



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



**ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ ΚΙΝΗΤΟΥ ΚΑΙ ΑΣΥΡΜΑΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ
ISTLAB/ WIRELESS RESEARCH CENTER**

Τάσεις Χρήσης Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων Στην Ελλάδα

Συγκριτική Μελέτη 2006-2007

Επιμέλεια

Ερευνητική Ομάδα Κινητού και Ασύρματου Επιχειρείν
(ISTLab/ Wireless Research Center) istlab.dmst.aueb.gr/wrc

Επιστημονικός Υπεύθυνος

Γεώργιος Μ. Γιαγλής (giaglis@aub.gr)

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2007





| | |
|---|-----------|
| 0. EXECUTIVE SUMMARY..... | 3 |
| 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ..... | 4 |
| 1.1 ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΕΡΕΥΝΑΣ | 4 |
| 2. ΧΡΗΣΗ ΚΙΝΗΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (ΚΥΔ)..... | 5 |
| 2.1 ΧΡΗΣΤΕΣ ΕΝΑΝΤΙ ΜΗ-ΧΡΗΣΤΩΝ | 5 |
| 2.2 ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ | 6 |
| 2.3 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΚΥΔ..... | 7 |
| 2.4 ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ | 9 |
| 3. ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΚΥΔ | 11 |
| 3.1 ΚΙΝΗΤΡΑ ΧΡΗΣΗΣ | 11 |
| 3.2 ΕΜΠΟΔΙΑ ΧΡΗΣΗΣ..... | 13 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΚΥΔ | 15 |
| I. ΧΡΗΣΗ ΚΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ | 15 |
| II. ΧΡΗΣΗ ΚΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | 16 |
| III. ΧΡΗΣΗ ΚΥ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ | 17 |
| IV. ΧΡΗΣΗ ΚΥ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ | 19 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ | 21 |





0. EXECUTIVE SUMMARY

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΕ ΜΙΑ ΜΑΤΙΑ

- ❖ Περίπου **1 στους 5 Έλληνες δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ καμία υπηρεσία δεδομένων** στο κινητό του.
- ❖ Από αυτούς που έχουν χρησιμοποιήσει κάποια υπηρεσία δεδομένων, η συντριπτική πλειοψηφία είναι **περιστασιακοί χρήστες** (δηλαδή χρησιμοποιούν τέτοιες υπηρεσίες σπάνια έως και σχεδόν ποτέ).
- ❖ **Οι υπηρεσίες Επικοινωνίας (π.χ. MMS, mobile chat, mobile e-mail) χρησιμοποιούνται σχετικά συχνότερα και η χρήση τους παρουσιάζει αυξητική τάση.**
- ❖ **Οι υπηρεσίες Ενημέρωσης (π.χ. πληροφορίες καταλόγου, ειδήσεις, κ.ά), Ψυχαγωγίας (π.χ. μουσική, παιχνίδια, logos/ringtones) και Συναλλαγών (π.χ. τραπεζικές υπηρεσίες, κρατήσεις εισιτηρίων, κ.ά.) ακολουθούν, με τις δυο τελευταίες κατηγορίες να παρουσιάζουν στασιμότητα ή μικρή μείωση από το 2006.**
- ❖ Οι λόγοι χρήσης παρουσιάζουν μεγάλη διαφορά μεταξύ 2006 και 2007. Ενώ το 2006, η πλειοψηφία των χρηστών έκανε μικτή χρήση (δηλαδή και για προσωπικούς και για επαγγελματικούς σκοπούς), το 2007 οι λόγοι χρήσης έχουν αλλάξει και **η πλειοψηφία των χρηστών χρησιμοποιεί τέτοιες υπηρεσίες αποκλειστικά ή κύρια για δραστηριότητες που αφορούν διασκέδαση και ψυχαγωγία** και λιγότερο για πρακτικούς ή επαγγελματικούς λόγους.
- ❖ Σε ότι αφορά τους λόγους (**κίνητρα**) που ενισχύουν την προοπτική χρήσης κινητών υπηρεσιών, επικεντρώνονται στην **ευκολία εκμάθησης της χρήσης** των υπηρεσιών αυτών και στο **πόσο οι υπηρεσίες βοηθούν τους χρήστες να διαχειριστούν τον προσωπικό ή επαγγελματικό τους χρόνο καλύτερα.**
- ❖ Αντίθετα, τα κύρια **εμπόδια** χρήσης είναι η **σχέση κόστους/αξίας** (πόσο ακριβές θεωρούνται οι υπηρεσίες σε σχέση με το όφελος που αντιλαμβάνεται ο χρήστης τους), η **ασφάλεια** και ο **φόβος κακόβουλης χρήσης προσωπικών δεδομένων**, η **πολύπλοκη τιμολόγηση** (πόσο εύκολο είναι για το χρήστη να καταλάβει το συνολικό ύψος της χρέωσης ανάλογα με τη χρήση που κάνει) και το **υψηλό κόστος χρήσης** (σαν απόλυτο μέγεθος ή σε σχέση με το κόστος βασικών υπηρεσιών, όπως οι τηλεφωνικές κλήσεις και τα γραπτά μηνύματα).
- ❖ Οι χρήστες εξοικειώνονται σταδιακά με τις νέες υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να τις θεωρούν λιγότερο δύσκολες στη χρήση. Ταυτόχρονα όμως, αξιολογούν **τη χρησιμότητα** τους με πιο αυστηρά κριτήρια και ζητούν νέες και πιο καινοτόμες Κινητές Υπηρεσίες Δεδομένων.





1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα μελέτη αποσκοπεί στην ανάδειξη της καταναλωτικής συμπεριφοράς των χρηστών Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων (Mobile Data Services) στην Ελλάδα για τα έτη 2006 και 2007. Για το σκοπό αυτό διεξήχθη συγκριτική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν για τα έτη 2006 και 2007 κατά την Παγκόσμια Έρευνα για τις Κινητές Υπηρεσίες Δεδομένων.

Η Παγκόσμια Έρευνα για τις Κινητές Υπηρεσίες Δεδομένων πραγματοποιείται κάθε χρόνο από το 2001 με βασικό στόχο τη συστηματική μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς των χρηστών Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων (Mobile Data Services) σε παγκόσμια κλίμακα. Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα αποσκοπεί τόσο στην καταγραφή των παγκόσμιων τάσεων σε ό,τι αφορά την αποδοχή και χρήση Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων από την πλευρά των καταναλωτών – χρηστών κινητών δικτύων επικοινωνίας όσο και στη σύγκριση στοιχείων από διαφορετικές αγορές (π.χ. Ευρώπη – Ασία) ώστε να εντοπιστούν οι παράγοντες που διευκολύνουν ή αποτρέπουν την υιοθέτηση προηγμένων κινητών υπηρεσιών.

Η Ελλάδα συμμετέχει στην παρούσα έρευνα από το 2004 ενώ η λίστα των συμμετεχόντων περιλαμβάνει τις εξής χώρες και οργανισμούς:

- ❖ Ελλάδα (Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – ISTLab/WRC, <http://istlab.dmst.aueb.gr/wrc/>, Επιστημονικός Υπεύθυνος: Γιώργος Γιαγλής, Αναπληρωτής Καθηγητής, giaglis@aueb.gr)
- ❖ ΗΠΑ (University of Southern California)
- ❖ Ιαπωνία (Toshiba Corporation, InfoCom Research, Inc και Electronic Commerce Promotion Council of Japan)
- ❖ Νότια Κορέα (Yonsei University)
- ❖ Χονγκ-Κονγκ (Hong Kong University of Science and Technology)
- ❖ Ταϊβάν (E-Commerce Resource Center, Institute for Information Industry)
- ❖ Αυστραλία (The University of Melbourne)

Η ποιότητα των αποτελεσμάτων διασφαλίζεται με τη διατύπωση ενός κοινού ερωτηματολογίου για όλες τις χώρες (κάθε χώρα, όμως, διατηρεί το δικαίωμα να προσθέσει ερωτήματα ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της) και την παράλληλη διεξαγωγή της έρευνας. **Στην αναφορά αυτή παρουσιάζονται μόνο τα αποτελέσματα της Ελληνικής έρευνας για τα έτη 2006 και 2007.**

1.1 ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το διάστημα Μαΐου-Ιουνίου 2006 και Απριλίου-Μαΐου 2007. Για τη συλλογή των πρωτογενών δεδομένων και τις δύο χρονιές, χρησιμοποιήθηκαν web based δομημένα ερωτηματολόγια (online survey). Οι δυνητικοί αποκρινόμενοι προσεγγίστηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου όπου τους ζητήθηκε να ακολουθήσουν μια διεύθυνση και να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο. Οι στατιστικά έγκυρες απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν το έτος 2006 ήταν **365**, ενώ το έτος 2007 ήταν **220**.





2. ΧΡΗΣΗ ΚΙΝΗΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (ΚΥΔ)

Βασικός στόχος της έρευνας ήταν η αποτύπωση της τρέχουσας κατάστασης σε ό,τι αφορά την **υιοθέτηση και την πραγματική χρήση Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων (ΚΥΔ) που είναι προσβάσιμες είτε μέσω εξειδικευμένων μενού υπηρεσιών (Vodafone live, TIM Imagine, Cosmote i-mode) είτε μέσω WAP.** Οι Κινητές Υπηρεσίες Δεδομένων που είναι διαθέσιμες στους Έλληνες χρήστες κινητής τηλεφωνίας περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων:

- ❖ ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (mobile e-mail),
- ❖ υπηρεσίες που υλοποιούνται με χρήση SMS/MMS (όπως είναι η ψηφοφορία μέσω SMS για μια τηλεοπτική εκπομπή ή η αποστολή SMS για πρόσβαση σε υπηρεσία ή η λήψη της πρόγνωσης του καιρού μέσω MMS),
- ❖ δυνατότητα downloading αρχείων, υπηρεσίες ενημέρωσης (όπως καιρός και χρηματιστήριο), ηλεκτρονικές συναλλαγές (όπως κράτηση και αγορά εισιτηρίων).

Αντίθετα, η απλή επικοινωνία μέσω σύντομων γραπτών μηνυμάτων (SMS) ή πολυμεσικών μηνυμάτων (MMS) μεταξύ των χρηστών καθώς και η χρήση συσκευών όπως είναι οι φορητοί υπολογιστές (laptops), τα Tablet PCs και τα PDAs για σύνδεση σε συγκεκριμένα σημεία ασύρματης πρόσβασης μέσω τοπικών ασύρματων δικτύων (π.χ Bluetooth και Wireless LAN) **δε** θεωρούνται Κινητές Υπηρεσίες Δεδομένων στα πλαίσια της παρούσας έρευνας.

2.1 ΧΡΗΣΤΕΣ ΕΝΑΝΤΙ ΜΗ-ΧΡΗΣΤΩΝ

Αυτοί που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ κάποια εκ των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων υπολογίζονται περίπου στο 20% του συνολικού πληθυσμού και τις 2 χρονιές. Πιο συγκεκριμένα, το έτος 2006 76 άτομα εκ των 365 δήλωσαν μη χρήστες (20,82%), ενώ το έτος 2007 41 άτομα εκ των 220 (18,64%) δεν είχαν χρησιμοποιήσει ποτέ Κινητές Υπηρεσίες Δεδομένων. Το ποσοστό αυτό εμπεριέχει περιθώριο υπο-εκτίμησης καθώς εξαρτάται άμεσα από τον πληθυσμό που ανταποκρίνεται στο ερωτηματολόγιο και από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Ειδικότερα, οι αποκρινόμενοι στο ερωτηματολόγιο είναι άτομα εξοικειωμένα με τους προσωπικούς υπολογιστές και το Διαδίκτυο δεδομένου ότι το ερωτηματολόγιο είναι ηλεκτρονικό και δημοσιοποιείται στο Διαδίκτυο. Επομένως πρόκειται για άτομα τεχνολογικά μορφωμένα που κάνουν χρήση υπηρεσιών του Διαδικτύου γεγονός που αυξάνει την πιθανότητα να είναι γνώστες ή/ και χρήστες αντίστοιχων υπηρεσιών μέσω κινητού τηλεφώνου.

Πίνακας 1 Ποσοστό χρηστών έναντι μη-χρηστών

| | 2006 | | 2007 | |
|-------------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | Συχνότητα | % | Συχνότητα | % |
| Μη-Χρήστες | 76 | 20,82% | 41 | 18,64% |
| Χρήστες | 289 | 79,18% | 179 | 81,36% |
| | 365 | 100,00% | 220 | 100,00% |

* *Χρήστες* ονομάζονται αυτοί που έχουν χρησιμοποιήσει έστω και μια ΚΥΔ τώρα ή στο παρελθόν, ενώ *μη-χρήστες* αυτοί που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ καμία ΚΥΔ. Επομένως, μόνο οι δεύτεροι έχουν στατιστικό νόημα με βάση αυτή την ερώτηση μόνο (οι *Χρήστες* αποτελούνται από πολλές υπο-ομάδες και αναλύονται περαιτέρω στα επόμενα).





Διάγραμμα 1 Ποσοστό χρηστών έναντι μη-χρηστών

2.2 ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ

Εξετάστηκαν τέσσερις Κατηγορίες ΚΥΔ:

- ❖ Επικοινωνία (π.χ. mobile e-mail, mobile chat)
- ❖ Ενημέρωση (π.χ. πρόσβαση σε νέα)
- ❖ Ψυχαγωγία (π.χ. κατέβασμα μουσικής, video, παιχνιδιών)
- ❖ Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (π.χ. κράτηση εισιτηρίων)

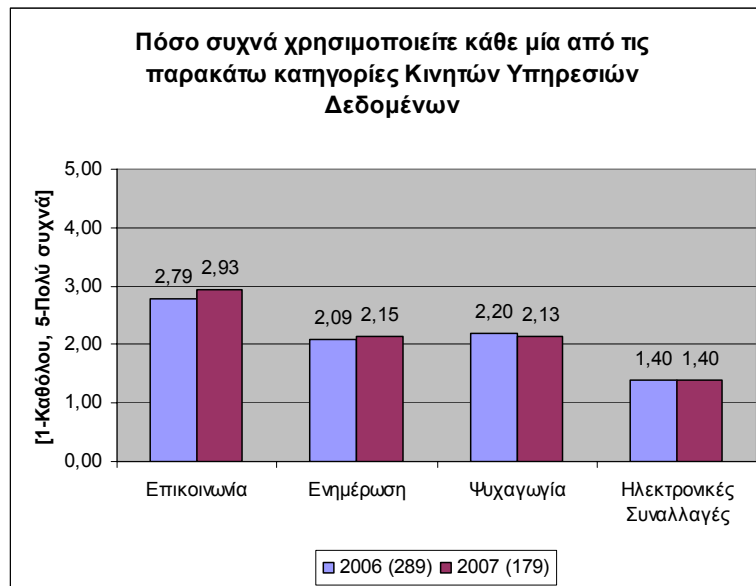
Η συχνότητα χρήσης όλων των κατηγοριών Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων είναι αρκετά χαμηλή, καθώς δεν ξεπερνούν τη μέση τιμή του 2,5 (στην κλίμακα 1-5), με εξαίρεση την κατηγορία των υπηρεσιών Επικοινωνίας. Οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενες υπηρεσίες αφορούν την Επικοινωνία μεταξύ χρηστών και συμπληρώνουν τη φωνή και τα γραπτά μηνύματα που είναι τα βασικά κανάλια επικοινωνίας στην κινητή τηλεφωνία. Οι κατηγορίες Ενημέρωση και Ψυχαγωγία οριακά προσεγγίζουν την μέση τιμή του 2,5 ενώ οι Ηλεκτρονικές Συναλλαγές δεν χρησιμοποιούνται παρά μόνο από ένα πολύ μικρό σύνολο χρηστών. Όσο αφορά τα συγκριτικά αποτελέσματα παρατηρούμε ότι η χρήση Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων δεν παρουσιάζει σημαντικές αλλαγές μεταξύ 2006-2007, με μια ελαφριά θετική αύξηση να παρουσιάζεται στην κατηγορία Επικοινωνίας (2,93 έναντι 2,79) ενώ οι υπόλοιπες κατηγορίες παρουσιάζουν διαφορές ελάσσονος ενδιαφέροντος.





Πίνακας 2 Συχνότητα χρήσης κατηγοριών ΚΥΔ

| | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | 2006 (N=289) | 2007 (N=179) | Ποσοστιαία διαφορά |
|--------------------------------|---------------|----------------|--------------|--------------|--------------------|
| Επικοινωνία | 1 (Καθόλου) | 5 (Πολύ συχνά) | 2,79 | 2,93 | 5% |
| Ενημέρωση | 1 (Καθόλου) | 5 (Πολύ συχνά) | 2,09 | 2,15 | 3% |
| Ψυχαγωγία | 1 (Καθόλου) | 5 (Πολύ συχνά) | 2,20 | 2,13 | -3% |
| Ηλεκτρονικές Συναλλαγές | 1 (Καθόλου) | 5 (Πολύ συχνά) | 1,40 | 1,40 | 0% |



Διάγραμμα 2 Συχνότητα χρήσης κατηγοριών ΚΥΔ

2.3 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΚΥΔ

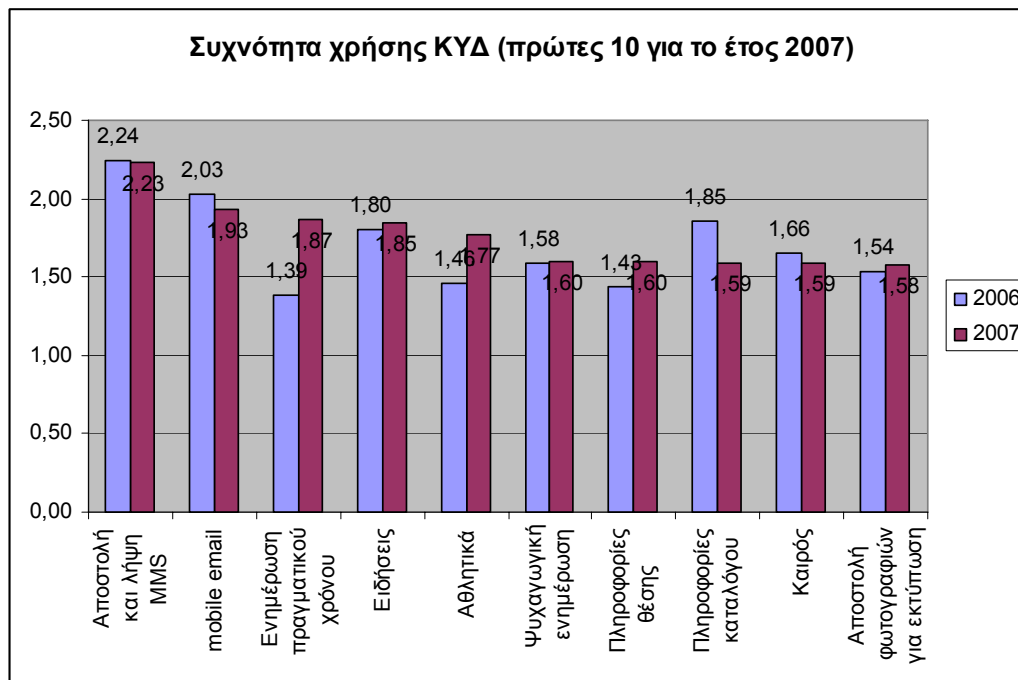
Στην ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζεται το top 10 των υπηρεσιών ΚΥΔ τόσο για τη χρονιά 2006 όσο και για τη χρονιά 2007. Στον πίνακα 2 αποτυπώνεται η προτίμηση των ερωτηθέντων με βάση τη συχνότητα χρήσης των υπηρεσιών όπως αυτή δηλώθηκε από τους ερωτηθέντες. Η πρώτη παρατήρηση αφορά εν γένει την ένταση χρήσης των υπηρεσιών η οποία δεν ξεπερνάει στην κλίμακα από 1-7 την τιμή 2 κατά μέσο όρο, η οποία μεταφράζεται σε χρήση 1 φορά το μήνα. Οι δέκα πρώτες υπηρεσίες, δηλαδή οι δέκα πιο συχνά χρησιμοποιούμενες υπηρεσίες στο σύνολο των υπηρεσιών που εξετάστηκαν, παρουσιάζουν σπάνια χρήση όπως ειπώθηκε και στην προηγούμενη ενότητα. Σε αυτό το επίπεδο χρήσης λοιπόν παρατηρούμε ότι σε γενικές γραμμές οι υπηρεσίες δεν εμφανίζουν μεγάλες αποκλίσεις σε ένταση χρήσης μεταξύ των 2 ετών με την κατάταξη να μην εμφανίζει μεγάλες διαφορές. Παρόλαυτα μια συγκεκριμένη κατηγορία υπηρεσιών, αυτή της ενημέρωσης είτε σε πραγματικό χρόνο είτε λαμβάνοντας υπόψιν την θέση του κινητού χρήστη, παρουσιάζει σημαντική άνοδο όπως φαίνεται τόσο στον Πίνακα 2 όσο και στον Πίνακα 3.



**Πίνακας 3 Συχνότητα χρήσης ΚΥΔ (πρώτες 10 στο έτος 2007) και ποσοστιαία διαφορά σε σχέση με το έτος 2006**

| Συχνότητα χρήσης ΚΥΔ τον τελευταίο μήνα | Θέση 2007 | Θέση 2006 | Μέσος όρος | Ποσοστιαία διαφορά |
|--|------------------|------------------|-------------------|---------------------------|
| Αποστολή και λήψη πολυμεσικών μηνυμάτων (MMS) | 1 | 1 | 2,02 | 0% |
| Κινητό ταχυδρομείο | 2 | 2 | 1,82 | -5% |
| Ενημέρωση πραγματικού χρόνου | 3 | 15 | 1,71 | 35% |
| Ειδήσεις | 4 | 4 | 1,64 | 3% |
| Αθλητικά | 5 | 10 | 1,52 | 21% |
| Ψυχαγωγική ενημέρωση | 6 | 6 | 1,46 | 1% |
| Πληροφορίες θέσης | 7 | 11 | 1,45 | 12% |
| Πληροφορίες καταλόγου | 8 | 3 | 1,45 | -14% |
| Καιρός | 9 | 5 | 1,45 | -4% |
| Αποστολή φωτογραφιών για εκτύπωση μέσω MMS | 10 | 8 | 1,38 | 3% |
| Απουσιάζουν στο top 10 του 2007 οι εξής υπηρεσίες | Θέση 2007 | Θέση 2006 | Μέσος όρος | Ποσοστιαία διαφορά |
| Κατέβασμα ringtones/ wallpapers/ screensavers | 11 | 7 | 1,54 | -2% |
| Ηλεκτρονική τραπεζική | 15 | 8 | 1,31 | -15% |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)

**Διάγραμμα 3 Συχνότητα χρήσης ΚΥΔ (πρώτες 10 στο έτος 2007) και ποσοστιαία διαφορά σε σχέση με το έτος 2006**



Συγκεντρωτικά στον Πίνακα 3 από τις 5 υπηρεσίες που παρουσίασαν την μεγαλύτερη άνοδο χρήσης απουσιάζει εντελώς οποιαδήποτε υπηρεσία από την κατηγορία Ηλεκτρονικές Συναλλαγές γεγονός που δείχνει ότι οι συγκεκριμένες υπηρεσίες δεν παρουσιάζουν προοπτική χρήσης. Επιπρόσθετα η ηλεκτρονική τραπεζική, μία υπηρεσία που έχει διαφημιστεί αρκετά και είναι το βασικό όπλο στην φαρέτρα των παρόχων σε υπηρεσίες συναλλαγών παρουσιάζει μεγάλη πτώση στη συχνότητα χρήσης (βλ. Πίνακα 4).

Πίνακας 4 Οι 5 υπηρεσίες που παρουσίασαν την μεγαλύτερη άνοδο χρήσης

| | 2006 | 2007 | Ποσοστιαία διαφορά |
|-------------------------------------|------|------|--------------------|
| Ενημέρωση πραγματικού χρόνου | 1,39 | 1,87 | 35% |
| Αθλητικά | 1,46 | 1,77 | 21% |
| Πληροφορίες θέσης | 1,43 | 1,60 | 12% |
| Κατέβασμα μουσικής | 1,41 | 1,52 | 8% |
| Βιντεοκλήση | 1,24 | 1,3 | 5% |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)

Πίνακας 5 Οι 5 υπηρεσίες που παρουσίασαν την μεγαλύτερη πτώση χρήσης

| | 2006 | 2007 | Ποσοστιαία διαφορά |
|--|------|------|--------------------|
| Ηλεκτρονική τραπεζική | 1,54 | 1,31 | -15% |
| Πληροφορίες καταλόγου | 1,85 | 1,59 | -14% |
| Κινητό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο | 2,03 | 1,93 | -5% |
| Παρακολούθηση τηλεόρασης μέσω κινητού | 1,17 | 1,12 | -5% |
| Καιρός | 1,66 | 1,59 | -4% |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)

2.4 ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ

Οι σκοποί χρήσης των ΚΥΔ παρουσιάζουν μεγάλη διαφορά μεταξύ των ετών 2006 και 2007.

Το 2006 η μικτή χρήση (και για δραστηριότητες που αφορούν διασκέδαση και ψυχαγωγία και για δραστηριότητες που σχετίζονται με δουλειά και είναι πιο πρακτικές) συγκέντρωσε τις περισσότερες απαντήσεις, ενώ περίπου ίσο ποσοστό ερωτηθέντων δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν ΚΥΔ κυρίως (ή αποκλειστικά) για δραστηριότητες διασκέδασης ή εργασίας.

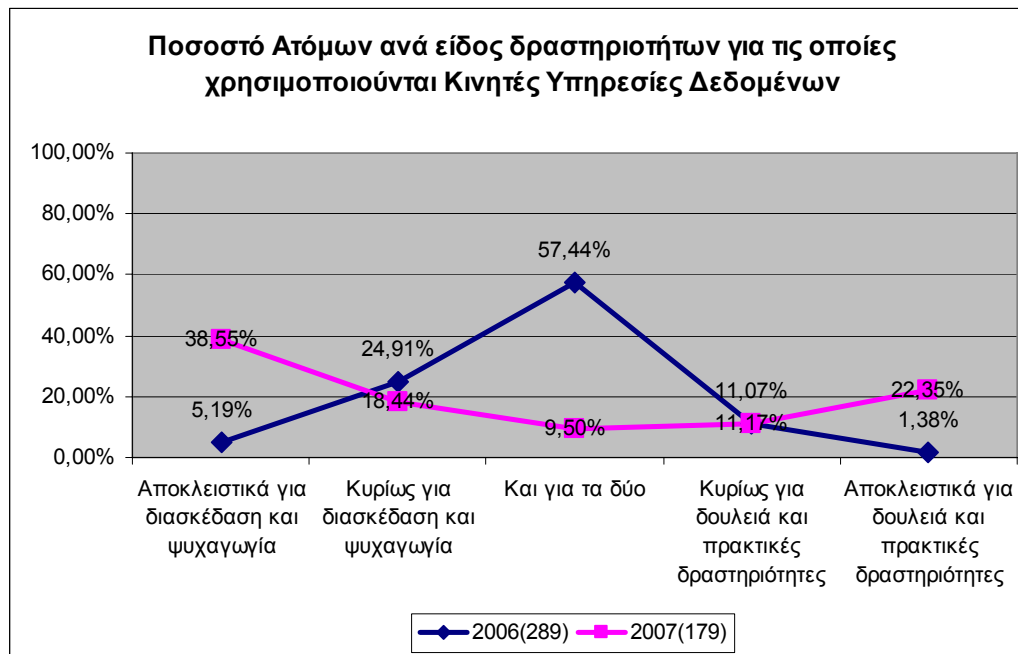
Αντιθέτως το έτος 2007 οι χρήστες τείνουν προς τις αποκλειστικές χρήσεις, δηλαδή είτε για διασκέδαση (38,55%) είτε για εργασία (22,35%), με μόλις περίπου το 10% να δηλώνει ότι χρησιμοποιεί τις ΚΥΔ και για τους δύο σκοπούς. Αυτού του είδους η κατανομή αναδεικνύει την ωριμότητα των χρηστών οι οποίοι γνωρίζοντας πλέον καλύτερα τις δυνατότητες των ΚΥΔ κατασταλάζουν σε αυτές που τους ικανοποιούν περισσότερο. Επίσης είναι φανερό, όπως και από την ανάλυση παραπάνω, πως **οι ΚΥΔ που αφορούν ψυχαγωγία και διασκέδαση συγκεντρώνουν περισσότερους χρήστες από ότι οι ΚΥΔ που αφορούν εργασία και πρακτικότερα θέματα.**





Πίνακας 6 Σκοπός χρήσης ΚΥΔ

| | 2006 (N=289) | | 2007 (N=179) | |
|---|-----------------|--------|-----------------|--------|
| | Συχνότητα | % | Συχνότητα | % |
| Αποκλειστικά για διασκέδαση και ψυχαγωγία | 15 | 5,19% | 69 | 38,55% |
| Κυρίως για διασκέδαση και ψυχαγωγία | 72 | 24,91% | 33 | 18,44% |
| Και για τα δύο | 166 | 57,44% | 17 | 9,50% |
| Κυρίως για δουλειά και πρακτικές δραστηριότητες | 32 | 11,07% | 20 | 11,17% |
| Αποκλειστικά για δουλειά και πρακτικές δραστηριότητες | 4 | 1,38% | 40 | 22,35% |



Διάγραμμα 4 Σκοπός χρήσης ΚΥΔ (%)





3. ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΚΥΔ

Για την καλύτερη μελέτη της συμπεριφοράς των χρηστών κινητής τηλεφωνίας στη χώρα μας απέναντι στις ΚΥΔ, ζητήσαμε από τους συμμετέχοντες να δηλώσουν πόσο μικρά ή μεγάλα είναι γι' αυτούς μια σειρά εμποδίων και κινήτρων ώστε να αποτυπωθούν παράγοντες που δρουν αποτρεπτικά και παράγοντες που ενισχύουν τη δυναμική των ΚΥΔ. Στους παρακάτω πίνακες περιλαμβάνονται οι απαντήσεις ιεραρχημένες με βάση το πιο μεγάλο εμπόδιο και κίνητρο (η κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε ήταν 1-5 με το 1 να αντιστοιχεί στην εκτίμηση «Δεν είναι εμπόδιο/κίνητρο» και το 5 να αντιστοιχεί στην εκτίμηση «Πολύ μεγάλο εμπόδιο/κίνητρο»).

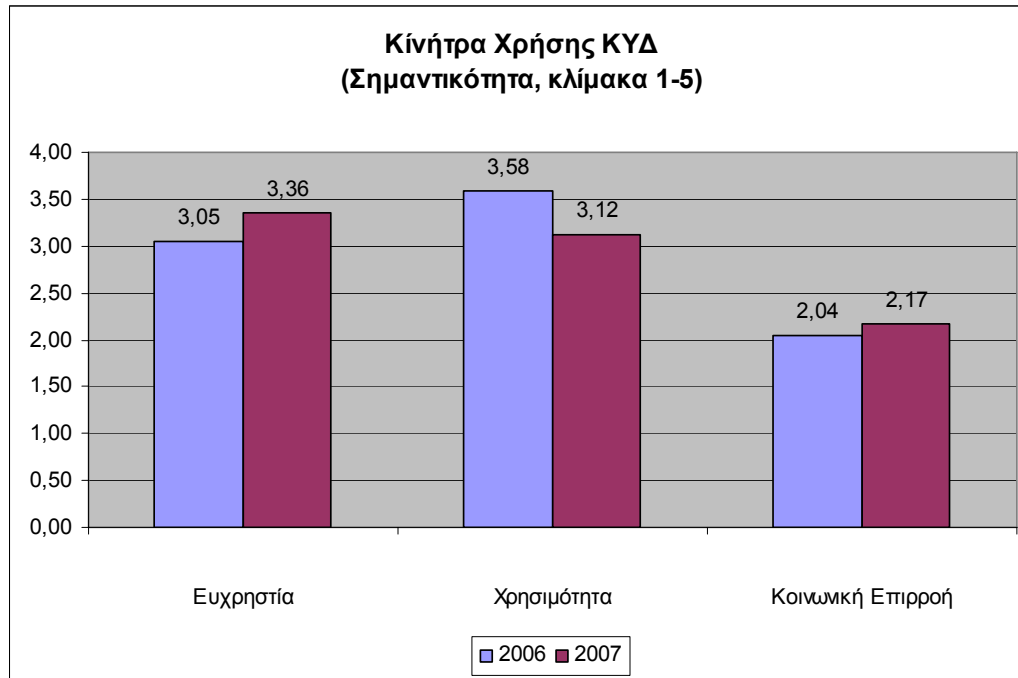
3.1 ΚΙΝΗΤΡΑ ΧΡΗΣΗΣ

Τα εμπόδια όσο και τα κίνητρα διακρίνονται σε συγκεκριμένες κατηγορίες δεικτών που χρησιμοποιούνται διεθνώς για την αξιολόγηση πληροφοριακών συστημάτων. Τα **κίνητρα** χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες οι οποίες είναι:

- ❖ **Ευχρηστία**, η οποία περιέχει δείκτες που διερευνούν την ικανότητα των χρηστών να χρησιμοποιούν τις Κινητές Υπηρεσίες Δεδομένων, όπως **ευκολία εκμάθησης χρήσης, ευκολία και ταχύτητα χρήσης, και άλλα**.
- ❖ **Χρησιμότητα**, η οποία περιέχει δείκτες που πραγματεύονται τις θετικές επιπτώσεις των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων σε θέματα όπως **εξοικονόμηση χρόνου και κόστους, αύξηση παραγωγικότητας, ευελιξία χρήσης**.
- ❖ **Κοινωνική Επιρροή**, η οποία περιέχει δείκτες που μετρούν το βάρος του κοινωνικού περιγύρου στη χρήση των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τους χρήστες, όπως **επιρροή από μέσα ενημέρωσης, επιρροή από εργασιακό, φιλικό και οικογενειακό περιβάλλον, ανάγκη αυτοπροβολής και αναβάθμιση της κοινωνικής υπόστασης**.

Το διάγραμμα 4 απεικονίζει συγκεντρωτικά τις αντιλήψεις των χρηστών σε σχέση με τα κίνητρα χρήσης των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων, ομαδοποιημένα με βάση τις κατηγορίες που προαναφέρθηκαν. Παρατηρούμε ότι τα **κίνητρα ευχρηστίας και χρησιμότητας είναι σαφώς τα πιο ισχυρά** στην απόφαση χρήσης των ΚΥΔ. **Αντιθέτως τα κίνητρα που σχετίζονται με την κοινωνική επιρροή είναι λιγότερο ισχυρά**, γεγονός που οφείλεται αφενός στην μη ευρεία χρήση των ΚΥΔ (όπως προκύπτει από τις συχνότητες χρήσης των υπηρεσιών, βλ. Παράρτημα) και αφετέρου στην περιορισμένη διαφήμιση τους από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Επίσης παρατηρούμε στο διάγραμμα 4 τη μείωση των κινήτρων χρησιμότητας κατά περίπου το ίδιο ποσοστό με το ποσοστό αύξησης των κινήτρων ευχρηστίας, 13% και 10% αντίστοιχα. Αυτή η εξέλιξη οφείλεται στο γεγονός ότι οι χρήστες με την πάροδο του χρόνου εξοικειώνονται με τις υπάρχουσες υπηρεσίες γνωρίζοντας πλέον τις πλήρεις δυνατότητες τους με αποτέλεσμα να τις θεωρούν όλο και πιο εύκολες. Ταυτόχρονα όμως βρίσκονται σε θέση να αποτιμήσουν καλύτερα τις θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις που έχουν οι ΚΥΔ και κατά πόσο είναι όντως χρήσιμες στην ζωή τους. **Επομένως οι παροχείς υπηρεσιών θα πρέπει να εστιάσουν στην δημιουργία πιο χρήσιμων υπηρεσιών, δεδομένου ότι παρατηρείται πτώση της αντίληψης της χρησιμότητας των ΚΥΔ, καθώς και νέων καινοτόμων υπηρεσιών που θα αναζωπυρώσουν το ενδιαφέρον των χρηστών.**





Διάγραμμα 5 Κατηγορίες κινήτρων χρήσης Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων

Εξετάζοντας μεμονωμένα τα πιο σημαντικά κίνητρα χρήσης των ΚΥΔ παρατηρούμε ότι αφορούν τις δυνατότητες των δικτύων κινητών επικοινωνιών να ικανοποιήσουν ανάγκες των χρηστών τους εύκολα και με ευέλικτο τρόπο. Πιο συγκεκριμένα **η δυνατότητα πρόσβασης σε υπηρεσίες όπου και όποτε θέλει ο χρήστης και μάλιστα σε πραγματικό χρόνο είναι οι σημαντικότεροι λόγοι για να χρησιμοποιήσει κάποιος ΚΥΔ**. Ταυτόχρονα, οι ερωτηθέντες αναγνωρίζουν την ικανότητα των ΚΥΔ να υποστηρίξουν την **αποδοτικότητα στην οργάνωση του καθημερινού χρόνου** και την **επαγγελματική αποτελεσματικότητα** γεγονός που δίνει έρεισμα στις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας να προωθήσουν ΚΥΔ με αντίστοιχο τρόπο. Συγκρίνοντας τα 5 σημαντικότερα κίνητρα μεταξύ 2006 και 2007, παρατηρούμε ότι το έτος 2007 η δυνατότητα ασύρματης πρόσβασης απουσιάζει ενώ η ευκολία εκμάθησης χρήσης αναδεικνύεται ως το πιο βασικό κίνητρο, όπως παρουσιάζονται στον πίνακα 4.

Πίνακας 7 Κύρια κίνητρα στη χρήση ΚΥΔ

| Τα Πέντε πιο Σημαντικά Κίνητρα στη Χρήση Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων (ΚΥΔ) | | Σημαντικότητα (κλίμακα 1-5) |
|--|--|-----------------------------|
| 2006 | Δυνατότητα ασύρματης πρόσβασης | 3,81 |
| | Δυνατότητα χρήσης υπηρεσιών σε πραγματικό χρόνο | 3,73 |
| | Ευελιξία στον τόπο χρήσης | 3,68 |
| | Ευελιξία στο χρόνο χρήσης | 3,67 |
| | Πιο αποδοτική χρήση του χρόνου μου | 3,61 |
| 2007 | Ευκολία εκμάθησης χρήσης | 3,93 |
| | Πιο αποδοτική χρήση του χρόνου μου | 3,76 |
| | Ευελιξία στον τόπο χρήσης | 3,67 |
| | Ευελιξία στην πρόσβαση των ΚΥΔ | 3,18 |
| | Ευελιξία στο χρόνο χρήσης | 3,10 |





3.2 ΕΜΠΟΔΙΑ ΧΡΗΣΗΣ

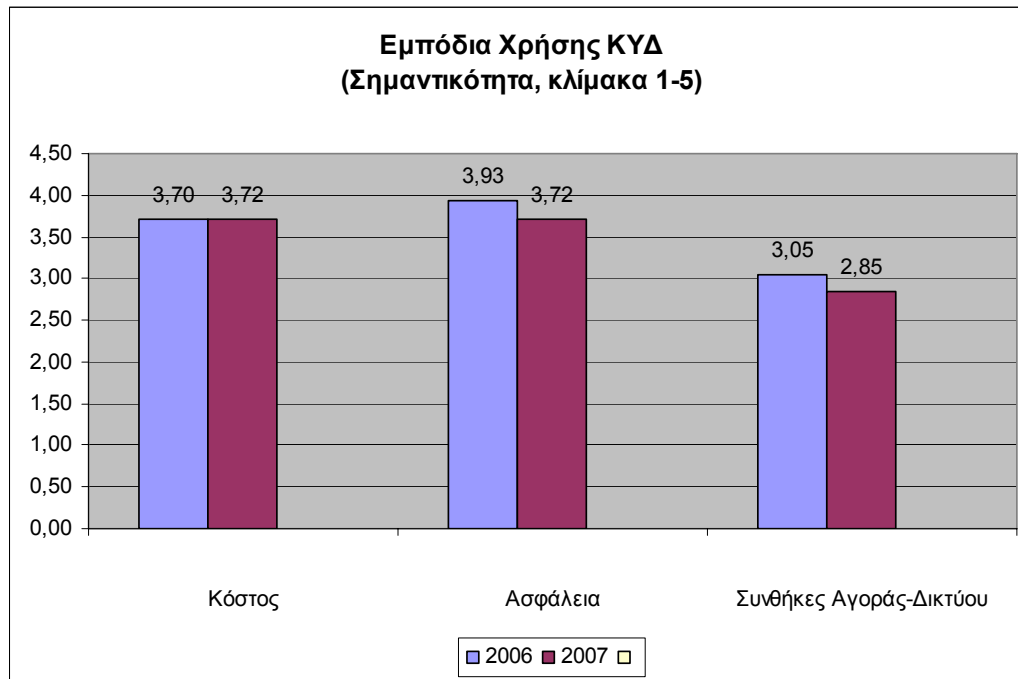
Αντίστοιχα τα **εμπόδια** χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- ❖ **Κόστος**, η οποία περιέχει δείκτες που ερευνούν κατά πόσο τα οικονομικά μεγέθη επηρεάζουν αρνητικά τους χρήστες των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων. Οι δείκτες αυτοί αφορούν το **ισοζύγιο αξίας-κόστους** των υπηρεσιών, το **αρχικό κόστος** και το **κόστος χρήσης** καθώς και την **πολυπλοκότητα τιμολόγησης**.
- ❖ **Ασφάλεια**, η οποία πραγματεύεται θέματα ασφάλειας και **ιδιωτικότητας προσωπικών δεδομένων** στη χρήση των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων.
- ❖ **Συνθήκες Αγοράς-Δικτύου**, η οποία περιέχει δείκτες που μελετούν τις συνθήκες που δυσχεραίνουν την χρήση των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων και σχετίζονται άμεσα με τις υποδομές (π.χ. **ταχύτητα σύνδεσης και μεταφορές δεδομένων**, περιορισμένες υπολογιστικές **δυνατότητες της κινητής συσκευής**, ελλιπής **γεωγραφική κάλυψη των δικτύων** κινητής τηλεφωνίας κτλ.) και με τους παροχείς υπηρεσιών (π.χ. **διαθεσιμότητα χρήσιμων ΚΥΔ, έλλειψη βοήθειας και υποστήριξης** κατά τη χρήση, **έλλειψη πληροφόρησης** σχετικά με τις ΚΥΔ που διατίθενται στην αγορά κτλ.)

Το διάγραμμα 5 απεικονίζει συγκεντρωτικά τις αντιλήψεις των χρηστών σε σχέση με τα εμπόδια χρήσης των Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων, ομαδοποιημένα με βάση τις κατηγορίες που προαναφέρθηκαν. Παρατηρούμε ότι τα **εμπόδια κόστος και ασφάλεια** είναι αυτά που απασχολούν περισσότερο τους χρήστες των ΚΥΔ. Το **υψηλό κόστος χρήσης, η πολύπλοκη τιμολόγηση** καθώς και η **μειωμένη παρεχόμενη αξία** σε σχέση με το κόστος των ΚΥΔ παραμένουν τα σημαντικότερα εμπόδια κόστους, ενώ η **ασφάλεια των υποδομών** και η **ιδιωτικότητα των προσωπικών δεδομένων** αποτελούν τα εμπόδια σε θέματα ασφάλειας.

Το γεγονός ότι μεταξύ των δύο ετών δεν παρατηρείται σημαντική διαφορά στις κατηγορίες εμποδίων υποδηλώνει την θεμελιωμένη αντίληψη των ερωτηθέντων στους λόγους που τους αποτρέπουν να χρησιμοποιήσουν ΚΥΔ. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στην ύπαρξη ιδίων συνθηκών στην αγορά, η τιμολόγηση των ΚΥΔ και οι υποδομές παραμένουν ως έχουν, ενώ πιθανώς να οφείλεται και στο γεγονός οι ερωτηθέντες στερούνται κατάλληλης πληροφόρησης στα συγκεκριμένα θέματα (λόγω έλλειψης ενημέρωσης από πλευρά των εταιρειών καθώς και λόγω του μεγάλου ποσοστού μη χρήσης και σπάνιας χρήσης ΚΥΔ). Επίσης, η αποτίμηση των ωφελειών σε σχέση με το κόστος των ΚΥΔ από τους χρήστες έχει ως αποτέλεσμα την αντίληψη ότι οι ΚΥΔ έχουν μειωμένη αξία γεγονός το οποίο αναδεικνύεται ως το σημαντικότερο εμπόδιο στη χρήση τους όπως φαίνεται και στον πίνακα 5.





Διάγραμμα 6 Κατηγορίες εμποδίων χρήσης Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων και ποσοστιαία διαφορά 2006-2007

Πίνακας 8 Κύρια εμπόδια στη χρήση ΚΥΔ

| Τα Πέντε πιο σημαντικά Εμπόδια στη Χρήση Κινητών Υπηρεσιών Δεδομένων (ΚΥΔ) | | Σημαντικότητα (κλίμακα 1-5) |
|--|---|-----------------------------|
| 2006 | Υψηλό κόστος χρήσης | 4,27 |
| | Ασφάλεια | 3,93 |
| | Φόβος κακής χρήσης προσωπικών δεδομένων | 3,92 |
| | Αργή σύνδεση/ μεταφορά δεδομένων | 3,71 |
| | Πολύπλοκη τιμολόγηση | 3,42 |
| 2007 | Σχέση αξίας-κόστους παροχής υπηρεσιών | 3,93 |
| | Ασφάλεια | 3,76 |
| | Φόβος κακής χρήσης προσωπικών δεδομένων | 3,76 |
| | Πολύπλοκη τιμολόγηση | 3,67 |
| | Υψηλό κόστος χρήσης | 3,46 |





ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΚΥΔ

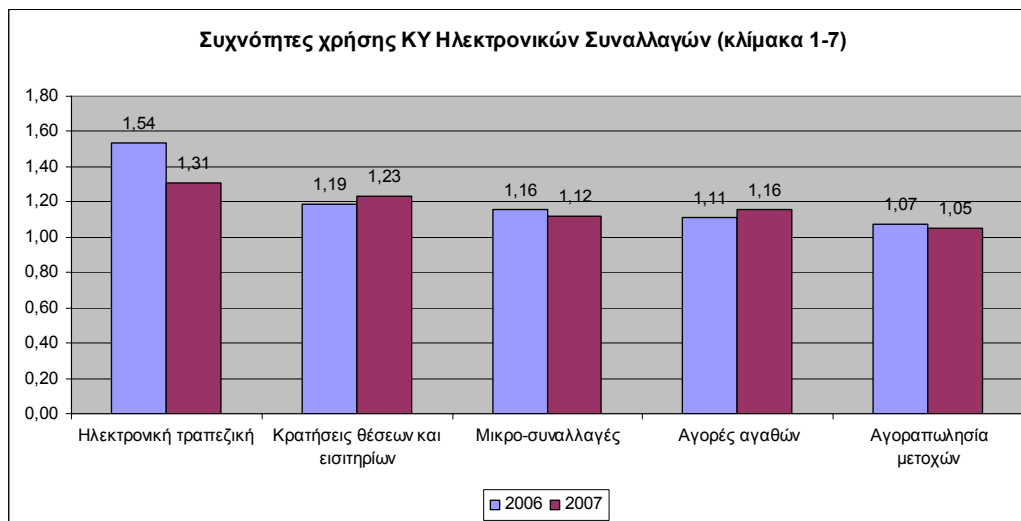
Ι. Χρήση ΚΥ Ηλεκτρονικών Συναλλαγών

Πίνακας 9 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Ηλεκτρονικών Συναλλαγών και ποσοστιαία διαφορά μεταξύ 2006-2007

| | 2006 (N=289) | 2007 (N=179) | Ποσοστιαία διαφορά |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Ηλεκτρονική τραπεζική | 1,54 | 1,31 | -15% |
| Κρατήσεις θέσεων και εισιτηρίων | 1,19 | 1,23 | 3% |
| Μικρο-συναλλαγές | 1,16 | 1,12 | -3% |
| Αγορές αγαθών | 1,11 | 1,16 | 4% |
| Αγοραπωλησία μετοχών | 1,07 | 1,05 | -2% |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)

Η διείσδυση των Υπηρεσιών Ηλεκτρονικών Συναλλαγών μέσω κινητού τηλεφώνου είναι σημαντικά περιορισμένη: **καμία υπηρεσία δεν ξεπερνά το επίπεδο σπάνιας χρήσης (=2) ενώ παρατηρούνται σημαντικές μειώσεις στο έτος 2007 ιδιαίτερα σε αυτή της υπηρεσίας ηλεκτρονικής τραπεζικής η οποία ήταν και παραμένει η δημοφιλέστερη στη συγκεκριμένη κατηγορία.**



Διάγραμμα 7 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Ηλεκτρονικών Συναλλαγών



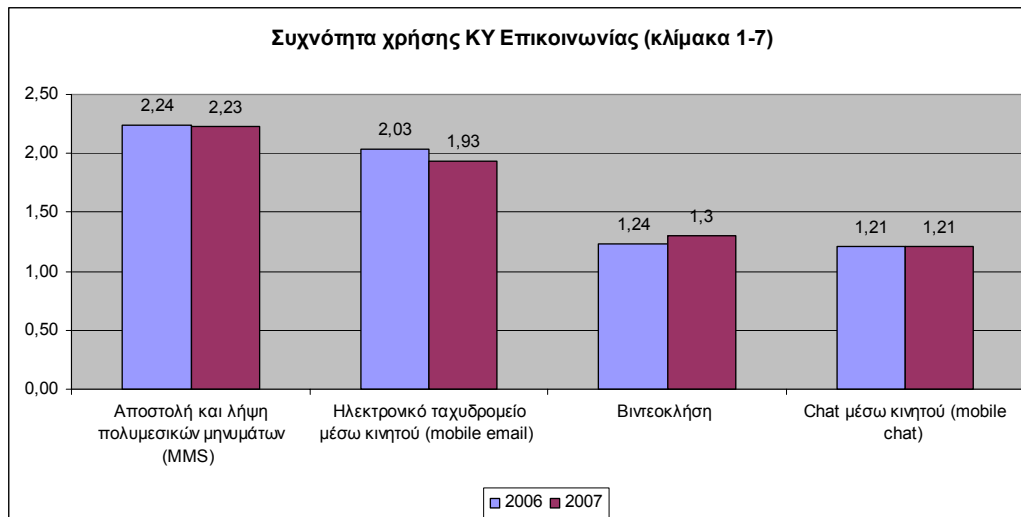
II. Χρήση ΚΥ Επικοινωνίας

Πίνακας 10 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Επικοινωνίας και ποσοστιαία διαφορά μεταξύ 2006-2007

| | 2006 (N=289) | 2007 (N=179) | Ποσοστιαία διαφορά |
|---|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Αποστολή και λήψη πολυμεσικών μηνυμάτων (MMS) | 2,24 | 2,23 | 0% |
| Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μέσω κινητού (mobile email) | 2,03 | 1,93 | -5% |
| Βιντεοκλήση | 1,24 | 1,3 | 5% |
| Chat μέσω κινητού (mobile chat) | 1,21 | 1,21 | 0% |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)

Στη πιο πολυχρησιμοποιούμενη κατηγορία κινητών υπηρεσιών, αυτή της Επικοινωνίας, παρατηρούμε ότι **οι χρήστες δεν έχουν αλλάξει τις προτιμήσεις τους ούτε και τον βαθμό στον οποίο χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες, ο οποίος είναι ακόμα στο επίπεδο σπάνιας χρήσης (=2).**



Διάγραμμα 8 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Επικοινωνίας



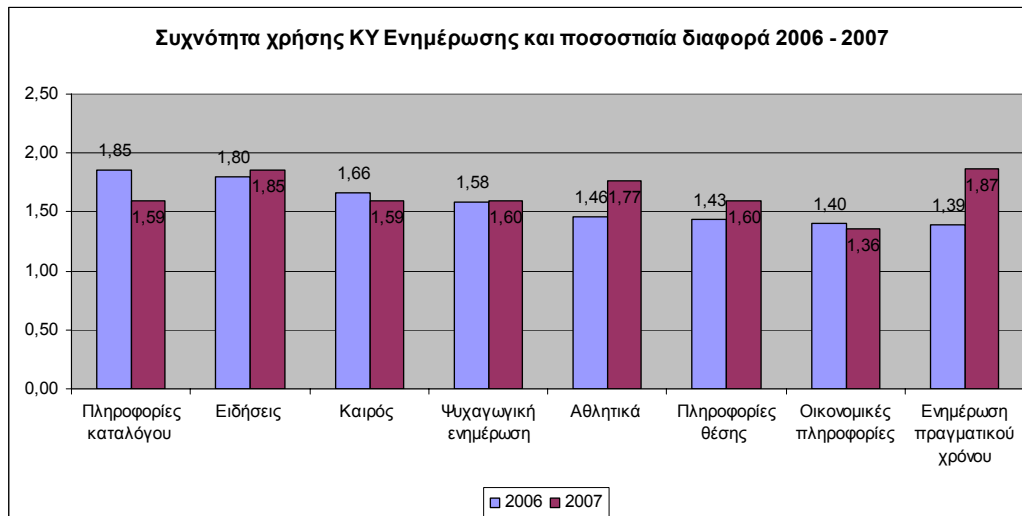


III. Χρήση ΚΥ Ενημέρωσης

Πίνακας 11 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Ενημέρωσης

| | 2006 (N=289) | 2007 (N=179) | Ποσοστιαία διαφορά |
|--|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Πληροφορίες καταλόγου | 1,85 | 1,59 | -14% |
| Ειδήσεις | 1,80 | 1,85 | 3% |
| Καιρός | 1,66 | 1,59 | -4% |
| Ψυχαγωγική ενημέρωση | 1,58 | 1,60 | 1% |
| Αθλητικά | 1,46 | 1,77 | 21% |
| Πληροφορίες θέσης | 1,43 | 1,60 | 12% |
| Οικονομικές πληροφορίες | 1,40 | 1,36 | -3% |
| Ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο ή για συγκεκριμένο γεγονός | 1,39 | 1,87 | 35% |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)



Διάγραμμα 9 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Ενημέρωσης και ποσοστιαία διαφορά μεταξύ 2006-2007

Η χρήση Κινητών Υπηρεσιών Ενημέρωσης είναι περιορισμένη καθώς περισσότερες υπηρεσίες δεν έχουν χρησιμοποιηθεί ποτέ ή βρίσκονται στην κλίμακα της σπάνιας χρήσης. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον προς τους καταναλωτές εμφανίζουν οι υπηρεσίες ενημέρωσης και παροχής πληροφοριών (πληροφορίες καταλόγου, ειδήσεις, καιρός) καθώς και οι υπηρεσίες που είναι ευαίσθητες ως προς το χρόνο ή την τοποθεσία (ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο ή για συγκεκριμένο γεγονός, πληροφορίες θέσης).



Οι δύο τελευταίες υπηρεσίες ανήκουν στην κατηγορία των κινητών υπηρεσιών βασισμένων στη θέση του χρήστη (location based services) και στις υπηρεσίες πραγματικού χρόνου (real time services), η δυναμική των οποίων έχει ήδη αποτιμηθεί από τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας και όσους ασχολούνται στην αγορά των κινητών τηλεπικοινωνιών ως ιδιαίτερα σημαντική (γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την ποσοστιαία διαφορά μεταξύ των δύο ετών). Παρόλ'αυτά δεν έχουν ακόμα κατορθώσει να κεφαλαιοποιήσουν τις προσδοκίες που έχουν δημιουργήσει (ο πίνακας συχνότητας χρήσης επιβεβαιώνει τη χαμηλή αποδοχή τους από τους χρήστες ΚΥΔ).



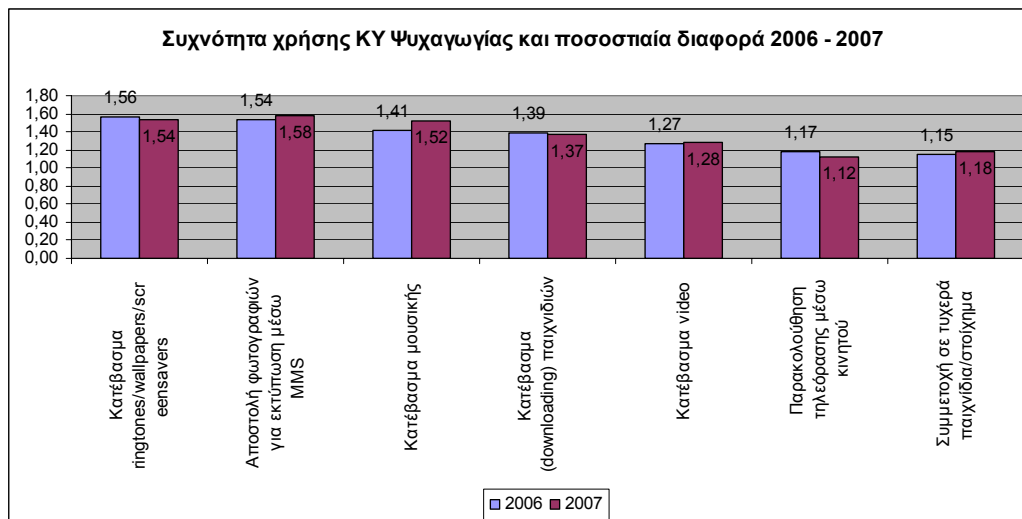


IV. Χρήση ΚΥ Ψυχαγωγίας

Πίνακας 12 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Ψυχαγωγίας

| | 2006 (N=289) | 2007 (N=179) | Ποσοστιαία διαφορά |
|--|-----------------|-----------------|-----------------------|
| Κατέβασμα ringtones/ wallpapers/ screensavers | 1,56 | 1,54 | -2% |
| Αποστολή φωτογραφιών για εκτύπωση μέσω MMS | 1,54 | 1,58 | 3% |
| Κατέβασμα μουσικής | 1,41 | 1,52 | 8% |
| Κατέβασμα (downloading) παιχνιδιών | 1,39 | 1,37 | -2% |
| Κατέβασμα video | 1,27 | 1,28 | 1% |
| Παρακολούθηση τηλεόρασης μέσω κινητού | 1,17 | 1,12 | -5% |
| Συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια/ στοίχημα | 1,15 | 1,18 | 2% |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)



Διάγραμμα 10 Συχνότητες χρήσης ΚΥ Ψυχαγωγίας και ποσοστιαία διαφορά μεταξύ 2006-2007

Η συχνότητα χρήσης Κινητών Υπηρεσιών Ψυχαγωγίας εμφανίζεται επίσης αρκετά περιορισμένη: όπως ήταν αναμενόμενο, οι πιο δημοφιλείς υπηρεσίες είναι το κατέβασμα ringtones/wallpapers/screensavers και η αποστολή φωτογραφιών για εκτύπωση μέσω MMS. Όπως παρατηρείται οι συγκεκριμένες υπηρεσίες δεν παρουσιάζουν δραματικές αλλαγές μεταξύ των δύο ετών. Πιθανότητες μελλοντικής



αποδοχής από τους χρήστες εμφανίζουν και οι υπηρεσίες που έχουν να κάνουν με κατέβασμα μουσικής και video (ευνοούμενες από τη διάδοση κινητών τηλεφώνων που υποστηρίζουν πολυμεσικές εφαρμογές), αντιθέτως η παρακολούθηση mobile TV – υπηρεσία που προωθείται ιδιαίτερα από τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας σε μοχλός εξάπλωσης της συνδρομητικής βάσης των δικτύων 3ης γενιάς παρουσιάζεται αποδυναμωμένη



**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

Για το έτος 2006 δημογραφικά στοιχεία είναι διαθέσιμα για 360 από τους ερωτηθέντες (5 συμπλήρωσαν όλες τις ερωτήσεις χωρίς να μας δώσουν στοιχεία για το φύλο, την ηλικία, το επάγγελμα, το επίπεδο εκπαίδευσης και το αν πληρώνουν μόνοι τους ή όχι το λογαριασμό στην εταιρία κινητής τηλεφωνίας).

Πίνακας 13 Δημογραφικά στοιχεία έτος 2006

| ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΈΤΟΣ 2006 | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|---------|
| Φύλο | Άνδρες | 63,61% | Επάγγελμα | Μαθητής/ Φοιτητής | 18,33 % |
| | Γυναίκες | 36,39% | | Δημόσιος Υπάλληλος | 9,72 % |
| Ηλικία | <18 | 0,28% | | Ιδιωτικός Υπάλληλος | 31,67 % |
| | 18-24 | 18,61% | | Στέλεχος Επιχείρησης | 17,50 % |
| | 25-34 | 47,22% | | Επιχειρηματίας | 4,17 % |
| | 35-49 | 30,56% | | Ελεύθερος Επαγγελματίας | 15,00 % |
| | 50-65 | 3,33% | | Συνταξιούχος | 0,00 % |
| | >65 | 0,00% | | Νοικοκυρά | 0,00 % |
| Επίπεδο Εκπαίδευσης | | | | Άνεργος | 0,83 % |
| | | | | Άλλο | 2,78 % |
| | | | Απόφοιτος Γυμνασίου | 0,28 % | |
| | | | Απόφοιτος Λυκείου | 17,22 % | |
| | | | Απόφοιτος ΤΕΙ | 6,67 % | |
| | | | Απόφοιτος ΑΕΙ | 25,28 % | |
| | | Κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου | 45,0 % | | |
| | | Κάτοχος Διδακτορικού τίτλου | 5,56 % | | |

Κλίμακα (1: Καθόλου, 2: 1 φορά το μήνα, 3: 2-3 φορές το μήνα, 4: 1-2 φορές την εβδομάδα, 5: 3-5 φορές την εβδομάδα, 6: Καθημερινά, 7: Πολλές φορές την ημέρα)

Για το έτος 2007 δημογραφικά στοιχεία είναι διαθέσιμα και για τους 220 ερωτηθέντες.

Πίνακας 14 Δημογραφικά στοιχεία έτος 2007

| ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΈΤΟΣ 2007 | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|---------|
| Φύλο | Άνδρες | 58,64% | Επάγγελμα | Μαθητής/ Φοιτητής | 45,45 % |
| | Γυναίκες | 41,36% | | Δημόσιος Υπάλληλος | 10,45 % |
| Ηλικία | <18 | 0,00% | | Ιδιωτικός Υπάλληλος | 17,74 % |
| | 18-24 | 41,82% | | Στέλεχος Επιχείρησης | 9,55 % |
| | 25-34 | 30,91% | | Επιχειρηματίας | 5,00 % |
| | 35-49 | 21,36% | | Ελεύθερος Επαγγελματίας | 8,18 % |
| | 50-65 | 5,00% | | Συνταξιούχος | 0,00 % |
| | >65 | 0,91% | | Νοικοκυρά | 0,45 % |
| Επίπεδο Εκπαίδευσης | | | | Άνεργος | 0,91 % |
| | | | | Άλλο | 2,27 % |
| | | | Απόφοιτος Γυμνασίου | 0,45 % | |
| | | | Απόφοιτος Λυκείου | 30,0 % | |
| | | | Απόφοιτος ΤΕΙ | 5,0 % | |
| | | | Απόφοιτος ΑΕΙ | 23,18 % | |
| | | Κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου | 33,18 % | | |
| | | Κάτοχος Διδακτορικού τίτλου | 8,18 % | | |



Μελετώντας τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος, διαπιστώνουμε τα εξής:

- ❖ Οι άνδρες ερωτηθέντες πλεονεκτούν των γυναικών που συμμετείχαν στην έρευνα και τα δύο έτη (64% άνδρες και 36% γυναίκες για το 2006, 59% άνδρες και 41% γυναίκες για το 2007). Η αναλογία αυτή ήταν περίπου αναμενόμενη καθώς είναι κοινά αποδεκτό ότι το φύλο σχετίζεται με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών όπως είναι το Internet (η έρευνα ήταν βασισμένη σε online ερωτηματολόγιο) και οι ΚΥΔ.
- ❖ Σχεδόν οι μισοί συμμετέχοντες είναι νέοι μεταξύ των ηλικιών 18-24 και 25-34 ενώ ακολουθούν οι ηλικιακές ομάδες 35-49 και 50-65. Συνεπώς, τα αποτελέσματα της έρευνας αντανακλούν σε μεγάλο βαθμό τις προτιμήσεις και τις απόψεις των πιο ενεργών πληθυσμιακών ομάδων που μπορούν να αποτελέσουν την κρίσιμη μάζα για την αποδοχή και υιοθέτηση των ΚΥΔ.
- ❖ Το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων είναι σχετικά υψηλό, αφού η πλειοψηφία κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο ή είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου.

Αν και το δείγμα της έρευνας δεν είναι αντιπροσωπευτικό του ελληνικού πληθυσμού ή του συνόλου των κατόχων κινητών τηλεφώνων – συνδρομητών σε εταιρία κινητής τηλεφωνίας, τα χαρακτηριστικά τους (άνδρες, νέοι σε ηλικία και μορφωμένοι) τους τοποθετούν ανάμεσα στους πιο δεκτικούς για την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών όπως είναι οι ΚΥΔ έτσι ώστε να σχηματίσουν την κρίσιμη μάζα που θα δώσει ώθηση για την περαιτέρω αποδοχή των ΚΥΔ από το σύνολο των χρηστών. Ιδιαίτερα για μια ανώριμη αγορά ΚΥΔ όπως είναι η Ελλάδα, είναι σημαντικό να μαθαίνουμε ποιες είναι οι απόψεις και οι προτιμήσεις αυτών που πρωτοπορούν στη χρήση ΚΥΔ ώστε να εντοπιστούν έγκαιρα τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους.

