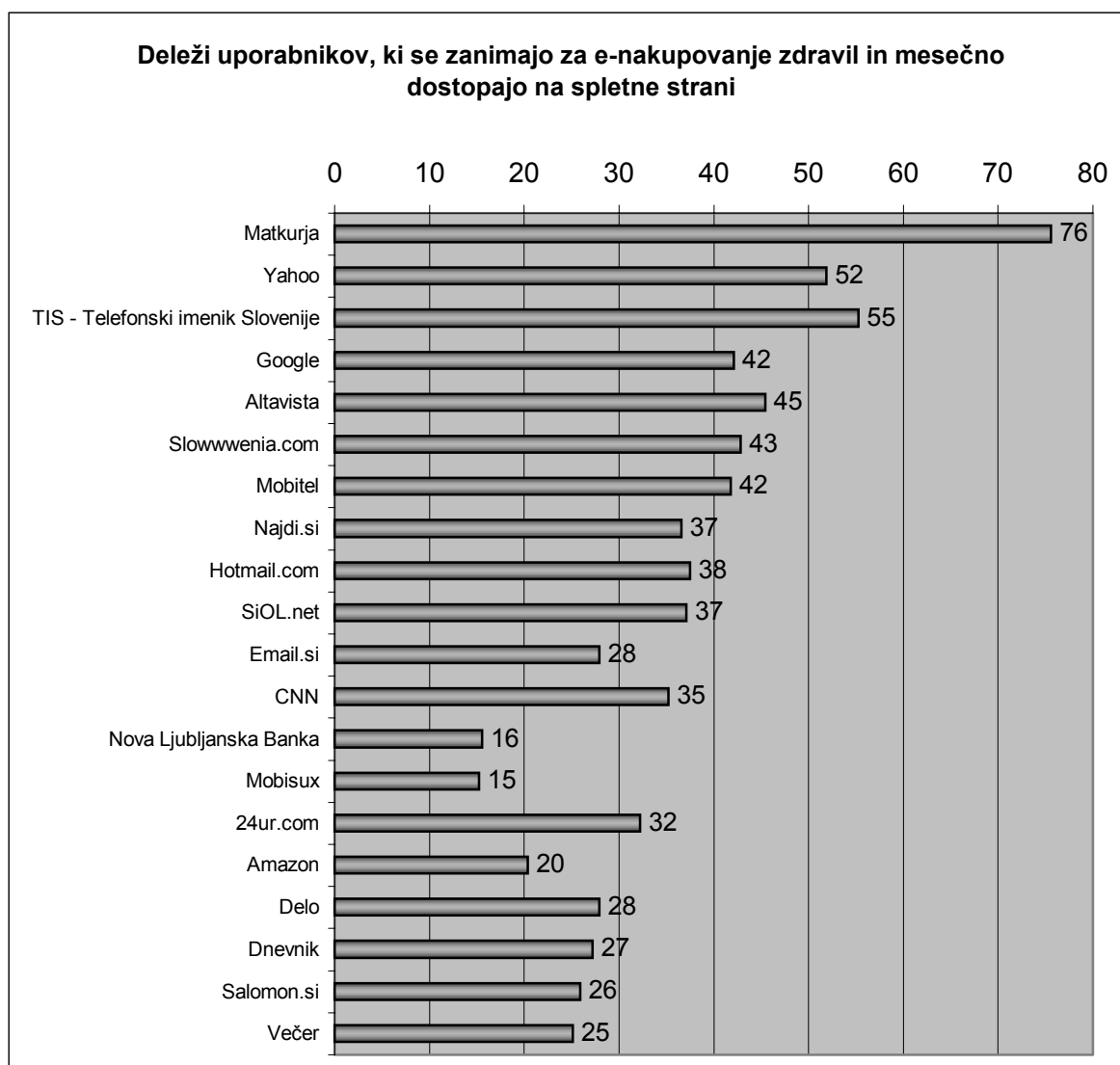
Tabela 5: Zanimanje za e-nakupovanje - povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti (1 – sploh me ne zanima, 5 – zelo me zanima). (Vir: RIS 2001).

2.1.2 Obiskanost spletni strani in zanimanje za zdravstvo

Med tistimi, ki se zanimajo ali zelo zanimajo za e-nakupovanje zdravil, jih tri četrtine (76%) mesečno ali pogosteje obiskuje stran Matkurje. Povedano drugače: v primeru, da bi spletni oglaševalec z zdravstvenega/farmacevtskega področja en mesec neprestano oglaševal na Matkurji, bi ta oglas videlo oz. bi mu bilo izpostavljeno 76% uporabnikov Interneta, ki se v spletni anketi zanimajo za e-nakupovanje zdravil. Slednje je v grobem v skladu z mesečnim dosegom Matkurje (70%). Seveda pa so dosegi v spletni anketi večji od dosegov v telefonskih anketah.

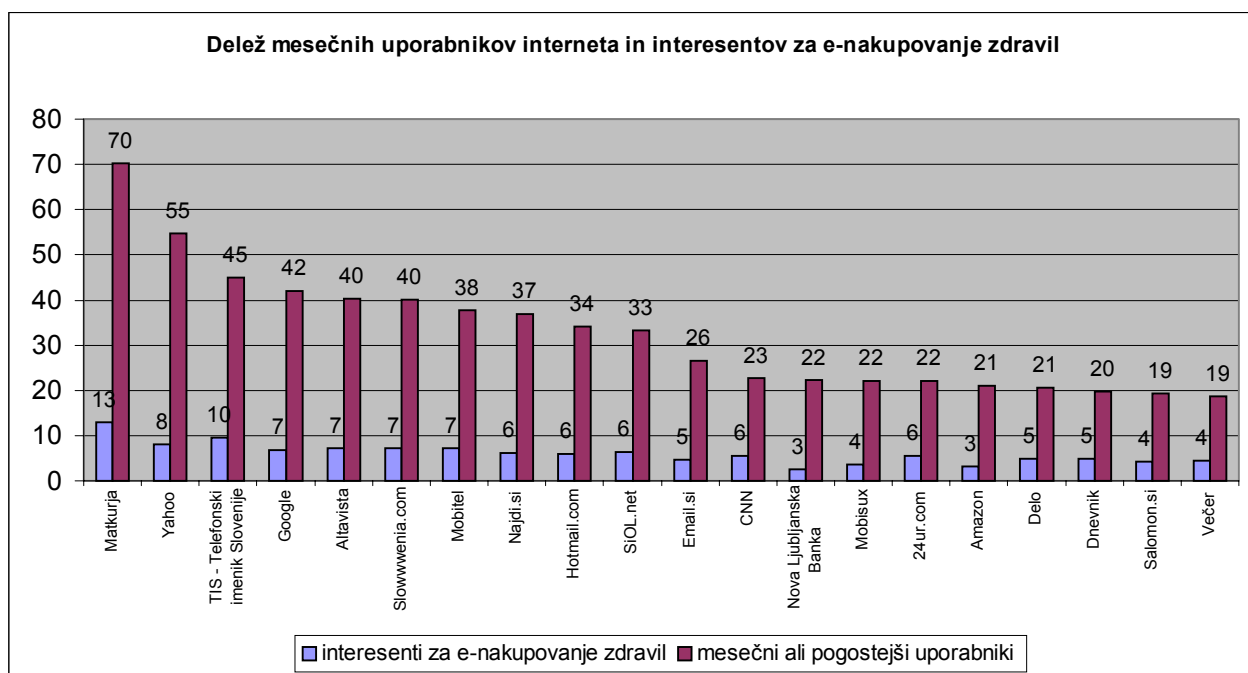
Spletno stran TIS – Telefonski imenik Slovenije mesečno obiše 55% respondentov, ki so v spletni anketi izrazili interes za e-nakupovanje zdravil, Večer pa obiše 25% takih interesentov.

Slika 15: Delež uporabnikov Interneta, ki jih zanima e-nakupovanje zdravil glede na mesečno ali pogostejše obiskovanje najbolj obiskanih spletnih predstavitev (Vir: RIS 2001).



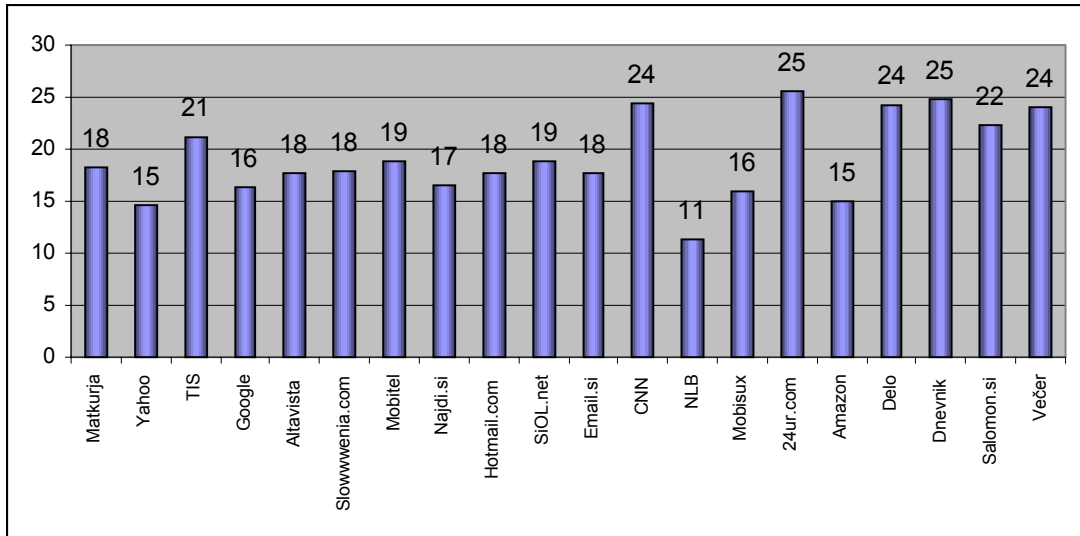
Spodnja slika prikazuje siceršnja mesečno (ali pogostejšo) obiskanost »top« 20 WWW strani, podani pa so tudi absolutni deleži v celotni populaciji respondentov mesečne obiskanosti tistih, ki se zanimajo za e-nakupovanje zdravil. Najvišji siceršnji delež mesečnih obiskovalcev ima Matkurja (70%), sledi Yahoo (55%), spletna stran časopisa Večer pa ima 19% mesečnih uporabnikov. V celotni Internetni populaciji respondentov pa je 13% uporabnikov, ki se zanimajo za e-nakupovanje zdravil in hkrati mesečno obiskuje strani Matkurje. Pri Večeru pa je takih 4%.

Slika 16: Mesečni doseg top 20 strani in deleži interesentov za e-nakupovanje zdravil, ki hkrati mesečno dostopajo na strani - celotna Internetna populaciji (Vir: RIS 2001).



Slika 17 prikazuje relativni delež interesentov za e-nakupovanje zdravil med mesečnimi obiskovalci določene strani. Spomnimo se, da je siceršnji delež 16%, zato lahko opazimo, da je med mesečnimi obiskovalci spodnjih spletnih predstavitev zanimanje večinoma nekoliko nadpovprečno. Spletne strani spletnih dnevnikov (Delo, Večer, Dnevnik, 24ur.com, CNN) imajo med svojimi mesečnimi uporabniki najvišje deleže (24-25%) obiskovalcev, ki se hkrati zanimajo za e-nakupovanja zdravil.

Slika 17: Delež interesentov za e-nakupovanje zdravil med mesečnimi obiskovalci posamezne strani (Vir: RIS 2001).



Pregled ostalih spletnih predstavitev pa se nahaja v prilogi 3.2.

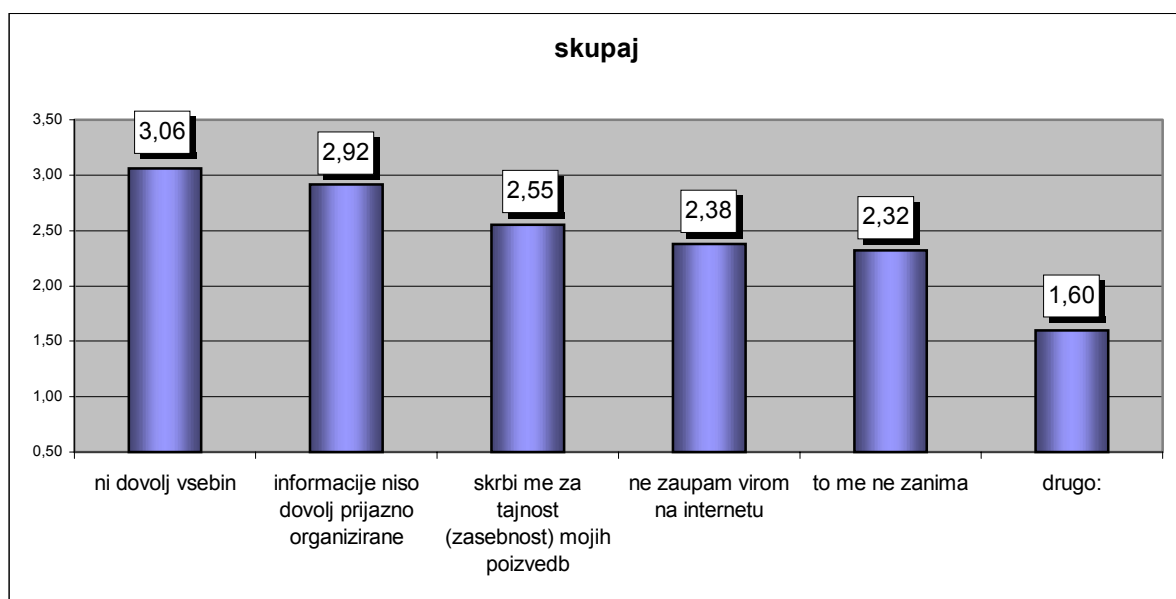
2.2 Ovire pri iskanju

- *Kakšne so po Vašem mnenju ovire za (pogostejše) iskanje zdravstvenih in farmacevtskih informacij na Internetu? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh ni ovira", 5 pa "zelo velika ovira".*

Na splošno ni velikih ovir za iskanje tovrstnih informacij na Internetu, saj so povprečja odgovorov v večini pod 3. Vseeno pa so določene razlike med posameznimi vprašanji. Največja ovira je po mnenju respondentov pomanjkanje tovrstnih vsebin (povprečje 3.06), ki je večje kot nezanimanje za zdravstveno oz. farmacevtsko tematiko (povprečje 2.32) in »drugo« (povprečje 1.6). Sledi ne dovolj prijazna organiziranost informacij. Močno nezanimanje obstaja med nezaposlenimi, upokojenci in gospodinjami (3.86) ter pada s starostjo. Pomanjkanje vsebin kot oviro pa statistično značilno bolj zaznavajo e-nakupovalci v Sloveniji (3.37), deloma tudi uporabniki Interneta s krajšim stažem uporabljanja (3.32).

Najbolj problematično je pomanjkanje vsebin pri e-nakupovalcih, saj bi bil delež nakupov farmacevtskih izdelkov ali storitev večji ob večji izbiri.

Slika 18: Povprečja odgovorov na vprašanja o ovirah za iskanje zdravstvenih in farmacevtskih vsebin na Internetu (RIS 2001, n=186-193)



Večjih razlik glede na način dostopa in dodeljevanje sklopa ni. V nadaljevanju bomo prikazali še odstotke posameznih vrednosti za vse navedene odgovore, brez delitve po načinu dostopa in načinu ne/dodeljevanja farmacevtskega sklopa, ker med njimi ni statistično značilnih razlik (Slika 19).

Več kot polovica respondentov je odgovorila, da njihovo nezanimanje ni ovira za iskanje zdravstvenih in farmacevtskih vsebin na Internetu (odgovora »sploh ni ovira« in »ni ovira«). Takšnih, ki so dejali, da je njihovo nezanimanje velika ovira za iskanje tovrstnih vsebin na Internetu, je le 22%.

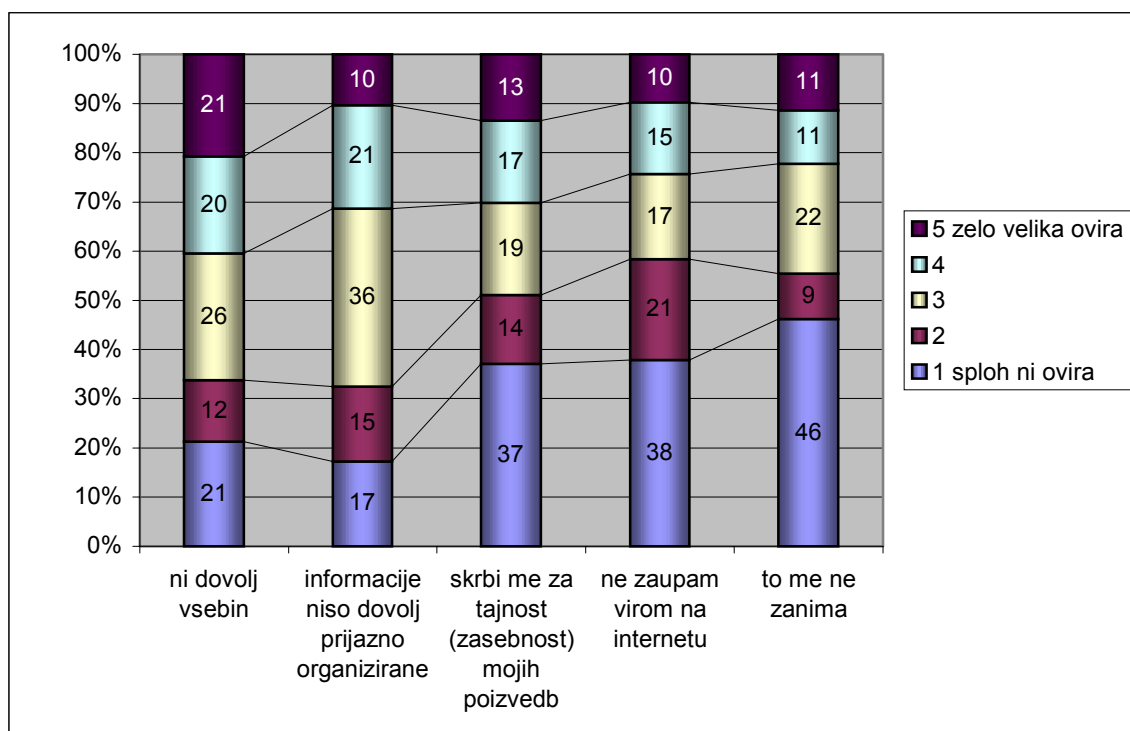
Dobrih 40% respondentov pomanjkanje vsebin ovira pri iskanju, tretjina pa je dejala, da to ni oz. sploh ni ovira.

Delež respondentov, ki so menili, da so neprijazno organizirane informacije ovira in tistih, ki so menili, da to ni ovira, je enak (31% oz. 32%). Veliko je tudi neopredeljenih (36%).

(Ne)zaupanje virom na Internetu v splošnem ni ovira za iskanje zdravstvenih in farmacevtskih informacij na Internetu. Okoli 60% jih namreč meni, da to ni ovira.

V večini primerov respondente ne skrbi tajnost njihovih poizvedb v zvezi s tematiko (51%). Je pa res, da slaba tretjina respondentov navaja skrb za tajnost (zasebnost) poizvedb kot oviro.

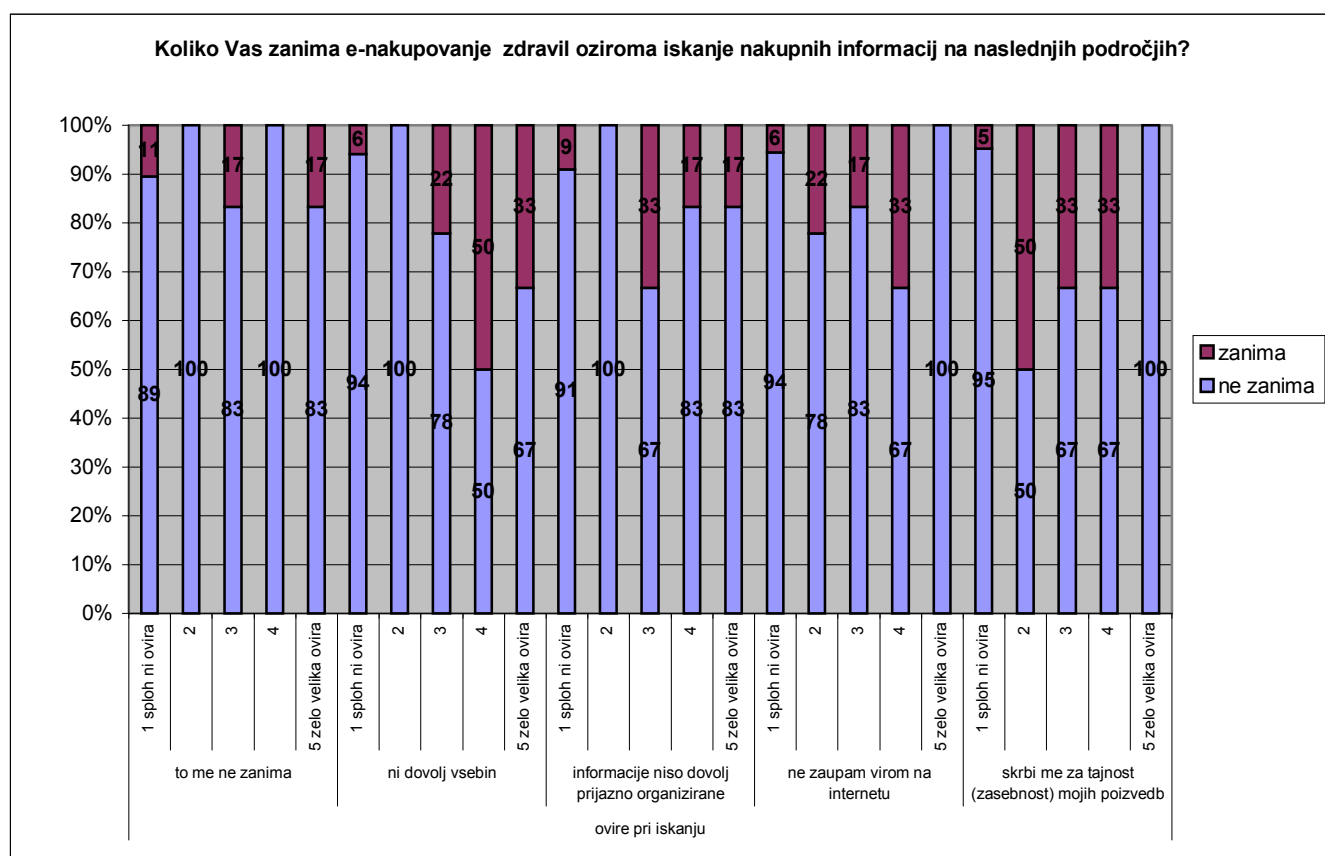
Slika 19: Deleži odgovorov na vprašanja o ovirah za iskanje zdravstvenih in farmacevtskih vsebin na Internetu (RIS 2001, n=186-193).



Skoraj polovico (41%) torej ovira (ali močno ovira) pomanjkanje vsebin, tretjino pa neprijazna organiziranost in skrb za zasebnost. Četrtnina (25%) navaja splošno nezaupanje virom na Internetu.

Pomanjkanje vsebin je velika ovira pri iskanju zdravstvenih informacij med interesenti za e-nakupovanje zdravil. Podobno se med interesenti kot ovira nakazuje tudi neprijaznost organiziranosti strani in nezaupanje virom na Internetu. **Povedano drugače, pomanjkanje vsebin kot oviro (podobno velja tudi za ostale ovire) za e-nakupovanje zdravil so zaznali predvsem tisti uporabniki, ki so zainteresirani za tovrstno nakupovanje.** Ti uporabniki seveda hočejo najti informacije (vsebine), ki bi jim olajšale odločanje o nakupu. Indiferentnost do tovrstnega nakupovanja težko povzroči percepcijo pomanjkanja vsebin. Deleži so zgolj ilustrativni zaradi majhnega števila enot (Tabela 6).

Slika 20: Ovire pri iskanju zdravstvenih/farmaceutskih informacij na spletu glede na zanimanje za e-nakupovanje zdravil (Vir: RIS 2001, n=39-42).



<i>Koliko Vas zanima e-nakupovanje zdravil oziroma iskanje nakupnih informacij na naslednjih področjih?</i>		<i>ne zanima</i>	<i>zanima</i>
		n	n
to me ne zanima	1 sploh ni ovira	17	2
	2	4	
	3	5	1
	4	4	
	5 zelo velika ovira	5	1
ni dovolj vsebin	1 sploh ni ovira	16	1
	2	6	
	3	7	2
	4	3	3
	5 zelo velika ovira	4	2
informacije niso dovolj prijazno organizirane	1 sploh ni ovira	10	1
	2	8	
	3	8	4
	4	5	1
	5 zelo velika ovira	5	1
ne zaupam virom na Internetu	1 sploh ni ovira	17	1
	2	7	2
	3	5	1
	4	2	1
	5 zelo velika ovira	5	
skrbi me za tajnost (zasebnost) mojih poizvedb	1 sploh ni ovira	20	1
	2	1	1
	3	6	3
	4	2	1
	5 zelo velika ovira	7	

Tabela 6: Ovire pri iskanju zdravstvenih/farmaceutskih informacij na spletu glede na zanimanje za e-nakupovanje zdravil (Vir: RIS 2001, n=39-42).

Na naslednji strani pri pregledu demografije pa izstopa dejstvo, da se nad pomanjkanjem vsebin izraziteje pritožujejo uporabniki, ki so tudi sicer e-nakupovalci. Zasebnost pa je izrazitejša ovira za manj premožne, pa tudi za starejše in novejšje uporabnike (vstopili v uporabo letos ali lani).

2.2.1 Demografija

		<i>to me ne zanima</i>	<i>ni dovolj vsebin</i>	<i>informacije niso dovolj prijazno organizirane</i>	<i>ne zaupam virom na Internetu</i>	<i>skrbi me za tajnost (zasebnost) mojih poizvedb</i>
		povprečja				
spol	moški	2,46	3,03	3,04	2,40	2,55
	ženske	2,08	3,08	2,71	2,35	2,55
starost	do 18 let	2,43	3,86	3,00	1,86	2,29
	med 18 in 30 let	2,42	2,87	2,98	2,29	2,47
	nad 30 let	2,29	3,24	2,92	2,48	2,59
zaposlitveni status	šolajoči	2,33	2,60	3,02	2,36	2,45
	zaposleni	2,24	3,20	2,84	2,38	2,68
	ostali	3,86	2,86	3,00	2,71	2,57
izobrazba	nižja	2,47	2,93	2,67	2,31	2,15
	srednja	2,49	3,09	3,01	2,26	2,72
	višja	2,18	3,03	2,87	2,46	2,45
materialni status	povprečno	2,30	3,08	2,92	2,41	2,68
	nadpovprečno	2,34	2,96	2,89	2,28	2,19
znanje angleščine	povprečno	2,29	2,69	2,75	2,33	2,73
	v celoti	2,37	3,26	3,04	2,47	2,54
računalniške revije	občasno	2,34	3,09	3,00	2,60	2,54
	redno	2,39	3,29	3,00	2,21	2,64
regija	Ljubljana z okolico	2,33	3,03	2,84	2,65	2,65
	Štajerska	2,38	3,00	3,04	2,27	2,60
	ostala Slovenija	2,25	3,13	2,89	2,08	2,31
pogostost rabe Interneta	dnevno	2,39	3,18	2,91	2,29	2,51
	skoraj dnevno	2,12	2,65	3,03	2,62	2,64
	tedensko ali mesečno	2,50	2,00	2,00	3,00	2,50
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	2,50	3,32	3,05	2,60	2,95
	tri ali štiri leta nazaj	2,07	3,10	2,93	2,43	2,38
	pet in več let nazaj	2,41	2,99	2,91	2,32	2,56
glavni dostop	od doma	2,41	2,80	2,88	2,26	2,66
	iz službe	2,24	3,03	2,82	2,34	2,45
način dostopa	ISDN	3,00	3,50	3,50	2,50	2,00
	hitre povezave	2,00	3,00	2,60	2,80	2,60
nakup v Si	da	2,55	3,37	3,08	2,18	2,50
	ne	2,13	2,90	2,84	2,43	2,58
nakup v tujini	da	2,36	2,97	3,05	2,40	2,33
	ne	2,28	3,03	2,81	2,35	2,68

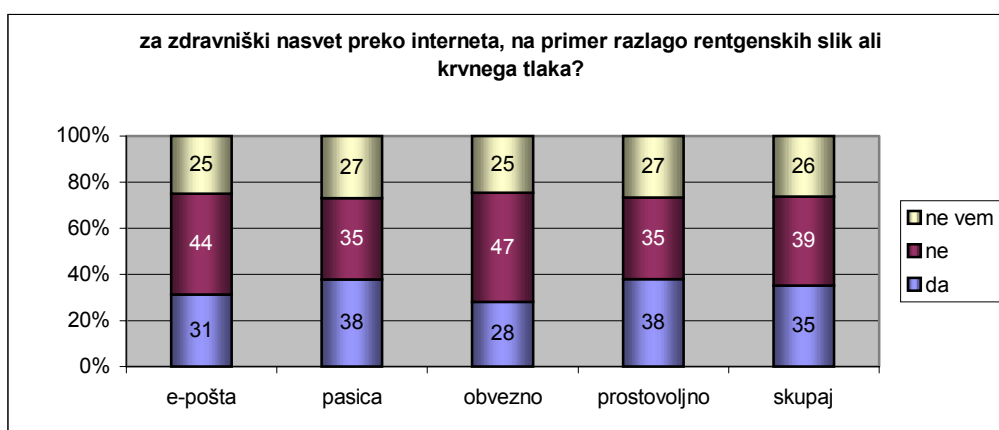
Tabela 7: Ovire pri iskanju zdravstvenih in farmacevtskih informacij na Internetu - povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne $p < 0.05$ (Vir: RIS 2001).

2.3 Pripravljenost za e-plačevanje storitev

- *Ali bi bili pripravljeni plačati ...? za določene storitve, ki so prikazane na spodnjih slikah.*

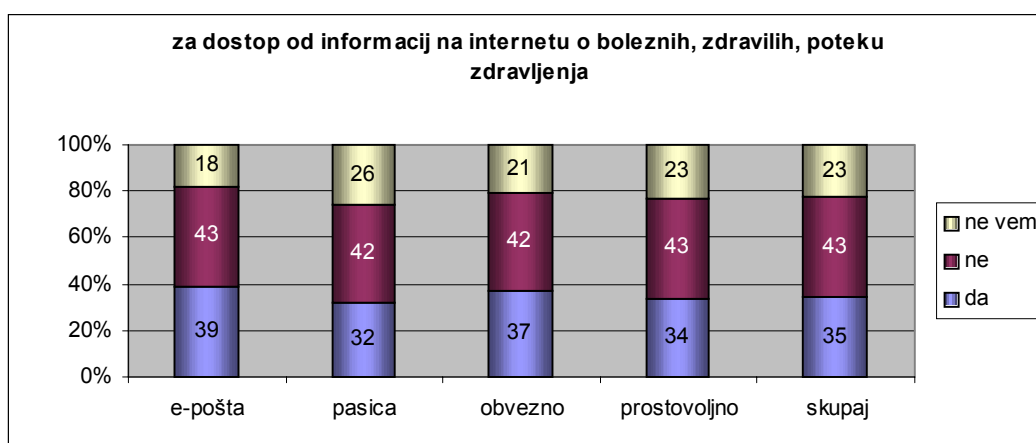
Pri proučevanju pripravljenosti za e-plačevanje storitev se nakazujejo nekatere razlike glede na način dostopa (e-pošta/pasica) in glede na dodeljevanje sklopa (obvezno/prostovoljno), vendar pa razlike deležev niso velike. **Dobra tretjina vprašanih bi bila pripravljena plačati za zdravniški nasvet preko Interneta**, okoli 40% respondentov tega ni pripravljena, četrtnina respondentov pa o tem še nima mnenja, bodisi nepoznavanje uslug plačevanja preko Interneta, bodisi ne razmišljajo o tovrstnih uslugah (Slika 21). Pripravljenost za plačevanje se s starostjo veča, med materialno nadpovprečno situiranimi pa je 44% respondentov pripravljeno plačevati tovrstne storitve, večja je tudi pripravljenost pri dnevnikih uporabnikih Interneta (40%) in pri e-nakupovalcih (43%).

Slika 21: Pripravljenost za plačevanje zdravniških nasvetov preko Interneta (Vir: RIS 2001, n=207).



Pri pripravljenosti plačevanja za dostop do informacij o boleznih, zdravilih, poteku zdravljenja itn. so rezultati zelo podobni kot pri prejšnjem vprašanju. Deleži respondentov glede na način dostopa in dodeljevanja sklopa niso statistično značilno različni (Slika 22).

Slika 22: Pripravljenost za plačevanje za dostop do zdravniških in farmacevtskih informacij na Internetu (RIS 2001, n=207).



2.3.1 Demografija

Ali bi bili pripravljeni plačati ...?		za zdravniški nasvet preko Interneta, na primer razlago rentgenskih slik ali krvnega testa (%)			za dostop do informacij na Internetu o boleznih, zdravilih, poteku zdravljenja.. (%)		
		da	ne	ne vem	da	ne	ne vem
spol	moški	35	42	22	35	48	18
	ženski	35	33	33	36	33	31
starost	do 18 let	14	57	29		57	43
	med 18 in 30 let	27	41	32	30	46	24
	nad 30 let	45	32	23	40	38	21
zaposlitveni status	šolajoči	12	62	26	14	60	26
	zaposleni	40	31	30	38	38	23
	ostali	67	22	11	56	22	22
izobrazba	nižja	20	40	40	13	44	44
	srednja	40	34	26	32	42	27
	višja	34	41	25	41	41	17
materialni status	povprečno	31	39	29	34	41	26
	nadpovprečno	44	35	21	38	44	17
znanje angleščine	povprečno	50	28	22	39	22	39
	v celoti	31	40	29	31	49	20
računalniške revije	občasno	31	35	34	30	42	27
	redno	41	43	16	36	47	17
regija	Ljubljana z okolico	34	42	24	35	45	19
	Štajerska	29	41	29	34	30	36
	ostala Slovenija	43	29	28	37	47	17
pogostost rabe Interneta	dnevno	40	33	27	39	41	20
	skoraj dnevno	23	55	23	25	48	28
	tedensko ali mesečno		67	33		100	
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	29	38	33	25	33	42
	tri ali štiri leta nazaj	39	30	31	39	37	24
	pet in več let nazaj	34	44	22	35	47	18
glavni dostop	od doma	28	47	25	27	43	30
	iz službe	40	34	26	44	38	19
način dostopa	ISDN			100			100
	hitre povezave	33	33	33	50	33	17
nakup v Si	da	43	29	28	39	42	19
	ne	30	44	27	32	43	25
nakup v tujini	da	39	45	16	33	49	17
	ne	32	38	30	35	40	25

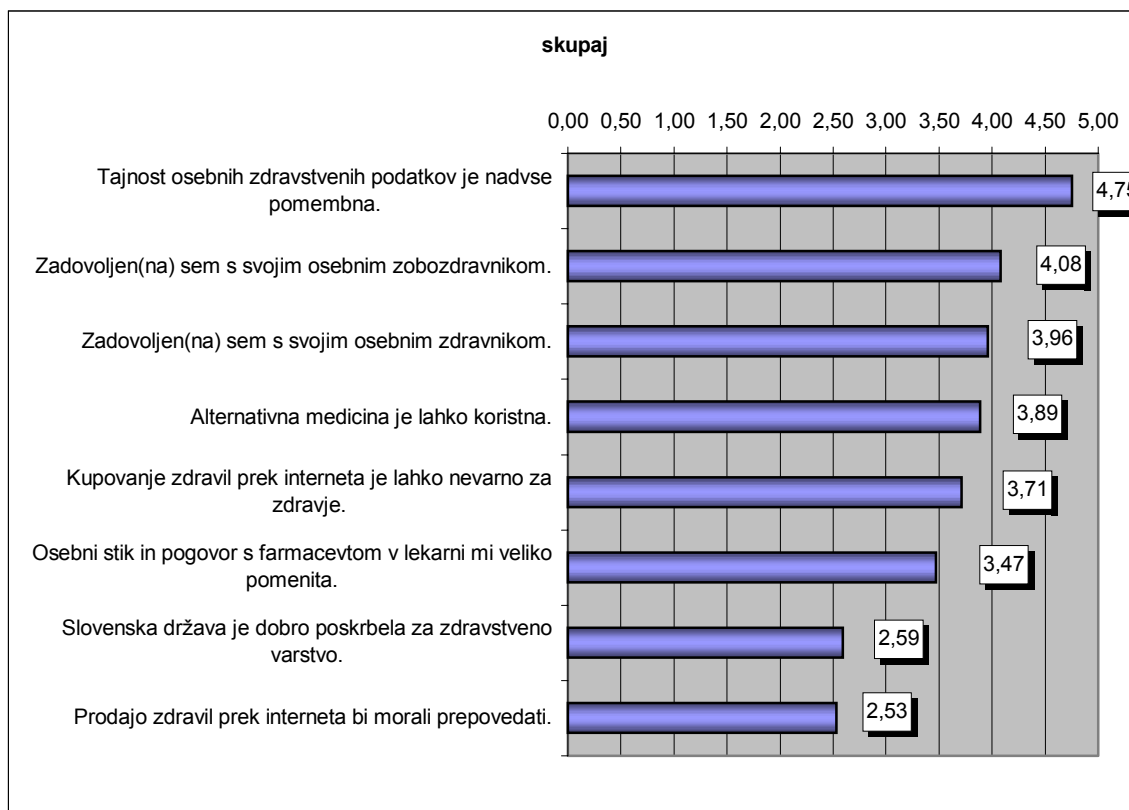
Tabela 8: Pripravljenost za plačevanje zdravniških in farmacevtskih uslug preko Interneta – deleži odgovorov glede na sociodemografske značilnosti (Vir: RIS 2001).

2.4 Mnenja o zdravstvu in farmaciji

- *Kako se strinjate z naslednjimi trditvami? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh se ne strinjam", 5 pa "popolnoma se strinjam".*

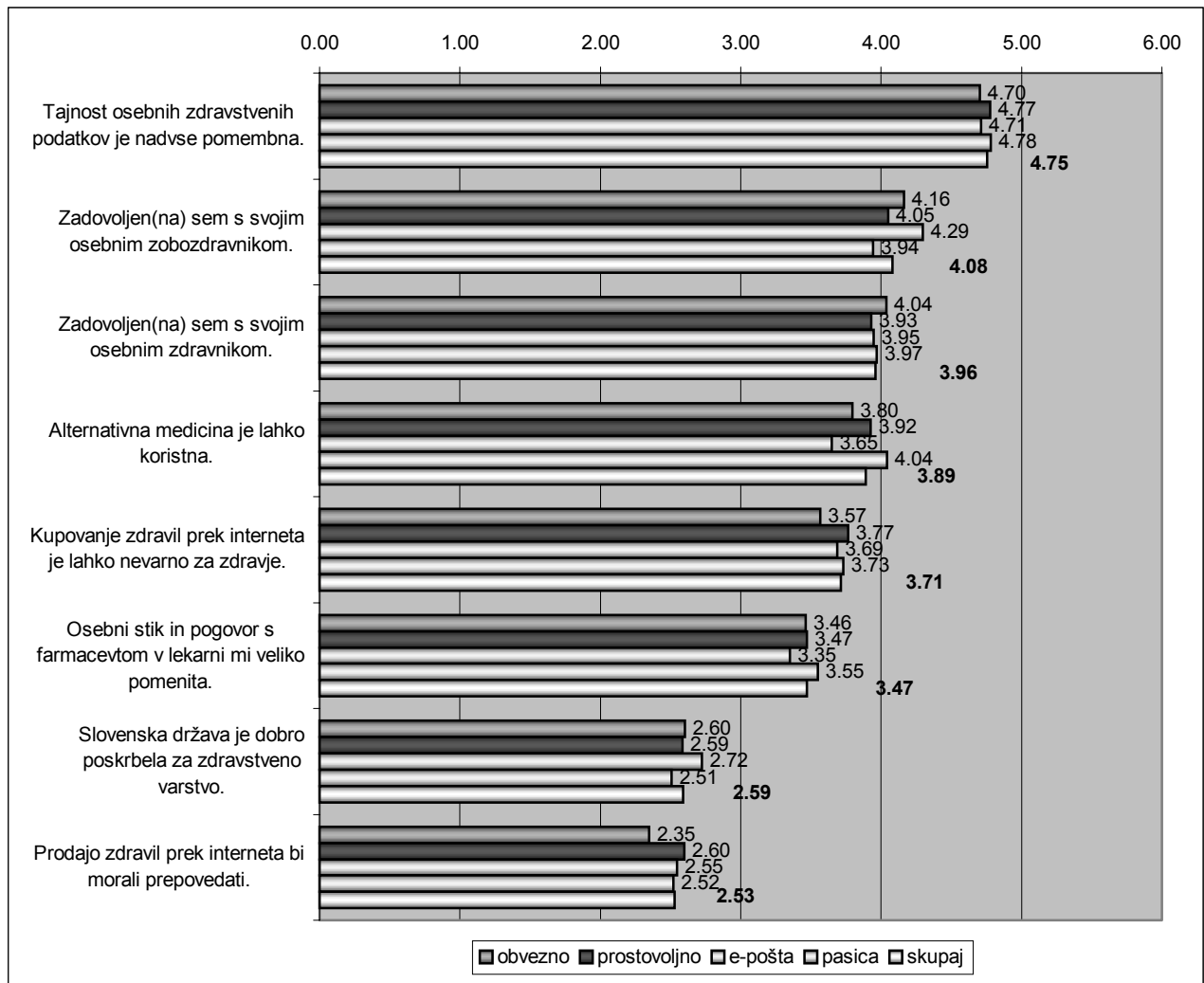
Spodnja slika kaže statistično značilne razlike v povprečjih med posameznimi odgovori, ki se nanašajo na mnenja o zdravstvu in farmaciji. **Najpomembnejša je po mnenju respondentov tajnost osebnih zdravstvenih podatkov (4.75)**, ki je statistično značilno pomembnejša od vseh ostalih mnenj v zvezi z zdravstvom in farmacijo (od vprašanj, ki smo jih zastavili). Sledi zadovoljstvo z zobozdravnikom (4.08) in zdravnikom (3.96). Veliko se jih strinja, da je alternativna medicina lahko koristna (3.89) in presenetljivo veliko, da je kupovanje zdravil prek Interneta lahko nevarno za zdravje (3.71). **V glavnem pa se respondenti ne strinjajo s trditvami, da bi morali prepovedati prodajo zdravil prek Interneta (2.53) in da je slovenska država dobro poskrbela za zdravstveno varstvo (2.59).** Povprečji odgovorov na slednji dve vprašanji se statistično značilno razlikujeta od povprečij vseh ostalih odgovorov.

Slika 23: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – povprečja skupaj (Vir: RIS 2001, n=209-210).



Pri odgovorih na vprašanja se pokažejo določene statistično značilne razlike glede na način dostopa na anketo (se pravi glede na delitev e-pošta/pasica), ne pa tudi glede obvezne oz. prostovoljne izbire sklopa. Pri vprašanjih »alternativna medicina je lahko koristna« in »zadovoljen sem s svojim osebnim zobozdravnikom« obstajajo razlike. Tako so tisti, ki so prišli na anketo s povabilom preko e-pošte, nekoliko bolj zadovoljni s svojim zdravnikom, kot tisti, ki so prišli preko pasice. Obratno pa menijo, da alternativna medicina sicer je koristna, vendar se v povprečju manj strinjajo kot respondenti, ki so prišli preko pasice.

Slika 24: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – povprečja po skupinah (Vir: RIS 2001, n=209-210).



Nadaljnjo razjasnitev odgovorov smo dobili s faktorsko analizo (PAF) (Tabela 9). Čeprav se nekatere spremenljivke ne porazdeljujejo normalno, so komunalitete dovolj dobre, da vključimo v izračun vsa vprašanja, razen prvega. Dobimo tri faktorje, ki nam pojasnijo 43% razpršenosti.

rotirana faktorska matrika

	Factor		
	1	2	3
Kupovanje zdravil prek interneta je lahko nevarno za zdravje.	,776	-,018	-,025
Osebni stik in pogovor s farmacevtom v lekarni mi veliko pomenita.	,547	,213	,144
Prodajo zdravil prek interneta bi morali prepovedati.	,788	-,018	-,155
Alternativna medicina je lahko koristna.	,010	,225	,499
Slovenska država je dobro poskrbela za zdravstveno varstvo.	,064	,336	-,473
Zadovoljen(na) sem s svojim osebnim zdravnikom.	,084	,674	,056
Zadovoljen(na) sem s svojim osebnim zobozdravnikom.	,025	,660	,008

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Quartimax with Kaiser Normalization.

Tabela 9: Rotirana faktorska matrika: uteži faktorjev na spremenljivkah (Vir: RIS 2001).

- *Komponenta nasprotovanja e-nakupovanja zdravil (prvi faktor)*

Ta razsežnost opisuje mnenja o nevarnosti e-nakupovanja zdravil in na pozitivna mnenja o prepovedi e-prodaje zdravil. Hkrati so to ljudje, ki jim osebni stik veliko pomeni. Faktor nasprotovanja je statistično značilno močnejši v starosti nad 30 let in pri manj pogostih uporabnikih Interneta, šibkejši pa pri e-nakupovalcih v Sloveniji. Prav tako so statistične razlike znotraj faktorja (**Error! Reference source not found.**) med tistimi, ki jim nezaupanje virom na Internetu predstavlja veliko oviro pri iskanju tovrstnih informacij in tistimi, ki jim nezaupanje ne predstavlja ovire. Prvi imajo statistično značilno močnejše uteži na tem faktorju, kar pomeni, da je poleg pomanjkanja vsebin s tovrstno tematiko tudi *nezaupanje virom na Internetu velik razlog negativnih mnenj o e-prodaji zdravil.*

- *Zadovoljstvo z zdravniki in zobozdravniki (drugi faktor)*

Posebno jasno je razviden faktor zadovoljstva z zdravnikom oz. zobozdravnikom v celotni populaciji. Materialno premožnejši respondenti so pri tem bistveno bolj zadovoljni.

- *Alternativna medicina (tretji faktor)*

Faktor povezuje koristnost alternativne medicine, na drugi strani pa tudi mnenje, da država ni dobro poskrbela za zdravstveno varstvo. Izmed vseh treh faktorjev je najšibkejši. Tudi tu je prisoten močan vpliv materialne situiranosti.

Poglejmo še deleže odgovorov po posameznih vprašanjih (Slika 25). Večina respondentov (87%) se popolnoma strinja, da je tajnost osebnih zdravstvenih podatkov nadvse pomembna.

Približno 60% respondentov se strinja, da je kupovanje prek Interneta za zdravje lahko nevarno. Le 17% je takšnih, ki se ne strinjajo s to trditvijo.

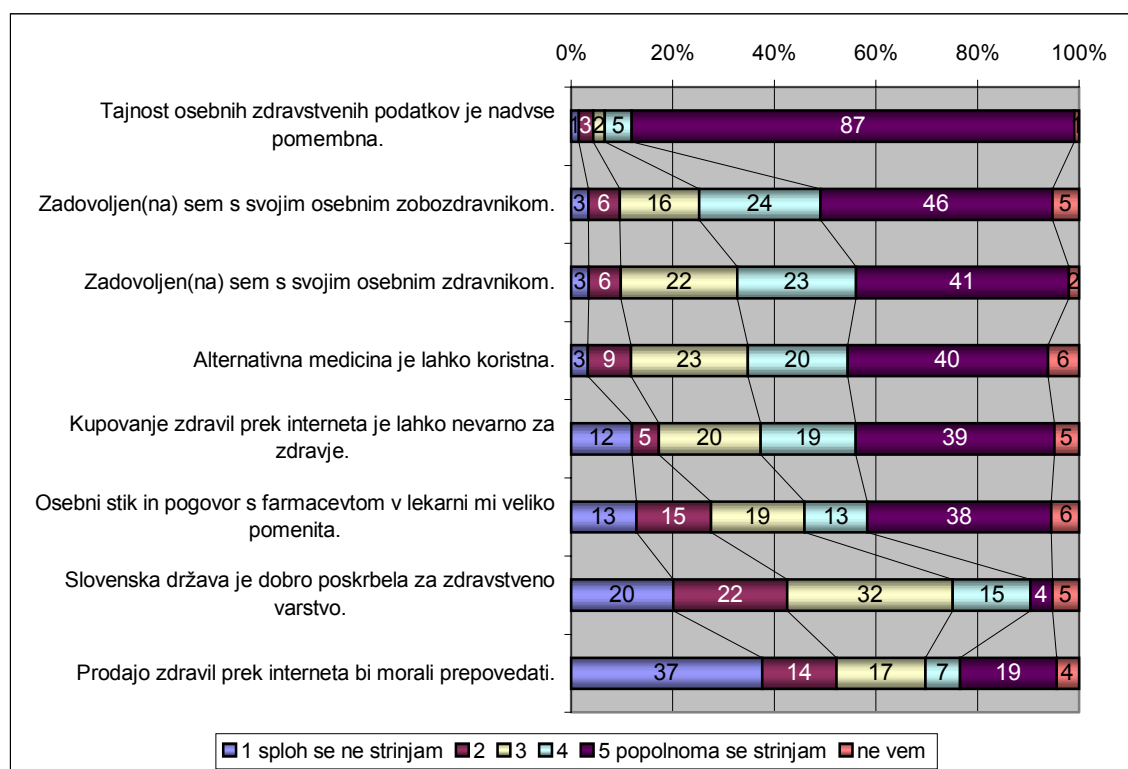
Polovici (51%) respondentov veliko pomeni osebni stik s farmacevtom v lekarni, vendar značilno bolj tistim, ki imajo odklonilen odnos do nakupovanja zdravil prek Interneta.

Četrtnina anketirancev se strinja, da bi morali prepovedati prodajo zdravil prek Interneta, 6% jih o tem nima mnenja. Večina anketirancev (51%) pa se ne strinja s prepovedjo prodaje zdravil prek Interneta.

Tiste, ki se popolnoma strinjajo s koristnostjo alternativne medicine, bomo našli v spodnji sliki med tistimi, ki se ne strinjajo s trditvijo, da je slovenska država dobro poskrbela za zdravstveno varstvo (40%). Tretjina je neopredeljenih, četrtnina pa se s trditvijo strinja.

Pri odgovorih na vprašanja o zadovoljstvu z osebnim zdravnikom oz. zobozdravnikom je dve tretjini respondentov dejalo, da je zadovoljnih s svojim zdravnikom in le 9% je takšnih, ki so nezadovoljni, podoben je tudi delež zadovoljnih s svojim zobozdravnikom. Faktor zadovoljstva z zobo/zdravnikom tudi značilno določa respondente, zadovoljstvo pa ne izključuje obiskovanja alternativnih zdravilcev.

Slika 25: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=209-210).



2.4.1 Demografija

		<i>Tajnost osebnih zdravstvenih podatkov je nadvse pomembna.</i>	<i>Kupovanje zdravil prek Interneta je lahko nevarno za zdravje.</i>	<i>Osebnostni stik in pogovor s farmacevtom v lekarni mi veliko pomenita.</i>	<i>Prodajo zdravil prek Interneta bi morali prepovedati.</i>	<i>Alternativna medicina je lahko koristna.</i>	<i>Slovenska država je dobro poskrbela za zdravstveno varstvo.</i>	<i>Zadovoljen(a) sem s svojim osebnim zdravnikom.</i>	<i>Zadovoljen(a) sem s svojim osebnim zobozdravnikom.</i>
		povprečja							
spol	moški	4,73	3,61	3,38	2,42	3,85	2,58	3,95	4,03
	ženski	4,78	3,89	3,59	2,69	3,96	2,57	3,98	4,16
starost	do 18 let	5,00	2,71	3,43	2,00	3,43	3,00	4,57	4,43
	med 18 in 30 let	4,78	3,51	3,31	2,27	3,82	2,49	4,08	4,05
	nad 30 let	4,72	4,09	3,60	2,78	4,04	2,60	3,79	4,07
zaposlitveni status	šolajoči	4,81	3,51	3,26	2,20	3,63	2,77	4,40	4,33
	zaposleni	4,85	3,68	3,45	2,53	4,00	2,48	3,92	3,99
	ostali	4,27	4,00	3,73	3,20	4,27	2,40	3,70	4,60
izobrazba	nižja	4,82	3,56	3,94	2,73	3,75	2,31	4,07	4,27
	srednja	4,72	3,71	3,53	2,31	4,01	2,63	4,01	4,01
	višja	4,77	3,77	3,35	2,65	3,82	2,59	3,92	4,11
materialni status	povprečno	4,75	3,72	3,57	2,44	3,98	2,49	3,99	3,98
	nadpovprečno	4,76	3,75	3,21	2,75	3,66	2,80	3,92	4,34
znanje angleščine	povprečno	4,50	4,12	4,11	2,81	4,24	2,83	3,74	4,11
	v celoti	4,89	3,77	3,28	2,77	3,68	2,51	4,14	3,93
računalniške revije	občasno	4,86	4,03	3,63	2,98	3,75	2,56	4,17	3,98
	redno	4,72	3,44	3,08	2,41	3,82	2,61	3,86	3,91
regija	Ljubljana z okolico	4,85	3,84	3,24	2,62	3,79	2,61	3,91	4,12
	Štajerska	4,64	3,47	3,67	2,31	3,98	2,57	4,04	4,00
	ostala Slovenija	4,73	3,81	3,59	2,62	3,95	2,56	4,00	4,13
pogostost rabe Interneta	dnevno	4,68	3,47	3,28	2,32	3,85	2,55	3,98	4,12
	skoraj dnevno	4,85	4,25	3,93	2,97	4,03	2,59	3,88	3,85
	tedensko ali mesečno	5,00	4,67	4,33	3,00	3,00	2,67	3,67	4,00
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	4,79	4,22	3,83	2,76	4,43	2,13	4,00	4,09
	tri ali štiri leta nazaj	4,74	3,67	3,72	2,74	3,82	2,67	4,13	4,10
	pet in več let nazaj	4,75	3,66	3,23	2,38	3,81	2,62	3,83	4,06
glavni dostop	od doma	4,59	3,52	3,46	2,56	4,08	2,61	3,72	4,14
	iz službe	4,78	3,70	3,54	2,15	3,98	2,55	3,95	4,26
način dostopa	ISDN	3,00	2,00	2,50	2,00	5,00	2,50	4,50	4,00
	hitre povezave	4,67	3,20	3,33	2,33	4,40	2,80	4,00	3,83
nakup v Si	da	4,66	3,47	3,14	2,15	3,98	2,74	3,87	3,84
	ne	4,80	3,82	3,61	2,59	3,85	2,54	4,01	4,14
nakup v tujini	da	4,73	3,63	3,16	2,47	3,84	2,72	4,02	4,11
	ne	4,77	3,75	3,54	2,50	3,86	2,54	3,96	4,02

Tabela 10: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).

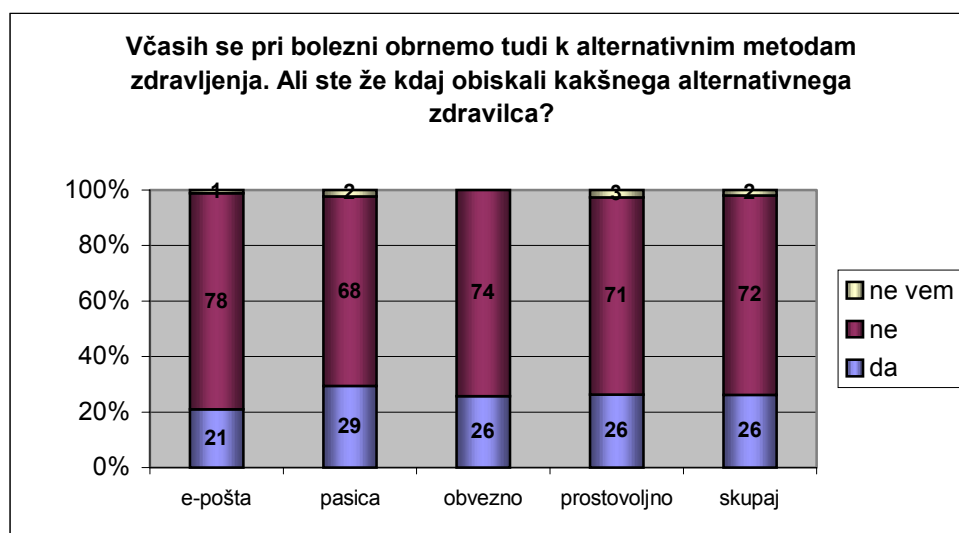
2.5 Alternativno zdravljenje

Alternativnemu zdravljenju smo v raziskavi posvetili nekoliko več pozornosti, zato smo vključili dodatni vprašnji:

- *Včasih se pri bolezni obrnemo tudi k alternativnim metodam zdravljenja. Ali ste že kdaj obiskali kakšnega alternativnega zdravitelca?*

Približno četrtnina respondentov se obrne k alternativnim metodam zdravljenja, tri četrtine pa tega ne prakticira. Statistično značilnih razlik med respondenti po načinu dostopa in dodeljevanju sklopa ni. Večkrat pa so obiskale alternativnega zdravitelca ženske (35%), starejši od 30 let (32%), povprečno materialno situirani (29%) in tisti, ki e-nakupujejo v Sloveniji (28%).

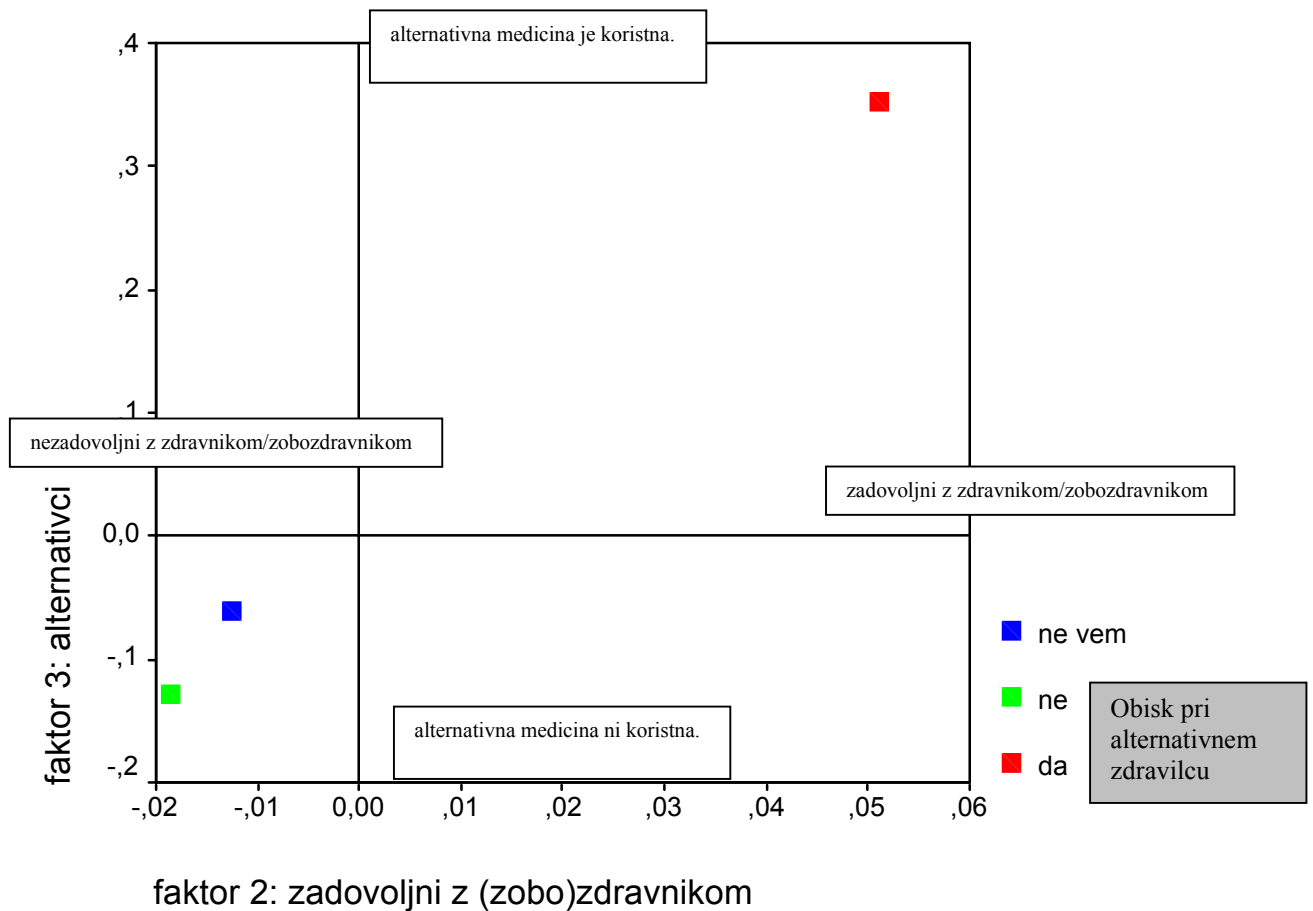
Slika 26: Obiskovanje alternativnih zdravitelcev – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=210).



Na tem in tudi v naslednjih primerih torej opazamo, da je med respondenti, ki na spletu klikajo, bistveno večji interes za alternativno medicino.

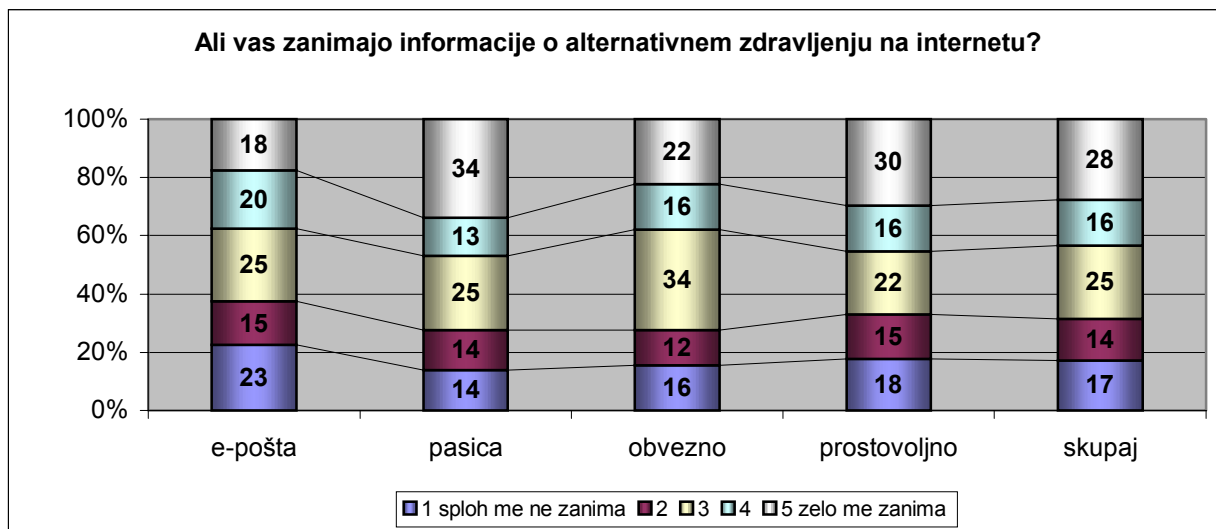
Slika 27 prikazuje enote glede na obiskovanje alternativnega zdravlilca v dvodimenzionalnem prostoru zadovoljstva s svojim zdravnikom/zobozdravnikom (faktor 2) in odnosom do alternativne medicine (faktor 3). Respondenti, ki menijo, da je alternativna medicina koristna, so - razumljivo - tudi večkrat obiskali alternativnega zdravlilca. Po drugi strani pa so tudi respondenti, ki so manj zadovoljni s svojim zdravnikom/zobozdravnikom, manjkrat obiskali alternativnega zdravlilca. Zadovoljstvo z zdravnikom/zobozdravnikom torej ne izključuje obiskovanja alternativnih zdravlilcev.

Slika 27: Dvorazsežni grafikon faktorja 2 in faktorja 3 glede na obiskovanje alternativnih zdravlilcev (Vir: RIS 2001).



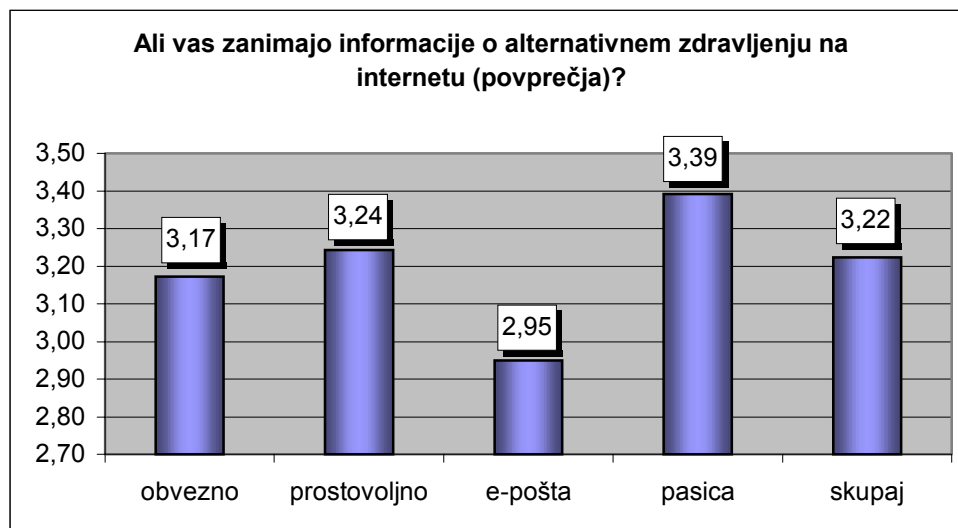
Zanimanje za informacije o alternativnem zdravljenju na Internetu je dokaj veliko. Skoraj polovica (44%) respondentov je dejala, da jih zanimajo tovrstne informacije, medtem ko slabo tretjino respondentov ne zanimajo. Obstajajo pa statistično značilne razlike med respondenti, ki so pristopili na anketo preko e-pošte oz. pasice. Tiste, ki so prišli preko pasice, namreč bolj zanimajo informacije o alternativnem zdravljenju na Internetu, kar prikazujeta Slika 28 in Slika 29.

Slika 28: Zanimanje za informacije o alternativnem zdravljenju na Internetu – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=210).



Slika povprečij nam pokaže, da na splošno med respondenti obstaja zanimanje za Internetne informacije o alternativnem zdravljenju (povprečje 3.22). Le respondenti, ki so prišli na anketo preko e-pošte, ne kažejo velikega zanimanja za tovrstno informiranje.

Slika 29: Zanimanje za informacije o alternativnem zdravljenju na Internetu – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=210).



2.5.1 Demografija

		<i>Včasih se pri bolezni obrnemo tudi k alternativnim metodam zdravljenja. Ali ste že kdaj obiskali kakšnega alternativnega zdravitelca? (%)</i>			<i>Ali vas zanimajo informacije o alternativnem zdravljenju na Internetu?</i>
		da	ne	ne vem	povprečja
spol	moški	20	79	2	3,01
	ženski	35	62	2	3,56
starost	do 18 let		100		2,14
	med 18 in 30 let	21	77	2	3,08
	nad 30 let	32	66	2	3,44
zaposlitveni status	šolajoči	12	83	5	2,98
	zaposleni	28	71	1	3,18
	ostali	27	73		4,25
izobrazba	nižja	29	71		2,88
	srednja	26	71	3	3,50
	višja	25	73	2	3,09
materialni status	povprečno	29	69	2	3,42
	nadpovprečno	21	78	2	2,81
znanje angleščine	povprečno	20	80		3,50
	v celoti	24	74	2	3,04
računalniške revije	občasno	27	70	3	3,31
	redno	16	84		2,78
regija	Ljubljana z okolico	28	70	2	2,98
	Štajerska	19	79	2	3,37
	ostala Slovenija	30	68	2	3,48
pogostost rabe Interneta	dnevno	26	72	2	3,13
	skoraj dnevno	24	73	2	3,34
	tedensko ali mesečno		100		2,75
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	29	71		3,92
	tri ali štiri leta nazaj	29	69	3	3,39
	pet in več let nazaj	23	75	2	2,97
glavni dostop	od doma	27	70	3	3,50
	iz službe	31	68	2	3,22
način dostopa	ISDN		100		4,00
	hitre povezave	17	83		3,33
nakup v Si	da	28	71	2	3,05
	ne	24	74	2	3,26
nakup v tujini	da	21	78	2	2,84
	ne	27	71	2	3,36

Tabela 11: Alternativno zdravljenje – deleži in povprečja odgovorov. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).

2.6 Iskanje zdravstvenih informacij na Internetu

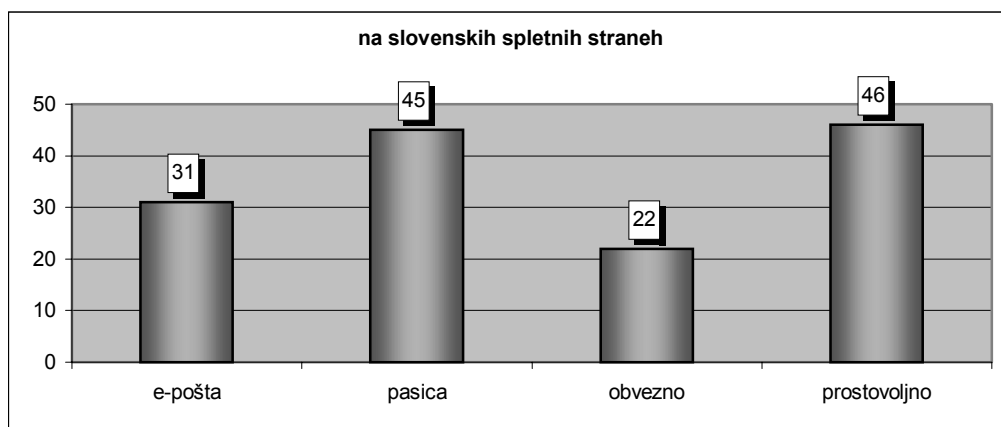
Anketirance smo vprašali tudi o iskanju zdravstvenih informacij na Internetu.

- *Ali ste že kdaj iskali zdravstvene (o zdravilih, boleznih ipd.) informacije na Internetu ...?, bodisi na slovenskih, bodisi na tujih spletnih straneh.*

Pri iskanju zdravstvenih informacij na slovenskih straneh so bolj aktivni pasični respondenti (45% vseh pasičnih respondentov je iskalo tovrstne informacije) oz. prostovoljni respondenti (46% vseh prostovoljnih respondentov je iskalo tovrstne informacije). Razlike deležev so statistično značilno različne.

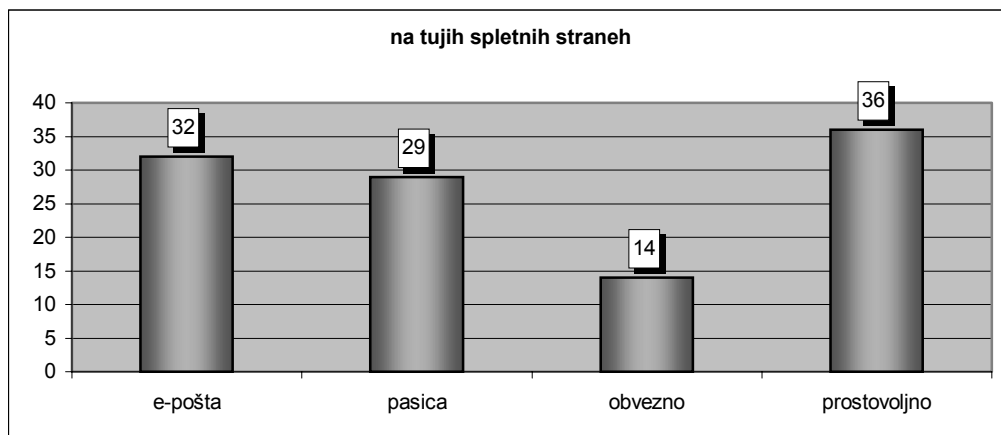
Izpostaviti velja, da so tokrat razlike med odstotki med različnimi skupinami razmeroma velike. **Pri tem je odstotek med obveznimi respondenti (22% v Sloveniji in 14 v tujini) seveda najbližji reprezentativnim ocenam iz telefonske populacije.**

Slika 30: Iskanje zdravstvenih informacij na slovenskih spletnih straneh glede na način dostopa in dodeljevanja sklopa – deleži (Vir: RIS 2001, n=155, n=289, n=118, n=326).



Nekoliko manj je bilo iskanja na tujih spletnih straneh, razen pri e-poštnih respondenth, kjer je delež enak (32%) in se ne razlikuje od pasičnih respondentov (29%). So pa prostovoljni respondenti iskali še vedno bistveno več kot obvezni (36% oz. 14%).

Slika 31: Iskanje zdravstvenih informacij na tujih spletnih straneh glede na način dostopa in dodeljevanja sklopa – deleži (Vir: RIS 2001, n=155, n=289, n=118, n=326).

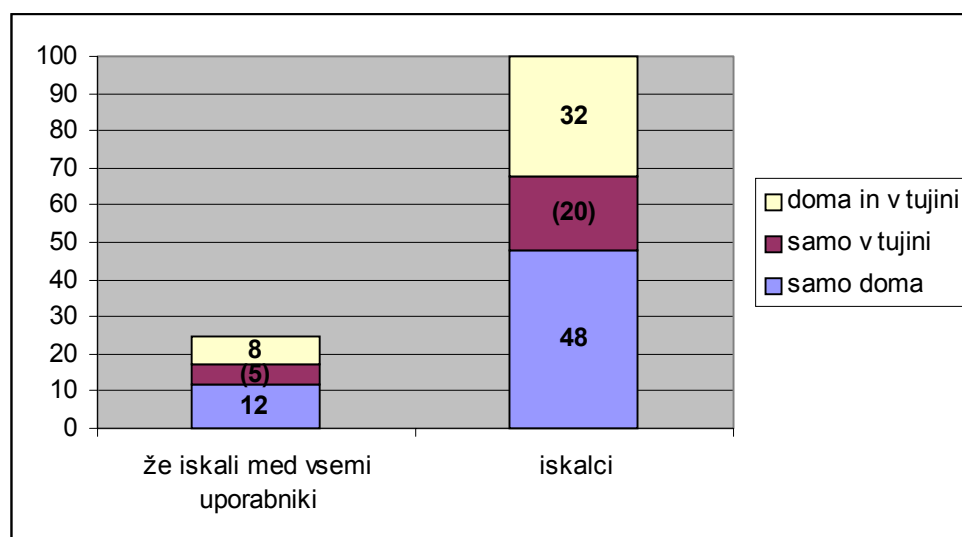


Iz spodnje slike je razvidno, da uporabniki Interneta več zdravstvenih informacij iščejo na domačih kot pa tujih spletnih straneh.

Med vsemi respondenti jih je četrtnina že iskala informacije s tovrstno tematiko, od tega samo na domačih spletnih straneh 12%, nekoliko manj pa samo na tujih (5%), doma in v tujini pa 8%.

Če pa pogledamo v drugem stolpcu še strukturo med iskalci tovrstnih informacij, navedeni odstotki pomeni, da je skoraj polovica (48%) iskala zgolj na domačih spletnih straneh, petina samo na tujih in slaba tretjina hkrati na domačih in tujih spletnih straneh.

Slika 32: Delež iskalcev informacij o zdravstvu/farmaciji med vsemi uporabniki in razmerje med iskalci glede na domače oz. tuje spletne strani (Vir: RIS 2001, n=105)

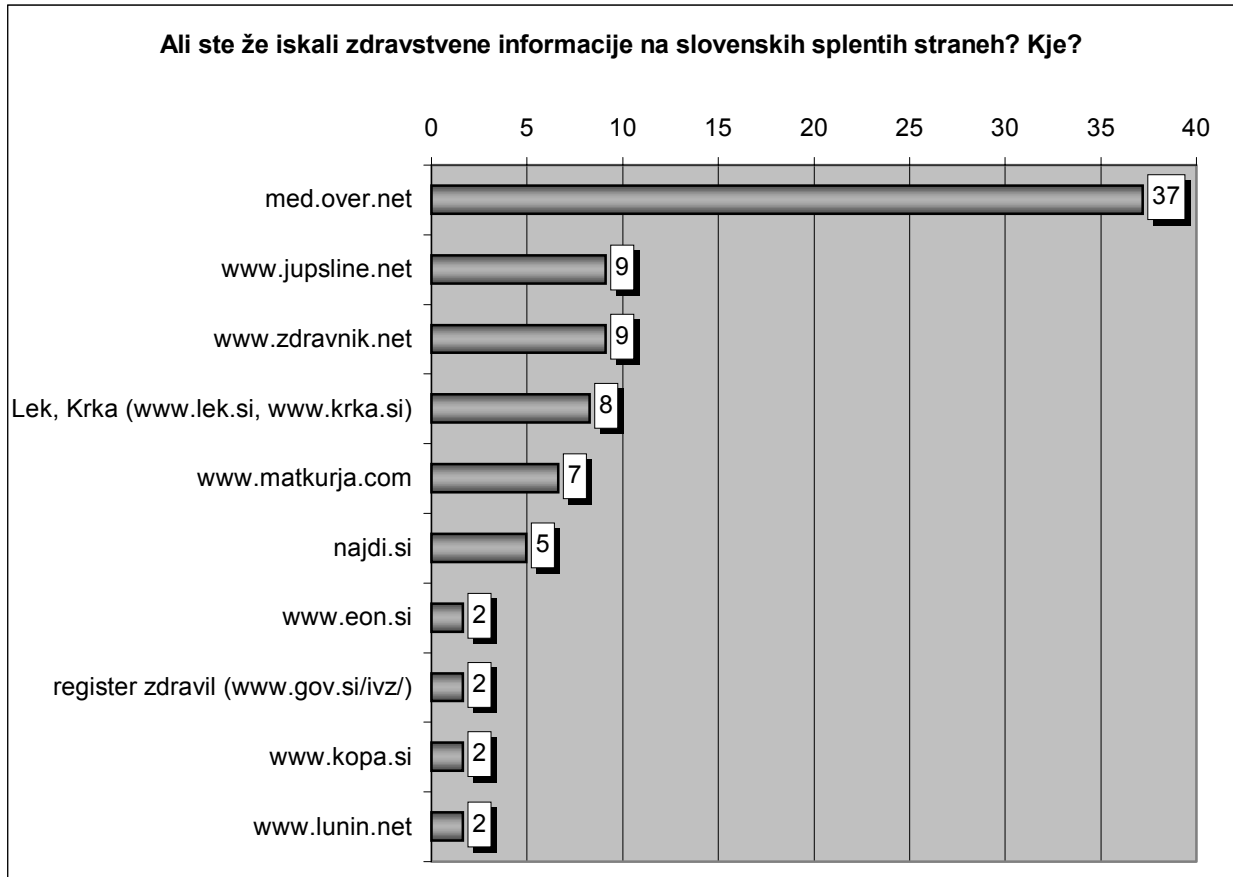


Ali ste že iskali zdravstvene informacije na Internetu? Odgovor DA.		<i>doma in v tujini</i>		<i>samo doma</i>		<i>samo v tujini</i>	
		<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
spol	moški	20	54	22	47	14	64
	ženski	17	46	25	53	8	36
starost	do 18 let	2	6	1	2		
	med 18 in 30 let	12	33	21	48	13	59
	nad 30 let	22	61	22	50	9	41
zaposlitveni status	šolajoči	5	19	6	18	5	28
	zaposleni	18	69	26	76	12	67
	ostali	3	12	2	6	1	6
izobrazba	nižja	3	8	2	4		
	srednja	13	35	24	51	5	23
	višja	21	57	21	45	17	77
materialni status	povprečno	21	57	36	77	13	59
	nadpovprečno	16	43	11	23	9	41
znanje angleščine	povprečno	2	10	4	25	2	20
	v celoti	19	90	12	75	8	80
racunalniške revije	občasno	15	71	12	75	7	70
	redno	6	29	4	25	3	30
regija	Ljubljana z okolico	16	43	19	40	9	41
	štajerska	8	22	18	38	4	18
	ostala Slovenija	13	35	10	21	9	41
pogostost rabe Interneta	dnevno	25	68	36	84	17	81
	skoraj dnevno	11	30	7	16	3	14
	tedensko ali mesečno	1	3			1	5
zacetek uporabe Interneta	letos ali lani	1	3	12	26		
	tri ali štiri leta nazaj	14	38	17	36	5	23
	pet in več let nazaj	22	59	18	38	17	77
glavni dostop	od doma	6	38	11	37	2	17
	iz službe	10	63	19	63	10	83
nacin dostopa				1	50		
				1	50	2	100
nakup v Si	da	9	26	15	33	6	29
	ne	25	74	31	67	15	71
nakup v tujini	da	16	47	6	15	12	57
	ne	18	53	35	85	9	43

Tabela 12: Iskanje zdravstvenih informacij na Internetu glede na sociodemografske spremenljivke (Vir: RIS 2001, n=105).

Spodnja slika prikazuje deleže desetih najpogosteje omenjenih slovenskih spletnih strani v naši raziskavi, na katerih so respondenti iskali zdravstvene informacije. Največji delež ima spletna stran med.over.net, ki ima 37% vseh navedb, sledi www.jupsline.net s precej manjšim deležem (9%), www.zdravnik.net (9%) ter Lek/Krka (8%), pri čemer sta bili strani vedno omenjeni skupaj.

Slika 33: Domače spletne strani, na katerih so respondenti najpogosteje iskali zdravstvene informacije (Vir: RIS 2001, n=84).



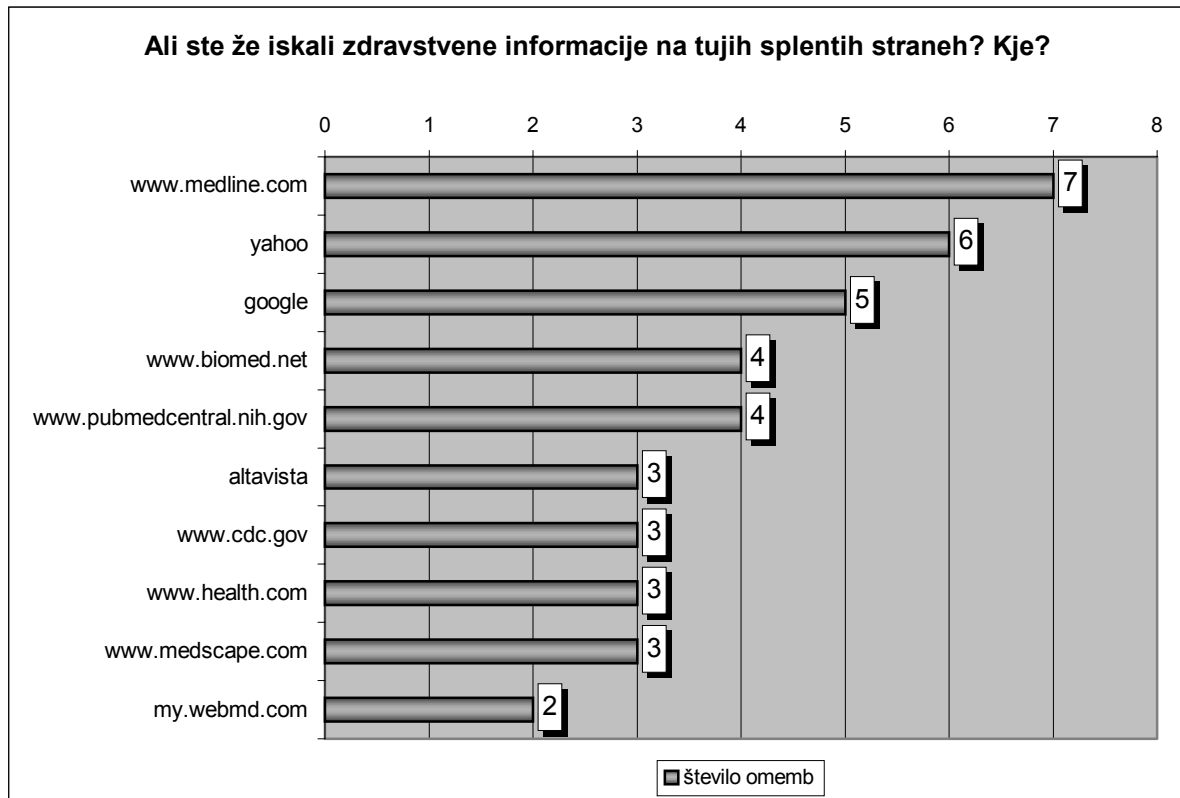
V spodnji tabeli so podane vse omenjene domače spletne strani, na katerih so respondenti iskali zdravstvene informacije – urejene po pogostosti dostopa. Med stranmi najdemo tudi iskalnike, kot so najdi.si in www.matkurja.com. Omenjenih je bilo 32 različnih spletnih strani.

<i>Spletne strani</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
med.over.net	45	37
www.jupslime.net	11	9
www.zdravnik.net	11	9
Lek, Krka (www.lek.si, www.krka.si)	10	8
www.matkurja.com	8	7
najdi.si	6	5
www.eon.si	2	2
register zdravil (www.gov.si/ivz/)	2	2
www.kopa.si	2	2
www.lunin.net	2	2
društvo celiakija (www.drustvo-celiakija.si)	1	1
klinični center (www2.kclj.si)	1	1
www.lekarna-zalec.si	1	1
Medeno srce (grunf.mf.uni-lj.si/MedenoSrce/)	1	1
ministrstvo za zdravje (www.gov.si/mz/)	1	1
RTV Slovenija (www.rtv slo.si)	1	1
www.drmed.org	1	1
www.drogart.org	1	1
www.e-lekarna.net	1	1
www.intenziva.org	1	1
www.lek.si	1	1
www.lunin.net	1	1
www.mmedic.com	1	1
www.medis.si	1	1
www.mf.uni-lj.si	1	1
www.pliva.si	1	1
www.stpm.org	1	1
www.viva.si	1	1
www.zdravje.org	1	1
www.zzzs.si	1	1
zasrce.over.net	1	1
zdravilišča (www.termegiz.si/slo.htm)	1	1

Tabela 13: Spletne strani, na katerih so respondenti iskali zdravstvene informacije, urejene po pogostosti navedb (Vir: RIS 2001, n=84)

Najpopularnejša tuja zdravstvena/farmacevtska spletna stran je www.medline.com, saj so jo respondenti v naši raziskavi najpogosteje omenjali (7-krat) (Slika 34). Sledita spletna iskalnika www.yahoo.com in www.google.com, nato www.biomed.net itn. Skupaj pa je bilo omenjenih 58 različnih tujih spletnih strani, torej precej več kot domačih, kar dodatno osvetljuje problem pomanjkanja domačih zdravstvenih oz. farmacevtskih vsebin na Internetu.

Slika 34: Tuje spletne strani, na katerih so respondenti najpogosteje iskali zdravstvene informacije, urejene po pogostosti omemb (Vir: RIS 2001, n=59).

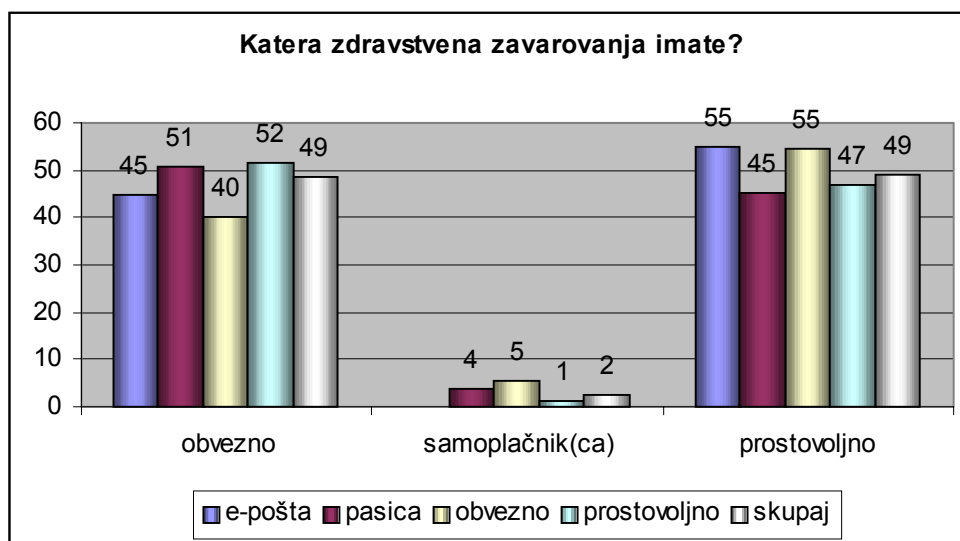


2.7 Zavarovanja

➤ Katera zdravstvena zavarovanja imate?

Večina zavarovanj je bodisi prostovoljnih (49%) bodisi obveznih (49%), izredno majhen delež pa je samoplačnikov (2%). Razlike deležev glede na e-pošto/pasico oz. obvezno/prostovoljno niso statistično značilno različne.

Slika 35: Način oz. vrsta zavarovanja (Vir: RIS 2001, n=206).



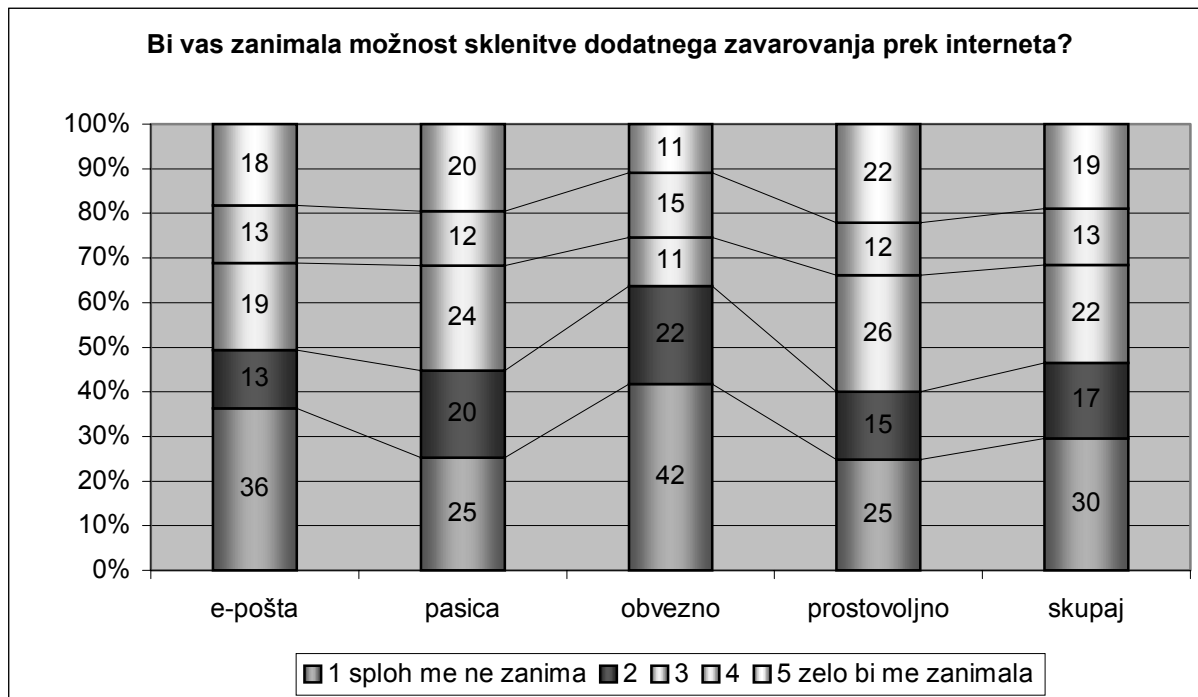
Respondente, ki imajo prostovoljno zavarovanje, smo vprašali, katero. Odgovor je bil odprtega tipa, največkrat pa je bila omenjena zavarovalnica *Vzajemna* (29), sledi *Adriatic* (27), *ZZZS* (12), *Triglav* (8) itn.

Zavarovalnica	n
Vzajemna	29
Adriatic	27
ZZZS	12
Triglav	8
Slovenica	2
ZM	2
Hospital Español	1
Maribor	1
Merkur	1
SKB Generali	1
Zdravstveno zavarovanje	1

Tabela 14: Ime zavarovalnice pri prostovoljnem zavarovanju (Vir: RIS 2001, n=85).

Slaba polovica respondentov ni zainteresirana za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta (47%), tretjina pa je takšnih, ki jih ta možnost zanima (32%). Bolj izrazito so nezanimanje izkazali respondenti, katerim je bil zdravstveni oz. farmacevtski sklop dodeljen obvezno (64%), statistično značilno bolj kot tisti, ki so ta sklop izbrali prostovoljno (30%).

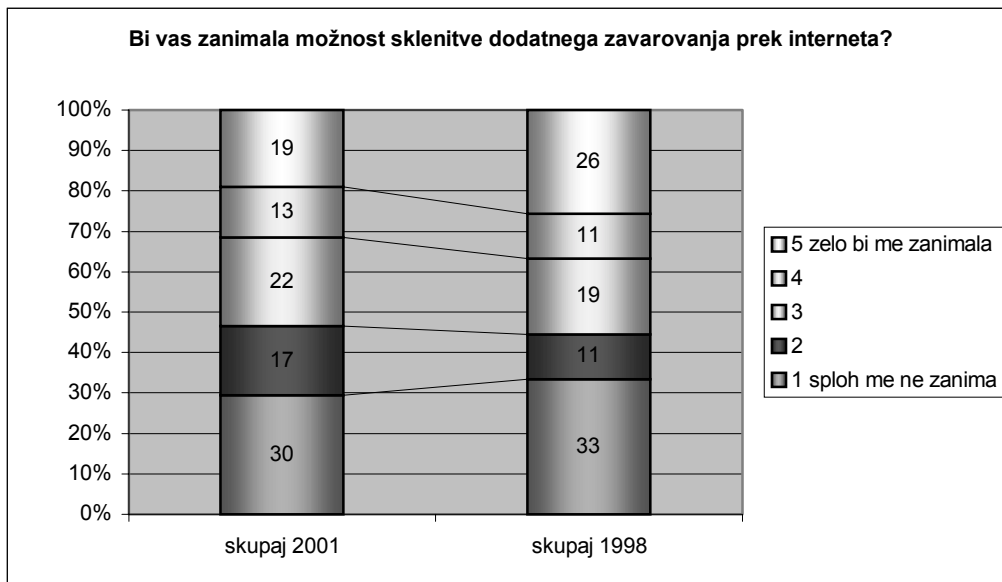
Slika 36: Zanimanje za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta – deleži odgovorov od 1 do 5 glede na način dostopa in dodeljevanje sklopa (Vir: RIS 1998/2001, n=188, n=200).



Spomniti velja, da so odgovori obveznih respondentov najbližji reprezentativnemu mnenju intenzivnih uporabnikov Interneta v Sloveniji.

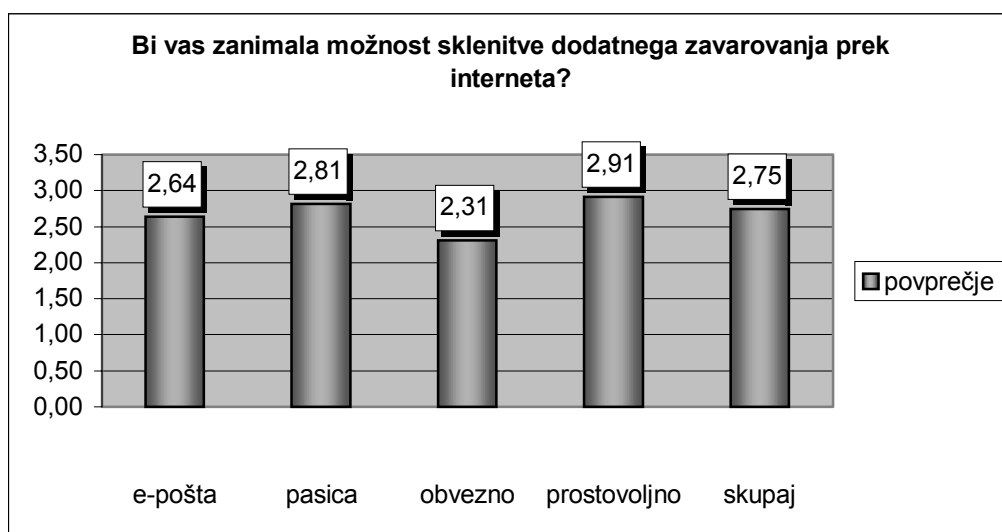
Od leta 1998 je zanimanje za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta ostalo podobno (32% leta 2001 oz. 37% leta 1998), kar prikazuje spodnja slika. Rahlo zmanjšanje gre – tako kot vedno v podobnih primerih – pripisati spremenjeni strukturi uporabnikov, saj zadnja leta vstopajo v uporabo vse manj računalniško orientirani segmenti.

Slika 37: Slika 38: Zanimanje za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta – deleži odgovorov od 1 do 5, primerjava WWW anket '98 in '01 (Vir: RIS 1998/2001, n=188, n=200).



Natančneje se razlike vidijo v sliki povprečij odgovorov po skupinah (Slika 39). Povprečja med obvezno in prostovoljno skupino sta statistično značilno različni, kar kaže manjše nezanimanje respondentov, ki so odgovarjali na sklop prostovoljno oz. večji delež tistih, ki jih možnost sklenitve zavarovanja zanima.

Slika 39: Zanimanje za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta – povprečja odgovorov glede na način dostopa in dodeljevanje sklopa (Vir: RIS 2001, n=200).



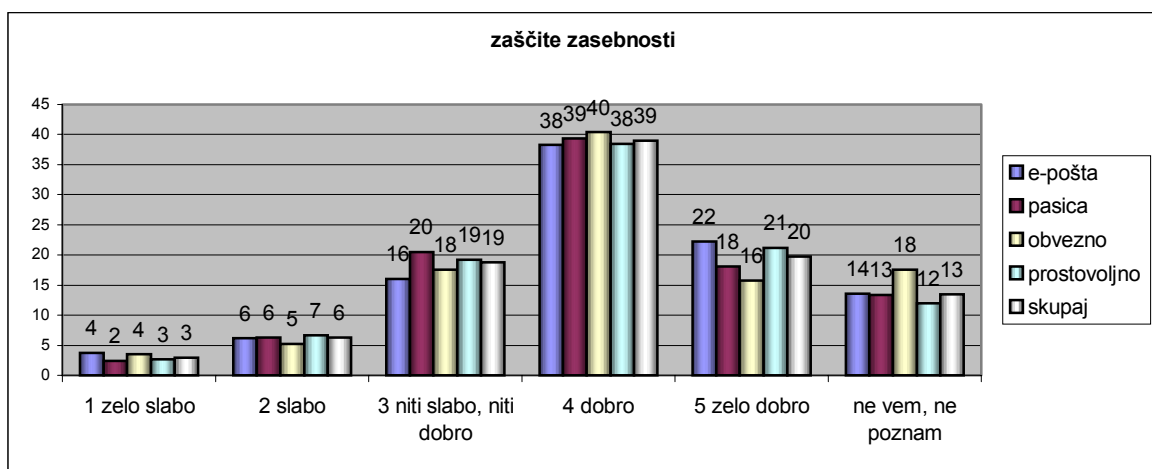
2.8 Odnos do kartice zdravstvenega zavarovanja in e-recepta

Nadalje smo respondente vprašali, naj ocenijo projekt ZZZS:

- *Kako ocenjujete projekt ZZZS (Zavod za zdravstveno zavarovanje) - kartice zdravstvenega zavarovanja in elektronskega recepta - glede ...? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "zelo slabo", 5 pa "zelo dobro".*

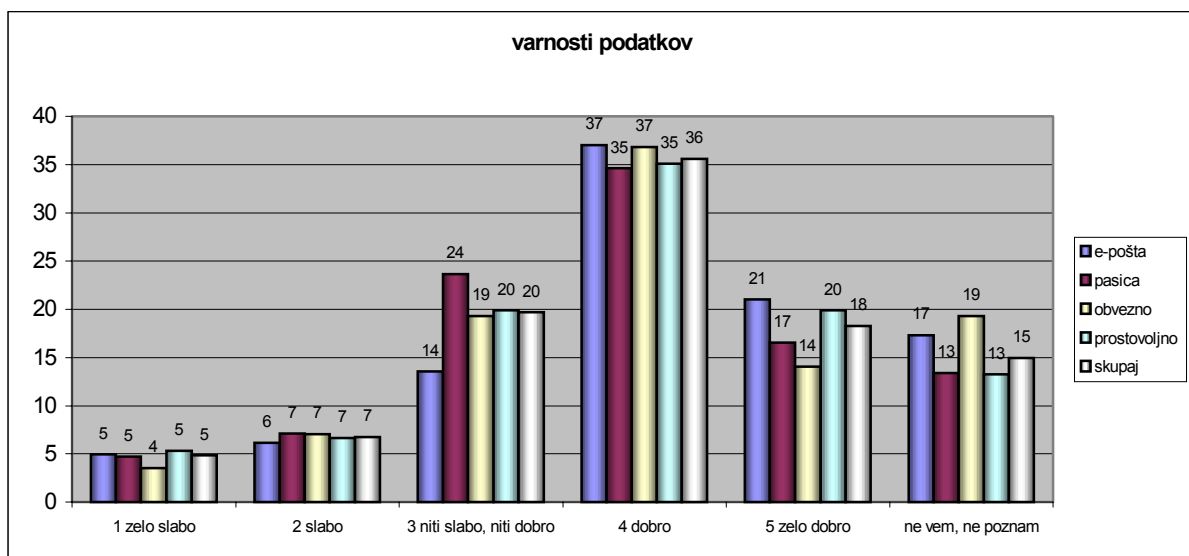
Pri kartici zdravstvenega zavarovanja in elektronskega recepta je za zaščito zasebnosti dobro ali zelo dobro poskrbljeno, ocenjuje večina respondentov (59%). Prav tako ni statistično značilnih razlik med skupinami.

Slika 40: Ocena zaščite zasebnosti – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=208).



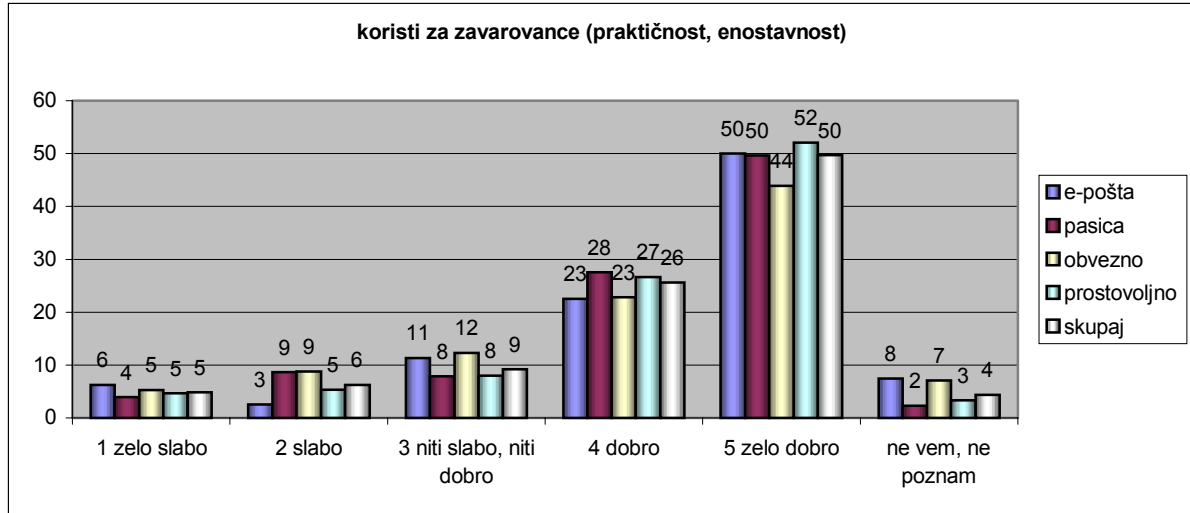
Dobro ali zelo dobro so respondenti ocenili tudi varnost podatkov v tem projektu (54%), petina je podala nevtralno oceno (Slika 41).

Slika 41: Ocena varnosti podatkov (Vir: RIS 2001, n=208).



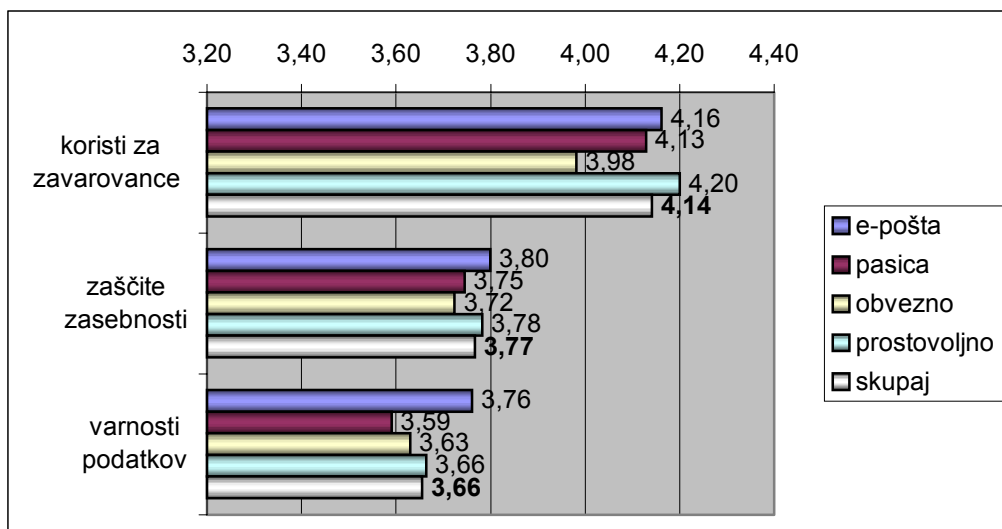
Najbolj pozitivno je pri projektu kartic zdravstvenega zavarovanja in elektronskega recepta ocenjena njihova praktičnost in enostavnost. Tri četrtine respondentov so podale dobro ali zelo dobro oceno, 11% pa slabo ali zelo slabo.

Slika 42: Ocena koristi za zavarovance (Vir: RIS 2001, n=207).



Gledano v celoti je projekt ZZZS dobro ocenjen. Razlik med respondenti, ki so različno dostopali oz. izbirali sklop, ni. Obstajajo pa statistično značilne razlike med povprečni odgovorov. Tako respondenti močno pozitivno ocenjujejo koristi, ki jih prinaša uvedba kartice in elektronskega recepta (povprečje 4.14), nekoliko manj pa zaščite zasebnosti (3.77) in varnosti podatkov (3.66). Koristi za zavarovance statistično značilno bolje ocenjujejo dnevni uporabniki Interneta (4.28) kot tedenski ali mesečni uporabniki (2.33).

Slika 43: Kako ocenjujete projekt ZZZS (Zavod za zdravstveno zavarovanje) - kartice zdravstvenega zavarovanja in elektronskega recepta - glede ... – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=180, n=177, n=198)



Poudariti velja, da so ocene glede varnosti in zasebnosti pravzaprav izredno nizke za tako občutljivi področji.

2.8.1 Demografija

		<i>zaščite zasebnosti</i>	<i>varnosti podatkov</i>	<i>koristi za zavarovance</i>
		povprečja		
spol	moški	3,79	3,64	4,23
	ženski	3,74	3,68	4,00
starost	do 18 let	3,86	3,71	4,71
	med 18 in 30 let	3,93	3,85	4,33
	nad 30 let	3,70	3,55	4,07
zaposlitveni status	šolajoči	3,88	3,82	4,20
	zaposleni	3,73	3,64	4,12
	ostali	3,44	3,00	3,73
izobrazba	nižja	3,77	3,62	4,31
	srednja	3,80	3,76	4,09
	višja	3,76	3,60	4,19
materialni status	povprečno	3,72	3,60	4,10
	nadpovprečno	3,92	3,81	4,31
znanje angleščine	povprečno	3,88	3,53	3,72
	v celoti	3,81	3,71	4,15
računalniške revije	občasno	3,70	3,51	4,00
	redno	4,03	3,97	4,19
regija	Ljubljana z okolico	3,72	3,65	4,00
	Štajerska	3,84	3,68	4,31
	ostala Slovenija	3,82	3,68	4,26
pogostost rabe Interneta	dnevno	3,76	3,68	4,28
	skoraj dnevno	3,95	3,83	4,10
	tedensko ali mesečno	3,33	2,67	2,33
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	3,77	3,86	4,23
	tri ali štiri leta nazaj	3,86	3,60	4,17
	pet in več let nazaj	3,70	3,63	4,13
glavni dostop	od doma	3,60	3,43	4,03
	iz službe	3,79	3,76	4,36
način dostopa	ISDN	4,50	4,50	4,50
	hitre povezave	3,25	3,25	4,60
nakup v Si	da	3,82	3,65	4,36
	ne	3,75	3,66	4,05
nakup v tujini	da	3,76	3,64	4,22
	ne	3,76	3,71	4,12

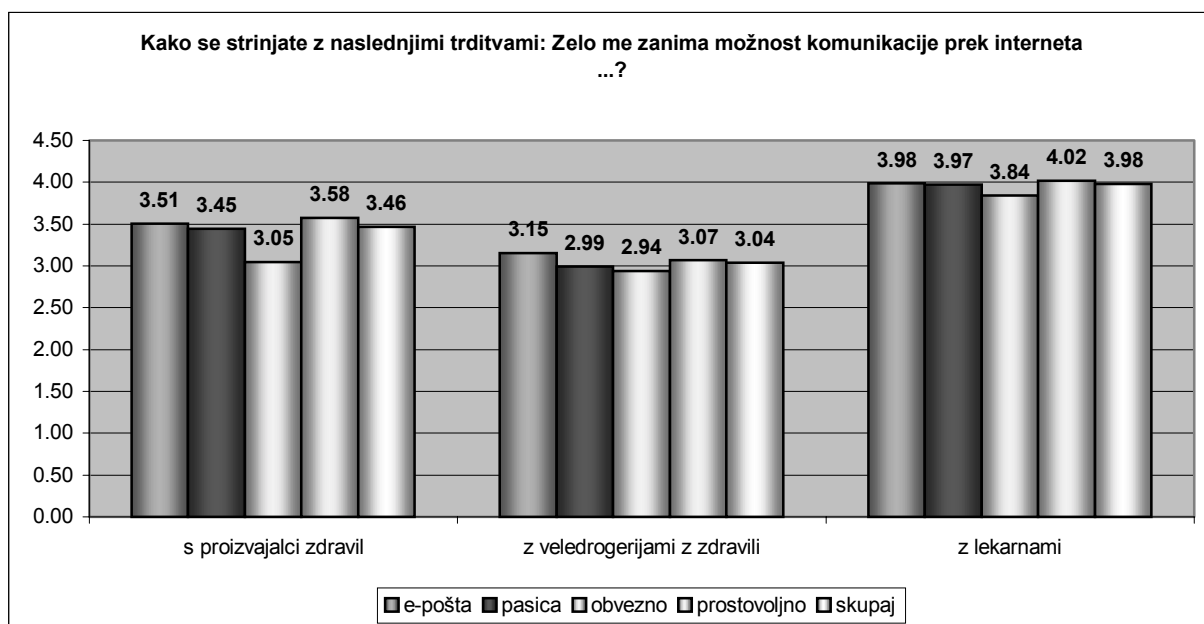
Tabela 15: Ocene projekta ZZS : kartice zdravstvenega zavarovanja in elektronskega recepta – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).

2.9 Zanimanje za elektronsko komuniciranje

- *Kako se strinjate z naslednjimi trditvami: Zelo me zanima možnost komunikacije prek Interneta. Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh se ne strinjam", 5 pa "popolnoma se strinjam".*

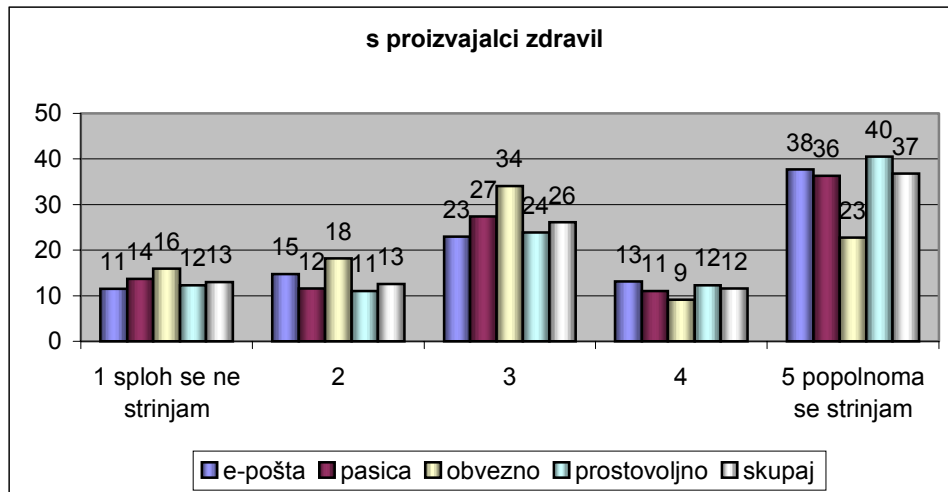
Med respondenti obstaja zanimanje za elektronsko komunikacijo, posebno z lekarnami (povprečje 3.98). Zanimanje za e-komunikacijo z lekarnami je statistično značilno bolj prisotno kot za e-komunikacijo s proizvajalci zdravil (povprečje 3.46) in veledrogerijami z zdravili (povprečje 3.04). Pokaže pa se tudi statistično značilna razlika v povprečjih med obveznimi in prostovoljnimi respondenti pri prvem odgovoru (»s proizvajalci zdravil«), kjer prostovoljni respondenti izkazujejo večje zanimanje. Več je tudi zanimanja med ženskami in pri respondentih s povprečnim znanjem angleščine, posebno pri Internetni komunikaciji z lekarnami (4.63).

Slika 44: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta s proizvajalci zdravil, z veledrogerijami z zdravili in z lekarnami – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=207, n=204, n=215).



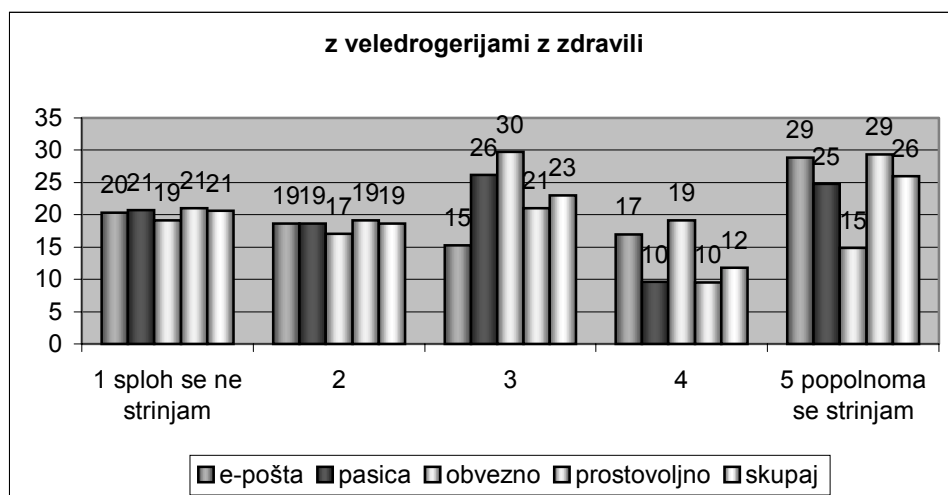
Slika 48 prikazuje deleže odgovorov posameznih vprašanj. Polovica respondentov (49%) se strinja, da jih komunikacija prek Interneta s proizvajalci zdravil zelo zanima, petina je dejala, da jih takšna komunikacija ne zanima.

Slika 45: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta s proizvajalci zdravil – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=207).



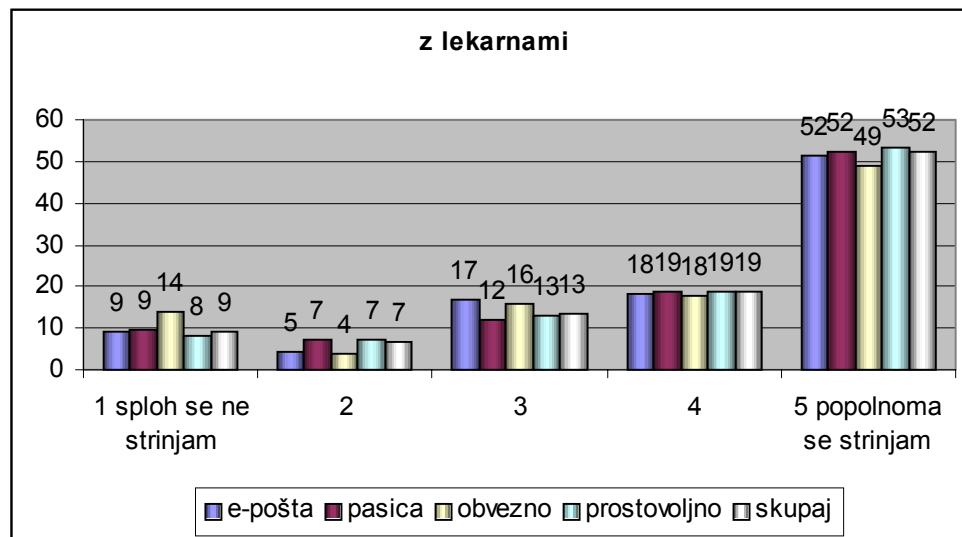
Komunikacija prek Interneta z veledrogerijami z zdravili je zanimiva za 38% respondentov, enak je delež nezanimanja.

Slika 46: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta z veledrogerijami z zdravili - deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=204).



Več kot polovico respondentov (52%) zelo zanima Internetna komunikacija z lekarnami in le 16% je takšnih, ki jih te vrste komunikacija z lekarnami ne zanima.

Slika 47: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta z lekarnami - deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=215).

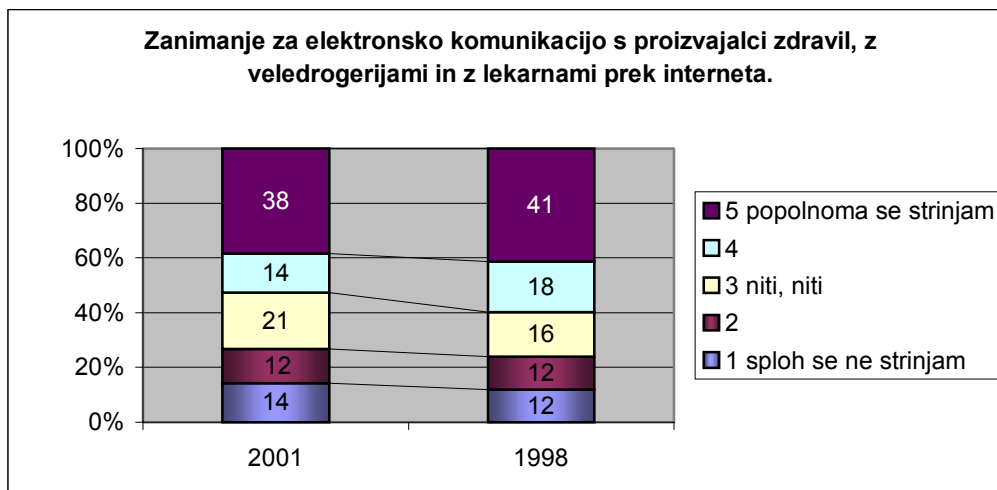


V WWW raziskavi leta 1998 smo respondentom zastavili podobno vprašanje:

- V kolikor bi obstajala možnost komunikacije s proizvajalci, veledrogerijami in lekarnami prek Interneta, bi jo izkoristil(a)?

Pri primerjavi raziskave z raziskavo, opravljeno leta 1998, se nakazuje rahel upad zanimanja za tovrstno komunikacijo, kar gre tudi tokrat pripisati spremenjeni strukturi respondentov. **Posebej visoko zanimanje kažejo ženske.** Še vedno pa se kažejo razlike med prostovoljnimi in obveznimi respondenti (v letu 2001 zgolj pri prvem vprašanju). V obeh raziskavah namreč prostovoljni respondenti v večji meri izkazujejo zanimanje za komunikacijo s proizvajalci zdravil, z veledrogerijami oz. z lekarnami.

Slika 48: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta s proizvajalci zdravil, z veledrogerijami z zdravili in z lekarnami – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).



2.9.1 Demografija

		<i>s proizvajalci zdravil</i>	<i>z veledrogerijami z zdravili</i>	<i>z lekarnami</i>
		povprečja		
spol	moški	3,19	2,90	3,75
	ženski	3,86	3,24	4,31
starost	do 18 let	3,33	3,25	4,22
	med 18 in 30 let	3,33	3,10	3,89
	nad 30 let	3,73	2,99	4,19
zaposlitveni status	šolajoči	3,18	3,00	3,91
	zaposleni	3,35	2,81	3,79
	ostali	3,50	3,45	3,90
izobrazba	nižja	3,45	3,18	4,00
	srednja	3,30	3,16	3,97
	višja	3,55	2,96	3,98
materialni status	povprečno	3,45	3,13	4,03
	nadpovprečno	3,58	2,92	3,96
znanje angleščine	povprečno	3,94	3,17	4,63
	v celoti	3,56	3,13	3,93
računalniške revije	občasno	3,61	3,04	3,93
	redno	3,61	3,46	4,28
regija	Ljubljana z okolico	3,42	3,03	3,96
	Štajerska	3,45	2,93	3,83
	ostala Slovenija	3,51	3,10	4,08
pogostost rabe Interneta	dnevno	3,36	3,05	3,86
	skoraj dnevno	3,53	3,00	4,11
	tedensko ali mesečno	3,00	2,75	3,75
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	3,38	3,08	4,12
	tri ali štiri leta nazaj	3,66	3,10	4,09
	pet in več let nazaj	3,36	2,99	3,86
glavni dostop	od doma	3,40	3,14	3,91
	iz službe	3,20	2,70	3,90
način dostopa	ISDN	4.00	4.50	5.00
	analogni modem	1.00	1.00	5.00
	hitre povezave	3.33	2.63	4.13
nakup v Si	da	3.21	3.18	4.00
	ne	3.45	2.93	3.91
nakup v tujini	da	3.60	3.27	4.14
	ne	3.41	2.96	3.92

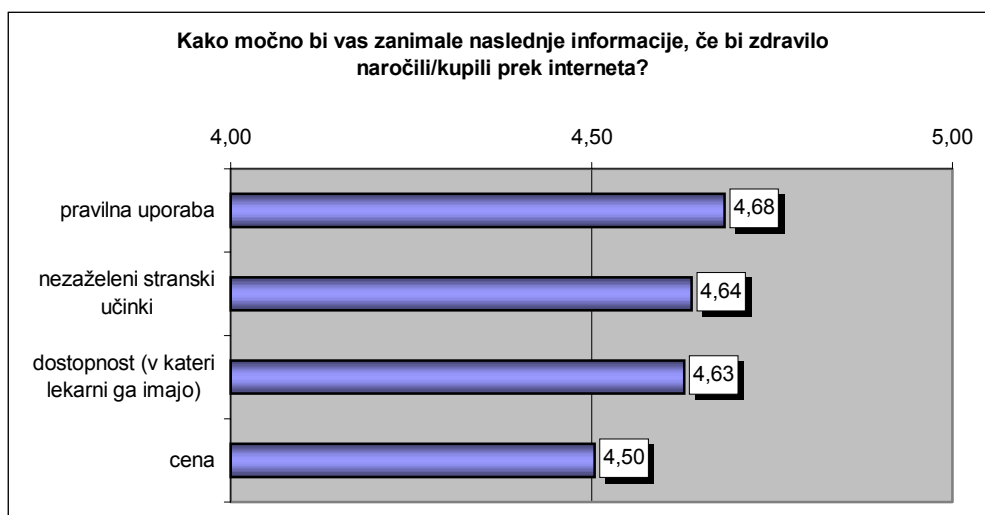
Tabela 16: Zanimanje za elektronsko komunikacijo s proizvajalci zdravil, z veledrogerijami in lekarnami prek Interneta - povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).

2.10 Zanimanje za informacije o zdravilih na Internetu - I

- *Denimo, da ste dobili recept s predpisanim zdravilom. Kako močno bi Vas zanimale naslednje informacije, če bi lahko zdravilo naročili/kupili prek Interneta? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh me ne bi zanimalo", 5 pa "zelo bi me zanimalo".*

Pri respondentih je razvidno močno zanimanje za informacije o zdravilih na Internetu. Najizrazitejše je zanimanje za informacije o pravilni uporabi (povprečje 4.7). Statistično značilno manj od informacij o nezaželenih stranskih učinkih in pravilni uporabi zdravil se respondenti zanimajo za ceno zdravil (povprečje 4.5). Poleg žensk se za informacije bolj zanimajo povprečno materialno situirani (povprečje 4.63 za ceno zdravil), za ceno ter pravilno uporabo zdravil pa se bolj zanimajo uporabniki Interneta s krajšim stažem uporabljanja (4.81 oz. 4.84).

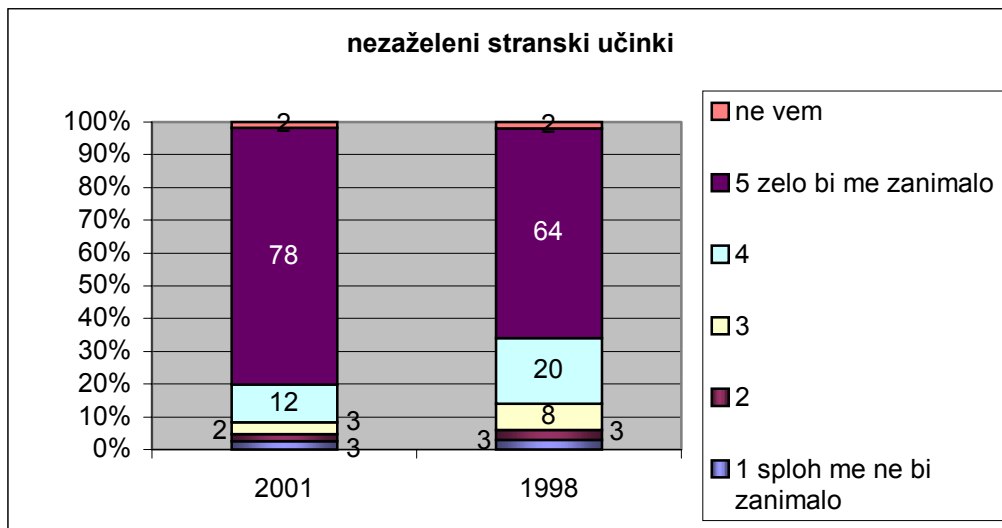
Slika 49: Zanimanje za informacije o zdravilih na Internetu – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=227, n=228, n=226, n=228).



V primerjavi z letom 1998 lahko primerjamo deleže po posameznih odgovorih.

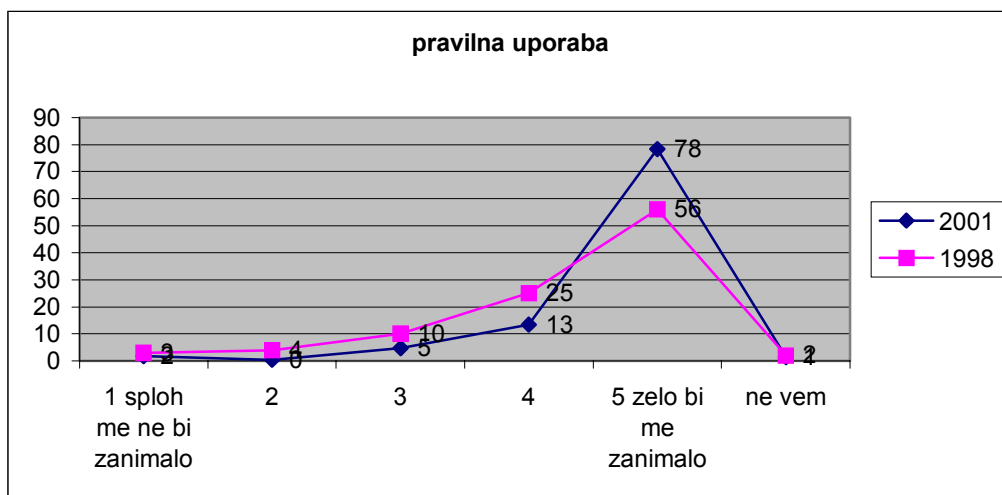
Od leta 1998 se je zanimanje za informiranost o stranskih učinkih zdravil intenziviralo, saj je več kot tri četrtine respondentov v letu 2001 dejalo, da bi jih zelo zanimale tovrstne informacije na Internetu.

Slika 50: Zanimanje za informacije o nezaželenih stranskih učinkih zdravil na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).



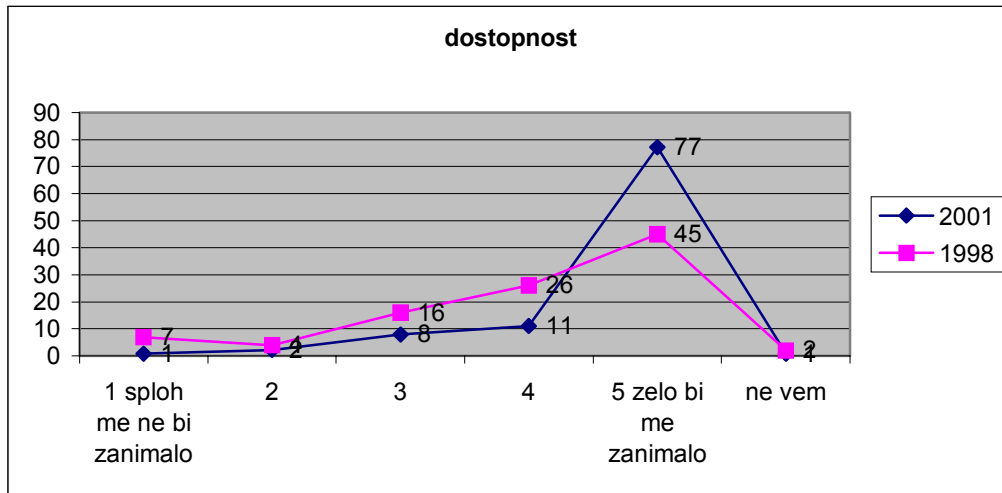
Intenziviralo se je tudi zanimanje za Internetne informacije o pravilni uporabi zdravil. Večino respondentov (91%) zelo zanimajo takšne informacije.

Slika 51: Zanimanje za informacije o pravilni uporabi zdravil na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).



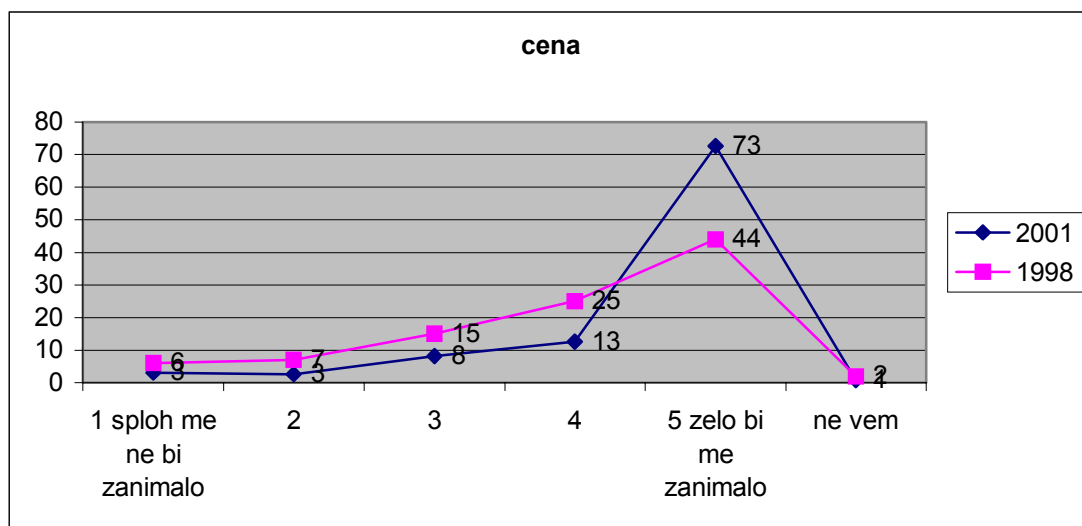
Vidno se je povečal delež zanimanja za Internetne informacije o dostopnosti zdravil. Od leta 1998 je kar za 30% več tistih, ki bi jih zelo zanimale takšne informacije na Internetu.

Slika 52: Zanimanje za informacije o dostopnosti zdravil na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).



Za Internetne informacije o ceni zdravil je sicer statistično značilno manjše zanimanje kot npr. za informacije o pravilni uporabi zdravil, vendar je delež zanimanja še vedno zelo visok in se je od leta 1998 močno povečal.

Slika 53: Zanimanje za informacije o ceni zdravil na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).



2.10.1 Demografija

		<i>nezaželeni stranski učinki</i>	<i>pravilna uporaba</i>	<i>dostopnost (v kateri lekarni ga imajo)</i>	<i>cena</i>
		povprečja			
spol	moški	4,53	4,59	4,57	4,39
	ženski	4,80	4,82	4,72	4,67
starost	do 18 let	4,33	4,33	4,22	4,22
	med 18 in 30 let	4,65	4,68	4,61	4,50
	nad 30 let	4,67	4,70	4,70	4,54
zaposlitveni status	šolajoči	4,63	4,59	4,48	4,45
	zaposleni	4,60	4,65	4,65	4,55
	ostali	4,83	5,00	4,91	4,50
izobrazba	nižja	4,85	4,77	4,62	4,62
	srednja	4,61	4,59	4,45	4,51
	višja	4,63	4,73	4,74	4,49
materialni status	povprečno	4,74	4,73	4,66	4,63
	nadpovprečno	4,50	4,67	4,59	4,25
znanje angleščine	povprečno	4,80	4,90	4,83	4,53
	v celoti	4,72	4,75	4,74	4,67
računalniške revije	občasno	4,65	4,78	4,72	4,60
	redno	4,91	4,76	4,82	4,74
regija	Ljubljana z okolico	4,59	4,63	4,61	4,54
	Štajerska	4,74	4,77	4,73	4,55
	ostala Slovenija	4,64	4,70	4,56	4,39
pogostost rabe Interneta	dnevno	4,59	4,58	4,62	4,42
	skoraj dnevno	4,60	4,80	4,63	4,60
	tedensko ali mesečno	4,80	4,80	5,00	5,00
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	4,66	4,84	4,62	4,81
	tri ali štiri leta nazaj	4,78	4,81	4,58	4,28
	pet in več let nazaj	4,54	4,56	4,66	4,55
glavni dostop	od doma	4,47	4,62	4,35	4,26
	iz službe	4,59	4,55	4,65	4,45
način dostopa	ISDN	5,00	5,00	5,00	5,00
	analogni modem	1,00	3,00	5,00	5,00
	hitre povezave	4,89	5,00	4,78	4,11
nakup v Si	da	4,49	4,61	4,71	4,33
	ne	4,67	4,69	4,58	4,53
nakup v tujini	da	4,35	4,52	4,67	4,38
	ne	4,74	4,72	4,61	4,53

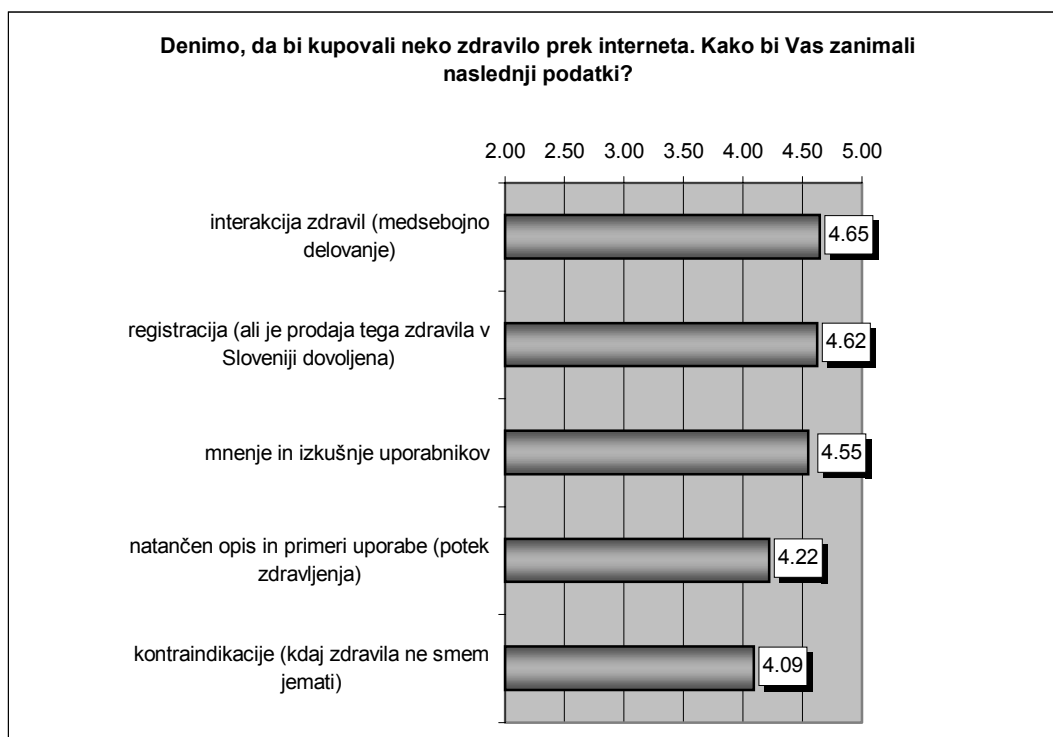
Tabela 17: Zanimanje za informacije o zdravilih na Internetu – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).

2.11 Zanimanje za informacije o lastnostih zdravil - II

- *Denimo, da bi kupovali neko zdravilo prek Interneta. Kako bi Vas zanimali naslednji podatki? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh me ne bi zanimalo", 5 pa "zelo bi me zanimalo"*

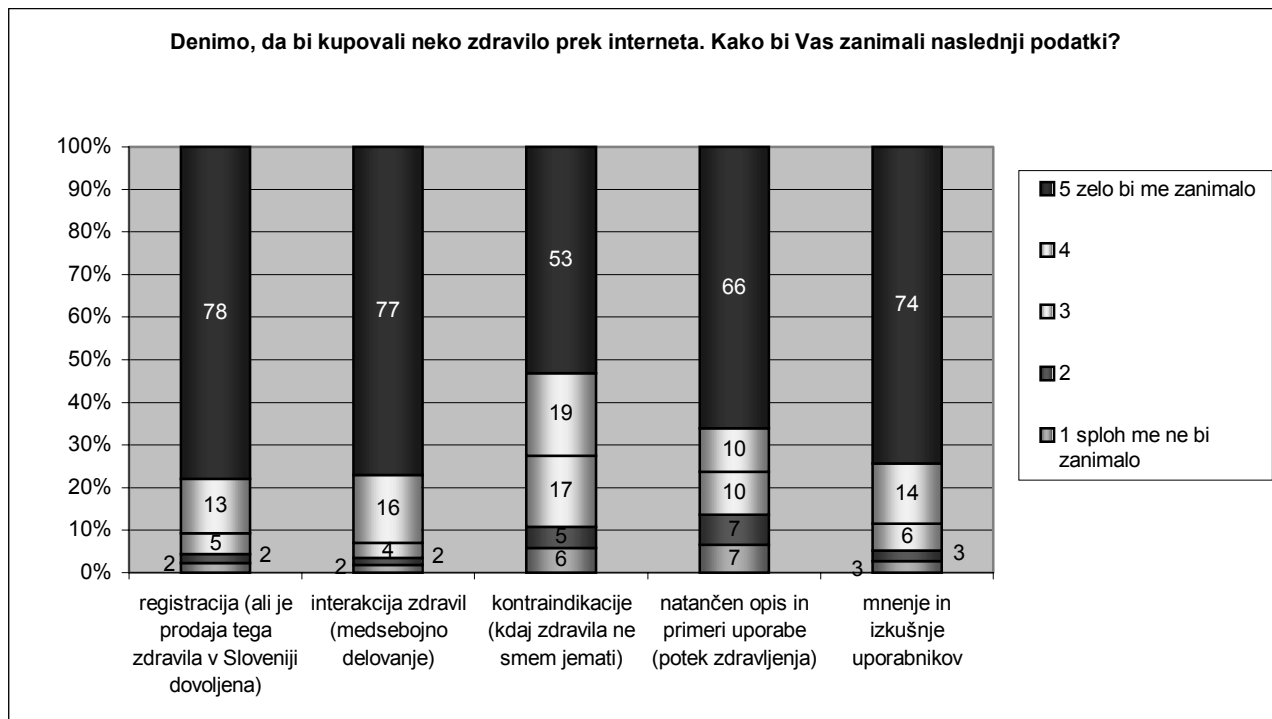
Razvidno je močno zanimanje za informacije o lastnostih zdravil (vsa povprečja nad 4). Statistično značilno pa respondente bolj zanimajo informacije o registriranosti določenega zdravila (povprečje 4.62) in interakcijah zdravil (povprečje 4.65), kot pa o kontraindikacijah in natančnem opisu oz. primerni uporabi določenega zdravila. Prav tako pa je statistično značilna razlika v zanimanju med e-poštnimi respondenti in pasičnimi respondenti pri tretjem vprašanju (»kontraindikacije«), kjer se slednji za tovrstne informacije bolj zanimajo. Zanimanje je večje pri ženskah, pri uporabnikih s krajšim stažem uporabljanja Interneta, deloma razlike v zanimanju obstajajo tudi glede na hitrost dostopa do Interneta.

Slika 54: Zanimanje za informacije o lastnostih zdravil – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=222-227).



Pri vseh odgovorih je delež največjega zanimanja nad polovico. Največji delež nezanimanja velja za podatke o opisu in primerih uporabe zdravila, ki pa je še vedno zelo majhen (14%).

Slika 55: Zanimanje za informacije o lastnostih zdravil – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=222-227).



2.11.1 Demografija

		<i>registracija (ali je prodaja tega zdravila v Sloveniji dovoljena)</i>	<i>interakcija zdravil (medsebojno delovanje)</i>	<i>kontraindikacije (kdaj zdravila ne smem jemati)</i>	<i>natančen opis in primeri uporabe (potek zdravljenja)</i>	<i>mnenje in izkušnje uporabnikov</i>
Povprečja						
spol	moški	4,51	4,53	3,87	4,05	4,45
	ženski	4,79	4,82	4,42	4,47	4,70
starost	do 18 let	4,56	4,67	4,13	4,22	4,78
	med 18 in 30 let	4,62	4,60	4,00	4,15	4,53
	nad 30 let	4,71	4,72	4,26	4,36	4,63
zaposlitveni status	šolajoči	4,59	4,55	3,82	4,09	4,59
	zaposleni	4,62	4,61	4,09	4,22	4,52
	ostali	4,33	4,92	4,18	4,17	4,33
izobrazba	nižja	4,69	4,85	4,33	4,69	4,75
	srednja	4,53	4,56	4,04	4,09	4,41
	višja	4,67	4,68	4,10	4,25	4,61
materialni status	povprečno	4,60	4,66	4,14	4,22	4,52
	nadpovprečno	4,71	4,67	4,08	4,25	4,65
znanje angleščine	povprečno	4,79	4,84	4,06	4,68	4,63
	v celoti	4,69	4,67	4,12	4,26	4,58
računalniške revije	občasno	4,72	4,71	4,00	4,35	4,59
	redno	4,68	4,68	4,33	4,29	4,59
regija	Ljubljana z okolico	4,68	4,66	3,97	4,14	4,55
	Štajerska	4,62	4,56	4,10	4,21	4,56
	ostala Slovenija	4,53	4,68	4,26	4,35	4,54
pogostost rabe Interneta	dnevno	4,55	4,60	4,06	4,05	4,48
	skoraj dnevno	4,67	4,63	3,98	4,33	4,59
	tedensko ali mesečno	4,80	5,00	4,20	5,00	4,80
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	4,73	4,77	4,32	4,65	4,73
	tri ali štiri leta nazaj	4,47	4,61	4,15	4,36	4,45
	pet in več let nazaj	4,68	4,64	3,98	4,01	4,56
glavni dostop	od doma	4,41	4,61	3,98	3,94	4,44
	iz službe	4,64	4,56	4,15	4,18	4,54
način dostopa	ISDN	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
	analogni modem	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	hitre povezave	4,67	4,56	4,75	4,11	4,67
nakup v Si	da	4,59	4,61	4,02	4,24	4,51
	ne	4,61	4,63	4,09	4,17	4,53
nakup v tujini	da	4,55	4,53	4,20	3,87	4,51
	ne	4,65	4,70	4,04	4,33	4,57

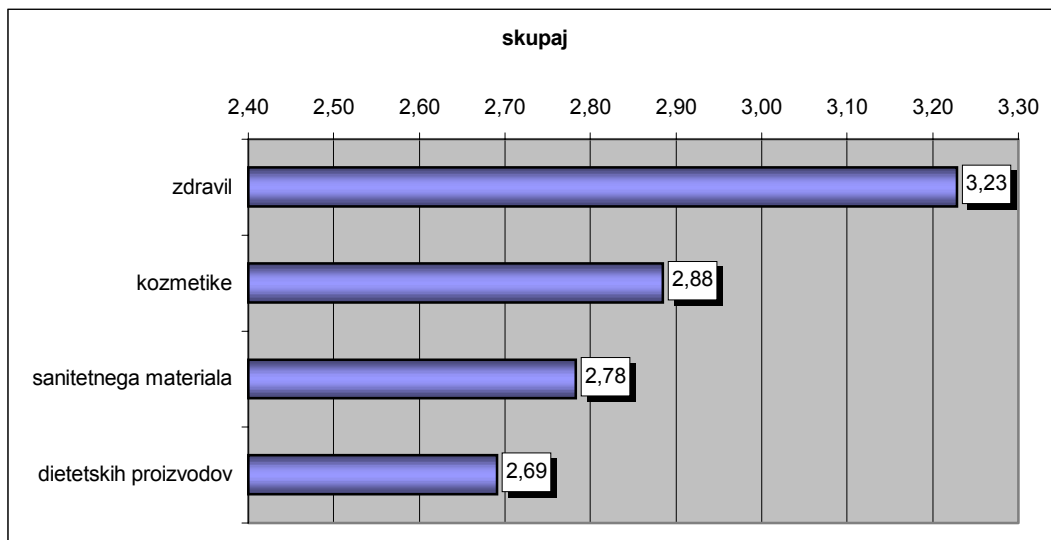
Tabela 18: Zanimanje za informacije o lastnostih zdravil – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepeke vrednosti se statistično značilno razlikujejo (Vir: RIS 2001).

2.12 Zanimanje za e-nakupovanje zdravstvenih in farmacevtskih izdelkov

- *Kako Vas zanima možnost nakupa ... prek Interneta neposredno od veletrgoerij? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh me ne zanima", 5 pa "zelo me zanima".*

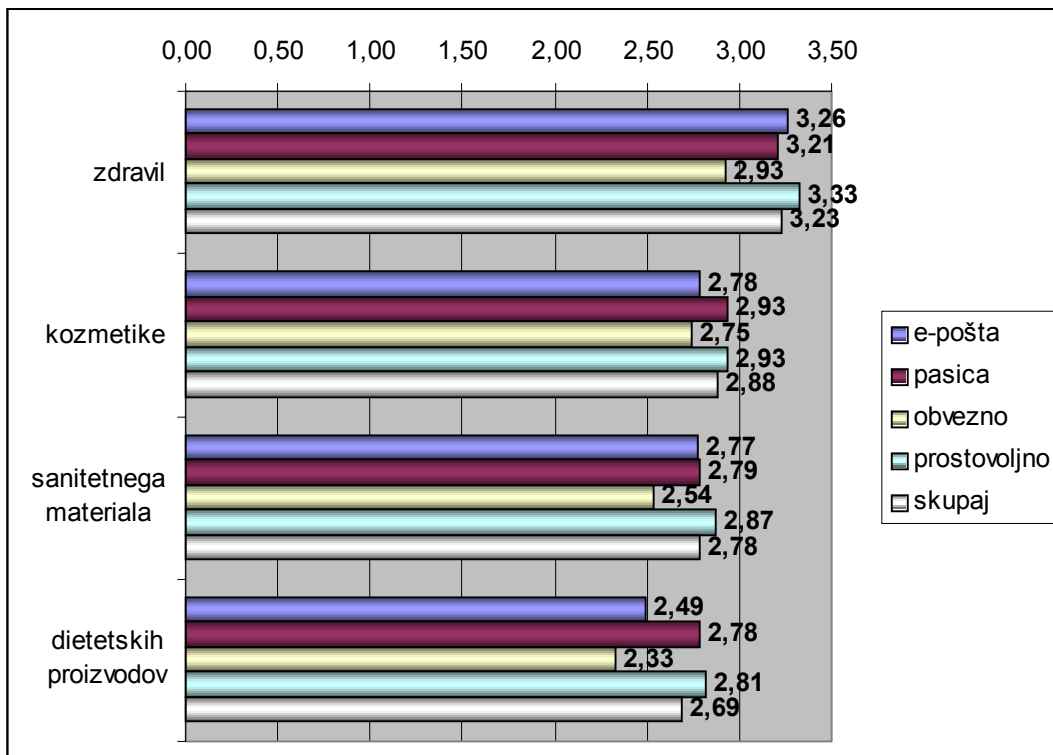
Največje je zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil (povprečje 3.23), statistično značilno večje kot zanimanje za ostale zdravstvene izdelke, kjer so povprečja nekoliko pod 3 (Slika 57). Nekateri sociodemografski segmenti pa izkazujejo veliko zanimanje za kupovanje tovrstnih izdelkov: nezaposleni, gospodinje in upokoenci (povprečja nad 4), bolj ženske kot moški, posebno pri kozmetiki in sanitetnem materialu (povprečji nad 3) in uporabniki s krajšim stažem uporabljanja Interneta (povprečja nad 3).

Slika 56: Zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil in drugih izdelkov neposredno od veletrgoerij – povprečja odgovorov skupaj (Vir: RIS 2001, n=228, n=225, n=221, n=223).



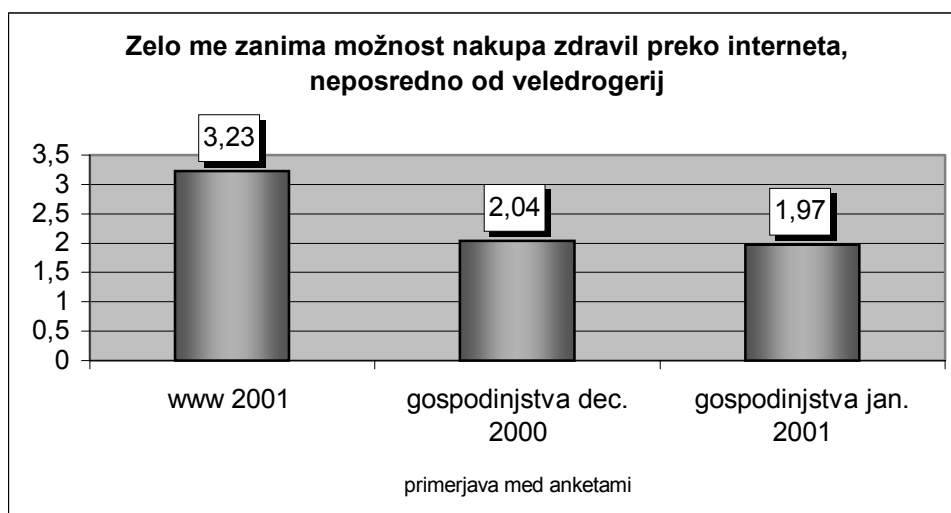
Obstajajo tudi statistično značilne razlike med obveznimi in prostovoljnimi respondenti pri zadnjem vprašanju (»dietetski proizvodi«). Slednji imajo manj odklonilen odnos do nakupovanja dietetskih proizvodov kot prvi (Slika 57).

Slika 57: Zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil in drugih izdelkov neposredno od veletrgoerij – povprečja odgovorov po skupinah (Vir: RIS 2001, n=228, n=225, n=221, n=223).



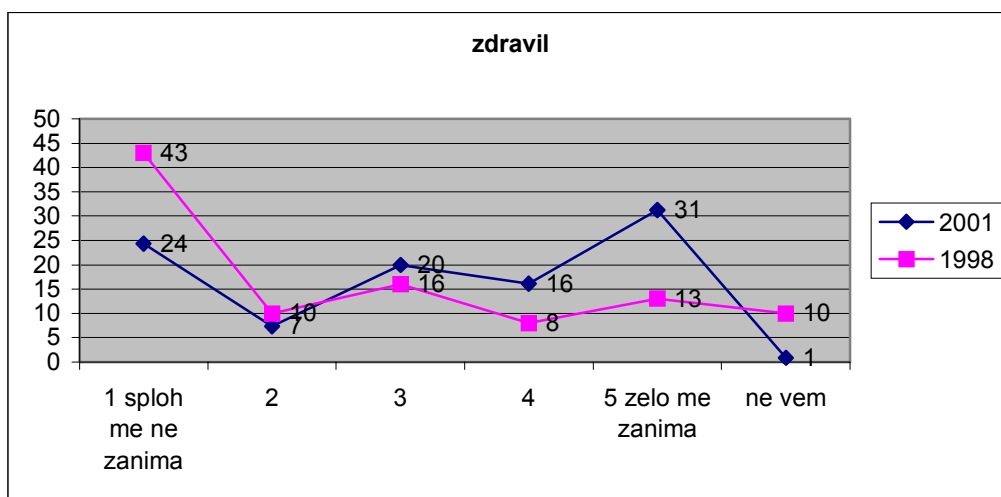
Primerjava med WWW anketo 2001 in anketama gospodinjstev v decembru 2000 oz. januarju 2001 pokaže precejšnjo razliko. Medtem ko se pri WWW respondentih kaže zanimanje za nakup zdravil preko Interneta, se v raziskavah med gospodinjstvi pokaže predvsem nezanimanje za tovrstno nakupovanje (povprečji 2.04 oz. 1.97). Velja opozoriti, da imajo obvezni respondenti v WWW anketi, ki so najbolj podobni respondentom v telefonski anketi, nekoliko nižje povprečje, ki je bliže povprečju telefonske ankete (2.93).

Slika 58: Zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil neposredno od veletrgoerij – povprečja odgovorov v anketah (Vir: RIS 2000/2001, n=228, n=349, n=399).



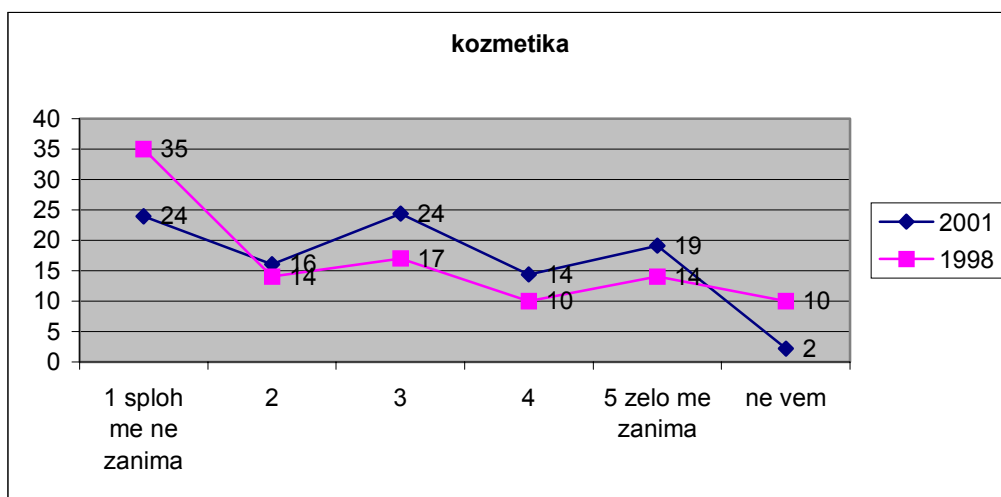
V spodnjem grafu vidimo, kako se zanimanje za nakupovanje zdravil prek Interneta v zadnjih treh letih povečuje (WWW ankete). Leta 1998 je bilo v anketi 53% respondentov, ki so dejali, da jih tak način nakupovanja ne zanima, v raziskavi 2001 pa se je delež znižal na slabo tretjino (31%). Hkrati se je povečal delež tistih, ki jih Internetno nakupovanje zdravil zanima (leta 1998 21%, leta 2001 pa 47%).

Slika 59: Zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil neposredno od veletrgovalnic – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).



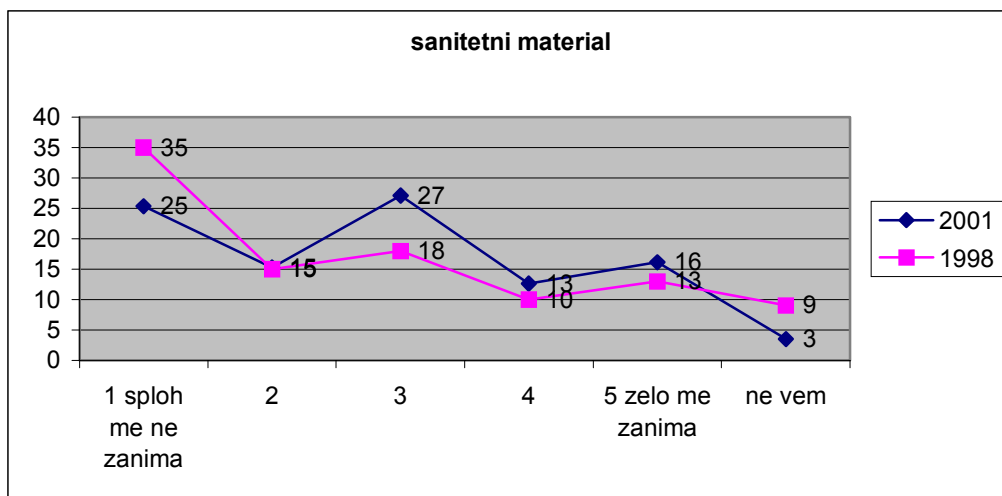
Podobno je naraslo tudi zanimanje za Internetno nakupovanje kozmetike (od 24% leta 1998, do 33% leta 2001), vendar manj drastično, kot je bilo to opaziti pri zdravilih.

Slika 60: Zanimanje za Internetno nakupovanje kozmetike neposredno od veletrgovalnic – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).



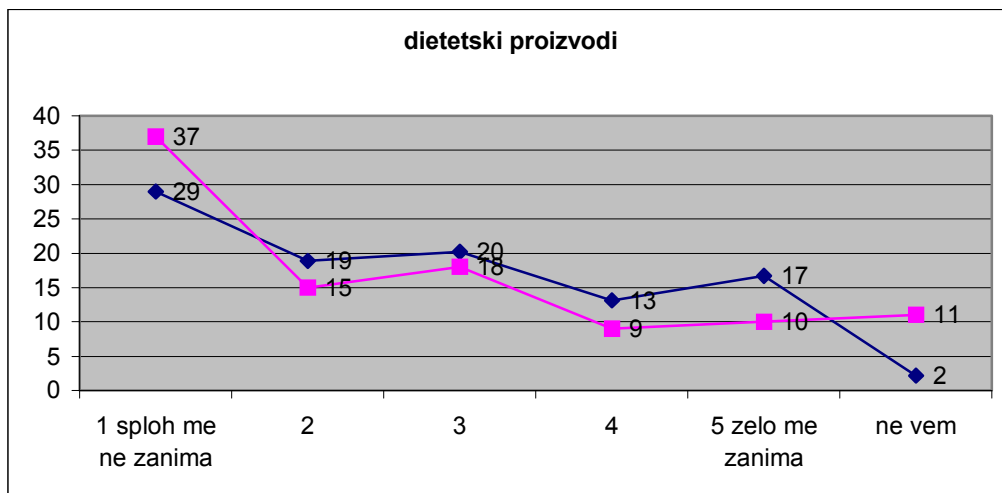
Trend naraščanja je prav tako opazen pri zanimanju za nakupovanje sanitetnega materiala preko Interneta neposredno od veletrgovalnic. Zmanjšuje se tudi delež respondentov, ki odgovarjajo z »ne vem« (leta 1998 9%, leta 2001 pa 3%), in sicer pri vseh odgovorih.

Slika 61: Zanimanje za Internetno nakupovanje sanitetnega materiala neposredno od veledrogerij – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).



Zanimanje za Internetno nakupovanje dietetskih proizvodov je sicer najmanjše - 48% respondentov v letu 2001 ta način nakupovanja ne zanima - vendar se je delež nezanimanja od leta 1998 kljub temu nekoliko zmanjšal (52%).

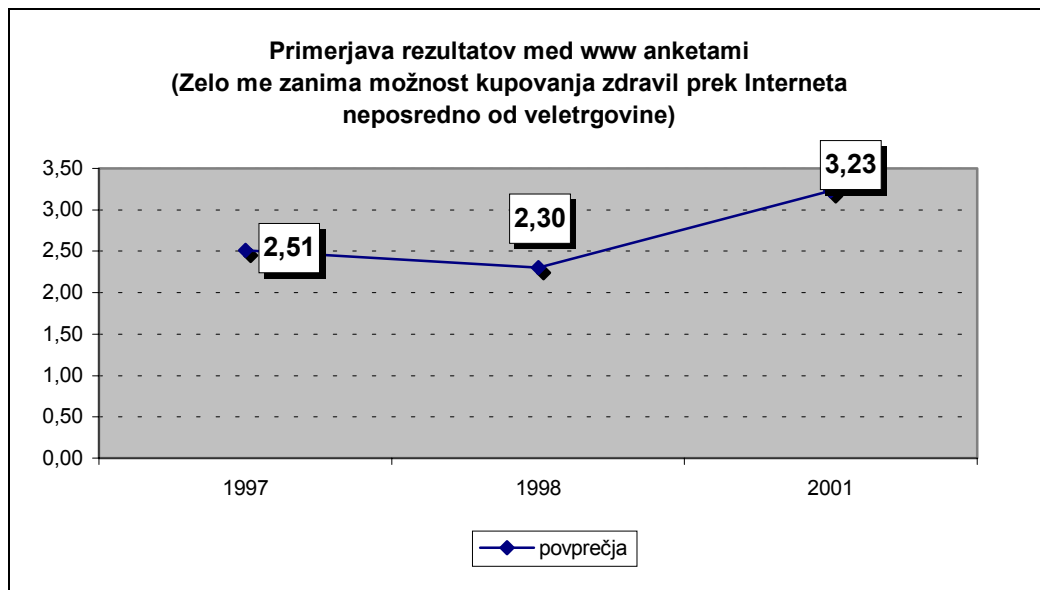
Slika 62: Zanimanje za Internetno nakupovanje dietetskih proizvodov neposredno od veledrogerij – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).



Poglejmo še primerjave med www raziskavami in raziskavami med gospodinjstvi, ki so bile izvedene v letih 1997,1998 in 2001 (Slika 63).

Primerjava WWW anket kaže na močno povečanje zanimanja za nakupovanje zdravil preko Interneta v letu 2001 (povprečje 3.23), v letu 1997/1998 pa sta povprečji 2.5 oz. 2.3. Večje zanimanje se kaže med respondenti s krajšim stažem uporabljanja Interneta (leto ali dve leti) in med gospodinjami ter upokojniki. Slednje je lahko simptomatično, saj pomanjkanje vsebin, ki je ovira pri iskanju zdravstvenih/farmacevtskih informacij na Internetu, dolgotrajne uporabnike odvrča od e-nakupovanja.

Slika 63: Primerjava rezultatov med spletnimi anketami: zanimanje za nakupovanje zdravil preko Interneta, povprečja (Vir: RIS po www 1997/1998/2001).



Splošno zanimanje za nakupovanje zdravil neposredno od veletrgovin v dosedanjih spletnih anketah RIS od 1997 (2.5 na skali 1-5) do-2001 (3.2) torej vztrajno narašča, kar priča, da se med intenzivnimi uporabniki tovrstni interes večja. Pri tem velja spomniti, da pa v telefonskih anketah navedeni interes stagnira okoli vrednosti 2.0.

2.12.1 Demografija

		<i>zdravil</i>	<i>kozmetike</i>	<i>sanitetnega materiala</i>	<i>dietetskih proizvodov</i>
		povprečja			
spol	moški	3,12	2,58	2,63	2,56
	ženski	3,38	3,33	3,01	2,89
starost	do 18 let	3,22	2,22	2,57	2,22
	med 18 in 30 let	3,09	2,84	2,59	2,49
	nad 30 let	3,40	2,92	2,99	2,92
zaposlitveni status	šolajoči	2,91	2,88	2,46	2,21
	zaposleni	3,10	2,71	2,73	2,63
	ostali	4,33	3,27	4,08	4,27
izobrazba	nižja	3,46	2,85	3,00	2,92
	srednja	3,15	2,84	2,60	2,51
	višja	3,25	2,92	2,87	2,78
materialni status	povprečno	3,43	2,90	2,78	2,75
	nadpovprečno	2,88	2,91	2,84	2,62
znanje angleščine	povprečno	3,47	2,67	3,29	3,29
	v celoti	3,18	3,07	2,94	2,64
računalniške revije	občasno	3,08	2,96	3,05	2,92
	redno	3,50	3,03	2,82	2,38
regija	Ljubljana z okolico	3,14	2,81	2,66	2,50
	Štajerska	3,48	3,06	3,10	3,04
	ostala Slovenija	3,11	2,88	2,75	2,68
pogostost rabe Interneta	dnevno	3,27	2,96	2,81	2,72
	skoraj dnevno	3,24	2,55	2,69	2,53
	tedensko ali mesečno	3,80	3,00	3,40	3,25
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	3,50	2,97	3,21	3,29
	tri ali štiri leta nazaj	3,36	3,16	2,93	2,90
	pet in več let nazaj	3,07	2,69	2,56	2,38
glavni dostop	od doma	3,35	2,94	2,83	2,70
	iz službe	3,02	2,61	2,30	2,46
način dostopa	ISDN	3,00	2,50	2,50	2,00
	analogni modem	5,00	1,00	1,00	1,00
	hitre povezave	3,00	2,63	2,38	2,38
nakup v Si	da	3,28	3,00	2,83	2,92
	ne	3,17	2,77	2,70	2,55
nakup v tujini	da	3,24	3,15	3,05	2,82
	ne	3,20	2,79	2,71	2,61

Tabela 19: Zanimanje za kupovanje zdravil in drugih izdelkov neposredno od veletrgovin prek Interneta – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS WWW 2001).

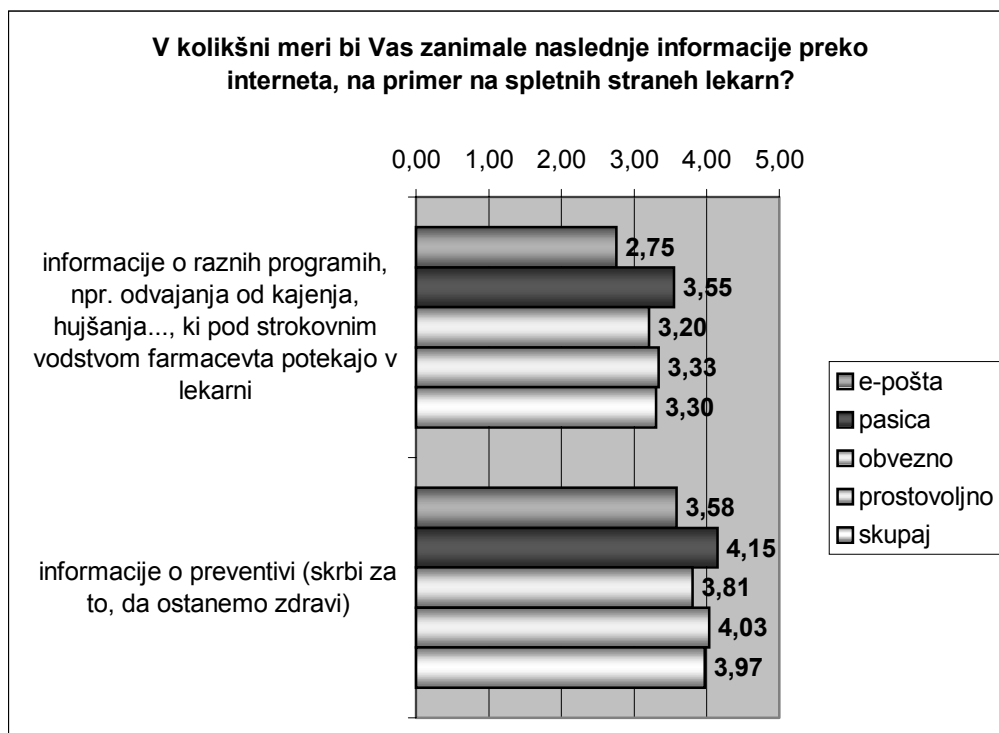
2.13 Zanimanje za informacije na spletnih straneh lekarn

- V kolikšni meri bi Vas zanimalo naslednje informacije preko Interneta, na primer na spletnih straneh lekarn? Ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni "sploh me ne bi zanimalo", 5 pa "zelo bi me zanimalo".

Zanimanje za informacije na lekarniških spletnih straneh je veliko, kar se vidi tudi v tabeli spletnih strani, ki so jih respondenti omenjali kot referenčne pri iskanju zdravstvenih/farmaceutskih informaciji (Tabela 13). Posebno veliko je zanimanje za informacije o preventivi (povprečje 3.97), statistično značilno večje kot za informacije o npr. programih odvajanja od kajenja (povprečje 3.3). Za tovrstne informacije se bolj zanimajo ženske (povprečji okoli 4), uporabniki Interneta s krajšim stažem uporabljanja (povprečji 4) in tedenski oz. mesečni uporabniki (povprečji nad 4).

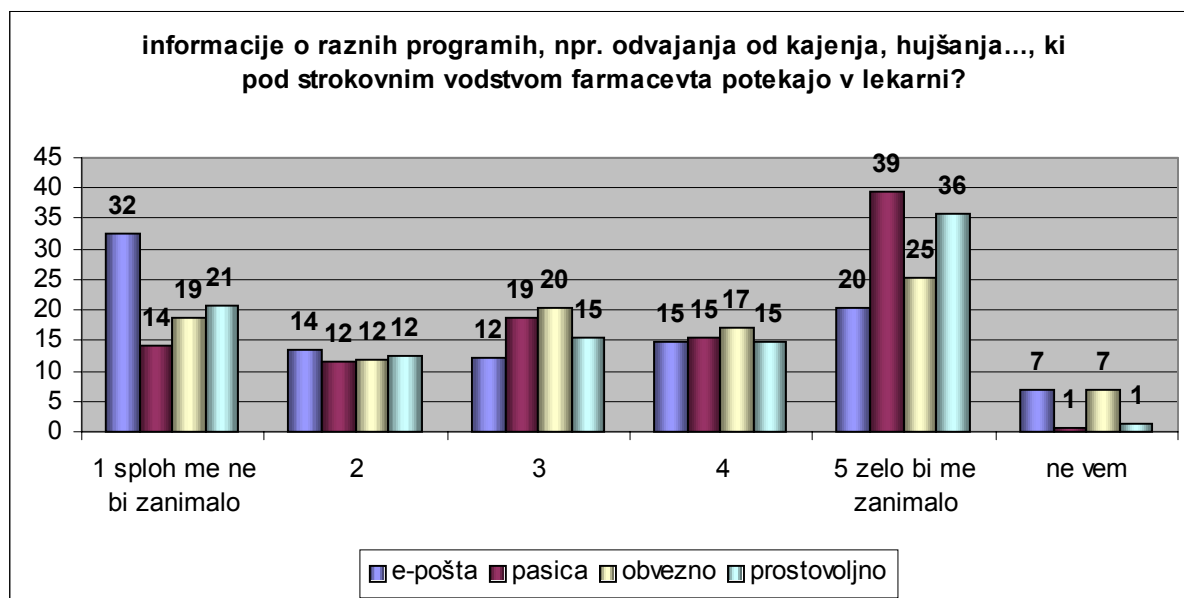
Obstaja pa tudi statistično značilna razlika v povprečjih med e-poštnimi respondenti in respondenti, ki so prišli na anketo preko pasice. E-poštni respondenti se pri obeh vprašanjih manj zanimajo za tovrstne informacije, pri prvem vprašanju pa je zaznati celo nezanimanje (povprečje 2.75).

Slika 64: Zanimanje za informacije na spletnih straneh lekarn – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=223, n=226).



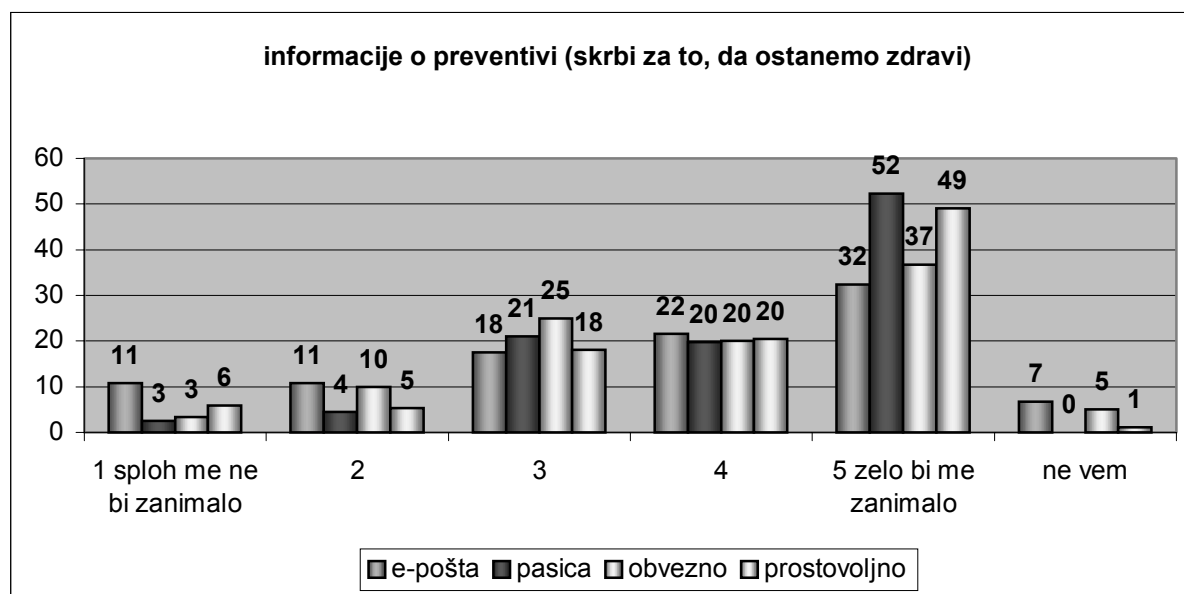
Slaba tretjina e-poštnih respondentov je omenila, da jih tovrstne informacije sploh ne zanimajo, podoben pa je odstotek respondentov, ki so prišli na anketo preko pasice, le da na nasprotnem delu lestvice: 39% jih je dejalo, da jih tovrstne informacije zelo zanimajo.

Slika 65: Zanimanje za informacije o raznih zdravstvenih programih – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=229).



Informacije o preventivi v večji meri zanimajo pasične respondente, saj jih je več kot polovica (52%) omenila, da jih takšne informacije na Internetnih straneh lekarn zelo zanimajo.

Slika 66: Zanimanje za informacije o preventivi – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=231).



Iz demografskega pregleda pa je razvidno, da večji interes kažejo predvsem ženske, novejši uporabniki ter manj intenzivni uporabniki.

2.13.1 Demografija

		<i>informacije o raznih programih, npr. odvajanja od kajenja, hujšanja..., ki pod strokovnim vodstvom farmacevta potekajo v lekarni</i>	<i>informacije o preventivi (skrbi za to, da ostanemo zdravi)</i>
		povprečja	
spol	moški	2,89	3,70
	ženski	3,89	4,37
starost	do 18 let	3,44	4,22
	med 18 in 30 let	3,26	3,91
	nad 30 let	3,42	4,02
zaposlitveni status	šolajoči	3,06	4,02
	zaposleni	3,18	3,84
	ostali	3,67	4,58
izobrazba	nižja	4,25	4,31
	srednja	3,26	3,90
	višja	3,24	3,99
materialni status	povprečno	3,31	3,99
	nadpovprečno	3,34	4,00
znanje angleščine	povprečno	3,89	4,00
	v celoti	3,26	4,05
računalniške revije	občasno	3,57	4,16
	redno	2,97	3,76
regija	Ljubljana z okolico	3,11	3,79
	Štajerska	3,49	4,21
	ostala Slovenija	3,45	4,06
pogostost rabe Interneta	dnevno	3,06	3,77
	skoraj dnevno	3,90	4,38
	tedensko ali mesečno	4,20	4,60
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	4,00	4,35
	tri ali štiri leta nazaj	3,48	4,15
	pet in več let nazaj	2,98	3,75
glavni dostop	od doma	3,43	3,96
	iz službe	3,11	3,81
način dostopa	ISDN	5.00	5.00
	analogni modem	1.00	1.00
	hitre povezave	2.56	3.89
nakup v Si	da	3.23	3.56
	ne	3.27	4.05
nakup v tujini	da	3.11	3.72
	ne	3.34	4.06

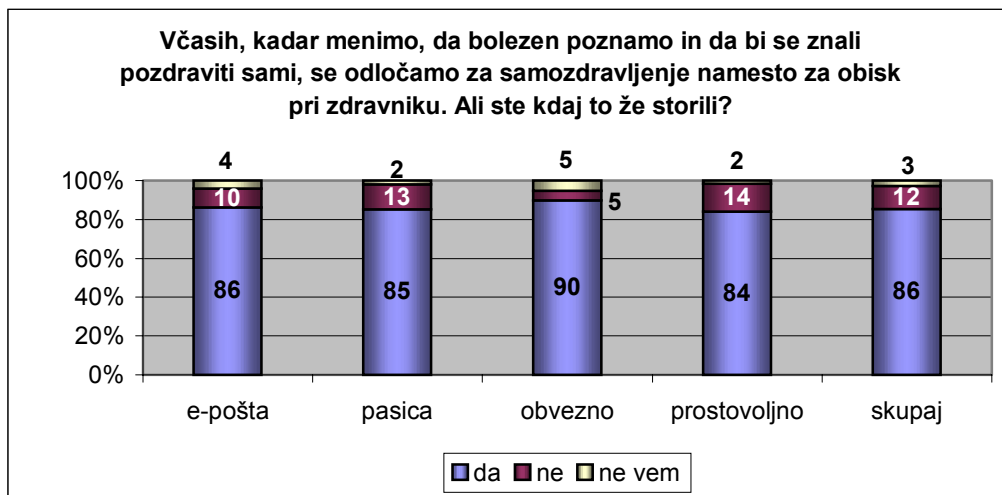
Tabela 20: Zanimanje za informacije na spletnih straneh lekarn – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).

2.14 Samozdravljenje

- *Včasih, kadar menimo, da bolezen poznamo in da bi se znali pozdraviti sami, se odločamo za samozdravljenje namesto za obisk pri zdravniku. Ali ste kdaj to že storili?*

Samozdravljenje prakticira večina respondentov v naši raziskavi (86%). Le 12% je takšnih, ki se še nikoli niso poskusili pozdraviti sami. Več se zdravijo sami starejši od 30 let (93%), ženske (91%), materialno nadpovprečno situirani (90%) in zaposleni (89%).

Slika 67: Samozdravljenje – deleži odgovorov (RIS 2001, n=228).

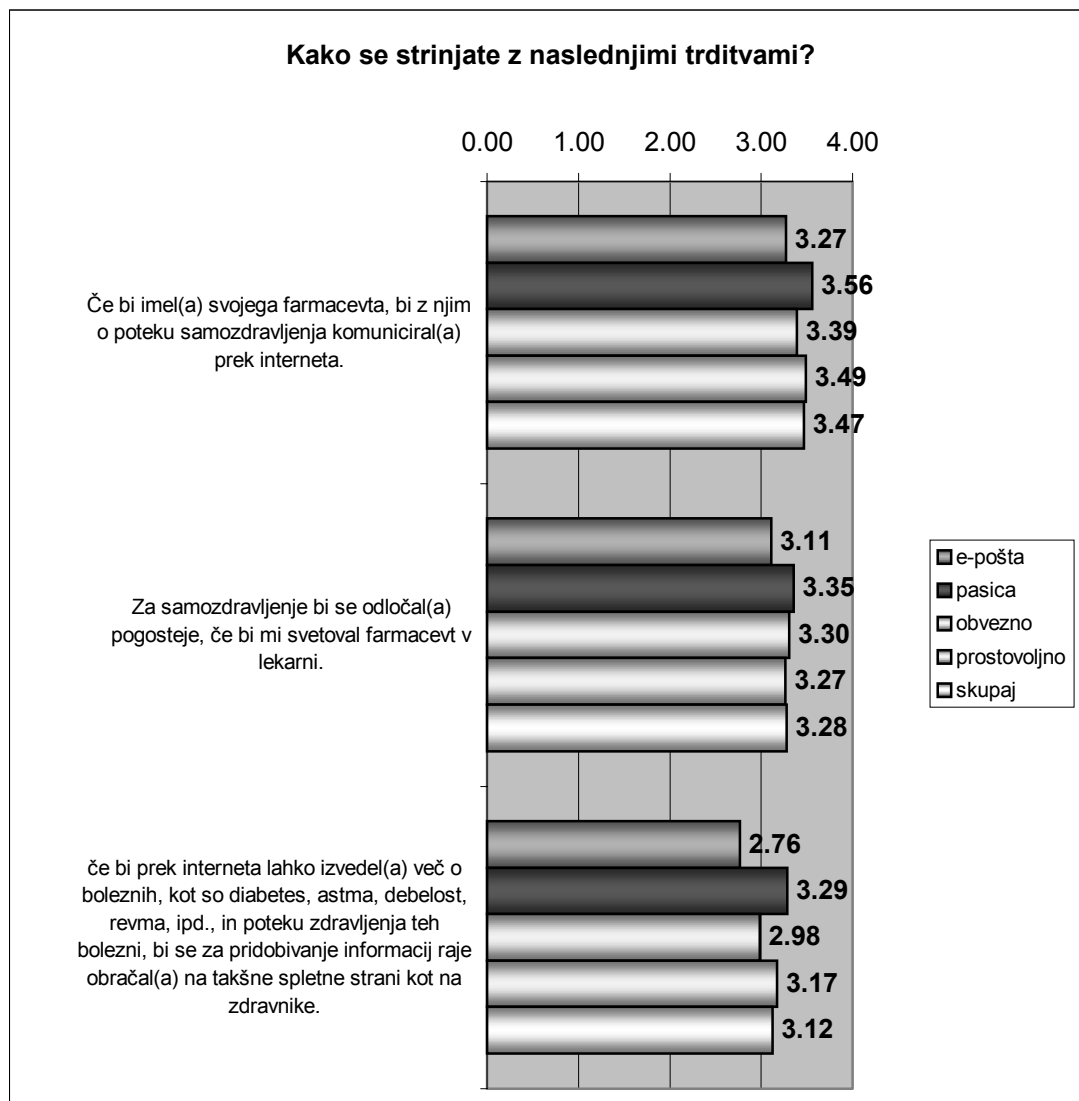


Ljudje se zavedajo, da je (samo)zdravljenje zahtevno, zato tudi težijo k iskanju informacij s tem v zvezi, posebno na Internetu, in bi se raje izognili neposredni komunikaciji z zdravnikom. Slika 68 prikazuje težnje po pogostejšem samozdravljenju med respondenti v anketi (vsa povprečja nad 3). Najbolj jih zanima komunikacija s farmacevtom prek Interneta (povprečje 3.47), statistično značilno bolj kot svetovanje farmacevta v lekarni. Respondenti bi se pri samozdravljenju tudi raje informirali na spletnih straneh kot pri zdravnikih. Internet se torej kaže kot učinkovito orodje za pomoč pri samozdravljenju.

Ženske imajo na splošno večji interes po pogostosti samozdravljenja in po pridobivanju Internetnih informacij s tem v zvezi, razlike so tudi glede na regije, kjer so respondenti s Štajerske statistično značilno bolj usmerjeni v Internetno komunikacijo s farmacevtom kot Ljubljančani. Dnevni uporabniki Interneta bi se o boleznih raje informirali na Internetu kot pri zdravnikih.

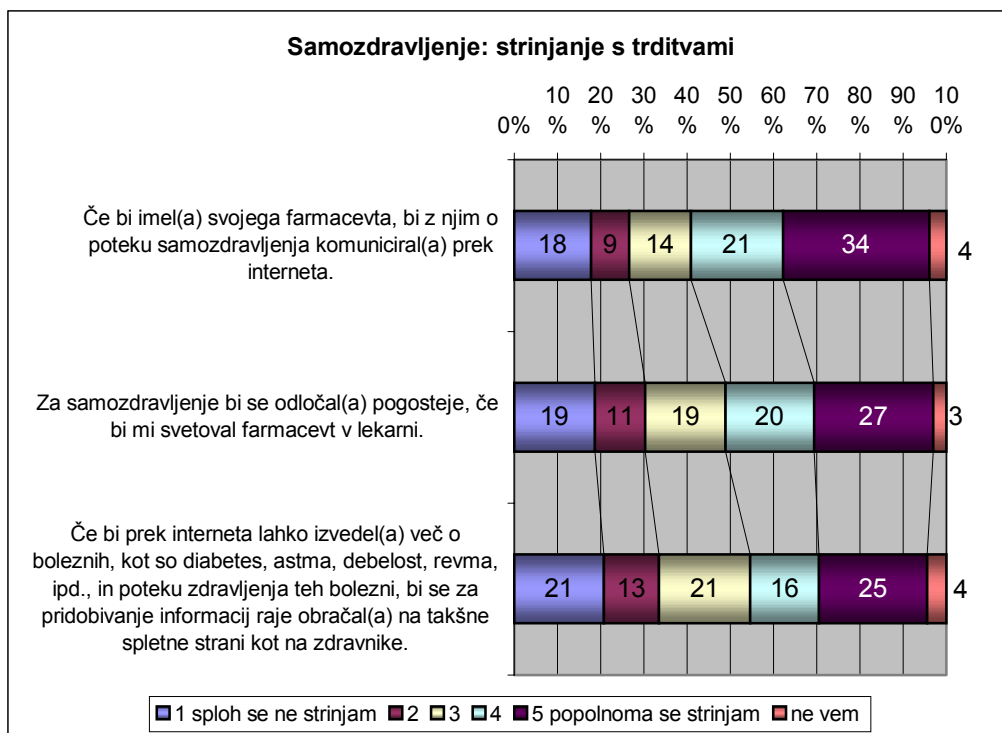
Posebej se zanimajo za Internetne informacije o boleznih respondenti, ki so prišli na anketo preko pasice, statistično značilno bolj kot e-poštni respondenti, pri katerih se nakazuje rahlo nezanimanje za tovrstne informacije. Pri ostalih vprašanih ni razlik po skupinah.

Slika 68: Strinjanje s trditvami o samozdravljenju – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=218, n=221, n=217).



Deleži respondentov, ki se ne strinjajo s trditvami o samozdravljenju, se giba med 34% in 27%, kar prikazuje spodnja slika.

Slika 69: Strinjanje s trditvami o samozdravljenju – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=218, n=221, n=217).



Izrazito se s trditvami o samozdravljenju ne strinjajo respondenti, ki so dejali, da se še nikoli niso samozdravili (posebej prostovoljni in pasični), medtem ko že samozdravljeni respondenti odgovarjajo povprečno, se pravi pozitivno.

2.14.1 Demografija

		<i>Včasih, kadar menimo, da bolezen poznamo in da bi se znali pozdraviti sami, se odločamo za samozdravljenje namesto za obisk pri zdravniku. Ali ste kdaj to že storili? (%)</i>		
		<i>da</i>	<i>ne</i>	<i>ne vem</i>
spol	moški	82	15	3
	ženski	91	7	2
starost	do 18 let	67	22	11
	med 18 in 30 let	82	14	4
	nad 30 let	93	7	
zaposlitveni status	šolajoči	78	19	3
	zaposleni	89	7	4
	ostali	67	33	
izobrazba	nižja	85	8	8
	srednja	84	12	4
	višja	87	12	1
materialni status	povprečno	83	13	4
	nadpovprečno	90	10	
znanje angleščine	povprečno	79	16	5
	v celoti	88	9	3
računalniške revije	občasno	88	9	3
	redno	83	11	6
regija	Ljubljana z okolico	87	11	2
	Štajerska	87	10	4
	ostala Slovenija	82	15	3
pogostost rabe Interneta	dnevno	84	12	4
	skoraj dnevno	88	12	
	tedensko ali mesečno	80		20
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	94	3	3
	tri ali štiri leta nazaj	84	13	3
	pet in več let nazaj	85	13	3
glavni dostop	od doma	87	11	2
	iz službe	84	14	2
način dostopa	ISDN	100		
	analogni modem	100		
	hitre povezave	89	11	
nakup v Si	da	76	22	2
	ne	87	10	3
nakup v tujini	da	85	13	2
	ne	86	11	3

Tabela 21: Samozdravljenje – deleži odgovorov glede na sociodemografske značilnosti (Vir: RIS 2001).

		<i>Za samozdravljenje bi se odločal(a) pogosteje, če bi mi svetoval farmacevt v lekarni.</i>	<i>Če bi imel(a) svojega farmacevta, bi z njim o poteku samozdravljenja komuniciral(a) prek Interneta.</i>	<i>Če bi prek Interneta lahko izvedel(a) več o boleznih, kot so diabetes, astma, debelost, revma ipd., in poteku zdravljenja teh bolezni, bi se za pridobivanje informacij raje obračal(a) na takšne spletne strani kot na zdravnike.</i>
		povprečja		
spol	moški	3,12	3,41	3,08
	ženski	3,53	3,55	3,19
starost	do 18 let	2,88	4,00	3,22
	med 18 in 30 let	3,22	3,44	3,12
	nad 30 let	3,54	3,57	3,20
zaposlitveni status	šolajoči	3,07	3,47	3,04
	zaposleni	3,35	3,42	3,16
	ostali	3,27	3,83	3,50
izobrazba	nižja	3,33	4,08	3,69
	srednja	3,32	3,63	3,34
	višja	3,24	3,31	2,95
materialni status	povprečno	3,41	3,62	3,18
	nadpovprečno	3,07	3,22	3,03
znanje angleščine	povprečno	4,06	3,74	3,35
	v celoti	3,48	3,79	3,28
računalniške revije	občasno	3,41	3,66	3,20
	redno	3,85	4,00	3,45
regija	Ljubljana z okolico	2,99	3,21	2,95
	Štajerska	3,73	3,84	3,55
	ostala Slovenija	3,40	3,58	3,08
pogostost rabe Interneta	dnevno	3,22	3,53	3,38
	skoraj dnevno	3,53	3,56	2,96
	tedensko ali mesečno	2,75	2,75	1,80
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	3,63	3,45	3,07
	tri ali štiri leta nazaj	3,40	3,45	3,11
	pet in več let nazaj	3,11	3,46	3,12
glavni dostop	od doma	2,76	3,06	2,82
	iz službe	3,13	3,22	3,18
način dostopa	ISDN	4,50	4,00	3,00
	analogni modem	1,00	5,00	3,00
	hitre povezave	3,67	3,88	3,89
nakup v Si	da	2,79	3,21	3,10
	ne	3,39	3,56	3,11
nakup v tujini	da	2,96	3,22	3,17
	ne	3,39	3,61	3,08

Tabela 22: Samozdravljenje – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).

3 Priloga

3.1 Obrazložitev sociodemografskih kategorij

	kategorije	obrazložitev kategorij
spol	moški	vsi respondenti moškega spola
	ženski	vse respondente ženskega spola
starost	do 18 let	respondenti rojeni od leta 1983 naprej
	med 18 in 30	respondenti rojeni med leti 1970 in 1982
	nad 30 let	respondenti rojeni pred letom 1969
zaposlitveni status	šolajoči	osnovnošolci, dijaki in študenti
	zaposleni	zaposleni v javnem sektorju, zaposleni v podjetjih, samozaposleni
	ostali	nezaposleni, upokojenci, gospodinje,...
izobrazba	nižja	nedokončana, dokončana osnovna šola, poklicna šola
	srednja	dokončana srednja šola
	višja	dokončana višja ali visoka strokovna šola, univerzitetna izobrazba, magisterij, doktorat
materialni status	povprečno	ocena materialnega stanja v gospodinjstvu (podpovprečno, povprečno)
	nadpovprečno	ocena materialnega stanja v gospodinjstvu (nadpovprečno, močno nadpovprečno)
znanje angleščine	povprečno	ocena znanja angleškega jezika (ne zna dobro, delno zna, zna)
	v celoti	ocena znanja angleškega jezika (zna v celoti, tekoče govori)
branje računalniških revij	občasno	pogostost branja računalniških revij (redko, včasih, ne bere)
	redno	pogostost branja računalniških revij (pogosto in redno)
regija	Ljubljana z okolico	osrednja ljubljanska regija, zasavska regija
	Štajerska	Maribor, podravska, koroška, savinjska in pomurska regija
	ostala Slovenija	primorska, dolenska, gorenjska, posavska regija
pogostost rabe Interneta	dnevno	vsak dan uporablja Internet
	skoraj dnevno	Internet uporablja skoraj vsak dan
	tedensko ali mesečno	nekajkrat tedensko, večkrat mesečno, vsaj nekajkrat letno
začetek uporabe Interneta	letos ali lani	Internet je respondent začel uporabljati v letih 2001 ali 2000
	tri ali štiri leta nazaj	Internet je respondent začel uporabljati v letih 1999 ali 1998
	pet in več let nazaj	Internet je respondent pričel uporabljati leta 1997 ali prej
glavni dostop	od doma	glavna lokacija, od koder dostopa do Interneta, je dom
	iz službe	glavna lokacija, od koder dostopa do Interneta, je služba
način dostopa	ISDN	Ob anketiranju je respondent dostopal preko ISDN telefonske linije
	analogni modem	Ob anketiranju je respondent dostopal preko navadne telefonske linije
	hitre povezave	Ob anketiranju je respondent dostopal preko: kabelski dostop, najeta linija, ADSL
nakup v Si	da	respondent je opravil nakup prek Interneta v Sloveniji
	ne	respondent NI opravil nakupa prek Interneta v Sloveniji
nakup v tujini	da	respondent je opravil nakup prek Interneta v tujini
	ne	respondent NI opravil nakupa prek Interneta v Sloveniji

Tabela 23: Obrazložitev sociodemografskih kategorij (Vir: RIS 2001).

3.2 Interesenti za e-nakupovanje zdravil med mesečnimi obiskovalci

Interpretacija je enaka kot v poglavju 2.1.2. Tako npr. med respondenti, ki vsaj mesečno obiskujejo Matkurjo najdemo 18% takih, ki so izrazili zanimanje za e-nakupovanje – to so kategorije 4 in 5 (zanima in zelo zanima) na skali 1-5 - na področju zdravstva in farmacije.

		%
Matkurj	mesečno ali	18
Najdi.s	mesečno ali	17
SiOL.ne	mesečno ali	19
Slowwwenia.co	mesečno ali	18
SloVist	mesečno ali	38
Sis.si	mesečno ali	31
Eon.s	mesečno ali	21
100si	mesečno ali	29
24ur.co	mesečno ali	25
Abank	mesečno ali	6
Akcija.ne	mesečno ali	40
Altavist	mesečno ali	18
Amazo	mesečno ali	15
Amis.ne	mesečno ali	29
Arnes	mesečno ali	6
Avto.ne	mesečno ali	24
Avtoborza.co	mesečno ali	18
Microsoft	mesečno ali	28
Bolha.co	mesečno ali	26
BTC -	mesečno ali	27
Burger.s	mesečno ali	25
CN	mesečno ali	24
Delo	mesečno ali	24
Dnevni	mesečno ali	25
DPP -	mesečno ali	24
DZS	mesečno ali	22
Email.	mesečno ali	18
eMK	mesečno ali	19
Filmpianet.n	mesečno ali	27
Financ	mesečno ali	26
Googl	mesečno ali	16
Gospodarski	mesečno ali	22
Hotmail.co	mesečno ali	18

		e-nakupovanje zdravil me zanima
		%
Infomediji (Monito, PC&Mediji)	mesečno ali pogosteje	32
Infos.si	mesečno ali pogosteje	25
IUS	mesečno ali pogosteje	27
Kolosej/Lj-Kino	mesečno ali pogosteje	27
Kompas Holidays	mesečno ali pogosteje	23
KOPA	mesečno ali pogosteje	
Ljubljanska borza	mesečno ali pogosteje	25
Lunin.net	mesečno ali pogosteje	33
Med.over.net	mesečno ali pogosteje	30
Megaklik	mesečno ali pogosteje	22
Merkur	mesečno ali pogosteje	27
Microsoft.com	mesečno ali pogosteje	22
Mladina	mesečno ali pogosteje	21
Mobisux	mesečno ali pogosteje	16
NBA	mesečno ali pogosteje	8
Nepremicnine.net	mesečno ali pogosteje	36
Nepremicnine.si21	mesečno ali pogosteje	22
Netscape	mesečno ali pogosteje	15
Nova KBM	mesečno ali pogosteje	10
Nova Ljubljanska Banka	mesečno ali pogosteje	11
oglasil s področja avtomobilizma na	mesečno ali pogosteje	13
oglasil s področja avtomobilizma na	mesečno ali pogosteje	12
Peugot	mesečno ali pogosteje	24
Pinkponk	mesečno ali pogosteje	15
PIRS	mesečno ali pogosteje	33
Pošta Slovenije	mesečno ali pogosteje	14
Rsos.s5.net	mesečno ali pogosteje	71
RTV Slovenija	mesečno ali pogosteje	21
Salomon.si	mesečno ali pogosteje	22
Simobil.si	mesečno ali pogosteje	21
SKB banka	mesečno ali pogosteje	12
Slo.net	mesečno ali pogosteje	33
Slonep.net	mesečno ali pogosteje	9

		e-nakupovanje zdravil me zanima
		%
SportKanal	mesečno ali pogosteje	25
Telekom Slovenije (brez Večer	mesečno ali pogosteje	23
Večer	mesečno ali pogosteje	24
Yahoo	mesečno ali pogosteje	15
Zadnjaminutka.com	mesečno ali pogosteje	33
ŽVPL	mesečno ali pogosteje	27
Mobitel	mesečno ali pogosteje	19
Renault	mesečno ali pogosteje	22
TIS - Telefonski imenik	mesečno ali pogosteje	21
Si21.com	mesečno ali pogosteje	19

Kazalo slik

Slika 1: Deleži mesečnih uporabnikov Interneta glede na pogostost obiskovanja naštetih vsebin na Internetu (junij 2000, n=259).....	3
Slika 2: Deleži mesečnih uporabnikov Interneta glede na pogostost obiskovanja naštetih vsebin na Internetu (oktober; 2000, n=600).....	4
Slika 3: Zanimanje za farmacijo/zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitvenih straneh (Vir: RIS 2001).....	5
Slika 4: Zanimanje za farmacijo / zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitvenih straneh (Vir: RIS 2000, junijII, n=150).	6
Slika 5: Primerjava zanimanja za storitve informacijske družbe, ki so na voljo preko komunikacijskih omrežij, na primer preko Interneta, računalnika ali teleteksta (preko televizije) med letoma 1999 in 2000.	9
Slika 6: Primerjava zanimanja za storitve informacijske družbe, ki so na voljo preko komunikacijskih omrežij, na primer preko Interneta, računalnika ali teleteksta (preko televizije), med uporabniki in neuporabniki Interneta.	10
Slika 7: Nakupne aktivnosti preko Interneta med aktivnimi uporabniki Interneta (Vir: RIS, december 2000, n=345; januar 2001, n=399)	11
Slika 8: Zanimanje za nakupne aktivnosti preko Interneta (december 2000, n=352; januar 2001, n=349)	11
Slika 9: Zanimanje za nakupne aktivnosti preko Interneta (december 2000 n=352, januar 2001 n=399)	12
Slika 10: Primerjava rezultatov med telefonskimi anketami gospodinjestev: zanimanje za nakupovanje zdravil preko Interneta, povprečja na skali 1-5 (Vir: RIS ankete med gospodinjestvi 1997/1998/2000/2001).....	12
Slika 11: Zanimanje za e-nakupovanje glede na že opravljene nakupe na Internetu (Vir: RIS, december 2000, n=352).....	13
Slika 12: Zanimanje za nakupne aktivnosti na Internetu glede na že opravljene nakupe na Internetu (Vir: RIS, januar 2001, n=388).....	14
Slika 13: Zanimanje za e-nakupovanje po posameznih področjih – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=2779-2907).....	16
Slika 14: Zanimanje za e-nakupovanje oz. iskanje nakupnih informacij zdravil – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=2810, n=349).	17
Slika 15: Delež uporabnikov Interneta, ki jih zanima e-nakupovanje zdravil glede na mesečno ali pogostejše obiskovanje najbolj obiskanih spletnih predstavitev (Vir: RIS 2001).	19
Slika 16: Mesečni doseg top 20 strani in deleži interesentov za e-nakupovanje zdravil, ki hkrati mesečno dostopajo na strani - celotna Internetna populaciji (Vir: RIS 2001).	20
Slika 17: Delež interesentov za e-nakupovanje zdravil med mesečnimi obiskovalci posamezne strani (Vir: RIS 2001).....	20
Slika 18: Povprečja odgovorov na vprašanja o ovirah za iskanje zdravstvenih in farmacevtskih vsebin na Internetu (RIS 2001, n=186-193).....	22
Slika 19: Deleži odgovorov na vprašanja o ovirah za iskanje zdravstvenih in farmacevtskih vsebin na Internetu (RIS 2001, n=186-193).....	23
Slika 20: Ovire pri iskanju zdravstvenih/farmacevtskih informacij na spletu glede na zanimanje za e-nakupovanje zdravil (Vir: RIS 2001, n=39-42).	24
Slika 21: Pripravljenost za plačevanje zdravniških nasvetov preko Interneta (Vir: RIS 2001, n=207).	27

Slika 22: Pripravljenost za plačevanje za dostop do zdravniških in farmacevtskih informacij na Internetu (RIS 2001, n=207).....	27
Slika 23: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – povprečja skupaj (Vir: RIS 2001, n=209-210) ..	29
Slika 24: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – povprečja po skupinah (Vir: RIS 2001, n=209-210).....	30
Slika 25: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=209-210).	32
Slika 26: Obiskovanje alternativnih zdravilcev – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=210).	34
Slika 27: Dvorazsežni grafikon faktorja 2 in faktorja 3 glede na <i>obiskovanje alternativnih zdravilcev</i> (Vir: RIS 2001)	35
Slika 28: Zanimanje za informacije o alternativnem zdravljenju na Internetu – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=210).....	36
Slika 29: Zanimanje za informacije o alternativnem zdravljenju na Internetu – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=210).....	36
Slika 30: Iskanje zdravstvenih informacij na slovenskih spletnih straneh glede na način dostopa in dodeljevanja sklopa – deleži (Vir: RIS 2001, n=155, n=289, n=118, n=326).....	38
Slika 31: Iskanje zdravstvenih informacij na tujih spletnih straneh glede na način dostopa in dodeljevanja sklopa – deleži (Vir: RIS 2001, n=155, n=289, n=118, n=326)	39
Slika 32: Delež iskalcev informacij o zdravstvu/farmaciji med vsemi uporabniki in razmerje med iskanci glede na domače oz. tuje spletne strani (Vir: RIS 2001, n=105)	39
Slika 33: Domače spletne strani, na katerih so respondenti najpogosteje iskali zdravstvene informacije (Vir: RIS 2001, n=84).....	41
Slika 34: Tuje spletne strani, na katerih so respondenti najpogosteje iskali zdravstvene informacije, urejene po pogostosti omemb (Vir: RIS 2001, n=59).....	43
Slika 35: Način oz. vrsta zavarovanja (Vir: RIS 2001, n=206).....	44
Slika 36: Zanimanje za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta – deleži odgovorov od 1 do 5 glede na način dostopa in dodeljevanje sklopa (Vir: RIS 1998/2001, n=188, n=200).....	45
Slika 37: Slika 38: Zanimanje za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta – deleži odgovorov od 1 do 5, primerjava WWW anket '98 in '01 (Vir: RIS 1998/2001, n=188, n=200).....	46
Slika 39: Zanimanje za sklenitev dodatnega zavarovanja prek Interneta – povprečja odgovorov glede na način dostopa in dodeljevanje sklopa (Vir: RIS 2001, n=200).....	46
Slika 40: Ocena zaščite zasebnosti – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=208).....	47
Slika 41: Ocena varnosti podatkov (Vir: RIS 2001, n=208).....	47
Slika 42: Ocena koristi za zavarovance (Vir: RIS 2001, n=207).....	48
Slika 43: Kako ocenjujete projekt ZZZS (Zavod za zdravstveno zavarovanje) - kartice zdravstvenega zavarovanja in elektronskega recepta - glede ... – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=180, n=177, n=198).....	48
Slika 44: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta s proizvajalci zdravil, z veledrogerijami z zdravili in z lekarnami – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=207, n=204, n=215).	50
Slika 45: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta s proizvajalci zdravil – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=207).....	51
Slika 46: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta z veledrogerijami z zdravili - deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=204).....	51
Slika 47: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta z lekarnami - deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=215).....	52
Slika 48: Zanimanje za komunikacijo prek Interneta s proizvajalci zdravil, z veledrogerijami z zdravili in z lekarnami – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	52

Slika 49: Zanimanje za informacije o zdravilih na Internetu – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=227, n=228, n=226, n=228).....	54
Slika 50: Zanimanje za informacije o <i>nezaželenih stranskih učinkih</i> zdravil na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	55
Slika 51: Zanimanje za informacije o <i>pravilni uporabi</i> zdravil na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	55
Slika 52: Zanimanje za informacije o <i>dostopnosti zdravil</i> na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	56
Slika 53: Zanimanje za informacije o <i>ceni</i> zdravil na Internetu – deleži odgovorov, primerjava 1998/2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	56
Slika 54: Zanimanje za informacije o lastnostih zdravil – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=222-227).....	58
Slika 55: Zanimanje za informacije o lastnostih zdravil – deleži odgovorov na lestvici od 1 do 5 (Vir: RIS 2001, n=222-227).....	59
Slika 56: Zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil in drugih izdelkov neposredno od veletrgoerij – povprečja odgovorov skupaj (Vir: RIS 2001, n=228, n=225, n=221, n=223).....	61
Slika 57: Zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil in drugih izdelkov neposredno od veletrgoerij – povprečja odgovorov po skupinah (Vir: RIS 2001, n=228, n=225, n=221, n=223).....	62
Slika 58: Zanimanje za Internetno nakupovanje zdravil neposredno od veletrgoerij – povprečja odgovorov v anketah (Vir: RIS 2000/2001, n=228, n=349, n=399).....	62
Slika 59: Zanimanje za Internetno nakupovanje <i>zdravil</i> neposredno od veletrgoerij – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	63
Slika 60: Zanimanje za Internetno nakupovanje <i>kozmetike</i> neposredno od veletrgoerij – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	63
Slika 61: Zanimanje za Internetno nakupovanje <i>sanitetnega materiala</i> neposredno od veletrgoerij – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	64
Slika 62: Zanimanje za Internetno nakupovanje <i>dietetskih proizvodov</i> neposredno od veletrgoerij – deleži odgovorov, primerjava med letom 1998 in 2001 (Vir: RIS 1998/2001).....	64
Slika 63: Primerjava rezultatov med spletnimi anketami: zanimanje za nakupovanje zdravil preko Interneta, povprečja (Vir: RIS po www 1997/1998/2001).....	65
Slika 64: Zanimanje za informacije na spletnih straneh lekarn – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=223, n=226).....	67
Slika 65: Zanimanje za informacije o raznih zdravstvenih programih – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=229).....	68
Slika 66: Zanimanje za informacije o preventivi – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=231).....	68
Slika 67: Samozdravljenje – deleži odgovorov (RIS 2001, n=228).....	70
Slika 68: Strinjanje s trditvami o samozdravljenju – povprečja odgovorov (Vir: RIS 2001, n=218, n=221, n=217).....	71
Slika 69: Strinjanje s trditvami o samozdravljenju – deleži odgovorov (Vir: RIS 2001, n=218, n=221, n=217).....	72

Kazalo tabel

Tabela 1: Zanimanje za farmacijo / zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitvenih straneh (Vir: RIS 2001, n=109).	6
Tabela 2: Zanimanje za farmacijo / zdravstvo na Internetu glede na nakupne aktivnosti preko Interneta in delež časa, porabljenega na slovenskih predstavitvenih straneh (Vir: RIS 2001, junijII, n=150).	7
Tabela 3: Pogostost obiskovanja zdravstvenih/farmaceutskih vsebin na Internetu (Vir: RIS 2001, telefonska raziskava).	8
Tabela 4: Zanimanje za kupovanje zdravil neposredno od veletrgovalnic prek Interneta – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. (Vir: RIS 2001).....	15
Tabela 5: Zanimanje za e-nakupovanje - povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti (1 – sploh me ne zanima, 5 – zelo me zanima). (Vir: RIS 2001).....	18
Tabela 6: Ovire pri iskanju zdravstvenih/farmaceutskih informacij na spletu glede na zanimanje za e-nakupovanje zdravil (Vir: RIS 2001, n=39-42).	25
Tabela 7: Ovire pri iskanju zdravstvenih in farmacevtskih informacij na Internetu - povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne $p < 0.05$ (Vir: RIS 2001).	26
Tabela 8: Pripravljenost za plačevanje zdravniških in farmacevtskih uslug preko Interneta – deleži odgovorov glede na sociodemografske značilnosti (Vir: RIS 2001).	28
Tabela 9: Rotirana faktorska matrika: uteži faktorjev na spremenljivkah (Vir: RIS 2001).	31
Tabela 10: Mnenja o zdravstvu in farmaciji – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).	33
Tabela 11: Alternativno zdravljenje – deleži in povprečja odgovorov. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).	37
Tabela 12: Iskanje zdravstvenih informacij na Internetu glede na sociodemografske spremenljivke (Vir: RIS 2001, n=105).	40
Tabela 13: Spletne strani, na katerih so respondenti iskali zdravstvene informacije, urejene po pogostosti navedb (Vir: RIS 2001, n=84)	42
Tabela 14: Ime zavarovalnice pri prostovoljnem zavarovanju (Vir: RIS 2001, n=85).	44
Tabela 15: Ocene projekta ZZZS : kartice zdravstvenega zavarovanja in elektronskega recepta – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).	49
Tabela 16: Zanimanje za elektronsko komunikacijo s proizvajalci zdravil, z veletrgovalnicami in lekarnami prek Interneta - povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).	53
Tabela 17: Zanimanje za informacije o zdravilih na Internetu – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).	57
Tabela 18: Zanimanje za informacije o lastnostih zdravil – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti se statistično značilno razlikujejo (Vir: RIS 2001).	60
Tabela 19: Zanimanje za kupovanje zdravil in drugih izdelkov neposredno od veletrgovalnic prek Interneta – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS WWW 2001).	66
Tabela 20: Zanimanje za informacije na spletnih straneh lekarn – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).	69

Tabela 21: Samozdravljenje – deleži odgovorov glede na sociodemografske značilnosti (Vir: RIS 2001).	73
Tabela 22: Samozdravljenje – povprečja odgovorov glede na sociodemografske značilnosti. Krepke vrednosti so statistično značilno različne (Vir: RIS 2001).	74
Tabela 23: Obrazložitev sociodemografskih kategorij (Vir: RIS 2001).	75