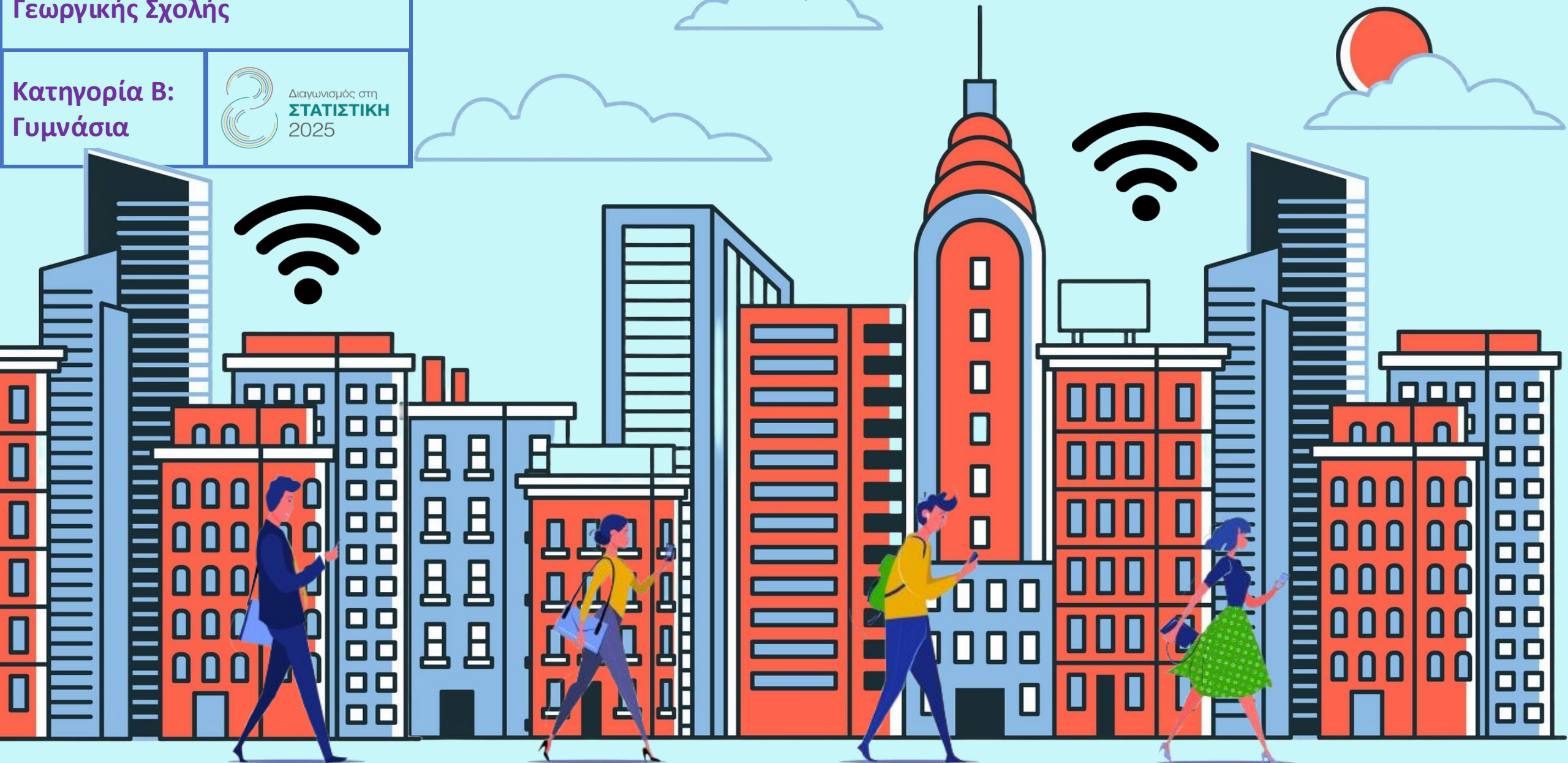


Βαθμός χρήσης των τεχνολογιών πληροφόρησης και
επικοινωνίας από τα νοικοκυριά και τα μέλη τους

Γυμνάσιο Αμερικανικής
Γεωργικής Σχολής


Κατηγορία Β:
Γυμνάσια




Σκοπός της έρευνας

Η μελέτη του βαθμού χρήσης των τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά στην Ελλάδα.





Εργαλεία

 **Microsoft PowerPoint:** Για τη δημιουργία της παρουσίασης

 **Microsoft Excel:** Για τη δημιουργία πινάκων και γραφημάτων





 **FlatIcon και Storyset:** Για τη λήψη εικονιδίων

Μεθοδολογία

-  Μελέτη συγκεκριμένων πινάκων της ΕΛΣΤΑΤ
-  Ανάλυση και επεξεργασία δεδομένων (στρογγυλοποιήσεις, υπολογισμός ποσοστών)
-  Δημιουργία διαγραμμάτων και πινάκων
-  Εξαγωγή συμπερασμάτων



Στόχοι ανάλυσης

-  Μελέτη της διαχρονικής εξέλιξης της πρόσβασης στο διαδίκτυο από το σπίτι κατά την περίοδο 2013-2023
-  Μελέτη της διαχρονικής εξέλιξης της χρήσης διαδικτύου κατά την περίοδο 2002-2023
-  Μελέτη της διαχρονικής εξέλιξης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης κατά την περίοδο 2013-2023
-  A) Μελέτη της διαχρονικής εξέλιξης του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά την περίοδο 2013-2023
B) Μελέτη της συμμετοχής των ηλικιών 16-74 στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Βιβλιογραφία

- Δεδομένα και πίνακες που δόθηκαν από την ΕΛΣΤΑΤ
- Δελτίο τύπου της ΕΛΣΤΑΤ για την έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας κατά το έτος 2023

Βασικές έννοιες



Ηλεκτρονική διακυβέρνηση*: Η επικοινωνία και αλληλεπίδραση των πολιτών με δημόσιες υπηρεσίες και αρχές μέσω των Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας (ΤΠΕ), κυρίως διαδικτύου. Η καταγραφή της επικοινωνίας του πολίτη με δημόσιες υπηρεσίες γίνεται αναλυτικά ανά ομαδοποιημένη υπηρεσία και ενέργεια.



Ηλεκτρονικό εμπόριο*: Κάθε εμπορική συναλλαγή μέσω διαδικτύου με χρήση οποιασδήποτε συσκευής για προσωπικό λόγο, όπου καταβάλλεται αντίτιμο. Αυτό περιλαμβάνει αγορές προϊόντων και υπηρεσιών από επιχειρήσεις και ιδιώτες. Συναλλαγές μέσω e-mail και όχι ιστοσελίδων δεν περιλαμβάνονται.

*Οι ορισμοί των όρων και μεταβλητών παρατίθενται όπως δόθηκαν από την ΕΛΣΤΑΤ, ελαφρώς διασκευασμένοι για λόγους συντομίας.

Μεταβλητές

Έτη καταγραφής

- 2002-2023

Μήνες καταγραφής ηλεκτρονικών αγορών (2023)

- 1ο Τρίμηνο (Ιανουάριος, Φεβρουάριος, Μάρτιος)

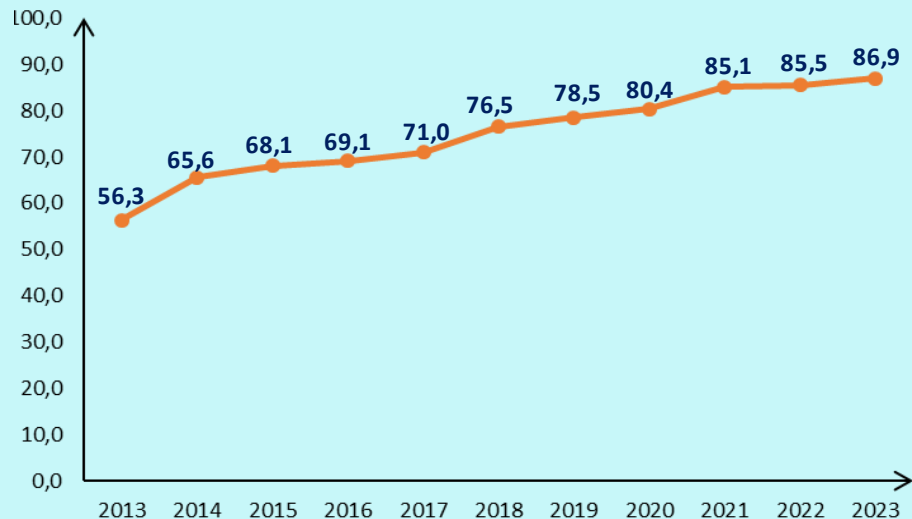
Προϊόντα/Υπηρεσίες για τα οποία καταγράφηκαν ηλεκτρονικές αγορές το 1ο τρίμηνο 2023

- Φυσικά προϊόντα (δηλαδή, προϊόντα που δεν είναι σε ψηφιακή μορφή)
- Προϊόντα σε ψηφιακή μορφή
- Υπηρεσίες

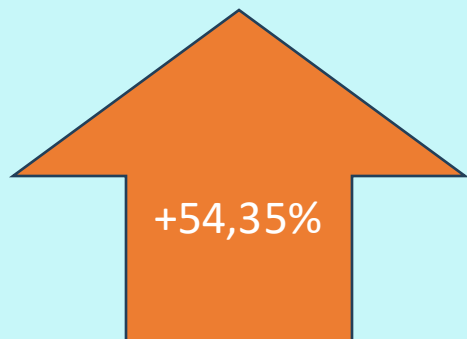


Στόχος 1: Πρόσβαση στο διαδίκτυο από την κατοικία, κατά την περίοδο 2013-2023

Γράφημα 1: Διαχρονική εξέλιξη της πρόσβασης στο διαδίκτυο από την κατοικία (Ποσοστό %)



Infographic 1: Συνολική αύξηση στο ποσοστό πρόσβασης στο διαδίκτυο από το σπίτι κατά την περίοδο 2013-2023



Από το 2013 παρατηρείται σταδιακή αύξηση του ποσοστού πρόσβασης στο διαδίκτυο από την κατοικία με την πάροδο του χρόνου, κατά **54,35%**. Την περίοδο 2013-2015, παρουσιάζεται η πιο απότομη αύξηση, με το ποσοστό να ανεβαίνει κατά **20,96%**.

Ειδικότερα, το 2014 σημειώνεται ισχυρή άνοδος κατά **16,52%** έναντι του 2013, ενώ το 2015 το ποσοστό αυξάνεται κατά 3,81% σε σχέση με το 2014. Ομοίως το 2016, εμφανίζεται μικρή αύξηση έναντι του 2015 κατά **1,47%**, όπως και το 2017 κατά **2,75%** σε σχέση με το 2016.

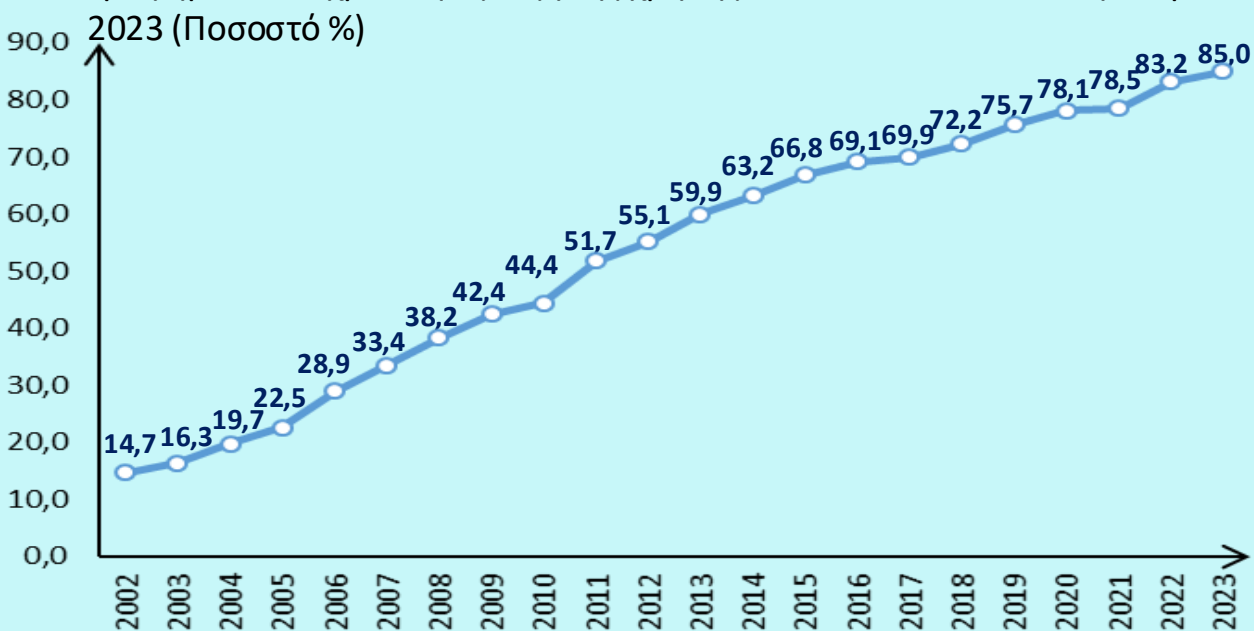
Επιπλέον, το 2018, το ποσοστό της πρόσβασης στο διαδίκτυο από το σπίτι αυξάνεται κατά **7,75%** έναντι του 2017 και το 2019 διαπιστώνεται άνοδος κατά **2,61%** σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Ταυτόχρονα, το 2020 παρατηρείται αύξηση σε σχέση με το 2019 κατά **2,42%**, ενώ το 2021 κατά **5,85%**. Τέλος, το 2022 το ποσοστό αυξάνεται κατά **0,47%** έναντι του 2021 και το 2023 παρατηρείται άνοδος κατά **1,64%**.

Ωστόσο, ένα μέρος των κατοικιών (13%) εξακολουθεί να μην έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, πιθανότατα επειδή διαμένουν εκεί άτομα της τρίτης ηλικίας που δεν είναι εξοικειωμένα με τις νέες τεχνολογίες ή άτομα με οικονομική δυσχέρεια.



Στόχος 2: Χρήση του διαδικτύου κατά την περίοδο 2002-2023

Γράφημα 2: Διαχρονική εξέλιξη της χρήσης του διαδικτύου κατά την περίοδο 2002-



Πίνακας 1: Οι πέντε δημοφιλέστεροι λόγοι χρήσης του διαδικτύου από άτομα 16-74 ετών το 1ο τρίμηνο του 2023

| | |
|--|-------|
| Ανάγνωση online ειδήσεων | 89,2% |
| Αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες | 89,1% |
| Πραγματοποίηση κλήσεων ή βιντεοκλήσεων | 84,1% |
| Ανταλλαγή μηνυμάτων | 81,3% |
| Συμμετοχή σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης | 80,1% |



Συνολικά, κατά την χρονική περίοδο 2002-2023, παρατηρείται μια ανοδική αύξηση του ποσοστού χρήσης του διαδικτύου (2023--> **+478,23%** σε σχέση με το 2002). Γίνεται, δηλαδή, σχεδόν 6 φορές μεγαλύτερο. Κατά τη περίοδο 2002-2007 εμφανίζεται μία σταθερή αύξηση του ποσοστού (2007--> **+127,21%** έναντι του 2002). Κατά τη περίοδο 2007-2012 παρουσιάζεται μια επιτάχυνση στην αύξηση, με το ποσοστό να φτάνει το 55,1% (2012--> **+64,97%** σε σχέση με το 2007). Η ίδια τάση παρατηρήθηκε και για την περίοδο μεταξύ 2012 και 2017, με αύξηση μέχρι το 69,9% (2017 --> **+26,86%** έναντι του 2012). Ωστόσο, η πιο ραγδαία αύξηση παρατηρείται κατά τη περίοδο 2017-2023, όπου το ποσοστό φτάνει στο 85% (2023--> **+21,6%** σε σχέση με το 2017). Η αλλαγή αυτή, θα μπορούσε να αποδοθεί σε διάφορους παράγοντες, όπως η ευρεία διαθεσιμότητα της σύνδεσης στο διαδίκτυο, η μείωση του κόστους των ηλεκτρονικών συσκευών, καθώς και η εξοικείωση που έχουν με την τεχνολογία οι νέες γενιές.

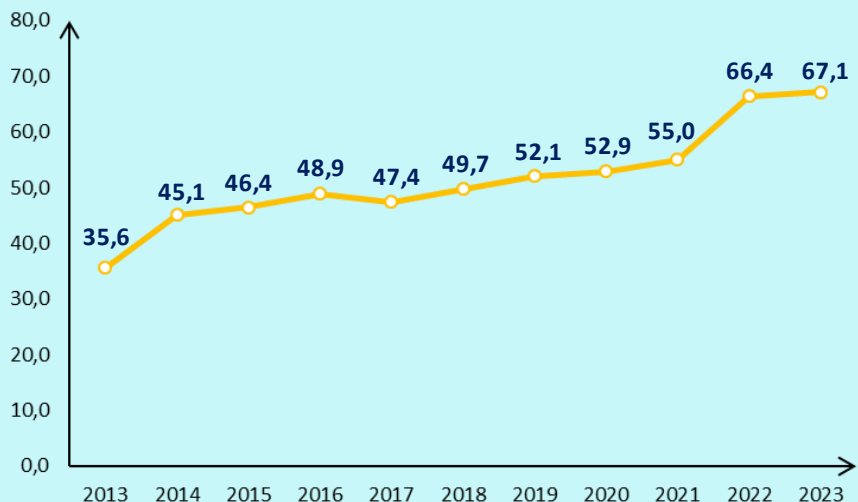
Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι το 15% του πληθυσμού εξακολουθεί να μην έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Αυτό το ποσοστό μπορεί να περιλαμβάνει άτομα της τρίτης ηλικίας, ή και άτομα με οικονομικά προβλήματα.

Σύμφωνα με τον πίνακα 1, οι κύριοι λόγοι χρήσης του διαδικτύου από άτομα 16-74 ετών κατά το 1ο τρίμηνο του 2023 περιελάμβαναν πρώτα απ' όλα την ανάγνωση online ειδήσεων σε ιστοσελίδες, εφημερίδες και περιοδικά (**89,2%**). Ακολουθούσε η αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες (**89,1%**), καθώς κι η πραγματοποίηση τηλεφωνικών κλήσεων και βιντεοκλήσεων (**84,1%**).

Στόχοι 3 και 4α): Ηλεκτρονική διακυβέρνηση και ηλεκτρονικό εμπόριο 2013-2023



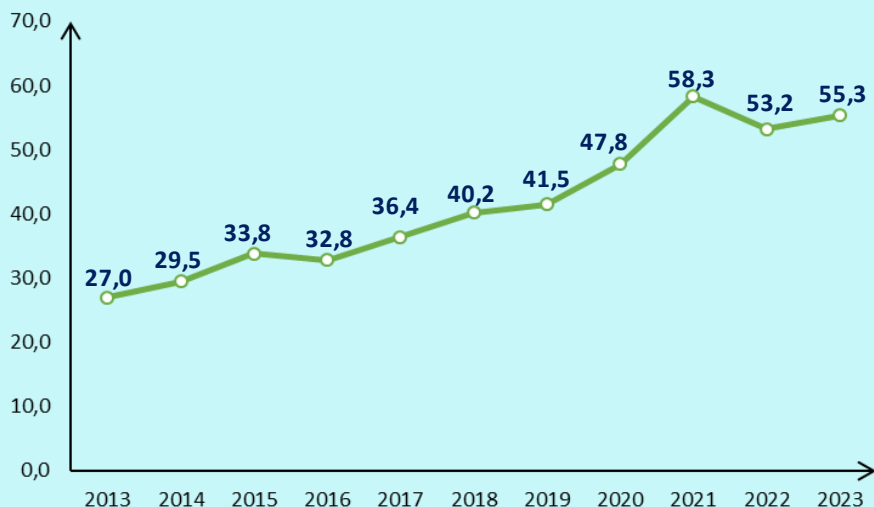
Γράφημα 3: Διαχρονική εξέλιξη της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης κατά την περίοδο 2013-2023 (Ποσοστό %)



Ξεκινώντας το 2013 από ένα σχετικά χαμηλό ποσοστό 35,6%, παρουσιάζεται μια σταθερή αύξηση κατά την περίοδο των ακόλουθων ετών. Από το 2014 μέχρι το 2021, το ποσοστό κυμαίνεται μεταξύ των αριθμών 45% και 55% (2021--> **+21,95%** σε σχέση με το 2014), με μικρές αλλαγές (2017--> **-3,07%** σε σχέση με το 2016). Αυτή η αύξηση φανερώνει την προσαρμογή των πολιτών στις ψηφιακές υπηρεσίες. Τα τελευταία δύο χρόνια, οι αυξήσεις είναι πιο δραματικές. Από το 2021 όπου το ποσοστό είναι 55%, ξαφνικά αυξάνεται και φτάνει στο 66,4% το 2022 (**+20,72%**). Έπειτα, τον επόμενο χρόνο, το 2023, αυξάνεται για άλλη μια φορά στο 67,1% (**+1,05%**).

Μερικοί παράγοντες που μπορεί να εξηγούν την παραπάνω αύξηση, θα μπορούσαν να είναι η προφανής βελτίωση των ψηφιακών υπηρεσιών, καθώς και η πανδημία του COVID-19, που ανάγκασε πολλά άτομα να στραφούν προς στην εντατική χρήση της τεχνολογίας.

Γράφημα 4 : Διαχρονική εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά την περίοδο 2013-2023 (Ποσοστό %)



Κατά το διάστημα 2013-2023, παρατηρείται μία σημαντική αύξηση του ποσοστού αξιοποίησης του διαδικτύου για την παραγγελία αγαθών ή υπηρεσιών (2023→**+104,81%** σε σχέση με το 2013) Κατά τα έτη 2013-2019 παρατηρείται σταδιακή αύξηση των ποσοστών, που ξεκινάει από 27,0% και φτάνουν μέχρι και 41,5% (συνολική αύξηση 2013-2019--> **+53,7%**). Κατά τη περίοδο 2020-2023, εμφανίζεται μία ραγδαία ανάπτυξη των ποσοστών. Αξιοσημείωτη είναι η δραματική αύξηση του 2020-2021 (**+21,97%**), που πιθανότατα προκύπτει λόγω της πανδημίας του COVID-19. Έπειτα παρατηρείται ελάχιστη μείωση από το 2021 προς το 2022 (**-8,75%**), αλλά το ποσοστό αυξάνεται εκ νέου το 2023, φτάνοντας το 55,3% (**+3,95%** σε σχέση με το προηγούμενο έτος).



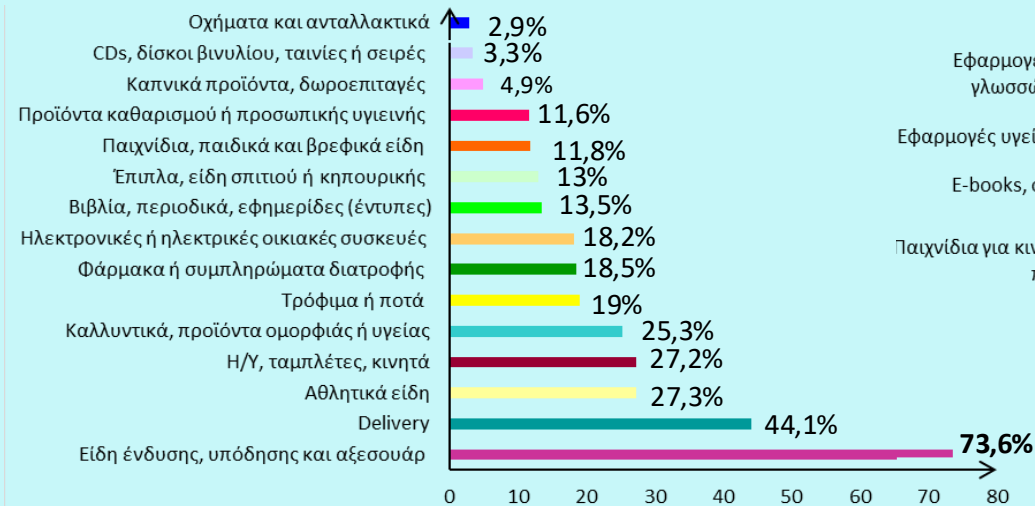
Στόχος 4β): Ηλεκτρονικές αγορές κατά το Α' Τρίμηνο του 2023

Infographic 2: Οι τρεις δημοφιλέστερες υπηρεσίες/προϊόντα στις οποίες καταγράφηκαν ηλεκτρονικές αγορές το 1ο τρίμηνο του 2023

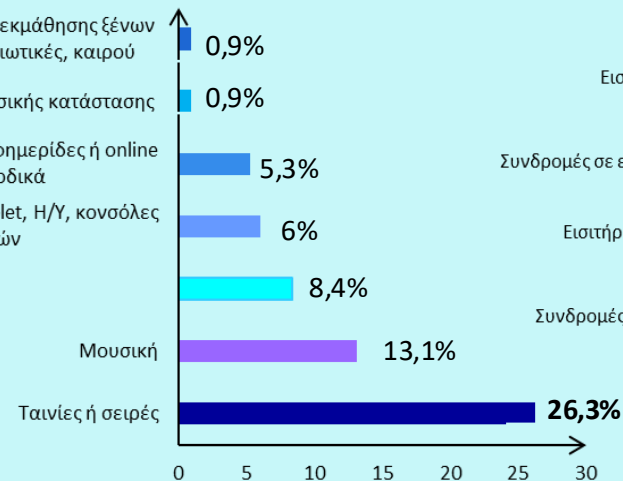


Σύμφωνα με το γράφημα 5 και το infographic 1, οι αγορές φυσικών προϊόντων μέσω του διαδικτύου φαίνεται να καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος. Το μεγαλύτερο ποσοστό καταγράφεται στην αγορά ειδών ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ (**73,6%**). Ακολουθούν οι υπηρεσίες delivery (**44,1%**) και στη συνέχεια τα αθλητικά είδη (**27,3%**). Από τα προϊόντα σε ψηφιακή μορφή, στην κορυφή βρίσκεται η υποκατηγορία "Σειρές ή ταινίες" (**26,3%**). Δεύτερη δημοφιλέστερη υποκατηγορία στις ηλεκτρονικές αγορές είναι η "Μουσική" (**13,1%**), ενώ μικρότερο ενδιαφέρον καταγράφεται για τις εφαρμογές υγείας, ξένων γλωσσών και καιρού (**0,9%**). Τέλος, από τις υπηρεσίες κυριαρχούν οι συνδρομές internet και κινητής τηλεφωνίας (**37,3%**), καθώς και η αγορά εισιτηρίων για πολιτιστικές εκδηλώσεις (**32,3%**).

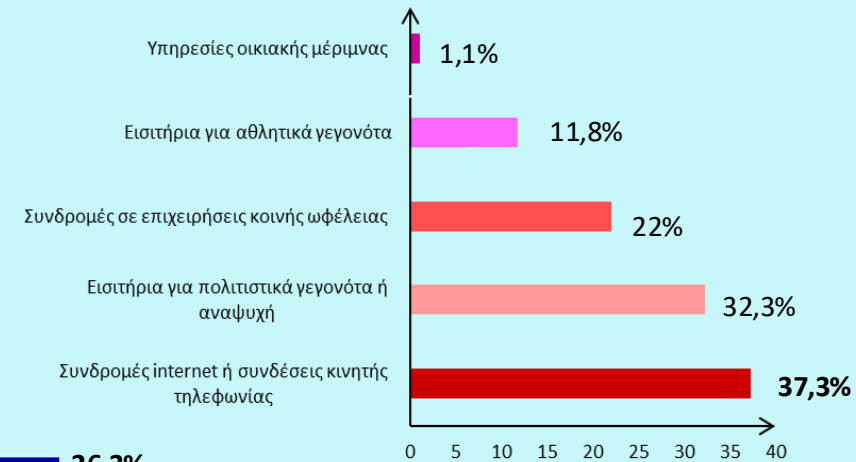
Γράφημα 5: Ποσοστιαία συμμετοχή ατόμων ηλικίας 16 - 74 ετών που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές το Α' τρίμηνο 2023 στην κατηγορία "Φυσικά Προϊόντα"



Γράφημα 6: Ποσοστιαία συμμετοχή ατόμων ηλικίας 16 - 74 ετών που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές το Α' τρίμηνο 2023 στην κατηγορία "Προϊόντα σε ψηφιακή μορφή"



Γράφημα 7: Ποσοστιαία συμμετοχή ατόμων ηλικίας 16 - 74 ετών που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές το Α' τρίμηνο 2023 στην κατηγορία "Υπηρεσίες"



Συμπεράσματα



Γενικό Συμπέρασμα

Η χρήση της τεχνολογίας κατά την περίοδο 2002-2023 γνωρίζει μία έντονα αυξητική τάση και φαίνεται να έχει εισβάλει πια στις ζωές των ανθρώπων.



Στόχος 1

Κατά το διάστημα 2013-2023, το ποσοστό της πρόσβασης στο διαδίκτυο από την κατοικία παρουσιάζει μια έντονα αυξητική τάση (+54,35%), με την πιο απότομη άνοδο να σημειώνεται κατά την περίοδο 2013-2015 (+20,96%). Οι κατοικίες που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο από 5 στις 10 (53,6%) γίνονται σχεδόν 9 στις 10 (86,9%).



Στόχος 2

Κατά το διάστημα 2002-2023, το ποσοστό χρήσης του διαδικτύου σημειώνει σταθερή ανοδική πορεία, καθώς το ποσοστό να αυξάνεται το 2023 κατά 478,23% έναντι του 2002. Το γεγονός αυτό δείχνει πως το διαδίκτυο έχει γίνει ένα αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής. Κύριοι λόγοι χρήσης του το 1ο τρίμηνο του 2023 από άτομα ηλικίας 16-74 ετών ήταν η ανάγνωση online ειδήσεων (89,2%), η αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες (89,1%), καθώς κι η πραγματοποίηση τηλεφωνικών κλήσεων και βιντεοκλήσεων (84,1%). Ωστόσο, ένα μικρό ποσοστό (15%) που απαρτίζεται πιθανότατα από άτομα της τρίτης ηλικίας και άτομα με οικονομική δυσχέρεια εξακολουθεί να μην το χρησιμοποιεί.



Στόχος 3

Κατά το διάστημα 2013-2023, στο ποσοστό της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης σημειώνεται, παρά τη μείωση το 2017 (-3,07% έναντι του 2016), γενικά ανοδική τάση, με τη μεγαλύτερη αύξηση να παρατηρείται την περίοδο 2013-2014 (+26,69%), καθώς και την περίοδο 2021-2022 (+20,73%). Η έντονη αυτή άνοδος στο ποσοστό των δύο αυτών περιόδων μπορεί να αποδοθεί στη βελτίωση των τεχνολογιών, καθώς και στην έναρξη της πανδημίας του κορωνοϊού.



Στόχος 4

α) Κατά το διάστημα 2013-2023, το ηλεκτρονικό εμπόριο παρουσιάζει, παρά τις ενδιάμεσες διακυμάνσεις (2016 --> -2,96% έναντι του 2015) και (2022 --> -8,75% σε σχέση με το 2021), μία συνεχή ανοδική πορεία, με το ποσοστό της χρήσης του το 2023 να αυξάνεται κατά 104,81% έναντι του 2013. Η πιο απότομη άνοδος διαπιστώνεται κατά την περίοδο 2020-2021 (+21,97%), πιθανότητα εξαιτίας της έξαρσης της πανδημίας του κορωνοϊού.

β) Κατά το 1ο τρίμηνο του 2023, η πιο δημοφιλής ομάδα στην οποία καταγράφηκαν ηλεκτρονικές αγορές από άτομα 16-74 ετών είναι τα "Είδη ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ" (73,6%) που ανήκει στα Φυσικά προϊόντα. Ακολουθούν οι υπηρεσίες διανομής φαγητού (delivery) με 44,1% που εντάσσονται επίσης στα Φυσικά προϊόντα και συνδρομές ίντερνετ ή συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας (37,3%) που ανήκουν στις Υπηρεσίες.