

# Nordmenns Internettbruk og e-handel



**RAPPORT/REPORT**

Norwegian Computing Center/Applied Research and Development

**Rapport nr. 971**

Ingvar Tjøstheim  
Ivar Solheim

Oslo  
Mars 2001

**Tittel/Title:** Nordmenns Internettbruk og e-handel

**Dato/Date:** 15.3

**År/Year:** 2001

**ISBN:** 82-539-0477-0

**Publikasjonsnr:** 971

Publication no:

**Forfatter/Author:**

Ingvar Tjøstheim

Ivar Solheim

*Sammendrag/Abstract:* Denne rapporten presenterer resultatene fra en undersøkelse utført i november 2000 vedrørende tilgang og bruk av Internett i den voksne norske befolkningen. Tilsvarende undersøkelser ble gjennomført både i 1998 og 1999 slik at det er mulig å foreta sammenligninger og spore interessante utviklingstendenser gjennom de siste årene.

Vi har også innhentet tall fra tilsvarende svenske undersøkelser i omtrent samme tidsperiode, og kan derfor sammenligne Norge og Sverige når det gjelder Internett-tilgang og bruk av noen sentrale tjenestetyper.

Blant de interessante funnene fra undersøkelsen, vil vi framheve følgende:

- Andelen av personer med tilgang til PC er nå over 70 % av befolkningen, og tallene tyder på at "taket" er i ferd med å bli nådd siden veksten vi har sett de siste år, flater ut.
- Andelen personer med tilgang til Internett øker derimot fortsatt sterkt, fra 55% i 1999 til 63 % i 2000
- Det er en klar trend at mange anskaffer seg Internett også hjemme, ikke bare på jobb
- Når det gjelder tjenester er bruk av epost på topp, rundt 80% bruker denne tjenesten, men også denne veksten flater ut, noe som tyder på at man også her har nådd "taket"
- De tjenester som har hatt sterke vekst fra 1998 til 2000 er bankoppdrag på Internett, bestille varer og tjenester samt kontakt med offentlige myndigheter.
- Svakest vekst finner man i kategorien "undervisning" på nett.
- Klare ulikheter og skjevheter relatert til kjønn, inntekt, utdanning og geografi.

**Emneord:** Internettbruk, IT-statistikk, e-handel,

**Målgruppe/Target group:** Alle

**Tilgjengelighet/Availability:** Åpen / Open

**Prosjektdata/Project data:**

**Prosjektnr/Project no:**

**Antall sider/No of pages:** 43



|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 INTRODUKSJON</b>  | <b>5</b>  |
| <b>2 SAMMENDRAG</b>  | <b>6</b>  |
| <b>3 UTVALGSUNDERSØKELSER OG REPRESENTATIVITET</b>   | <b>8</b>  |
| <b>4 RESULTATER FRA UNDERSØKELSEN</b>  | <b>10</b> |
| <b>4.1 Generelle tall vedrørende tilgang og bruk til Internett</b>   | <b>10</b> |
| Tabell 1. Tilgang til PC og Internett  | 10        |
| Tabell 2. Bruk av ulike tjenester på Internett   | 10        |
| Tabell 4. Har handlet minst en gang på Internett   | 11        |
| Figur 1  | 12        |
| Figur 2  | 12        |
| <b>En sammenlikning med Sverige</b>  | <b>13</b> |
| Figur 3  | 13        |
| <b>4.2 Bruksmønsteret – de ulike tjenestene på Internett.</b>  | <b>14</b> |
| Tabell 5 - Epost   | 14        |
| Tabell 6. Hente og lese aviser, tidsskrift eller nyhetsbrev på elektronisk form  | 14        |
| Tabell 7. Benytte databaser og andre informasjonskilder  | 14        |
| Tabell 8. Reiseinformasjon   | 14        |
| Tabell 9. Utføre bankoppdrag   | 14        |
| Tabell 10. Spill og underholdning  | 15        |
| Tabell 11. Ta kontakt med offentlige myndigheter   | 15        |
| Tabell 12. Undervisning  | 15        |
| Tabell 13. Bestille varer & tjenester  | 15        |
| Tabell 14. Billetter   | 15        |
| Tabell 15. Flybilletter, feriereiser, aksjer eller andre verdipapirer (NB: bare for 2000)                                      | 16        |
| <b>4.3 Hvor brukes tjenestene fra</b>  | <b>16</b> |
| Tabell 16. Epost   | 16        |
| Tabell 17. Hente og lese aviser, tidsskrift eller nyhetsbrev på elektronisk form   | 16        |
| Tabell 18. Benytte databaser og andre informasjonskilder   | 16        |
| Tabell 19. Reiseinformasjon  | 17        |
| Tabell 20. Undervisning  | 17        |
| Tabell 21. Spill og underholdning  | 17        |
| Tabell 22. Ta kontakt med offentlige myndigheter   | 17        |
| Tabell 23. Utføre bankoppdrag  | 17        |
| Tabell 24. Kjøpe varer og tjenester  | 17        |
| Tabell 25. Bestille billetter  | 18        |
| Tabell 26. Bestille flybilletter, feriereise, aksjer eller verdipapirer (NB: bare for 2000)                                    | 18        |
| <b>4.4 Alder, kjønn og utdanning</b>   | <b>18</b> |
| Tabell 27. Kjønnfordeling  | 18        |
| Figur 4  | 19        |
| Tabell 28. Interesse for og egen vurdering av kunnskapsnivå når det gjelder elektroniske tjenester –<br>fordeling etter kjønn. | 20        |
| Tabell 29. Aldersprofil 1999   | 20        |
| Tabell 30. Aldersprofil 2000   | 20        |
| Figur 5  | 21        |

|  |           |
|--|-----------|
| Tabell 31 - Interesse for og egen vurdering av kunnskapsnivå når det gjelder elektroniske tjenester –<br>alder 1999    | 21        |
| Tabell 32 - Interesse for og egen vurdering av kunnskapsnivå når det gjelder elektroniske tjenester –<br>alder 2000    | 21        |
| Tabell 33. Utdanning   | 22        |
| Tabell 34 - Utdanning 2000   | 22        |
| Tabell 36. Antatt pensjonist   | 23        |
| <b>4.5 Inntekt</b>   | <b>24</b> |
| Tabell 37. Husstandsinntekt  | 24        |
| Tabell 38. Personlig nettoinntekt per måned  | 24        |
| Tabell 39. Fordeling etter Inntekt   | 24        |
| <b>Figur 6</b>   | <b>25</b> |
| <b>4.6 Geografi</b>  | <b>26</b> |
| Tabell 40. Geografi og tilgang til Internett (Rangert etter 2000-tallene)  | 26        |
| Tabell 41 Internettbruk på fylkesnivå (1)  | 26        |
| Tabell 42 Internettbruk på fylkesnivå (2)  | 26        |
| Tabell 43 Internettbruk på fylkesnivå (3)  | 27        |
| Tabell 44 Internettbruk på fylkesnivå (4)  | 27        |
| Tabell 45. De mest urbane sammenliknet med landet for øvrig  | 27        |
| <b>4.7 Internett og reiseinformasjon</b>   | <b>28</b> |
| Tabell 46. Hvor viktig var Internett ved innhenting av informasjon til feriereisen 1999 og 2000                        | 28        |
| Tabell 47. Reiseinformasjon - hvilke nettsteder ble brukt, norske eller utenlandske?                                   | 28        |
| Tabell 48. Reiseinformasjon - hvilke nettsteder ble brukt, norske eller utenlandske?                                   | 28        |
| Tabell 49 - Reiselivstjenester på Internett, hva er viktigst å forbedre?   | 29        |
| <b>4.8 Elektronisk handel</b>  | <b>30</b> |
| Tabell 50. Forskjeller mellom de som har handlet siste 30 dager og de som har handlet sjeldnere                        | 30        |
| Tabell 51. Sist gang du handlet eller bestilte noen på Internett, var det fra norsk eller utenlandsk<br>nettsted?      | 30        |
| Tabell 52. Estimert månedsomsetnings i millioner kroner fra norske og utenlandske nettsteder                           | 30        |
| Tabell 53. Har betalt med kredittkort for noen av varene eller tjenestene som er kjøpt eller bestilt<br>over Internett | 31        |
| Tabell 54. Hvor mye har du handlet for på nettet siste 30 dager  | 31        |
| Tabell 55. Estimert månedsomsetning november 2000  | 31        |
| Tabell 56. Beløpsstørrelser - fordeling etter hvor mye man har handlet for siste 30 dager                              | 32        |
| Tabell 57. Aldersprofil og beløpsstørrelse for de som har handlet på Internett siste 30 dager                          | 32        |
| Tabell 58. Husstandsinntekt og beløpsstørrelse for de som har handlet på Internett siste 30 dager                      | 32        |
| Tabell 59. Inntektsprofil og beløpsstørrelse for de som har handlet på Internett siste 30 dager                        | 33        |
| Tabell 60. Inntektsprofil den norske befolkning.   | 33        |
| Figur 7  | 33        |
| E-handel til privat forbruk  | 34        |
| Tabell 61. Fra din hjemme-PC, hvor mye har du handlet for siste 30 dager (1999)  | 34        |
| Tabell 62. Fra din hjemme-PC, hvor mye har du handlet for siste 30 dager (2000)  | 34        |
| <b>Resultat fra en undersøkelse gjennomført i Sverige</b>  | <b>36</b> |
| Tabell B   | 37        |
| Tabell C   | 37        |
| Oppsummering – sammenlikning Norge og Sverige  | 37        |
| <b>Spørreskjemaet</b>  | <b>38</b> |

## 1 Introduksjon

Denne rapporten presenterer resultatene fra en undersøkelse utført i november 2000 vedrørende tilgang og bruk av Internett i den voksne norske befolkningen. Tilsvarende undersøkelser ble gjennomført både i 1998 og 1999 slik at det er mulig å foreta sammenligninger og avdekke interessante utviklingstendenser gjennom de siste årene.

Vi har også innhentet tall fra en tilsvarende svensk undersøkelse i omtrent samme tidsperiode, og kan derfor sammenligne Norge og Sverige når det gjelder Internett-tilgang og bruk av noen sentrale tjenestetyper.

Arbeidet med rapporten er utført som en del av de norske aktivitetene i EU-programmet PROMISE (Promoting of Information Society in Europe), og støttet av Norsk Info2000. PROMISE-arbeidet i Norge er finansiert av Nærings- og handelsdepartementet.

Overordnede mål for PROMISE formulert av EU er:

1. Øke befolkningens bevissthet om og forståelse for den potensielle betydningen av informasjonssamfunnet og dets nye anvendelsesmuligheter, og stimulere motivasjon og evne til å delta i overgangen til informasjonssamfunnet
2. Optimalisere de sosioøkonomiske fordelene ved informasjonssamfunnet i Europa, ved å analysere dets tekniske, økonomiske, sosiale og rettslige aspekter, ved å vurdere utfordringene overgangen til informasjonssamfunnet reiser, bl. a. når det gjelder sysselsetting, og ved å fremme synergi og samarbeid mellom europeiske og nasjonale nivåer
3. Fremme Europas rolle og synlighet innen informasjonssamfunnets globale dimensjon

Rapporten er utarbeidet av forskerne Ingvar Tjøstheim og Ivar Solheim ved Norsk Regnesentral.

Selve telefonundersøkelsen ble gjennomført av MMI på oppdrag fra Norsk Regnesentral ultimo november 2000.

## 2 Sammendrag

Vi vet fra en rekke undersøkelser at Norge (sammen med de andre nordiske landene) er blant de fremste i verden når det gjelder tilgang og bruk av Internett. En internasjonal undersøkelse utført i januar 2001 av analyseselskapet IDC gir Norge andreplass i verden, etter Sverige, men foran USA og Danmark. Rangeringen tar hensyn til landenes evne til å ta i bruk og dra nytte av ny teknologi og ny informasjon. Fire infrastruktur-variabler blir undersøkt: Antallet maskiner, informasjonsstrømmen, internett-tilgangen og den sosiale bruken av ny teknologi.

I den foreliggende undersøkelse fokuseres ikke på selve teknologien, men på bruken av tjenester på Internett samt på utviklingen når det gjelder brukerne i henhold til utdanning, inntekt, geografi og kjønn. Samlet gir dette et bilde av de sentrale trekk ved Internett-utviklingen i Norge.

### Sentrale funn

Blant de interessante funnene fra undersøkelsen, vil vi framheve følgende:

- Andelen av personer med tilgang til PC er nå over 70 % av befolkningen, og tallene tyder på "taket" er i ferd med å bli nådd siden veksten vi har sett de siste år, synes å flate ut.
- Andelen personer med tilgang til Internett øker derimot fortsatt sterkt, fra 55% i 1999 til 63 % i 2000
- Det er en klar trend at mange anskaffer seg Internett også hjemme, ikke bare på jobb
- Når det gjelder tjenester er bruk av epost på topp, rundt 80% bruker denne tjenesten, men også denne veksten flater ut, noe som tyder på at man også her har nådd "taket"
- De tjenester som har hatt sterkest vekst fra 1998 til 2000 er bankoppdrag på Internett, bestille varer og tjenester samt kontakt med offentlige myndigheter.
- Svakest vekst finner man i kategorien "undervisning" på nett.
- Klare ulikheter og skjevheter relatert til kjønn, inntekt, utdanning og geografi.

### Kjønn og alder

Det er interessant å merke seg at det fortsatt er markante kjønnsforskjeller i bruken, ikke bare når det gjelder tjenester som "bankoppdrag" som bare 19% av kvinnene mot 35% av mennene bruker, men også når det gjelder (om enn i mindre grad) epost som ble brukt av 42 % av kvinnelige Internett-brukerne mot 57% av mennene

Det er interessant at det ser ut til at bruk av Internett nå også øker blant de eldste, de over 60 år.

Det er ikke overraskende at både høy utdanning og høy inntekt innebærer høyere bruk av Internett enn lav utdanning og lav inntekt.

### Geografi

Det ser ut til å være relativt klare forskjeller mellom landsdelene, høyest ligger Rogaland, Oslo og Vestfold/Telemark, lavest ligger Nord-Norge, og resultatene kan tyde på at forskjellene er blitt større snarere enn mindre i løpet av disse tre årene. Internettbruken i Nord-Norge ser ut til å vokse saktere enn i andre landsdeler.

### Reiseinformasjon

Vi har laget egne delrapporter på reiseliv og ehandel, basert på dataene fra undersøkelsene. Reiselivstjenester på nett er blant de mest brukte, og det er svært mange som sier de har konkret nytte av slik type informasjon på nettet. Det er interessant at norske nettsted er klar mest brukt.

### **Elektronisk handel**

Delrapporten om elektronisk handel viser at dette feltet øker mye, selv om det fortsatt utgjør en svært liten andel av den samlede handel. Det er ca tre ganger så mange som har bestilt noe på Internett i år 2000 sammenliknet med 1998. En nærmere analyse av de som har handlet på nett siste 30 dager bekrefter tidligere inntrykk av at de som handler hyppigst er yngre menn med høy utdanning og høy inntekt. Det er også viktig å merke seg at nordmenn gjerne bruker kredittkort til å betale for seg på internett.

Vi har også forsøkt - på grunnlag av undersøkelsen - å estimere omfanget av elektronisk konsumhandel i forhold til annen privat konsum, og kommer fram til at konsumentenes ehandel utgjør ca i størrelsesorden 1.6% av totalt privat konsum i Norge.

### **Sammenligning med Sverige**

Våre tall sammenliknes med resultater fra tilnærmet parallelle undersøkelser utført i Sverige i samme tidsrommet, dvs et par måneder før. Sverige har klart høyere score når det gjelder tilgang til PC og Internett, men når det gjelder bruken av tjenester som internettbank og ehandel så tyder undersøkelsene på at svenskene ikke ligger lenger framme enn det nordmenn gjør.



### 3 Utvalgsundersøkelser og representativitet

Det finnes en rekke måter å samle inn informasjon om bruk av Internett på. I denne rapporten er det benyttet tre representative undersøkelser gjennomført på telefon av Norsk Gallup (1998) og MMI (1999 og 2000). For alle tre undersøkelsene har utvalgsstørrelsen vært ca 2000. De fleste spørsmålene har vært like i disse tre undersøkelsene slik at man kan se hvordan utviklingen har vært. Et viktig spørsmålet i denne forbindelse er i hvilken grad man kan feste lit til resultatene fra slike utvalgsundersøkelser. Dette dreier seg om man hvorvidt man klarer trekke et tilfeldig utvalg fra hele populasjonen, om man oppnår en høy svarprosent, hvorvidt spørsmålene er entydige og enkle å forstå, og hvorvidt de som deltar i undersøkelsene svarer sannferdig. Hvis man ikke lykkes med dette så kan skjevheter oppstå. Det kan for eksempel være slik at de som ikke vil delta i undersøkelsen er annerledes, har andre meninger enn de som er villige til å delta. Hvis for eksempel et flertall av de som er trukket ut til å delta i undersøkelsen ikke blir intervjuet enten fordi man ikke får tak i dem eller fordi de ikke ønsker å delta i undersøkelsen, så kan man få som resultat en betydelig skjevhet. Vi kjenner ikke de faktiske svarprosentene i de tre undersøkelsene som presenteres i denne rapporten, men for tilsvarende undersøkelser har denne ligget på ca 50%. (Og da inkluderer man det man intervjuer en annen person i husstanden hvis den man spurte etter ikke var tilstede) Vi kan ikke ut i fra dette (lav svarprosent) alene si at det er skjevheter av betydning i resultatene, men muligheten er der – det kan være at resultatene ikke gjenspeiler den virkelige Internettbruken i Norges befolkning.

For at en slik undersøkelse ikke skal være verdiløs må kravet om et representativt utvalg være oppfylt, det vil si at utvalget er representativt for den norske voksne befolkning når det gjelder alder, kjønn, geografi, inntekt, utdanning m.m. Det neste dreier seg om utvalgsstørrelse og feilmarginer. Hvis man har oppfylt forutsetningene om representativitet, så kan man beregne usikkerheten eller feilmarginene for den enkelte undersøkelse ut i fra antallet som er med i undersøkelsen. Når utvalgsstørrelsen øker, så går usikkerheten ned. De resultatene man får er egentlig ikke et enkelt tall selv om man vanligvis presenterer dem slik. Hvis for eksempel 60% svarer at de har tilgang til Internett og man har spurt 1000 tilfeldig valgte personer i populasjonen så betyr dette at man kan si at mellom 57% og 63% (60% +/- 3%) har tilgang til Internett i følge denne undersøkelsen. (og gjentar man undersøkelsen mange ganger så vil man finne at mellom 57 og 63 prosent sier at de har tilgang til Internett i 95 prosent av de undersøkelsene som er gjennomført)

Enkle grep kan gjøres i en undersøkelse for å oppnå et mer representativt utvalg. For eksempel kan man ta hensyn til kjønn, alder og geografi dvs man ringer et antall i undersøkelsen som gjenspeiler de faktiske andeler av disse tre gruppene i befolkningen, såkalt stratifisering. Det er også mulig i etterkant å vekte resultatene slik at man får en tilnærmet riktig gjenspeiling av befolkning med hensyn på disse variablene. For eksempel, hvis man får 45% menn i undersøkelse og ikke 49% som det er i Norges befolkning, så legger man til en vekt som medfører at menn, dvs svarene til disse totalt sett teller 9% mer enn det de ville gjort uten denne vekten. I praksis treffer undersøkelsene vi har arbeidet med relativt godt med hensyn på disse tre variablene kjønn, alder og geografi. (Eks. for undersøkelsen gjennomført november 2000 så ble resultatet at 49% av befolkning i Nord-Norge hadde tilgang til Internett, mens det vektede tallet ble 50%. Siden utslagene ble i størrelsesorden pluss/minus 1% så har vi i denne rapporten valgt å bruke tallene fra undersøkelsen direkte.

Det at undersøkelsene er gjennomført på samme måte de tre årene har den viktige fordel at selv om det er eventuelle skjevheter med hensyn på hvor representative svarene er for den norske befolkning er det grunn til å anta at slike eventuelle skjevheter er like over korte tidsintervaller (2 – 3 år). Denne antagelsen betyr at de forskjellige gruppene (strataene) har

samme mønster i svarene over korte tidsintervaller. Dette betyr at vi antar at utviklingen over tid måles relativt korrekt.

## 4 Resultater fra undersøkelsen

### 4.1 Generelle tall vedrørende tilgang og bruk til Internett

I dette avsnittet presenteres hovedtallene fra undersøkelsen når det gjelder tilgang til PC og Internett og bruk av de sentrale tjenestene.

**Tabell 1. Tilgang til PC og Internett**

|  | <b>1998</b><br>(Desember) | <b>1999</b><br>(September) | <b>2000</b><br>(November) |
|--|---------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Andel med tilgang til PC                                     | <b>60%</b>                | <b>70%</b>                 | <b>72%</b>                |
| - tilgang bare hjemme  |                           | 28%                        | 32%                       |
| - tilgang bare på jobb                                       |                           | 19%                        | 11%                       |
| - både hjemme og jobb, men ikke annet sted                   |                           | 41%                        | 45%                       |
| - bare annet sted  |                           | 5%                         | 3%                        |
| Tilgang til Internett  | <b>44%</b>                | <b>55%</b>                 | <b>63%</b>                |
| - tilgang bare hjemme  |                           | 27%                        | 31%                       |
| - tilgang bare på jobb                                       |                           | 27%                        | 15%                       |
| - både hjemme og jobb, men ikke skole/lærested og annet sted |                           | 27%                        | 37%                       |
| - både hjemme og skole, men ikke jobb og annet sted          |                           |                            |                           |
| - bare skole lærested  |                           | 5%                         | 6%                        |
| - bare annet sted  |                           | 7%                         | 4%                        |
|  |                           | 3%                         | 2%                        |
| N= (alle som deltok i undersøkelsene)                        | 2004                      | 2029                       | 2007                      |

Tallene i parentes viser antallet av de ca 2000 som svarte ja på spørsmålet. De største endringene har vært i gruppen som har tilgang til Internett "bare hjemme" og "både hjemme og på jobb." Den største gruppen er i år 2000 de som her tilgang begge disse stedene.

**Tabell 2. Bruk av ulike tjenester på Internett**

|   | <b>1998</b> | <b>1999</b> | <b>2000</b> |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Antall ja, jeg har brukt en av de følgende tjenestene:                              |             |             |             |
| - epost   | 82%         |             | 81%         |
| - Til å utnytte databaser og andre informasjonskilder                               | 74%         | 68%         | 72%         |
| - Hente og lese aviser, tidsskrift, nyhetsbrev e.l.                                 | 65%         | 58%         | 66%         |
| - Til å orientere meg om feriereiser og reisemål                                    | 50%         |             |             |
| - Søke etter reiseinformasjon   |             |             | 60%         |
| - Undervisning  | 38%         | 30%         | 29%         |
| - Spill og underholdning  | 37%         | 30%         | 33%         |
| - Ta kontakt med offentlige myndigheter   | 18%         | 21%         | 29%         |
| - utføre bankoppdrag  | 16%         | 25%         | 45%         |
| - bestille varer & tjenester  | 18%         | 21%         | 30%         |
| - bestille billetter (ikke flybilletter)  | 11%         | 19%         | 20%         |
| - bestille flybilletter   |             |             | 19%         |
| - bestille feriereise   |             |             | 18%         |
| - handle aksjer eller andre verdipapirer  |             |             | 9%          |
| N= alle med tilgang til Internett (av ca 2000 respondenter i hvert av de tre årene) | 874         | 1121        | 1253        |

Når det gjelder de mest benyttede tjenestene, så er endringene i prosent små. Det er innen bruk av nettbank og elektronisk handel at de store økningen er kommet.

**Tabell 3. Bruk av tjenester på Internett omregnet i antall personer.**

|   | 1998   | 1999   | 2000   |
|---|--------|--------|--------|
| Antall som har brukt følgende tjenester:              |        |        |        |
| - epost   | 1.280' |        | 1.790' |
| - Til å utnytte databaser og andre informasjonskilder | 1.160' | 1.350' | 1.590' |
| - Hente og lese aviser, tidsskrift, nyhetsbrev e.l.   | 1.020' | 1.140' | 1.450' |
| - Til å orientere meg om feriereiser og reisemål      | 780'   |        |        |
| - Søke etter reiseinformasjon                         |        |        | 1.330' |
| - Undervisning  | 590'   | 600'   | 630'   |
| - Spill og underholdning                              | 580'   | 600'   | 740'   |
| - Ta kontakt med offentlige myndigheter               | 290'   | 410'   | 630'   |
| - utføre bankoppdrag                                  | 250'   | 495'   | 980'   |
| - bestille varer & tjenester                          | 280'   | 420'   | 670'   |
| - bestille billetter (ikke flybilletter)              | 170'   | 380'   | 450'   |
| - bestille flybilletter                               |        |        | 410'   |
| - bestille feriereise                                 |        |        | 390'   |
| - handle aksjer eller andre verdipapirer              |        |        | 200'   |
| Internett-populasjonen i millioner                    | 1.55   | 1.95   | 2.2    |

Antallet som har fått tilgang til Internett har økt fra ca 1.5 millioner til ca 2.2 millioner på to år. For å få frem hvor store endringene har vært er det derfor viktig å ikke bare se på prosenttallene, men på endringene i antall. Den tjenesten som har økt klart mest er det å bruke nettbank – det er nesten fire ganger så mange som bruker slike tjenester i år 2000 sammenliknet med 1998. Ca 1 million nordmenn har utført bankoppdrag over Internett. Det har flere årsaker, blant annet bankenes markedsføring og prising av nettbanktjenester vis-a-vis alternative banktjenester. Det er også verdt å merke seg økningen når det gjelder "kontakt med offentlige myndigheter", her er det over en fordobling i antall fra 1998 til 2000.

Det er bare en tjeneste som ikke har økning av betydning fra 1998 til 2000 og det er bruk av Internett til undervisningsformål.

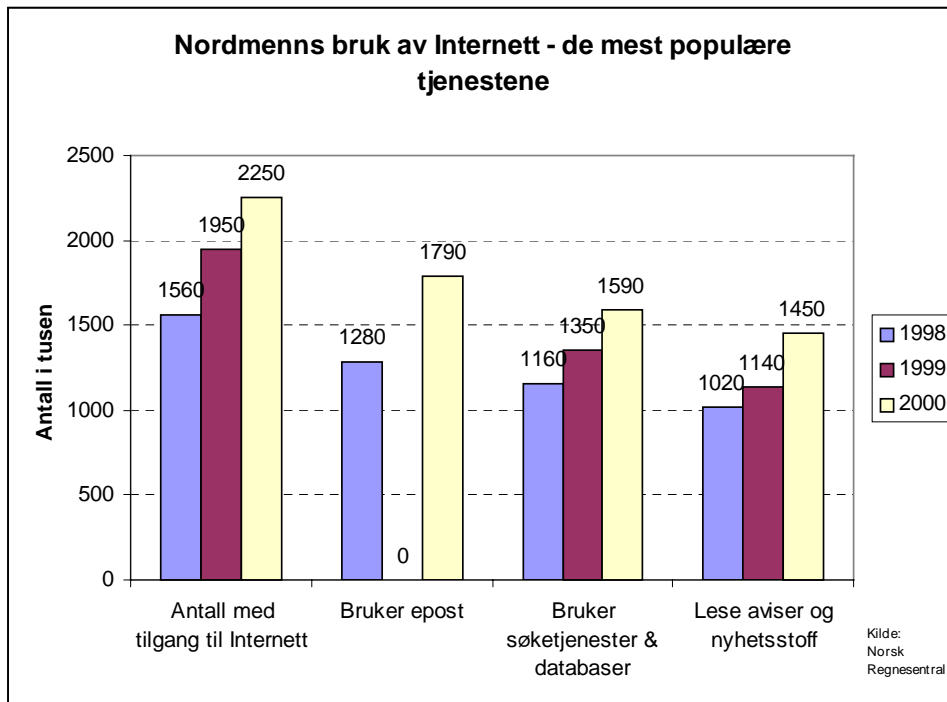
**Tabell 4. Har handlet minst en gang på Internett**

|                           | 1998 | 1999 | 2000 |
|---------------------------|------|------|------|
| I prosent av befolkningen | 10%  | 17%  | 30%  |
| N=                        | 2004 | 2029 | 2007 |

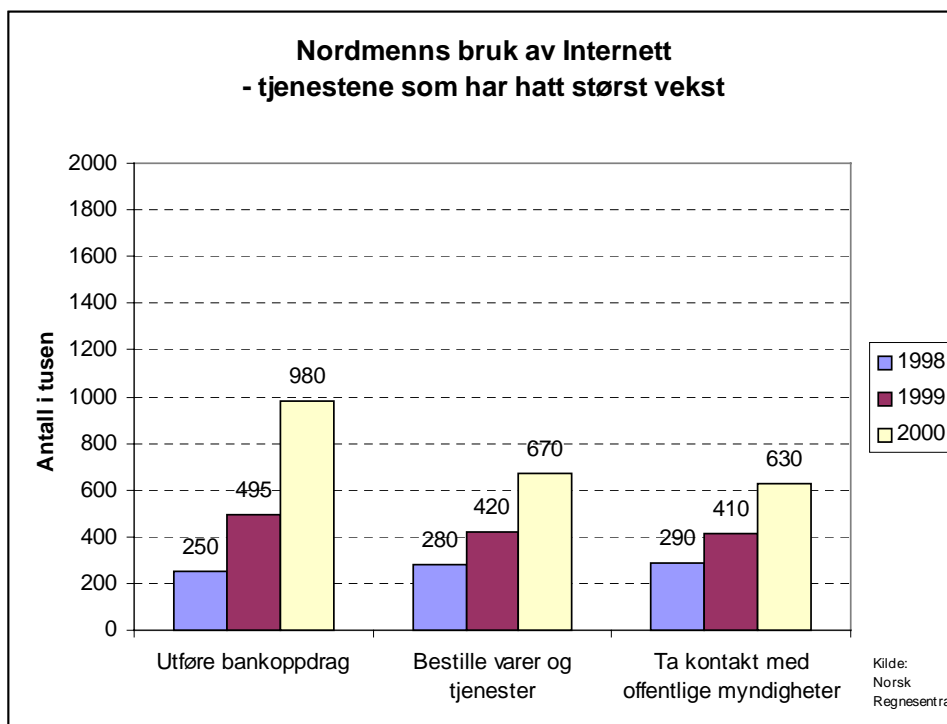
Det er ca 3.6 millioner nordmenn i aldersgruppen 15 år eller eldre. Regner man om disse prosenttallene til befolkningsandeler så får man at 375.000 i 1998, 620.000 i 1999 og 1.080.000 i 2000 har handlet på Internett.

Resultater fra undersøkelsene er at det er ca tre ganger så mange som har bestilt noe på Internett i år 2000 sammenliknet med 1998. Vi kan som nevnt ikke utelukke at det finnes skjevheter i disse undersøkelsene, men det at undersøkelsene er gjennomført på samme måte disse tre årene gjør at vi antar at veksten likevel måles relativt korrekt.

Figur 1



Figur 2



### En sammenlikning med Sverige

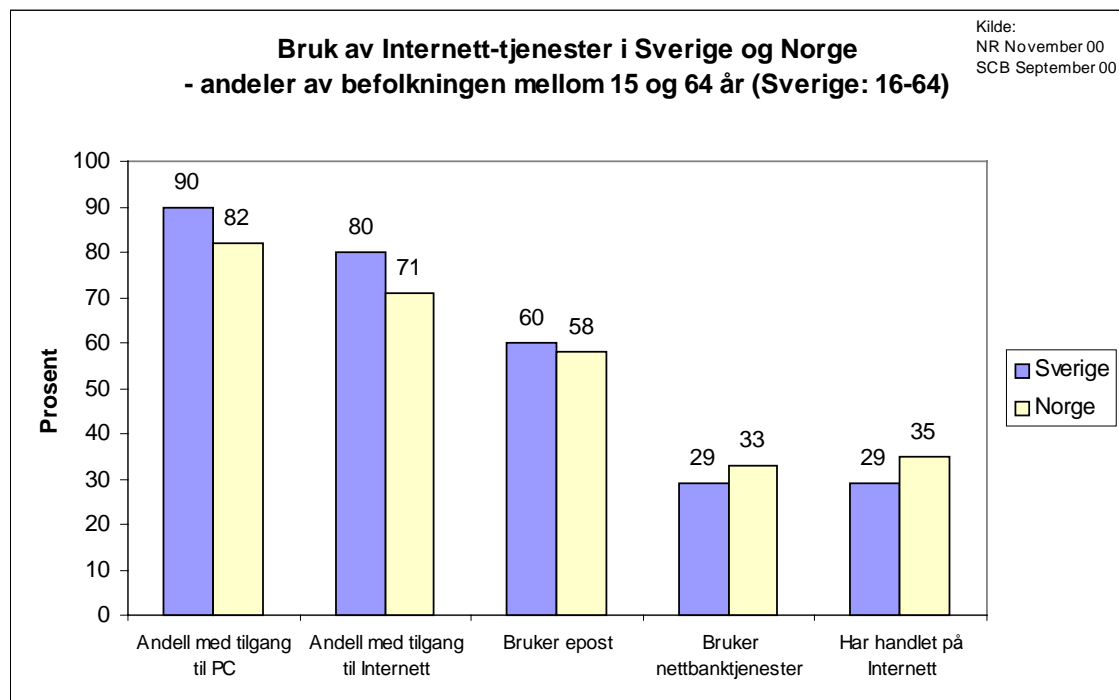
I Sverige publiserte Statistiska centralbyrån (www.scb.se) i januar en studie basert på en representativ telefonundersøkelse med 9000 respondenter fra den svenske befolkning. Rapporten har tittelen ”IT i hem och företag” og SCB har selv gjennomført intervjuene i tilknytning til en arbeidsmarkedsundersøkelse. En sammenlikning mellom norske og svenske tall gir følgende resultat:

Tabell A

|  | Sverige<br>September 2000 | Norge<br>November 2000 |
|--|---------------------------|------------------------|
| Har tilgang til PC                             | 90%                       | 82%                    |
| Har tilgang til Internett                      | 80%                       | 71%                    |
| Bruker e-post                                  | 60%                       | 58%                    |
| Utfører bankoppdrag på Internett               | 29%                       | 33%                    |
| Har handlet varer eller tjenester på Internett | 29%                       | 35%                    |
| N=   | 9000                      | 1685                   |

Som tabellen viser, ligger Sverige på et klart høyere nivå enn Norge når det gjelder tilgang til PC og Internett, mens når det gjelder bruk av tjenester er et mer variert bilde. Det er sannsynlig at årsaken til forskjellene når det gjelder PC- og Internett-tilgang er at ordninger for hjemme-PC er betydelig mer utviklet i Sverige enn i Norge. Epost-bruken er ganske lik i de to land, mens nordmennene bruker ehandel og internettbank minst like mye som svenskene.

Figur 3



#### 4.2 Bruksmønsteret – de ulike tjenestene på Internett.

Tabellene nedenfor viser endringer i hyppigheten i bruken av ulike tjenester. Her kan man se at endringene har vært moderate; bruksmønstrene i forhold til ulike tjenester er relativt like over disse tre årene.

**Tabell 5 - Epost**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 52%  |      | 55%  |
| - ukentlig   | 34%  |      | 34%  |
| - månedlig   | 8%   |      | 7%   |
| - sjeldnere  | 5%   |      | 3%   |
| - aldri      | 0%   |      | 0%   |
| N=           | 714  |      | 1016 |

**Tabell 6. Hente og lese aviser, tidsskrift eller nyhetsbrev på elektronisk form**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 30%  | 38%  | 40%  |
| - ukentlig   | 49%  | 41%  | 42%  |
| - månedlig   | 13%  | 12%  | 9%   |
| - sjeldnere  | 8%   | 8%   | 7%   |
| - aldri      | 0%   | 1%   | 2%   |
| N=           | 567  | 645  | 825  |

**Tabell 7. Benytte databaser og andre informasjonskilder**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 37%  | 21%  | 24%  |
| - ukentlig   | 46%  | 49%  | 45%  |
| - månedlig   | 12%  | 19%  | 19%  |
| - sjeldnere  | 5%   | 9%   | 8%   |
| - aldri      | 0%   | 2%   | 3%   |
| N=           | 645  | 764  | 904  |

**Tabell 8. Reiseinformasjon**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 1%   |      | 2%   |
| - ukentlig   | 11%  |      | 11%  |
| - månedlig   | 31%  |      | 38%  |
| - sjeldnere  | 57%  |      | 47%  |
| - aldri      | 0%   |      | 2%   |
| N=           | 437  |      | 741  |

**Tabell 9. Utføre bankoppslag**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 14%  | 6%   | 7%   |
| - ukentlig   | 60%  | 69%  | 65%  |
| - månedlig   | 24%  | 20%  | 23%  |
| - sjeldnere  | 1%   | 3%   | 2%   |
| - aldri      | 1%   | 2%   | 2%   |
| N=           | 139  | 282  | 567  |

**Tabell 10. Spill og underholdning**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 15%  | 15%  | 11%  |
| - ukentlig   | 44%  | 41%  | 40%  |
| - månedlig   | 26%  | 18%  | 27%  |
| - sjeldnere  | 15%  | 24%  | 19%  |
| - aldri      | 0%   | 3%   | 4%   |
| N=           | 324  | 340  | 411  |

**Tabell 11. Ta kontakt med offentlige myndigheter**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 8%   | 7%   | 8%   |
| - ukentlig   | 29%  | 25%  | 22%  |
| - månedlig   | 32%  | 31%  | 39%  |
| - sjeldnere  | 29%  | 33%  | 29%  |
| - aldri      | 2%   | 4%   | 2%   |
| N=           | 160  | 235  | 369  |

**Tabell 12. Undervisning**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 15%  | 15%  | 15%  |
| - ukentlig   | 47%  | 42%  | 41%  |
| - månedlig   | 25%  | 27%  | 23%  |
| - sjeldnere  | 13%  | 12%  | 18%  |
| - aldri      | 0%   | 4%   | 2%   |
| N=           | 328  | 341  | 358  |

**Tabell 13. Bestille varer & tjenester**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 2%   | 3%   | 2%   |
| - ukentlig   | 12%  | 5%   | 7%   |
| - månedlig   | 39%  | 37%  | 39%  |
| - sjeldnere  | 46%  | 52%  | 48%  |
| - aldri      | 1%   | 4%   | 4%   |
| N=           | 156  | 236  | 378  |

**Tabell 14. Billetter**

|              | 1998 | 1999 | 2000 |
|--------------|------|------|------|
| Bruksmønster |      |      |      |
| - daglig     | 1%   | 1%   | 2%   |
| - ukentlig   | 2%   | 2%   | 5%   |
| - månedlig   | 35%  | 35%  | 28%  |
| - sjeldnere  | 61%  | 58%  | 58%  |
| - aldri      | 0%   | 5%   | 7%   |
| N=           | 98   | 215  | 255  |



**Tabell 15. Flybilletter, feriereiser, aksjer eller andre verdipapirer (NB: bare for 2000)**

| 2000         | Flybilletter | Feriereiser | Aksjer & verdipapirer |
|--------------|--------------|-------------|-----------------------|
| Bruksmønster |              |             |                       |
| - daglig     | 2%           | 1%          | 7%                    |
| - ukentlig   | 6%           | 1%          | 13%                   |
| - månedlig   | 27%          | 3%          | 36%                   |
| - sjeldnere  | 61%          | 90%         | 38%                   |
| - aldri      | 4%           | 5%          | 6%                    |
| N=           | 238          | 226         | 115                   |

Epost brukes svært mye. Det er over 80% av dem med tilgang til Internett som bruker e-post og nesten en million nordmenn er daglige brukere (55% av 1.8 mill.). Det er ingen av de andre tjenestene på web som er i nærheten av å brukes så hyppig. Søkjetjenester (og startsider) kommer som nummer to, deretter kommer lesning av aviser og lignende.

Det er ingen større endringen med hensyn på hyppigheten i tjenestebruk fra 1998 til 1999 eller 1999 til 2000. Det må understrekes at antallet som benytter de ulike tjenestene har økt slikt at det skjuler seg langt flere personer bak prosenttallene for daglig og ukentlig bruk i år 2000 sammenliknet med 1998. (med unntak av undervisning).

#### 4.3 Hvor brukes tjenestene fra

Tabellene nedenfor i dette avsnittet viser hvor tjenestene blir brukt fra: hjemmefra, fra arbeid/skole, begge deler, eller ingen av delene.

**Tabell 16. Epost**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 52%  |      | 64%  |
| - arbeid/skole    | 53%  |      | 47%  |
| - begge deler     | 23%  |      | 30%  |
| - ingen av delene | 18%  |      | 18%  |
| N=                | 874  |      | 1253 |

**Tabell 17. Hente og lese aviser, tidsskrift eller nyhetsbrev på elektronisk form**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 37%  | 35%  | 47%  |
| - arbeid/skole    | 40%  | 33%  | 37%  |
| - begge deler     | 12%  | 12%  | 19%  |
| - ingen av delene | 35%  | 44%  | 34%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 18. Benytte databaser og andre informasjonskilder**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 42%  | 43%  | 51%  |
| - arbeid/skole    | 49%  | 45%  | 46%  |
| - begge deler     | 18%  | 17%  | 25%  |
| - ingen av delene | 26%  | 29%  | 27%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 19. Reiseinformasjon**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 34%  |      | 50%  |
| - arbeid/skole    | 21%  |      | 21%  |
| - begge deler     | 6%   |      | 11%  |
| - ingen av delene | 50%  |      | 40%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 20. Undervisning**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 20%  | 18%  | 19%  |
| - arbeid/skole    | 25%  | 20%  | 17%  |
| - begge deler     | 7%   | 6%   | 8%   |
| - ingen av delene | 62%  | 69%  | 71%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 21. Spill og underholdning**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 30%  | 26%  | 29%  |
| - arbeid/skole    | 12%  | 11%  | 9%   |
| - begge deler     | 4%   | 3%   | 5%   |
| - ingen av delene | 63%  | 67%  | 66%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 22. Ta kontakt med offentlige myndigheter**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 8%   | 11%  | 18%  |
| - arbeid/skole    | 13%  | 12%  | 20%  |
| - begge deler     | 3%   | 4%   | 8%   |
| - ingen av delene | 82%  | 82%  | 71%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 23. Utføre bankoppdrag**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 12%  | 19%  | 40%  |
| - arbeid/skole    | 7%   | 6%   | 13%  |
| - begge deler     | 3%   | 2%   | 8%   |
| - ingen av delene | 84%  | 77%  | 55%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 24. Kjøpe varer og tjenester**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 11%  | 17%  | 26%  |
| - arbeid/skole    | 7%   | 9%   | 10%  |
| - begge deler     | 2%   | 3%   | 6%   |
| - ingen av delene | 82%  | 76%  | 70%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 25. Bestille billetter**

|                   | 1998 | 1999 | 2000 |
|-------------------|------|------|------|
| - hjemmefra       | 7%   | 6%   | 17%  |
| - arbeid/skole    | 5%   | 11%  | 7%   |
| - begge deler     | 1%   | 2%   | 4%   |
| - ingen av delene | 89%  | 85%  | 79%  |
| N=                | 874  | 1121 | 1253 |

**Tabell 26. Bestille flybilletter, feriereise, aksjer eller verdipapirer (NB: bare for 2000)**

| 2000              | Flybilletter | Feriereiser | Aksjer & verdipapirer |
|-------------------|--------------|-------------|-----------------------|
| - hjemmefra       | 13%          | 16%         | 8%                    |
| - arbeid/skole    | 8%           | 4%          | 3%                    |
| - begge deler     | 3%           | 2%          | 2%                    |
| - ingen av delene | 81%          | 82%         | 91%                   |
| N=                | 1253         | 1253        | 1253                  |

Nesten alle tjenestene brukes mest hjemmefra. Det er flere grunner til dette. Av tabell 1 fremgår det at de to største gruppene er de som har tilgang til Internett "både hjemme og på jobb" eller "bare hjemme." Dette er trolig en av forklaringene til at det er en økning i det å bruke mange av tjenestene hjemmefra (e-post etc). Med unntak av å ta kontakt med offentlige myndigheter så brukes alle tjenestene mest hjemmefra. (Det bør i denne sammenhengen nevnes at de intervjuede er ringt opp i sitt hjem som privatpersoner.)

#### 4.4 Alder, kjønn og utdanning

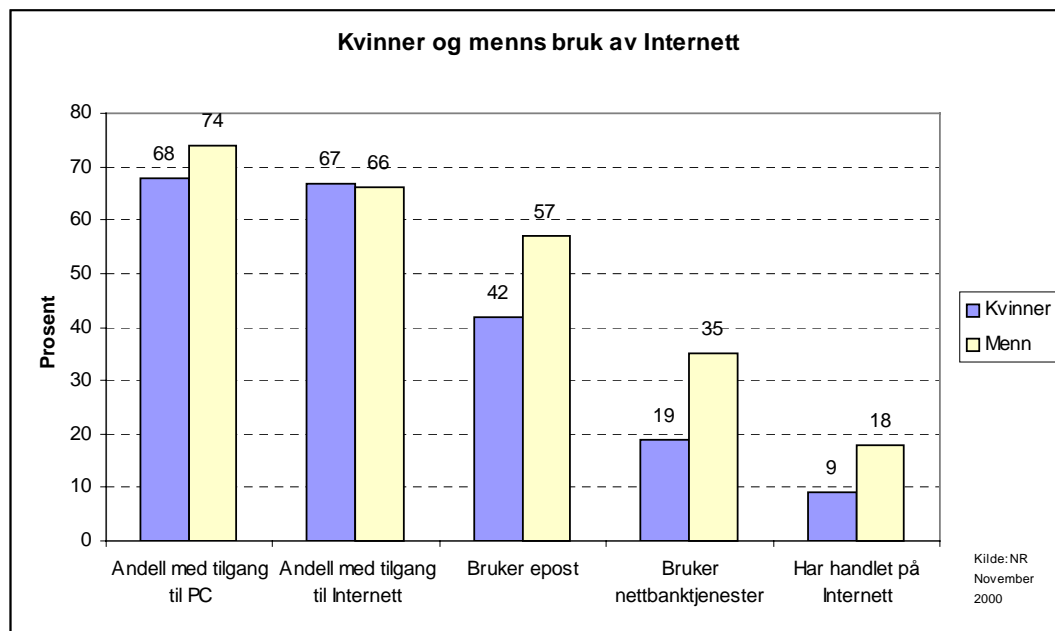
Tabellene i dette avsnittet viser hvordan Internett-bruken er fordelt etter alders- og kjønnskriterier. Vi har også data som viser hvordan interesse for Internett og egen vurdering av kunnskaper om Internett er fordelt etter alder og kjønn.

**Tabell 27. Kjønnfordeling**

|   | 1999           | 2000           |
|---|----------------|----------------|
|   | Kvinner - Menn | Kvinner - Menn |
| Har tilgang til PC                      | 68% - 72%      | 68% - 74%      |
| Har tilgang til Internett               | 52% - 59%      | 57% - 66%      |
| Bruker e-post                           | -              | 42% - 57%      |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 11% - 20%      | 19% - 35%      |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 3% - 8%        | 9% - 18%       |
| N=                                      | 1106 - 923     | 999 - 1008     |

Som det framgår er det klare forskjeller mellom kjønnene, mest markert når det gjelder bruk av ehandelstjenester og bruk av Internettbank, og det kan se ut til at forskjellen øker, selv om kvinnene har den største prosentvise økningen når det gjelder ehandel.

Figur 4



**Tabell 28. Interesse for og egen vurdering av kunnskapsnivå når det gjelder elektroniske tjenester – fordeling etter kjønn.**

|                     | <b>1998</b><br>menn - kvinner | <b>1999</b><br>menn - kvinner | <b>2000</b><br>menn - kvinner |
|---------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Kunnskap            |                               |                               |                               |
| - høyt nivå         | 19% - 9%                      | 17% - 5%                      | 24% - 5%                      |
| - middels høyt nivå | 58% - 47%                     | 56% - 51%                     | 50% - 56%                     |
| - lavt nivå         | 21% - 40%                     | 25% - 40%                     | 25% - 33%                     |
| - ingen kunnskap    | 2% - 4%                       | 2% - 4%                       | 2% - 6%                       |
| Interesse           |                               |                               |                               |
| - meget interessert | 36% - 19%                     | 29% - 15%                     | 35% - 14%                     |
| - noe interessert   | 52% - 55%                     | 55% - 56%                     | 49% - 53%                     |
| - lite interessert  | 12% - 21%                     | 13% - 24%                     | 14% - 26%                     |
| - ikke interessert  | 0% - 5%                       | 3% - 5%                       | 2% - 7%                       |
| N=                  | 874                           | 1121                          | 1253                          |

Det viser seg - ikke overraskende - at mange flere menn enn kvinner har en høyere vurdering av eget kunnskapsnivå, og denne forskjellen er økende. Også når det gjelder interesse er det tydelige forskjeller, menn sier de er mer interessert enn kvinner.

**Tabell 29. Aldersprofil 1999**

|   | 1999<br><b>15 - 29 år</b> | 1999<br><b>30 - 39 år</b> | 1999<br><b>40 - 49 år</b> | 1999<br><b>50 - 59 år</b> | 1999<br><b>60 år +</b> |
|---|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------|
| Har tilgang til PC                      | 90%                       | 85%                       | 86%                       | 70%                       | 25%                    |
| Har tilgang til Internett               | 80%                       | 70%                       | 70%                       | 51%                       | 14%                    |
| Bruker e-post                           | -                         | -                         | -                         | -                         | -                      |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 18%                       | 24%                       | 20%                       | 12%                       | 2%                     |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 9%                        | 7%                        | 6%                        | 5%                        | 0%                     |
| N=                                      | 457                       | 429                       | 339                       | 336                       | 468                    |

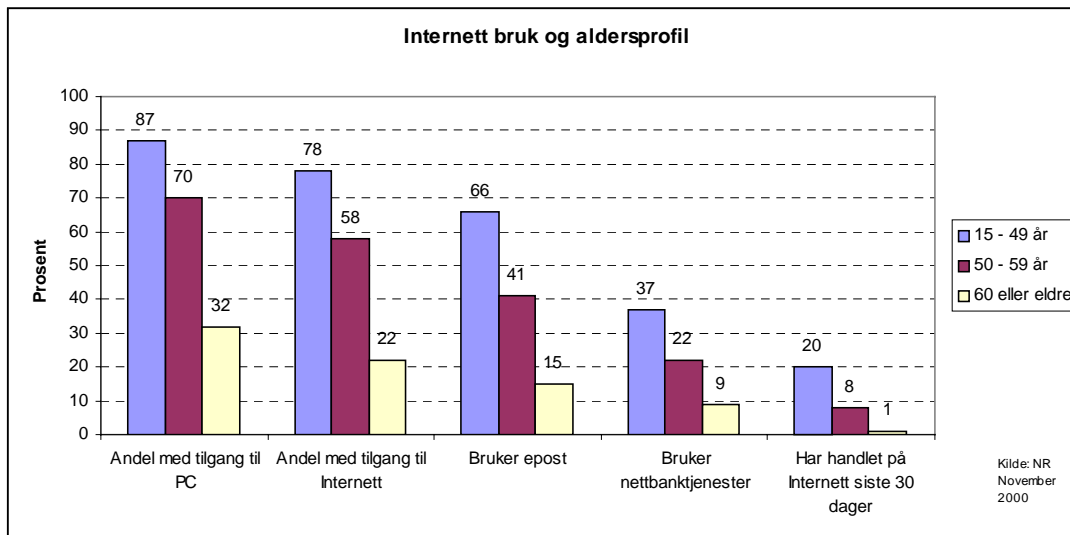
**Tabell 30. Aldersprofil 2000**

|   | 2000<br><b>15 - 29 år</b> | 2000<br><b>30 - 39 år</b> | 2000<br><b>40 - 49 år</b> | 2000<br><b>50 - 59 år</b> | 2000<br><b>60 år +</b> |
|---|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------|
| Har tilgang til PC                      | 89%                       | 89%                       | 84%                       | 70%                       | 32%                    |
| Har tilgang til Internett               | 82%                       | 81%                       | 74%                       | 58%                       | 22%                    |
| Bruker e-post                           | 71%                       | 67%                       | 60%                       | 41%                       | 15%                    |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 31%                       | 44%                       | 37%                       | 22%                       | 9%                     |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 21%                       | 22%                       | 15%                       | 8%                        | 1%                     |
| N=                                      | 433                       | 414                       | 376                       | 356                       | 428                    |

Det er interessante utviklingstrekk i aldersprofil fra 1999 til 2000. Størst prosentvis økning har den eldste gruppen, de over 60 år. Mens det var bare 2% i denne gruppen som utførte bankoppdrag på Internett i 1999, er det 9 % i 2000, og det jevnt over en markert økning når

det gjelder den eldste gruppen, men fortsatt utføres svært lite ehandel i denne gruppen, bare 1% mot over 20 % i gruppene under 40 år.

**Figur 5**



**Tabell 31 - Interesse for og egen vurdering av kunnskapsnivå når det gjelder elektroniske tjenester – alder 1999**

| 1999                | 15 - 24 år | 25 - 39 år | 40 - 59 år | 60 eller mer |
|---------------------|------------|------------|------------|--------------|
| <b>Kunnskap</b>     |            |            |            |              |
| - høyt nivå         | 14%        | 14%        | 11%        | 3%           |
| - middels høyt nivå | 61%        | 57%        | 51%        | 50%          |
| - lavt nivå         | 24%        | 27%        | 24%        | 34%          |
| - ingen kunnskap    |            | 2%         | 4%         | 13%          |
| <b>Interesse</b>    |            |            |            |              |
| - meget interessert | 22%        | 21%        | 18%        | 23%          |
| - noe interessert   | 52%        | 57%        | 51%        | 42%          |
| - lite interessert  | 25%        | 19%        | 27%        | 23%          |
| - ikke interessert  | 1%         | 3%         | 4%         | 11%          |
| N=                  | 213        | 431        | 402        | 64           |

**Tabell 32 - Interesse for og egen vurdering av kunnskapsnivå når det gjelder elektroniske tjenester – alder 2000**

| 2000                | 15 - 24 år | 25 - 39 år | 40 - 59 år | 60 eller mer |
|---------------------|------------|------------|------------|--------------|
| <b>Kunnskap</b>     |            |            |            |              |
| - høyt nivå         | 20%        | 15%        | 13%        | 10%          |
| - middels høyt nivå | 57%        | 55%        | 50%        | 43%          |
| - lavt nivå         | 20%        | 26%        | 34%        | 40%          |
| - ingen kunnskap    | 2%         | 3%         | 4%         | 7%           |
| <b>Interesse</b>    |            |            |            |              |
| - meget interessert | 31%        | 28%        | 22%        | 13%          |
| - noe interessert   | 50%        | 53%        | 49%        | 48%          |
| - lite interessert  | 17%        | 16%        | 23%        | 27%          |
| - ikke interessert  | 3%         | 3%         | 6%         | 13%          |
| N=                  | 228        | 455        | 477        | 94           |

Når det gjelder interesse og vurdering av eget kunnskapsnivå, ser vi at i den eldste gruppen er det en viss økning blant de som gir en høy vurdering av eget kunnskapsnivå, ellers viser resultatene noe økning når det gjelder de yngre aldersgruppene.

**Tabell 33. Utdanning**

| 1999                                    | Folke-<br>skole | Ungdoms-<br>& realskole | Vid. skole<br>& gymnas | Høgskole eller<br>universitetsutdanning |
|---|-----------------|-------------------------|------------------------|---|
| Har tilgang til PC                      | 21%             | 65%                     | 71%                    | 88%                                     |
| Har tilgang til Internett               | 15%             | 50%                     | 54%                    | 72%                                     |
| Bruker e-post                           | -               | -                       | -                      | -                                       |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 1%              | 7%                      | 13%                    | 22%                                     |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 0%              | 5%                      | 4%                     | 8%                                      |
| N=                                      | 240             | 335                     | 737                    | 706                                     |

**Tabell 34 - Utdanning 2000**

| 2000                                    | Folke-<br>skole | Ungdoms-<br>& realskole | Vid. skole<br>& gymnas | 1 – 2 års<br>høgskole | 3 – 4 års<br>høgskole | 5 år eller<br>mer |
|---|-----------------|-------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| Har tilgang til PC                      | 33%             | 58%                     | 74%                    | 82%                   | 87%                   | 91%               |
| Har tilgang til Internett               | 26%             | 50%                     | 64%                    | 72%                   | 77%                   | 83%               |
| Bruker e-post                           | 17%             | 34%                     | 49%                    | 62%                   | 68%                   | 76%               |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 8%              | 12%                     | 29%                    | 36%                   | 43%                   | 41%               |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 2%              | 7%                      | 15%                    | 15%                   | 20%                   | 20%               |
| N=                                      | 168             | 361                     | 771                    | 150                   | 327                   | 208               |

Det er interessant at det er skjedd en markant økning i tilgang til PC og Internett blant dem med minst utdanning, for eksempel når det gjelder Internetttilgang for gruppen med bare folkeskole er økning fra 15 % i 1999 til 26 % i 2000. Dette avspeiler også at det har vært en økning i de eldre aldersgruppene. Ellers ser vi at det er en klar sammenheng mellom utdanning og bruk av Internett-tjenester: det er det høyt utdannede som bruker Internett mest.

Antatt yrkesaktiv utgjør 73% av de som deltok i undersøkelsen. De som er med blant disse er fra 15 til 29 år med en netto månedsinntekt på over 8.000 og alle fra 30 – 59, og dessuten de som er 60 – 67 med en netto månedsinntekt på 10.000 eller mer.

Med "antatt pensjonist" menes i denne sammenhengen de som er 67 år eller eldre pluss de mellom 60 og 67 som tjener mindre enn 10000, og disse er trukket fra i tabell 38 for å få fram tall som kan si noe om utviklingen i den yrkesaktive delen av befolkningen. Tabell 39 gir et bilde av "antatt pensjonist". Det er ca 600.000 pensjonister i Norge og de 336 respondentene i tabell 39 tilsvarer e slikt antall. Vi må understreke at disse kategoriene er statistiske kategorier, - vi har ikke i vårt demografiske datamateriale opplysninger om hvem som pensjonist eller ikke. Men kategoriene dekker sentrale kriterier for yrkesaktivitet og for pensjonister og kan slik gi indikasjoner på utviklingstrekk hos disse to kategoriene.

**Tabell 35. Antatt yrkesaktiv**

|   | 1999 | 2000 |
|---|------|------|
| Har tilgang til PC                      | 79%  | 81%  |
| Har tilgang til Internett               | 61%  | 71%  |
| Bruker e-post                           | -    | 57%  |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 17%  | 34%  |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 6%   | 17%  |
| N=                                      | 1532 | 1471 |

**Tabell 36. Antatt pensjonist**

|   | 1999 | 2000 |
|---|------|------|
| Har tilgang til PC                      | 17%  | 23%  |
| Har tilgang til Internett               | 9%   | 15%  |
| Bruker e-post                           | -    | 9%   |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 2%   | 5%   |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 0%   | 0%   |
| N=                                      | 336  | 336  |

Resultatene bekrefter andre tabeller, for eksempel at det er en klar økning i eldres bruk av Internett, men fortsatt er bruken av beskjeden betydning, og man ser at det er klare skilnader mellom yrkesaktive og pensjonister når det gjelder å ta i bruk Internett-tjenester.



#### 4.5 Inntekt

Hvordan internettbruken fordeler seg i forhold til borgernes inntekt er viktig i et bredere deltakerdemokratisk perspektiv.

**Tabell 37. Husstandsinnpekt**

|  | 1999 - 2000<br><b>Under 300.000</b> | 1999 - 2000<br><b>300.000 – 500.000</b> | 1999 - 2000<br><b>Over 500.000</b> |
|--|-------------------------------------|---|------------------------------------|
| Har tilgang til PC                         | 49% - 49%                           | 79% - 80%                               | 93% - 92%                          |
| Har tilgang til Internett                  | 35% - 38%                           | 60% - 68%                               | 78% - 86%                          |
| Bruker e-post                              | - 28%                               | - 51%                                   | - 76%                              |
| Utfører bankoppdrag på Internett           | 8% - 12%                            | 14% - 29%                               | 25% - 49%                          |
| Har handlet på Internett siste 30 dager    | 3% - 6%                             | 5% - 15%                                | 9% - 24%                           |
| N= 1622 (i år 1999)<br>N= 1631 (i år 2000) | 560 - 502                           | 540 - 531                               | 522 - 598                          |

Internett-tilgang og -bruken er høyest bland dem med høyest inntekt, og forskjellene er markante. Som vi ser har nesten alle med inntekt over 500 000 tilgang til PC, og bruken av tjenester er mye høyere enn blant dem med mindre inntekter.

**Tabell 38. Personlig nettoinntekt per måned**

|   | 2000<br><b>under 8.000</b> | 2000<br><b>8.000 – 15.999</b> | 2000<br><b>16.000- 21.999</b> | 2000<br><b>22.000 +</b> |
|---|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Har tilgang til PC                      | 66%                        | 71%                           | 87%                           | 92%                     |
| Har tilgang til Internett               | 59%                        | 59%                           | 80%                           | 83%                     |
| Bruker e-post                           | 45%                        | 45%                           | 71%                           | 81%                     |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 16%                        | 24%                           | 44%                           | 62%                     |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 9%                         | 14%                           | 18%                           | 25%                     |
| N=                                      | 470                        | 807                           | 321                           | 159                     |

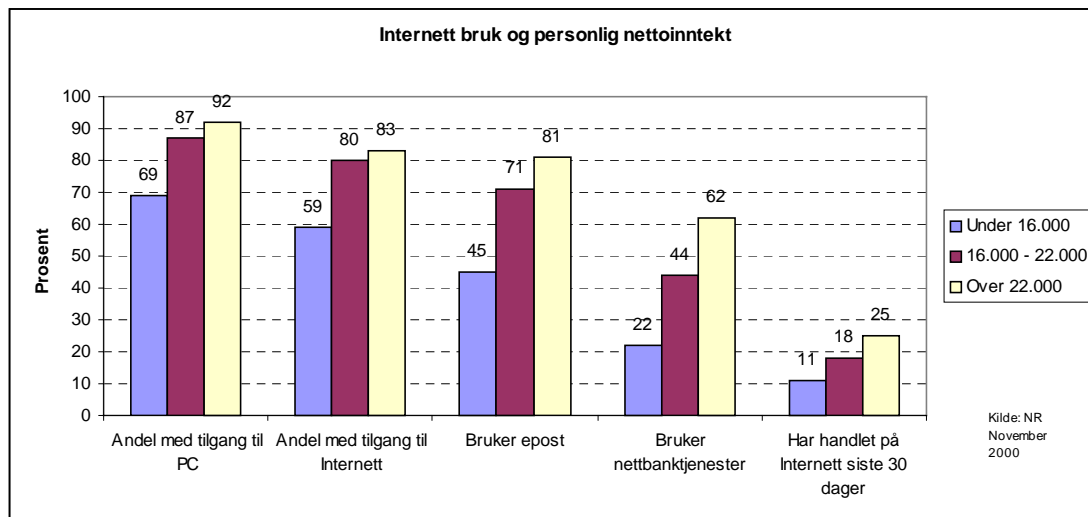
Resultatet er det samme som for husstands inntekt. Desto høyere personlig månedsinntekt desto høyere tilgang til og bruk av Internett-tjenester.

**Tabell 39. Fordeling etter Inntekt**

| <b>2000</b>         | 2000<br><b>under 8.000</b> | 2000<br><b>8.000 – 15.999</b> | 2000<br><b>16.000- 21.999</b> | 2000<br><b>22.000 +</b> |
|---------------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Kunnskap            |                            |                               |                               |                         |
| - høyt nivå         | 12%                        | 9%                            | 24%                           | 29%                     |
| - middels høyt nivå | 55%                        | 53%                           | 50%                           | 56%                     |
| - lavt nivå         | 27%                        | 35%                           | 24%                           | 15%                     |
| - ingen kunnskap    | 6%                         | 4%                            | 1%                            | 0%                      |
| Interesse           |                            |                               |                               |                         |
| - meget interessert | 22%                        | 19%                           | 32%                           | 38%                     |
| - noe interessert   | 49%                        | 53%                           | 52%                           | 50%                     |
| - lite interessert  | 21%                        | 24%                           | 14%                           | 11%                     |
| - ikke interessert  | 8%                         | 5%                            | 2%                            | 2%                      |
| N=                  | 470                        | 807                           | 321                           | 159                     |

Ikke overraskende er det også de som sier seg mest interessert og synes de har høyere kunnskapsnivå, som også har de høyeste inntektene.

**Figur 6**



#### 4.6 Geografi

**Tabell 40. Geografi og tilgang til Internett (Rangert etter 2000-tallene)**

|                                    | Desember 1998 | September 1999 | November 2000 |
|------------------------------------|---------------|----------------|---------------|
| Rogaland                           | 51%           | 63%            | 76%           |
| Oslo                               | 60%           | 60%            | 69%           |
| Vestfold & Telemark                | 42%           | 54%            | 67%           |
| Nord- og Sør-Trøndelag             | 42%           | 55%            | 66%           |
| Akershus                           | 48%           | 60%            | 64%           |
| Hordaland                          | 46%           | 55%            | 64%           |
| Hedmark & Oppland                  | 34%           | 50%            | 60%           |
| Østfold                            | 36%           | 46%            | 60%           |
| Møre og Romsdal & Sogn og Fjordane | 38%           | 53%            | 60%           |
| Buskerud                           | 39%           | 46%            | 57%           |
| Aust & Vest- Agder                 | 46%           | 52%            | 56%           |
| Nord-Norge                         | 45%           | 53%            | 49%           |
| N=                                 | 2004          | 2029           | 2007          |

Det må her gjentas at våre resultater må tolkes med forsiktighet, spesielt gjelder dette forskjeller mellom enkeltfylker. Det ser imidlertid ut til å være forskjeller mellom landsdelene, høyest ligger Rogaland, Oslo og Vestfold/Telemark, lavest ligger Nord-Norge, og resultatene kan tyde på at forskjellene er blitt større snarere enn mindre i løpet av disse tre årene. Nord-Norge som helhet vokser saktere når det gjelder Internettbruk enn andre landsdeler.

Ser vi på den konkrete bruken av ulike tjenester på fylkesnivå, viser det seg at mønsteret når det gjelder tilgang til Internett også avspeiles i tjenestebruken.

**Tabell 41 Internettbruk på fylkesnivå (1)**

|                                  | Rogaland | Oslo | Vestfold & Telemark |
|----------------------------------|----------|------|---------------------|
| Har tilgang til PC               | 85%      | 80%  | 75%                 |
| Har tilgang til Internett        | 76%      | 69%  | 67%                 |
| Bruker e-post                    | 58%      | 57%  | 50%                 |
| Utfører bankoppdrag på Internett | 32%      | 31%  | 31%                 |
| N=                               | 158      | 236  | 170                 |

**Tabell 42 Internettbruk på fylkesnivå (2)**

|                                  | Nord- og Sør-Trøndelag | Akershus | Hordaland |
|----------------------------------|------------------------|----------|-----------|
| Har tilgang til PC               | 73%                    | 74%      | 74%       |
| Har tilgang til Internett        | 66%                    | 64%      | 64%       |
| Bruker e-post                    | 56%                    | 53%      | 55%       |
| Utfører bankoppdrag på Internett | 29%                    | 28%      | 30%       |
| N=                               | 176                    | 200      | 193       |

**Tabell 43 Internettbruk på fylkesnivå (3)**

|                                  | <b>Hedmark &amp; Oppland</b> | <b>Østfold</b> | <b>Møre og Romsdal &amp; Sogn og Fjordane</b> |
|----------------------------------|------------------------------|----------------|---|
| Har tilgang til PC               | 69%                          | 74%            | 70%   |
| Har tilgang til Internett        | 60%                          | 60%            | 60%   |
| Bruker e-post                    | 46%                          | 50%            | 52%   |
| Utfører bankoppdrag på Internett | 25%                          | 29%            | 30%   |
| N=                               | 170                          | 112            | 161   |

**Tabell 44 Internettbruk på fylkesnivå (4)**

|                                  | <b>Buskerud</b> | <b>Aust og Vest-Agder</b> | <b>Nord-Norge</b> |
|----------------------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|
| Har tilgang til PC               | 66%             | 68%                       | 59%               |
| Har tilgang til Internett        | 56%             | 56%                       | 49%               |
| Bruker e-post                    | 42%             | 47%                       | 40%               |
| Utfører bankoppdrag på Internett | 25%             | 25%                       | 23%               |
| N=                               | 106             | 114                       | 211               |

De 10 største byene i Norge er Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger, Bærum, Kristiansand, Fredrikstad, Tromsø, Drammen og Sandnes. Det bor ca 1.4 millioner mennesker i disse byene, dvs ca 31% av Norges befolkning. den neste tabellen viser en sammenlikning av disse 10 de mest urbane områdene om landet for øvrig. I undersøkelsen er det 32% fra disse 10 kommunene noe som betyr at undersøkelsen er representativ på dette punktet.

**Tabell 45. De mest urbane sammenliknet med landet for øvrig**

|   | <b>September 1999</b><br>Mest urbane - øvrige | <b>November 2000</b><br>Mest urbane - øvrige |
|---|---|--|
| Har tilgang til PC                      | 75% - 68%                                     | 77% - 70%                                    |
| Har tilgang til Internett               | 62% - 53%                                     | 68% - 61%                                    |
| Bruker e-post                           |   | 56% - 48%                                    |
| Utfører bankoppdrag på Internett        | 15% - 13%                                     | 33% - 25%                                    |
| Har handlet på Internett siste 30 dager | 7% - 5%                                       | 16% - 13%                                    |
| N=                                      | 2029  | 2007   |

#### 4.7 Internett og reiseinformasjon

Å søke etter reiseinformasjon på Internett er meget vanlig (tabell 2). Ser man på de som har de som har bestilt enten feriereise eller flybillett på nettet som en gruppe så summerer disse seg til ca 640.000 nordmenn.

**Tabell 46. Hvor viktig var Internett ved innhenting av informasjon til feriereisen 1999 og 2000**

|                | <b>1999</b><br>Prosent - antall | <b>2000</b><br>Prosent - antall |
|----------------|---------------------------------|---------------------------------|
| - ikke viktig  | 62% - 1.180.000                 | 34% - 470.000                   |
| - litt viktig  | 15% - 350.000                   | 30% - 410.000                   |
| - nokså viktig | 13% - 230.000                   | 19% - 270.000                   |
| - meget viktig | 10% - 190.000                   | 16% - 220.000                   |
| N=             | 1104                            | 769                             |

I 1999 gikk spørsmålet til alle med tilgang til Internett. I 2000 gikk spørsmålet til 60% med tilgang til Internett (dvs bare til de som hadde søkt etter reiseinformasjon på Internett). Siden spørsmålet ble gitt til alle med tilgang til Internett i 1999, men til et mindre utvalg i 2000, kan ikke gruppen "ikke viktig" sammenliknes. Det kan man derimot gjøre for de tre andre gruppene, og her viser undersøkelsene at det er en økning på 17% i antallet som svarte litt, nokså eller meget viktig. De summerte tallene er 770.000 for 1999 og 900.000 for 2000 når man ser disse tre gruppene under ett. Det er med andre ord et betydelig antall personer som mener de har hatt nytte av reiseinformasjon på nettet.

**Tabell 47. Reiseinformasjon - hvilke nettsteder ble brukt, norske eller utenlandske?**

|                              | <b>2000</b><br>Prosent - antall |
|------------------------------|---------------------------------|
| - hovedsakelig norske        | 63% - 800.000                   |
| - hovedsakelig utenlandske   | 19% - 240.000                   |
| - både norske og utenlandske | 19% - 240.000                   |
| N=                           | 720                             |

Dette spørsmålet ble besvart av 97% av de som hadde søkt etter reiseinformasjon på Internett. Undersøkelsen viser at norske nettsteder er klart mest brukt. Når det gjelder det å reise på pakkereise utlands, f. eks sydenferie, så har nordmenn tradisjonelt benyttet reise-arrangører som opererer i Norge. De fleste av disse har "norske nettsteder" og siden man skal reise fra Norge vil mange besøke disse nettstedene.

**Tabell 48. Reiseinformasjon - hvilke nettsteder ble brukt, norske eller utenlandske?**  
(Blant dem som mente at Internett var viktig for feriereisen)

|                              | <b>1999</b><br>Prosent - antall | <b>2000</b><br>Prosent - antall |
|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| - hovedsakelig norske        | 46% - 320'                      | 59% - 530'                      |
| - hovedsakelig utenlandske   | 29% - 210'                      | 19% - 170'                      |
| - både norske og utenlandske | 25% - 170'                      | 21% - 190'                      |
| N=                           | 347                             | 504                             |

Utvalget er de som mente Internett var litt, nokså eller meget viktig for feriereisen. Siden dette spørsmålet var med begge årene, så kan man her gjøre en sammenlikning mellom 1999

og 2000. De norske nettstedene synes å være en klar vinner når man sammenlikner disse to årene.

**Tabell 49 - Reiselivstjenester på Internett, hva er viktigst å forbedre?**

|   | <b>1999</b><br>Prosent - antall | <b>2000</b><br>Prosent - antall |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| - mer detaljert informasjon, dvs åpningstider, priser, telefon nr...                                      | 32% - 420'                      | 27% - 360'                      |
| - bedre oppdatering av informasjonen på websidene   | 21% - 280'                      | 23% - 290'                      |
| - økt bruk av kart man kan klikke på (zooming)  | 16% - 210'                      | 14% - 170'                      |
| - bedre bestillingsmuligheter, dvs bestilling på Internett og ordrebekreftelse sendes tilbake med en gang | 16% - 210'                      | 8% - 100'                       |
| - <i>enkler å gjennomføre bestillingen (nytt for 2000)</i>  |                                 | 12% - 150'                      |
| - annet   | 15% - 200'                      | 15% - 190'                      |
| N=  | 748                             | 710                             |

I september 1999 ble spørsmålet besvart av 67% av Internettpopulasjonen, dvs til alle med tilgang til Internett,. I 2000 fikk bare de som hadde brukt Internett til å søke etter reiseinformasjon dette spørsmålet, dvs 60% av de med tilgang til Internett. Dette innledningsspørsmålet om å søke etter reiseinformasjon ble ikke stilt i 1999. Det er mulig at det var 68% som hadde brukt Internett til å søke etter reiseinformasjon i 1999 og at de derfor besvarte spørsmålet om forbedringer, men det kan også være at noen besvarte spørsmålet uten å ha brukt Internett til dette formålet. Det er også en annen grunn til at de to årene ikke er direkte sammenlignbare. I 2000 ble det lagt til et nytt svaralternativ. Dette vil "konkurrere" med de andre og spesielt alternativet bedre bestillingsmuligheter. Dette alternativet fikk da også den største nedgangen.

Selv om den direkte sammenlikning kan gjøres, så bør det nevnes at rekkefølgen på alternativene er den samme disse to årene. Det viktigste å forbedre er innholdet, deretter oppdateringen. Ut i fra resultater i andre undersøkelser, er det grunn til å anta at en del av de som valgte svaralternativet "annet" ville ha valgt "hurtigere nedlastningstid" hvis dette hadde vært et av svaralternativene. I en undersøkelse blant nordmenn i mai 2000 svarte 64% av de med tilgang til Internett at hurtig nettlasting av nettsidene er meget viktig.

#### 4.8 Elektronisk handel

Internett har i løpet av få år blitt en selvsagt del av mange personers hverdag. Dette gjelder bruk av epost og innhenting av informasjon på web. Når det gjelder det å gjennomføre bestillinger eller handel på Internett, så har utviklingen ikke kommet like langt. Tabell 4 og tabellene nedenfor forteller imidlertid at det har vært betydelig vekst også innen dette området.

Ifølge tabell 4, så er det 30% i befolkningen totalt sett som har handlet på Internett, og regner man blant dem som bruker web så blir prosentandelen 55%. Disse fordeler seg i undersøkelsen november 2000 i to jevnstore grupper; de som handler månedlig eller oftere, og de som sier de handler sjeldnere enn dette. Dette bør understrekes at selv om respondentene er ringt opp privat, så inneholder tallene mer enn det man kan betegne som privat forbruk.

**Tabell 50. Forskjeller mellom de som har handlet siste 30 dager og de som har handlet sjeldnere**

| 2000   | Handler på Internett månedlig eller oftere | Handler på Internett sjeldnere enn månedlig | Den norske web-populasjonen (web-brukere) | Den norske befolkning |
|--|--|---|---|-----------------------|
| - andel menn   | 70%  | 50%   | 60%                                       | 50%                   |
| - andel med høgskoleutdanning                          | 55%  | 42%   | 46%                                       | 35%                   |
| - andel som har brukt kredittkort på nettet            | 39%  | 23%   | 29%                                       | -                     |
| - andel under 40 år                                    | 68%  | 55%   | 57%                                       | 42%                   |
| - andel med månedlig netto inntekt på 16.000 eller mer | 50%  | 33%   | 36%                                       | 27%                   |
| N =  | 297  | 305   | 1094                                      | 2007                  |

Det er flere sammenlikninger man kan gjøre ut i fra denne tabellen. For det første så viser den at det er forskjeller mellom den norske befolkning generelt og det man kan kalle web-populasjonen. Den siste gruppen har følgende kjennetegn; andelen menn er noe høyere, det samme er utdannings- og inntektsnivået, og et flertall er under 40 år. Ser man på dem som handler hyppig så forsterkes dette bildet. På den annen side ligner de som handler sjeldent på Internett mer på web-populasjonen generelt sett.

**Tabell 51. Sist gang du handlet eller bestilte noen på Internett, var det fra norsk eller utenlandsk nettsted?**

|                        | 1999 | 2000 |
|------------------------|------|------|
| - Norsk                | 65%  | 70%  |
| - Utenlandske          | 25%  | 18%  |
| - vet ikke/husker ikke | 10%  | 12%  |
| N=                     | 313  | 625  |

**Tabell 52. Estimert månedsomsetnings i millioner kroner fra norske og utenlandske nettsteder**

|                              | November 2000 |
|------------------------------|---------------|
| - fra norske nettsteder      | 1630          |
| - fra utenlandske nettsteder | 440           |
| N=                           | 275           |

Det er et klart flertall som synes å foretrekke norske nettsteder. Man får det samme resultat når man tar hensyn til beløpsstørrelsene som respondentene har oppgitt. Tabell 53 viser dessuten at det via Internett ble handlet for ca 2 milliarder kroner på en måned (medio oktober til medio november 2000). Det bør her legges til at selv om de som deltok i undersøkelsen ble oppringt hjemme og intervjuet som privatpersoner så kan man ikke utelukke at noen har tatt med innkjøp i forbindelse med jobb, man kan for eksempel selv ha bestilt en flybillett på Internett for en reise utført i arbeidssammenheng. På tross av slike mulige feilkilder så er det likevel grunn til å anta at det er privat forbruk som man i hovedsak fanger opp gjennom denne type undersøkelse.

**Tabell 53. Har betalt med kredittkort for noen av varene eller tjenestene som er kjøpt eller bestilt over Internett**

|                    | <b>1999</b><br>Prosent - antall | <b>2000</b><br>Prosent - antall |
|--------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Nei                | 76% - 490'                      | 71% - 780'                      |
| Ja                 | 24% - 150'                      | 29% - 320'                      |
| - Ja, en gang      | 9% - 60'                        | 10% - 110'                      |
| - Ja, 2 - 3 ganger | 8% - 50'                        | 9% - 90'                        |
| - Ja, flere ganger | 7% - 40'                        | 11% - 120'                      |
| N=                 | 318                             | 617                             |

Kredittkort brukt i forbindelse med Internett har fått en del oppmerksomhet i mediene. Misbruk av kredittkort og betalingsinformasjon kan forekomme, men dette er ikke et fenomen som er særegent for Internett. (Det kan her legges til at det ikke er grunn til å forholde seg annerledes til Internett enn til andre salgskanaler, man bør (som ellers) forsikre seg om at det er et seriøst og kjente firma som man handler eller bestiller fra). Antallet som velger å benytte kredittkort som betalingsmåte har doblet seg på et år, fra ca 150.000 personer til ca 320.000 personer. Selv om ikke kredittkort synes å være den mest foretrukne betalingsmåte, så er den relativt vanlig, spesielt blant dem som tilhører gruppen "handler månedlig på Internett" hvor andelen er 39 prosent.

De neste tabellene dreier seg om dem som i undersøkelsen svarte at de hadde handlet på nettet siste 30 dager. Et flertall av disse (ca 66%) tilhører gruppen som handler månedlig på Internett.

**Tabell 54. Hvor mye har du handlet for på nettet siste 30 dager**

|                       | <b>September &amp; oktober 1999</b> | <b>November 2000</b> |
|-----------------------|-------------------------------------|----------------------|
| - median              | 550,-                               | 1000,-               |
| - gjennomsnittsbetrag | 3000,-                              | 4250,-               |
| N=                    | 235                                 | 277                  |

**Tabell 55. Estimert månedsomsetning november 2000**

|   | <b>Varer &amp; tjenester</b><br>(inkl. billetter, feriereiser og flybilletter) | <b>Aksjer &amp; verdipapirer</b> |
|---|--|----------------------------------|
| - estimert antall personer                    | 450.000  | 70.000                           |
| - gjennomsnittsbetrag                         | 3500,-   | 7200,-                           |
| - estimert månedsomsetning i millioner kroner | 1575   | 500                              |
| N=  | 275  | 275                              |



Det er flere interessante forhold som disse undersøkelsene synes å avdekke. Man bruker i en del tilfeller den midterste (medianen) som et uttrykk for hva som er typisk. Gjennomsnittsbeløpet inkluderer beløp opp til 100.000 kroner, som enkelte respondenter har oppgitt at de har handlet for, mens andre oppgir beløp på under 100 kroner. Hvis man tar utgangspunkt i medianen som det typiske, så ser man at beløpsstørrelsen nesten har fordoblet seg på ett år. Når det gjelder gjennomsnittsbeløpene, så ser man at aksjer og verdipapirer har et klart høyere beløp enn varer og tjenester for øvrig. Dette var forventet og den estimerte månedsomsetning er på ca 500 millioner.

**Tabell 56. Beløpsstørrelser - fordeling etter hvor mye man har handlet for siste 30 dager**

|                  | <b>Alle</b> | <b>Menn - kvinner</b> |
|------------------|-------------|-----------------------|
| 1 – 499,-        | 23%         | 54% - 46%             |
| 500 – 999,-      | 22%         | 77% - 33%             |
| 1000 – 1999,-    | 21%         | 68% - 32%             |
| 2000 – 4999,-    | 16%         | 63% - 37%             |
| 5000 – 100.000,- | 18%         | 72% - 28%             |
| Alle:            |             | 66% - 34%             |
| N=               | 277         | 277                   |

Denne tabellen viser at det er relativt vanlig å handle for beløp på over 1000 kroner, og at det her er en forskjell mellom menn og kvinner. Den siste gruppen synes å foretrekke å handle mindre beløp, mens beløpsstørrelser på over 5.000 domineres av menn.

**Tabell 57. Aldersprofil og beløpsstørrelse for de som har handlet på Internett siste 30 dager**

|                  | <b>2000<br/>15 - 24 år</b> | <b>2000<br/>25 - 39 år</b> | <b>2000<br/>40 - 59 år</b> | <b>2000<br/>60 eller mer</b> |
|------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| 1 – 999,-        | 54%                        | 44%                        | 41%                        |                              |
| 1000 – 2999,-    | 36%                        | 40%                        | 25%                        |                              |
| 4000 – 100.000,- | 10%                        | 16%                        | 33%                        |                              |
| N= (277)         | 50                         | 134                        | 87                         | 6                            |

Det første man her kan legge merke til er at de som er 60 år eller eldre handler lite på Internett og at aldersgruppen 25 – 39 år utgjør nesten halvparten av de som har handlet siste 30 dager. Dernest kommer de mellom 40 og 60 år, og relativt mange av disse handler for større beløp.

**Tabell 58. Husstandsinnpekt og beløpsstørrelse for de som har handlet på Internett siste 30 dager**

| <b>Husstandsinnpekt</b> | <b>2000<br/>Under 300.000</b> | <b>2000<br/>300.000 – 500.000</b> | <b>2000<br/>Over 500.000</b> |
|-------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| 1 – 999,-               | 52%                           | 48%                               | 38%                          |
| 1000 – 2999,-           | 45%                           | 32%                               | 35%                          |
| 4000 – 100.000,-        | (3%)                          | 33%                               | 27%                          |
| N=(247)                 | 29                            | 77                                | 141                          |

**Tabell 59. Inntektsprofil og beløpsstørrelse for de som har handlet på Internett siste 30 dager**

| Personlig nettoinntekt | 2000<br>under 8.000 | 2000<br>8' – 15.999 | 2000<br>16' – 21.999 | 2000<br>22.000 + |
|------------------------|---------------------|---------------------|----------------------|------------------|
| 1 – 999,-              | 51%                 | 50%                 | 40%                  | 33%              |
| 1000 – 2999,-          | 29%                 | 31%                 | 33%                  | 24%              |
| 4000 – 100.000,-       | 20%                 | 19%                 | 26%                  | 43%              |
| N= (256)               | 41                  | 94                  | 72                   | 49               |

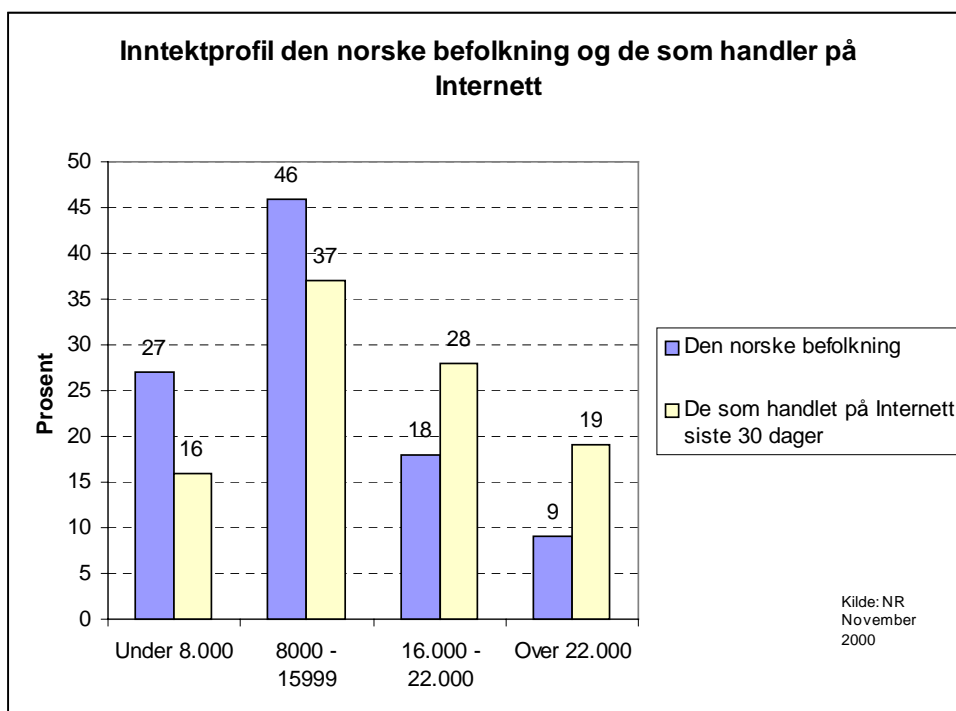
**Tabell 60. Inntektsprofil den norske befolkning.**

| Personlig nettoinntekt                         | 2000<br>under 8.000 | 2000<br>8' – 15.999 | 2000<br>16' – 21.999 | 2000<br>22.000 + |
|--|---------------------|---------------------|----------------------|------------------|
| Alle i undersøkelse (den norske befolkning)    | 27%                 | 46%                 | 18%                  | 9%               |
| De som har handlet på Internett siste 30 dager | 16%                 | 37%                 | 28%                  | 19%              |
| N= (1757)                                      | 470                 | 807                 | 321                  | 159              |
| N=(256)  | 41                  | 94                  | 72                   | 49               |

De som handler mest hyppig på Internett er de med husstandsinntekt over 500.000 – over halvparten som besvarte dette spørsmålet tilhører denne gruppen. Hvis man slår sammen de to øverste gruppen, de over 16.000 og de over 22.000 så blir resultatet det samme – i denne gruppen finner man de som handler hyppigst på Internett. Tabell 60 viser at i befolkningen generelt er derimot gruppen 8 – 16.000 den største.

Det andre disse tabellene viser er at det også er de med høyeste inntekt som handler for de største beløpene på Internett.

**Figur 7**



**E-handel til privat forbruk**

Selv om de som deltok i undersøkelsen er ringt opp som privatpersoner i sitt hjem, så er det grunn til å anta at en del av den e-handel som tabellene ovenfor presenterer, ikke er privat forbruk. For eksempel så er det en del som selv bestiller flyreiser på Internett selv om det er en reise som arbeidsgiver betaler for. Hvis man ikke presiserer at det kun er det private forbruket som man vil ha svar på, så får man sannsynligvis med i undersøkelsen innkjøp som arbeidsgiver betaler for. Det er derfor grunn til å anta at estimatene i tabellene 53 og 56 inneholder en betydelig andel ikke-privat innkjøp. Dette skillet mellom private og ikke-private innkjøp ble dessverre ikke gjort i denne undersøkelsen.

Ønsker man en indikasjon på hvor stort det private forbruk er, så kan man skille ut de som har benyttet hjemme-PC til e-handel (se for eksempel tabell 24) fra dem som har benyttet jobb-PC eller både jobb- og hjemme-PC til dette formål. Det er trolig slik at noen benytter jobb-PC til å gjøre private innkjøp og visa versa. Men hvis man antar at "fra hjemme-PC" i all hovedsak dreier seg om privat forbruk så kan man benytte disse tallene til å estimere den månedlige e-handel til privat forbruk.

**Tabell 61. Fra din hjemme-PC, hvor mye har du handlet for siste 30 dager (1999)**

| Varer og tjenester                            | September & oktober<br>1999 |
|---|-----------------------------|
| - estimert antall personer                    | 180.000                     |
| - gjennomsnittsbetøp                          | 2400,-                      |
| - estimert månedsomsetning i millioner kroner | 432                         |
| N=  | 189                         |

**Tabell 62. Fra din hjemme-PC, hvor mye har du handlet for siste 30 dager (2000)**

| Varer og tjenester<br>inkl. billetter, feriereiser og flybilletter | November 2000<br><br><b>Har handlet<br/>hjemmefra, eller<br/>hjemmefra og fra<br/>arbeid/skole</b> | November 2000<br><br><b>Bare hjemmefra og<br/>ikke arbeid /skole for<br/>noen av gruppene</b> |
|--|--|---|
| - estimert antall personer   | 430.000  | 275.000   |
| - gjennomsnittsbetøp   | 3500,-   | 2.500.  |
| - estimert månedsomsetning i millioner kroner                      | 1505   | 688   |
| N=   | 239  | 153   |

I undersøkelsen november 2000 kunne man benytte svarkategoriene (har bestilt) varer og tjenester over Internett, billetter, feriereiser, flybilletter og aksjer & verdipapirer. Det er ikke presisert overfor respondentene at de fire siste alternative egentlig er underkategorier av "varer og tjenester." Dette er hovedforklaringen til at mange ikke har svart "varer og tjenester" selv om man benyttet en av de fire andre alternativene. Disse forholdene gjør det vanskeligere å beregne omsetningstall og å fordele disse på disse fem gruppene. I tabell 63 er aksjer og verdipapirer ikke tatt med. Dernest er det foretatt to ulike beregninger. I den første kolonnen inkluderer estimatet bestillinger både hjemmefra og fra skole & arbeid, mens i den andre kolonnen er det bare hjemmefra i restriktiv betydning. Dette siste betyr at man må ha svart hjemmefra, men ikke både hjemmefra og arbeid & skole på noen av de fire alternativene. Man kan derfor anta at dette månedsestimatet er et lavt estimat. Det andre estimatet er derimot høyt siden det inkluderer mer enn bestillinger fra hjemme-PC. Et estimat på privatpersoners bestillinger via Internett for november 2000 ligger trolig i et sted mellom disse to beløpene. Hvis vi tar gjennomsnittet at disse to tallene, så får man en

månedsomsetning på ca 1100 millioner for november 2000. Dette er neppe en representativ måned for år 2000.

Det har sannsynligvis vært en vekst i løpet av året. Hvis man antar at månedsomsetning i starten av året lå ned mot månedsomsetningen beregnet i tabell 62, (f eks. 400 millioner for januar 2000) og man antar at denne har steget jevnt frem til november 2000 så blir årsestimatet for 2000 følgende;  $(432 + 1097)/2 \times 12$  måneder = 9,17 milliarder kroner.

Ifølge denne beregningen handlet norske forbrukeres e-handel ca 9 milliarder i år 2000. Det må understrekes at dette er estimat som det er knyttet betydelig usikkerhet til. Ifølge SSB i Norge var privat konsum på 550 milliarder i 1999. ([http://www.ssb.no/emner/09/01/nr/tab\\_1995-1999\\_01.html](http://www.ssb.no/emner/09/01/nr/tab_1995-1999_01.html)) Hvis man bruker dette tallet som sammenlikningsgrunnlag så er estimatet for konsumentenes e-handel ca 1.6% av totalen.

### Resultat fra en undersøkelse gjennomført i Sverige

I Sverige publiserte Statistiska centralbyrån (www.scb.se) i januar en studie basert på en representativ telefonundersøkelse med 9000 respondenter fra den svenske befolkning. SCB har selv gjennomført intervjuene i tilknytning til en arbeidsmarkedsundersøkelse. I rapporten som har tittelen ”IT i hem och företag” finner man følgende tabell (s.35).

|               | Konsum via Internett i millioner kr |   | Andel som bestiller via Internet i prosent |            |              |              |              |                    | Befolkningen i Sverige i tusental |
|---------------|-------------------------------------|---|--|------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|-----------------------------------|
|               |                                     | Total andel som bestiller vida webbsidor eller e-post | 1-499 kr                                   | 500-999 kr | 1000-1999 kr | 2000-4999 kr | 5000-9999 kr | 10000 kr eller mer |                                   |
| 16-19 år      | 214                                 | 24,7  | 5,1  | 4,2        | 6            | 6,3          | 2,2          | 0,9                | 389                               |
| 20-24 år      | 503                                 | 30,3  | 2  | 6,6        | 7            | 9,5          | 3,2          | 2                  | 504                               |
| 25-34 år      | 1468                                | 30,0  | 2,1  | 4,1        | 7,4          | 9            | 3,8          | 3,6                | 1208                              |
| 35-44 år      | 1559                                | 22,3  | 1  | 2,9        | 4,9          | 6,8          | 3            | 3,5                | 1164                              |
| 45-54 år      | 766                                 | 14,1  | 0,2  | 2          | 3            | 3,6          | 1,8          | 2,7                | 1143                              |
| 55-64 år      | 307                                 | 7,0   | 1,6  | 0,8        | 1,5          | 2,3          | 0,8          | 1,4                | 868                               |
| <b>Totalt</b> | <b>4817</b>                         | <b>20,8</b>   | <b>1,6</b>                                 | <b>3,1</b> | <b>4,8</b>   | <b>6,1</b>   | <b>2,5</b>   | <b>2,7</b>         | <b>5276</b>                       |

I rapporten til SCB sies blant annet følgende under punkt 2.1.4 (s. 34-35); ”I undersøkningen som ligger till grund för denne rapportens uppgifter om användning av datorer och Internet ställdes er fråga om hur mycket de svarande totalt privat kommer att beställa för via webbsidor eller e-post under år 2000. Denne fråga innebär att de svarande fram til och med september, när undersökningen genomfördes, ska komma ihåg hur mycket de har beställt för under året samt också gör en prognos hur mycket de kommer til att beställa för under resten utav året. En sådan ansats kan ge upphav til olika fel..... Resultaten från frågan ska mot bakgrund av ovanstående ses som en mycket grov uppskattning av privatpersoners handel via Internet år 2000”

Man ber respondentene i denne svenske undersøkelsen gi et estimat på hvor mye man handler for på Internett (web pluss epost) i løpet av et år mens man i den norske undersøkelsen spurte om hva man hadde handlet for siste 30 dager. Det er grunn til å anta at det er knyttet betydelig større usikkerhet til dette årsestimatet enn til månedsestimatet. Det er blant annet enklere å huske hva man har gjort siste måned sammenliknet med siste 9 måneder. I den norske undersøkelsen definerer halvparten seg som månedlige handlere på nettet av de som totalt sett har handlet på Internett. Av de som har oppgitt at de har handlet siste 30 dager svarte 2 av 3 at de var ”månedlige ehandlerne.”

I den svenske undersøkelsen var det 29% som har handlet via Internett mens det var 21% som oppgav beløp for e-handel i år 2000. Det kan tolkes slik at det er i overkant av 21% som er årlige e-handlere – når man spør om beløp så vil noen ha vanskeligheter med å oppgi dette og som følge av dette eller andre grunner ikke svare på spørsmålet i det hele tatt. Dette kan være en av grunnene til at det i den norske undersøkelsen ikke var flere enn 275 respondenter (se tabell B) i gruppen ”har handlet på Internett siste 30 dager”. Dette antallet burde vært høyere enn det antallet som betegner seg som ”månedlig e-handlere”, dvs flere enn 292 (se tabell C).

**Tabell B**

|              | Sverige  | Sverige   | Norge  | Norge                                   | Norge   |
|--------------|--|---|--|---|---|
|              | Total andel som bestiller via webbsider eller e-post (år 2000) | Total andel som har handlet på Internett (minimum 1 gang) | Andel som har bestilt via Internett siste 30 dager | Andel som handler månedlig på Internett | Total andel som har bestilt via Internett (minium 1 gang) |
| 15-24år      | 28%  |   | 19%  | 25%                                     | 45%   |
| 25-34 år     | 30%  |   | 24%  | 25%                                     | 43%   |
| 35-44 år     | 22%  |   | 18%  | 19%                                     | 41%   |
| 45-64 år     | 15%  |   | 9%   | 9%                                      | 27%   |
| Totalt<br>N= | 21%  | 29%   | 16%<br>(275)                                       | 17%<br>(292)                            | 35%<br>(588)  |

Denne tabellen viser hvor mange som handler på nettet innen hver aldersgruppe. Man kan ikke sammenlikne aldersgruppene i Norge og Sverige direkte fordi man i undersøkelsen har henvendt seg til ulike grupper de som har handlet siste 30 dager mot de som handler årlig. Det er likevel et felles trekk i de to landene nemlig at de som handler hyppigst på nettet tilhører de yngste aldersgruppene.

**Tabell C**

|  | Sum  | 1-499 kr | 500-999 kr | 1000-1999 kr | 2000-4999 kr | 5000-9999 kr | 10000 kr eller mer | Befolkning |
|--|------|----------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|------------|
| Sverige – estimat for år 2000, dvs antall som vil handle i år 2000           | 20,8 | 1,6      | 3,1        | 4,8          | 6,1          | 2,5          | 2,7                | 5 276 000  |
| Norge – estimat blant de som har handlet siste 30 dager (dvs i okt/nov 2000) | 16,3 | 3,8      | 3,6        | 3,5          | 2,6          | 1,2          | 1,7                | 2 900 000  |

Det er grunn til å anta at summen for Norge vil ligge over 16% siden dette er et tall som primært reflekterer de som handler månedlig. Dette betyr også at man ikke kan gjøre en direkte sammenlikning med hensyn til fordelingen mellom beløpsgruppene. Hvis en person som handler hver måned fikk spørsmålet om å estimere sitt årlig forbruk på Internett så vil beløpet for året være ca 12 ganger så stort som det månedlige beløp for denne personen. Derfor bør det være flere i Norge i de lavere beløpsgruppene sammenliknet med Sverige.

I den svenske rapporten finner man følgende kommentar (s. 35); *"De totala privata konsumtionen via Internet för människor i åldern 16 – 64 år, cirka 4,8 miljarder kr, kan uppfattas som en mycket stor summa. Den måste dock sättas i relation till den hushållens totala konsumtionsutgifter som under 1999, som er den senaste tilgjengliga uppgiften, i löpande priser var ungefär 968 miljarder kr."* (Dette tallet innbefatter også de under 16 år og over 64 år). Dette tallet på 4,8 milliarder er betydelig lavere enn estimatet på ca 9 milliarder presentert ovenfor. I andre undersøkelser om e-handel gjennomført av kommersielle markedsanalyse institutter i de nordiske landene har Sverige ligget på nivå med eller foran Norge.

### Oppsummering – sammenlikning Norge og Sverige

Disse undersøkelsen gir informasjon vedrørende hvor mange som handler på Internett i de to landene og hvilken aldersprofil de har. Når det gjelder beløpsstørrelser og omsetningsestimater så har ikke undersøkelsene vært designet for dette formål. Det knytter seg derfor betydelig usikkerhet til disse beregningene. Selv om det med utgangspunkt i dette datamaterialet ikke er mulig å gjøre en direkte sammenlikning av privatpersoners e-handel i Norge og Sverige så er gir undersøkelsene likevel nyttig informasjon som man bør utnytte i det videre arbeidet med dette temaet.

**Spørreskjemaet**

1) Har du tilgang til PC hjemme, på jobb eller annet sted?

Ja, hjemme

Ja, på jobb,

Ja, både hjemme og på jobb

Ja, annet sted

Nei

2) Er di PC eller noen av de PC-er du har knyttet til Internett, og i tilfelle hvilke?

Ja, hjemme

Ja, på jobb,

Ja, på skole / lærested

Ja, annet sted

Nei

Vet ikke

3) Benytter du noen av de følgende tjenester på Internett..... Er dette hjemmefra, på arbeid/skole, eller begge deler?

- Lese og skrive epost

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Hente og lese aviser, tidsskrifter eller nyhetsbrev o. l. på elektronisk form?

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Ta kontakt med offentlige myndigheter?

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Utføre bankoppdrag?

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Benytte databaser og andre informasjonskilder?

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Spill eller annen underholdning?

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Undervisning

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Søke etter reiseinformasjon (feriereiser, reisemål, reiseopplysninger etc.)

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Bestille varer og tjenester (programvare, CDer, bøker (ikke billetter))

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Bestille billetter (ikke flybilletter)

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Bestille flybilletter

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Bestille feriereiser

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

- Handle aksjer eller verdipapirer

Hjemmefra

Arbeid, skole

Begge deler

Nei, ingen av delene

4) Hvor ofte bruker du de enkelte tjenestene vi nettopp gikk igjennom?

Daglig

Ukentlig

Månedlig

Sjeldnere

Aldri



- Hente og lese aviser, tidsskrifter eller nyhetsbrev o. l. på elektronisk form?

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Ta kontakt med offentlige myndigheter?

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Utføre bankoppdrag?

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Benytte databaser og andre informasjonskilder?

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Spill eller annen underholdning?

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Undervisning

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Søke etter reiseinformasjon (feriereiser, reisemål, reiseopplysninger etc.)

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Bestille varer og tjenester (programvare, CD'er, bøker (ikke billetter))

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Bestille billetter (ikke flybilletter)

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Bestille flybilletter

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Bestille feriereiser

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

- Handle aksjer eller verdipapirer

Daglig  
Ukentlig  
Månedlig  
Sjeldnere  
Aldri

5) Hvordan vurdere du ditt eget kunnskapsnivå når det gjelder elektroniske tjenester?

Høyt nivå  
Middels nivå  
Lavt nivå  
Ingen kunnskaper

6) Hvor interessert er du i elektroniske tjenester generelt?

Meget interessert  
Noe interessert  
Lite interessert  
Ikke interessert

7) Sist gang du handlet eller bestilte noe på nettet, var det fra et norsk eller utenlandsk nettsted?

Norsk  
Utenlandsk  
Vet ikke / husker ikke

8) Hvor mye har du handlet for (bestilt for) på nettet siste 30 dager?

9) Har du betalt med kredittkort for noen av de varene eller tjenestene du har kjøpt eller bestilt over Internett?

Nei

Ja, en gang

Ja, 2-3 ganger

Ja, 4 ganger eller flere

10) Hvor viktig har bruken av Internett vært for deg ved innhenting av informasjon i forbindelse med din/dine feriereiser i 2000?

Ikke viktig

Litt viktig

Nokså viktig

Meget viktig

11) I forhold til reisetjenester på Internett i forbindelse med din/dine feriereiser i 2000, brukte du da hovedsakelig norske eller utenlandske nettstedet?

Hovedsakelig norske

Hovedsakelig utenlandske

Både norske og utenlandske

12) I forhold til reisetjenester på Internett, hvilke av følgende områder mener du det er viktigst å forbedre?

- Bedre oppdatering av informasjonen på websidene

- Mer detaljert informasjon, dvs åpningstider, priser, telefonnummer o. l.

- Økt bruk av klkkbare kart (med mulighet for zooming)

- Bedre bestillingsmuligheter, dvs bestilling på Internett og ordre bekreftelse som sendes tilbake med en gang

- Enklere å gjennomføre bestillingen

- Annet

13) Hva er din høyeste avsluttede utdanning?

Folkeskolenivå

Ungdomsskole/realskole

Videregående skole/gymnasnivå

Universitetsnivå

14) Hvor mange år med høgskole eller universitets studier har du?

1-2 år

3-4 år

5-6 år

Mer enn 6 år

15) Hvilken kommune og fylke bor du i ? (fremkommer av telefonnummer)

16) Mann - kvinne

17) Alder

18) Hva er husstandens inntekt?

Under 300.000

300.000 – 499.000

500.000 eller mer

19) Hva er din personlige nettoinntekt per måned (dvs månedsinntekt etter skatt)?