

## Notkun heimila og einstaklinga á tölvum og neti 2009

*Use of computers and the Internet by households and individuals 2009*

*Samantekt* Árið 2009 voru tölvur á 92% heimila og 90% voru með nettengingu. Helmingur íslenskra heimila var með tvö sjónvarpstæki eða fleiri og 48% voru með flatskjá. Nær öll nettengd heimili eru með háhraðatengingu, eða 97%.

Tölvu- og netnotkun er mjög almenn meðal einstaklinga en 93% landsmanna á aldrinum 16–74 ára höfðu notað tölvu og netið síðustu þrjá mánuði fyrir rannsóknina. Níu af hverjum tíu netnotendum senda tölvupóst og 78% lesa vefútgáfur dagblaða eða tímarita. Þrír af hverjum fjórum netnotendum nota netið til að leita upplýsinga á heimasíðum opinberra aðila og mikill meirihluti þeirra segir upplýsingaleitina ganga vel.

Hlutfall þeirra sem versla á netinu lækkar milli ára í fyrsta skipti síðan mælingar hófust árið 2002. Þeir sem versla á netinu kaupa síður farmiða, gistingu og aðra ferðatengda þjónustu en fyrri ár. Í ár birtast í fyrsta skipti upplýsingar um hvaðan fólk verslar á netinu, hversu oft það verslar og fyrir hvað mikið.

Í heftinu er yfirlit yfir helstu niðurstöður. Ítarlegri niðurstöður má finna á vef Hagstofunnar undir efnisliðnum *Upplýsingatækni*.

### Inngangur

Hagstofa Íslands framkvæmdi í apríl síðastliðnum áttundu rannsókn sína á notkun heimila og einstaklinga á tæknibúnaði og neti. Rannsóknin er framkvæmd árlega og eru viðmælendur annars vegar látnir svara spurningum um tæknibúnað heimilisins og hins vegar spurningum um eigin notkun á tölvum og neti.

### Tæknibúnaður á heimilum

*Flest íslensk heimili með tölvu og nettengingu*

Tölvur eru á 90% íslenskra heimila og 9 af hverjum 10 eru með nettengingu. Fartölvur eru algengari en borðtölvur, en 76% heimila eru með fartölvu á meðan 60% eru með borðtölvu. Helmingur heimila er með tvö sjónvarpstæki eða fleiri og 48% eru með flatskjá.

*Heimili með börn tæknivæddari en barnlaus*

Heimili með börn 16 ára og yngri eru tæknivæddari en heimili þar sem allir heimilismenn eru 16 ára eða eldri. Þannig eru 99% heimila með börn yngri en 16 ára með tölvu og 73% með tvær tölvur eða fleiri. Af barnlausum heimilum höfðu 88% tölvu og 49% tvær tölvur eða fleiri. Tekjulægstu heimilin eru mun ólíklegri til að vera með ýmsan tæknibúnað en þau tekjuhærri. Þannig eru nær öll heimili með



tekjur yfir 400 þúsund krónum með tölvu og net eða á bilinu 96–100%. Meðal heimila sem eru með 200 þúsund krónur eða minna í tekjur á mánuði eru hins vegar 76% með tölvu og 72% með nettengingu (sjá nánar töflu 2).

97% nettengdra heimila með háhraðatengingu

Langflest heimili tengjast netinu með DSL tengingu<sup>1</sup>, eða 92%. Aðrar háhraða-tengingar, til dæmis ljósleiðaratengingar og örbylgjutengingar, eru notaðar af 5% heimila. Einhvers konar háhraðatenging er á 97% nettengdra heimila. Á höfuðborgarsvæðinu eru 98% nettengdra heimila með háhraðatengingu og hlutfallið er svipað á landsbyggðinni, eða 95% (sjá nánar töflu 3).

## Tölvu- og netnotkun einstaklinga

93% nota tölvu og netið

Í rannsókninni var spurt um notkun tölvu og netsins síðustu þrjú mánuði fyrir framkvæmd rannsóknar og eru þeir einstaklingar sem notuðu tölvu eða netið á því tímabili nefndir *tölvu-* og *netnotendur*. Tölvu- og netnotkun er mjög útbreidd en 93% aðspurðra höfðu notað tölvu og sama hlutfall hafði notað netið síðustu þrjú mánuði fyrir rannsóknina. Munur milli kynja er lítill. Þannig nota 94% karla netið en 91% kvenna. Nær allir einstaklingar á aldrinum 16–54 ára nota netið eða 97–100%. Í aldurshópnum 55–74 ára er tölvu- og netnotkun ekki jafn almenn og þar er munurinn á milli kynjanna einnig töluverður. Þannig nota 80% karla á aldrinum 55–74 ára netið en 70% kvenna á sama aldri.

Tölvu- og netnotkun útbreiddust meðal háskólamenntaðra

Nær allir einstaklingar með háskólapróf nota tölvu og net eða 98%. Hlutfall tölvu- og netnotenda meðal einstaklinga sem hafa lokið stúdentsprófi eða starfsnámi er einnig mjög hátt en árið 2009 notuðu 95% þeirra tölvu og 94% netið. Meðal einstaklinga með stystu skólagönguna var tölvunotkun 87% og netnotkun 86%.

Nær allir námsmenn nota netið

Tölvu- og netnotkun er algengari meðal námsmanna og starfandi fólks en annarra. Þannig nota 99% námsmanna og 96% starfandi fólks netið. Í vinnumarkaðs flokknunum *Aðrir* (ellilífeyrisþegar, heimavinnandi án launaðrar vinnu, öryrkjar, bótaþegar og atvinnulausir) nota 71% netið (sjá nánar töflu 4).

Langflestir nota tölvu og netið daglega

Nær allir tölvunotendur nota tölvu að minnsta kosti einu sinni í viku og 90% nota hana daglega. Sama gildir um netnotkun en 89% netnotenda vafra um netið daglega (sjá nánar töflu 6).

## Tilgangur netnotkunar

Netið er helst notað til samskipta og sem fjölmiðill

Spurt var hvað fólk hefði gert á netinu á síðustu þremur mánuðum fyrir rannsóknina. Ekki var verið að spyrra um notkun vegna vinnu. Rúmlega níu af hverjum tíu netnotendum skiptust á upplýsingum í gegnum tölvupóst og 61% notuðu spjallsíður eða spjallforrit. Notkun fjölmiðla á netinu er útbreidd en 78% lásu dagblöð eða tímarit á netinu og 65% hlustuðu á vefútvarp eða horfðu á vefsjónvarp. Ríflega þrjú af hverjum fjórum netnotendum sinntu viðskiptum í heimabanka, 29% keyptu vörur eða þjónustu gegnum netið og 14% seldu vörur eða þjónustu.

Karlar hlaða frekar niður hugbúnaði en konur

Munur á milli kynja er mestur þegar kemur að niðurhali hugbúnaðar. Þannig höfðu 43% karla hlaðið niður hugbúnaði á þriggja mánaða tímabili fyrir framkvæmd rannsóknar en einungis 19% kvenna. Konur nota netið frekar til að leita upplýsinga varðandi heilsu eða heilbrigðismál en karlar eða 46% kvenna á móti 34% karla.

<sup>1</sup> ADSL, SDSL eða annars konar xDSL tengingar.

86% leita upplýsinga um vörur og þjónustu á netinu

Stór hluti fólks, eða 86%, notar netið til að leita upplýsinga um vörur og þjónustu. Þessi upplýsingaleit er þó mun algengari meðal hinna yngri en hinna eldri. Þannig leita 91% karla á aldrinum 16–24 ára upplýsinga um vörur og þjónustu á netinu en aðeins 76% karla á aldrinum 55–74 ára (sjá nánar töflu 5).

Höfuðborgarbúar leita frekar upplýsinga á vefsíðum opinberra aðila

Ríflega þrjú af hverjum fjórum netnotendum höfðu sótt sér upplýsingar á vefsíðum opinberra aðila síðustu 12 mánuði fyrir framkvæmd rannsóknarinnar. Samskipti við opinbera aðila gegnum netið eru algengari meðal höfuðborgarbúa en íbúa landsbyggðarinnar og algengari eftir því sem menntun eykst. Þannig hafa 81% höfuðborgarbúa leitað upplýsinga á vefjum opinberra aðila síðustu 12 mánuði en 64% íbúa landsbyggðarinnar. Meðal háskólamenntaðra hafa 85% sótt eyðublöð á vefsíðum opinberra aðila en aðeins 44% þeirra sem eiga að baki stystu skólagönguna. Munurinn milli karla og kvenna er mestur þegar kemur að því að senda útfyllt eyðublöð til opinberra aðila en 66% karla hafa gert það á 12 mánaða tímabili fyrir framkvæmd rannsóknar en 57% kvenna (sjá nánar töflu 7).

Flestum gengur vel að finna upplýsingar á vefsíðum opinberra aðila

Þeir sem sögðust hafa leitað upplýsinga á vefsíðum opinberra aðila á síðustu 12 mánuðum voru spurðir um árangur þess. Spurt var: *Hversu vel eða illa gengur þér að finna upplýsingar á vefsíðum opinberra aðila?* Tæplega þrjú af hverjum fjórum sögðu það ganga mjög vel eða frekar vel, 22% tóku ekki afstöðu og einungis 6% sögðu það ganga mjög eða frekar illa. Enginn munur var á milli kynja og lítill munur eftir aldri og búsetu (sjá nánar töflu 8).

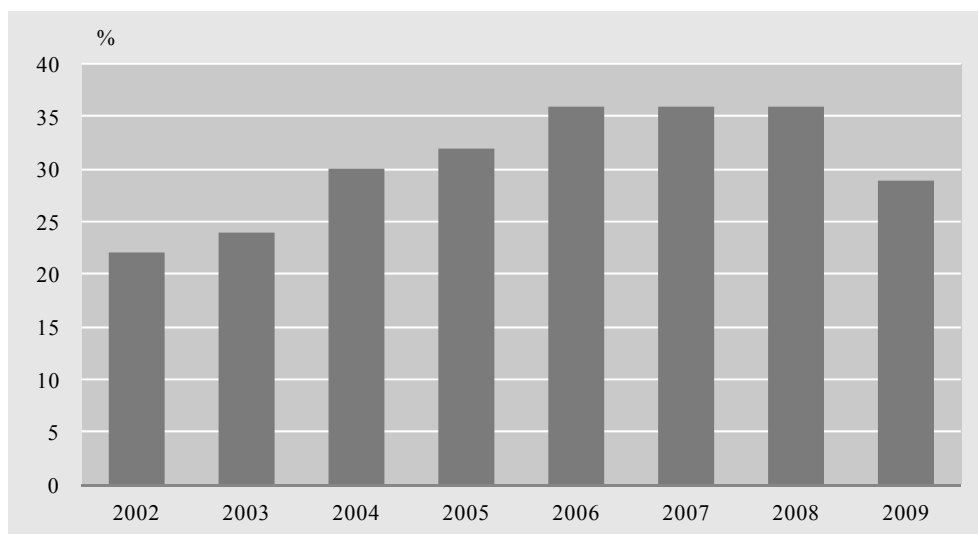
## Netviðskipti

Færri versla á netinu en áður

Árið 2009 höfðu 29% netnotenda á aldrinum 16–74 ára pantað eða keypt vörur eða þjónustu á netinu á þriggja mánaða tímabili fyrir framkvæmd rannsóknarinnar. Þetta er töluverð lækkun frá árunum 2006–2008 en þá var hlutfallið 36%. Þegar skoðuð eru hlutföll þeirra sem keyptu á netinu síðustu 12 mánuði fyrir framkvæmd rannsóknarinnar sést líka fækkun milli ára (sjá í vefstöflum Hagstofunnar: [www.hagstofa.is/upplýsingataekni](http://www.hagstofa.is/upplýsingataekni)).

### Mynd 1. Kaup á netinu 2002–2009

Figure 1. Percent of Internet users placing orders online 2002–2009



**Skýringar** Notes: Viðmiðunartími er þrjú mánuðir áður en rannsókn var gerð. Viðmiðunartímabil náði yfir janúar til mars árið 2009 en nóvember til janúar fyrri ár. Reference time is three months prior to each survey. The reference period was January through March in 2009 but November through January in previous years.

*Færri versla farmiða eða gistingu á netinu*

Þeir sem versluðu á netinu síðustu 12 mánuði fyrir rannsóknina voru spurðir hvað þeir pöntuðu gegnum netið. Í flestum vöruflokkum er smávægileg aukning milli ára en í ferðatengdum vörum er áberandi samdráttur. Árið 2008 höfðu 81% þeirra sem versluðu á netinu keypt farmiða eða annað ferðatengt en árið 2009 er þetta hlutfall 68% (sjá nánar töflu 11). Þetta er eftir sem áður stærsti flokkur netviðskipta Íslendinga. Næst á eftir koma aðgöngumiðar á viðburði, en 57% keyptu aðgöngumiða á netinu. Tæpur helmingur keypti sér fjarskiptaþjónustu á netinu, 46% keyptu bækur, tímarit eða fjarkennslufni og 34% keyptu hugbúnað fyrir tölvur eða tölvuleiki.

*Háskólamenntaðir kaupa frekar bækur, tímarit eða fjarkennslufni á netinu*

Munur á vefverslun milli kynja er mestur þegar kemur að tónlist. Nærri helmingur karla sem versluðu á netinu keyptu tónlist eða kvikmyndir á netinu en aðeins 27% kvenna. Happraðtti og veðmál freistuðu 29% karla en 15% kvenna. Þriðjungur kvenna sem versluðu á netinu keypti föt, skó eða íþróttavörur en 27% karla. Tæp 60% háskólamenntaðra sem versla á netinu kaupa bækur, tímarit eða fjarkennslufni á netinu en 44% einstaklinga með stúdentspróf eða iðnmenntun og 28% einstaklinga með styttri skólagöngu að baki. Næstum fjórir af hverjum fimm háskólamenntuðum sem versla á netinu kaupa farmiða, gistingu eða annað ferðatengt á netinu en þetta hlutfall er 68% meðal einstaklinga með stúdentspróf eða iðnmenntun og 53% meðal einstaklinga með styttri skólagöngu (sjá nánar töflu 10).

*Innlend fyrirtæki eru algengustu söluaðilarnir á netinu*

Fjórir af hverjum fimm sem versluðu á netinu á 12 mánaða tímabili fyrir framkvæmd rannsóknarinnar höfðu keypt eitthvað af innlendum fyrirtækjum í gegnum netið. Helmingur hafði keypt eitthvað af bandarískum fyrirtækjum og 46% af fyrirtækjum frá löndum Evrópusambandsins. Einungis 9% höfðu verslað við fyrirtæki annars staðar frá. Íbúar höfuðborgarsvæðisins versluðu frekar við erlend fyrirtæki en íbúar landsbyggðarinnar. Þannig höfðu 52% höfuðborgarbúa sem stunduðu netviðskipti verslað við fyrirtæki innan ESB og 55% við bandarísk fyrirtæki á meðan 33% íbúa landsbyggðarinnar versluðu við fyrirtæki innan ESB og 36% við bandarísk fyrirtæki (sjá nánar töflu 12).

*80% panta fimm sinnum eða sjaldnar á þriggja mánaða tímabili*

Í ár var í fyrsta skipti safnað upplýsingum um hversu oft fólk verslar á netinu og fjárhæð viðskiptanna. Svarendur sem höfðu verslað á netinu á þriggja mánaða tímabili fyrir framkvæmd rannsóknar voru beðnir um að rifja upp fjölda pantana á þessu tímabili og heildarvirði þeirra. Fjórir af hverjum fimm höfðu pantað fimm sinnum eða sjaldnar gegnum netið, 16% höfðu pantað 6–10 sinnum og aðeins 5% oftár en tíu sinnum. Tæplega helmingur hafði pantað fyrir 20.000 krónur eða minna en 19% þeirra sem versluðu um netið höfðu pantað fyrir 100.000 krónur eða meira (sjá nánar töflur 13 og 14).

## Gagnasöfnun og úrvinnsla

*Úrtak og heimtur*

Úrtakið var 2.100 manns valdir af handahófi úr þjóðskrá. Í úrtaksramma voru einstaklingar sem við upphaf rannsóknar voru á aldrinum 16–74 ára með búsetu á Íslandi. Svarhlutfall var 80% fyrir einstaklinga og 81% fyrir heimili. Ástæðan fyrir því að svarhlutfall fyrir heimili er hærra er að í einstöku tilfellum var tekið við svörum frá öðrum íbúa heimilisins en þeim sem lenti í úrtakinu. Viðkomandi svaraði þá spurningum um tæknibúnað á heimilinu en ekki hlutanum sem snýr að notkun einstaklingsins á tölvum og neti.

**Tafla 1. Úrtak og heimtur 2009**  
*Table 1. Sample size and response rate 2009*

	Heimili <i>Households</i>		Einstaklingar <i>Individuals</i>	
	Fjöldi <i>Number</i>	Hlutfall <i>%</i>	Fjöldi <i>Number</i>	Hlutfall <i>%</i>
<b>Úrtak <i>Sample</i></b>	<b>2.100</b>	<b>100</b>	<b>2.100</b>	<b>100</b>
Búsettir erlendis <i>Domicile abroad</i>	36	1,7	36	1,7
Utan þýðis, aðrar ástæður <i>Other ineligible</i>	1	0,0	2	0,1
Hrein úrtaksstærð <i>Net sample size</i>	2.063	98,2	2.062	98,2
<b>Hrein úrtaksstærð <i>Net sample size</i></b>	<b>2.063</b>	<b>100</b>	<b>2.062</b>	<b>100</b>
Svarendur <i>Respondents</i>	1.665	80,7	1.640	79,5
Neita <i>Refusals</i>	145	7,0	147	7,1
Ófærir um að svara <i>Not able to answer</i>	69	3,3	69	3,3
Fjarverandi/næst ekki samband <i>Away from home/non contact</i>	184	8,9	206	10,0

#### Spurningalisti og gagnaöflun

Rannsóknin byggir á samræmdum spurningalista frá hagstofu Evrópusambandsins, Eurostat. Niðurstöðurnar eru því samanburðarhæfar við niðurstöður kannana í löndum Evrópska efnahagssvæðisins. Rannsóknin fór fram í gegnum síma en nokkrum dögum fyrir úthringingar sendi Hagstofan bréf til einstaklinga í úrtakinu þar sem tilgangur og framkvæmd rannsóknarinnar voru kynnt. Öllum var frjálst að neita þátttöku.

#### Útreikningar

Heildarstærðir og hlutfallsskiptingar einstaklinga eru reiknaðar með því að veða hvert svar með tilliti til aldurs og kyns. Þegar heildarstærðir og hlutfallsskiptingar heimila eru reiknaðar er hvert svar vegið með fjölda heimilismanna á aldrinum 16–74 ára. Ítarlegri upplýsingar um rannsóknina má finna undir vörulýsingum á slóðinni [www.hagstofa.is/upplýsingataekni](http://www.hagstofa.is/upplýsingataekni).

#### Tekjuflokkar og innfylling þeirra

Heimilistekjur eru heildartekjur allra heimilismanna á mánuði fyrir skatt í íslenskum krónum. Niðurstöður fyrir tekjur heimilis eru birtar fyrir sex tekjubil:

- 0–200 þúsund
- 201–400 þúsund
- 401–600 þúsund
- 601–800 þúsund
- 801–1.000 þúsund
- Meira en 1 milljón

Tæp 14% svarenda neituðu að svara spurningu um tekjur heimilis eða vissu ekki svarið. Fyrir þessa einstaklinga voru tekjur heimilisins áætlaðar út frá fylgni ýmissa breyta við heimilistekjur hjá þeim sem svöruðu spurningunni. Þessar breytur voru fjöldi heimilismanna, fjöldi heimilismanna á aldrinum 16–74 ára, fjöldi sjónvarps-tækja, fjöldi fartölva og fjöldi borðtölva.

#### Framsetning niðurstaðna

Niðurstöður mælinga fyrir tæknibúnað á heimilum eru settar fram eftir búsetu, heimilisgerð og tekjum heimilis. Niðurstöður mælinga á notkun á tölum og neti eru settar fram eftir kyni, aldri, búsetu, menntun og atvinnu. Allar niðurstöður rannsóknarinnar eru birtar í veftöflum Hagstofunnar. Slóðin á veftöflunum er [www.hagstofa.is/upplýsingataekni](http://www.hagstofa.is/upplýsingataekni).

**Tafla 2. Tæknibúnaður á heimilum 2009**Table 2. *Information and communication technology in households 2009*

Hlutfall heimila <i>Percent of households</i>	Tölva <sup>1</sup> <i>Computer<sup>1</sup></i>	Borðtölva <i>Desktop computer</i>	Fartölva <i>Laptop computer</i>	Lófátölva <i>Palm top</i>	Nettenging <i>Internet connection</i>	Mynd- bandstæki <i>VCR/Video recorder</i>	DVD- spilari <i>DVD player</i>
<b>Alls <i>Total</i></b>	<b>92</b>	<b>60</b>	<b>76</b>	<b>10</b>	<b>90</b>	<b>67</b>	<b>82</b>
<b>Búseta <i>Residence</i></b>							
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	93	60	79	13	90	65	81
Landsbyggð <i>Other regions</i>	91	62	71	5	88	71	83
<b>Heimilisgerð <i>Type of household</i></b>							
Heimili án barna yngri en 16 ára <i>Households without child(ren) under 16 years</i>	88	57	69	8	85	66	77
Heimili með barn/börn yngri en 16 ára <i>Households with child(ren) under 16 years</i>	99	66	87	13	97	69	89
<b>Tekjur heimilis í ísl. krónum <i>Household income in ISK</i></b>							
0–200 þúsund <i>thousand</i>	76	40	56	5	72	53	67
201–400 þúsund <i>thousand</i>	91	53	70	6	87	63	77
401–600 þúsund <i>thousand</i>	98	71	83	12	96	76	89
601–800 þúsund <i>thousand</i>	98	76	88	12	97	74	86
801–1.000 þúsund <i>thousand</i>	100	66	92	14	99	77	95
Meira en 1 milljón <i>Over 1 million</i>	100	67	95	34	100	71	95

1 Borðtölva, fartölva eða lófátölva. *Desktop computer, laptop computer or palm top.*2 Samtala borðtölva og/eða fartölva. *Sum of desktop computers and/or laptop computers.*

Tónhlaða <i>iPod/MP3- player</i>	Leikjatölva <i>Games console</i>	Flatskjár <i>Flat screen TV</i>	Stafrænt sjónvarp <i>Digital TV or set top box</i>	Heimabíó <i>Home theater system</i>	Tvö sjónvarps- tæki eða fleiri <i>More than one TV set</i>	Tvær tölvur eða fleiri <sup>2</sup> <i>More than one computer<sup>2</sup></i>
<b>59</b>	<b>42</b>	<b>48</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>50</b>	<b>58</b>
62	41	50	59	29	49	61
54	43	44	62	32	52	54
46	24	43	54	24	42	49
79	68	54	70	40	62	73
33	22	29	38	17	27	27
52	34	39	54	24	42	46
69	48	53	67	36	57	69
72	56	60	70	40	64	80
73	55	69	69	32	65	82
86	61	73	87	48	75	88

**Tafla 3. Tegundir nettenginga á heimilum 2009**Table 3. *Type of Internet connections in households 2009*

Hlutfall heimila með aðgang að netinu <i>Percent of households with access to the Internet</i>	ADSL eða önnur xDSL <i>ADSL or other types of xDSL</i>	ISDN eða mótald/módem <i>ISDN or dial-up telephone line</i>	Háhraðatenging önnur en xDSL <sup>1</sup> <i>Broadband connection<sup>1</sup></i>	Farsími <i>Mobile phone</i>
<b>Alls Total</b>	<b>92</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>Búseta Residence</b>				
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	93	1	5	7
Landsbyggð <i>Other regions</i>	90	4	6	3
<b>Heimilisgerð Type of household</b>				
Heimili án barna yngri en 16 ára <i>Households without child(ren) under 16 years</i>	90	2	5	6
Heimili með barn/börn yngri en 16 ára <i>Households with child(ren) under 16 years</i>	93	2	5	5
<b>Tekjur heimilis í ísl. krónum</b> <b>Household income in ISK</b>				
0–200 þúsund <i>thousand</i>	86	5	4	4
201–400 þúsund <i>thousand</i>	92	1	6	4
401–600 þúsund <i>thousand</i>	92	2	5	6
601–800 þúsund <i>thousand</i>	95	1	3	6
801–1.000 þúsund <i>thousand</i>	91	1	9	8
Meira en 1 milljón <i>Over 1 million</i>	95	–	7	9

<sup>1</sup> Til dæmis ljósleiðaratenging, örbylgjutenging. *E.g. fibre optic cable, fixed wireless technologies.*



**Tafla 4. Tölvu- og netnotkun einstaklinga 2009**  
*Table 4. Individuals' use of a computer and the Internet 2009*

Hlutfall heildarmannfjölda <i>Percent of population</i>	Tölvunotkun <i>Use of a computer</i>	Netnotkun <i>Use of the Internet</i>
<b>Allir</b> <i>All</i>	<b>93</b>	<b>93</b>
<b>Karlar</b> <i>Males</i>	<b>94</b>	<b>94</b>
16–24 ára <i>years</i>	99	100
25–54 ára <i>years</i>	98	97
55–74 ára <i>years</i>	81	80
<b>Konur</b> <i>Females</i>	<b>92</b>	<b>91</b>
16–24 ára <i>years</i>	100	99
25–54 ára <i>years</i>	97	97
55–74 ára <i>years</i>	72	70
<b>Búseta</b> <i>Residence</i>		
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	94	94
Landsbyggð <i>Other regions</i>	91	91
<b>Menntun</b> <i>Education</i>		
Skyldunám <i>Primary</i>	87	86
Stúdent eða iðnnám <i>Secondary</i>	95	94
Nám á háskólastigi <i>Tertiary</i>	98	98
<b>Atvinna</b> <i>Occupation</i>		
Námsmaður <i>Student</i>	100	99
Starfandi <i>Employed</i>	96	96
Aðrir <i>Others</i>	74	71

**Tafla 5. Tilgangur netnotkunar einstaklinga eftir kyni og aldri 2009**

Table 5. Purpose of individuals' Internet use by gender and age 2009

Hlutfall netnotenda Percent of Internet users	Samskipti Communication				Upplýsingaleit og þjónusta Information search and online services				
	Tölvu- póstur Use of e-mail	Símtöl Tele- phoning	Spjall- síður eða spjallforrit Use of chat sites and instant messaging	Hlaða inn eigin efni, texta eða myndum Uploading self-created content, text, photos	Leita upplýsinga um vörur og þjónustu Finding inform. about goods and services	Notkun tengd ferða- mennsku Use related to travel and accommo- dation	vefútlarp/ horfa á vefsjónvarp Listening/ to web radio/ watching web television	Spila eða hlaða niður Hlusta á leikjum eða myndum Playing or down- loading games, music or images	Hlaða niður öðrum hugbúnaði Down- loading of other software
<b>Allir All</b>	<b>91</b>	<b>27</b>	<b>61</b>	<b>47</b>	<b>86</b>	<b>57</b>	<b>65</b>	<b>46</b>	<b>31</b>
<b>Karlar alls Males, total</b>	<b>90</b>	<b>30</b>	<b>58</b>	<b>44</b>	<b>88</b>	<b>56</b>	<b>68</b>	<b>50</b>	<b>43</b>
16–24 ára years	89	29	90	76	91	42	69	88	61
25–54 ára years	91	32	59	43	91	59	71	50	44
55–74 ára years	87	24	23	13	76	63	59	10	23
<b>Konur alls Females, total</b>	<b>92</b>	<b>24</b>	<b>65</b>	<b>49</b>	<b>84</b>	<b>57</b>	<b>62</b>	<b>41</b>	<b>19</b>
16–24 ára years	91	21	96	83	92	56	66	80	25
25–54 ára years	95	27	65	48	85	55	61	37	20
55–74 ára years	83	20	28	15	71	64	59	14	8

**Skýring** Notes: Spurt var um notkun í eigin þágu á þriggja mánaða tímabili fyrir framkvæmd rannsóknar. People were asked about for which private purpose they had used the Internet in the last three months prior to the survey.

Upplýsingaleit og þjónusta <i>Information search and online services</i>			Fjármálaþjónusta og verslun <i>Banking and e-commerce</i>			Menntun og atvinna <i>Education and job search</i>		
Til að lesa eða ná í dagblöð/ tímarit <i>Reading/ down- loading news- papers/ magazines</i>	Leita upplýsinga varðandi heilsu eða heil- brigðismál <i>Seeking health- related informa- tion</i>	Til að auka við þekkingu sína <i>Consulting the Internet with the purpose of learning</i>	Viðskipti í heima- banka <i>Internet banking</i>	Til að panta eða kaupa vörur eða þjónustu <i>Ordering or purchasing goods or services</i>	Til að selja vörur eða þjónustu <i>Selling of goods and services</i>	Leita um menntun <i>Finding information about education or training</i>	Taka þátt í námskeiðum á netinu <i>Taking online courses</i>	Atvinnuleit/ innsending atvinnu- umsókna <i>Job search/ sending job applications</i>
<b>78</b>	<b>40</b>	<b>73</b>	<b>78</b>	<b>29</b>	<b>14</b>	<b>45</b>	<b>11</b>	<b>19</b>
<b>80</b>	<b>34</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>30</b>	<b>17</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>21</b>
64	24	84	71	24	18	54	10	36
84	40	75	78	34	19	42	11	20
84	24	62	67	24	7	29	8	6
<b>75</b>	<b>46</b>	<b>71</b>	<b>82</b>	<b>27</b>	<b>11</b>	<b>47</b>	<b>11</b>	<b>17</b>
65	41	78	83	28	10	59	11	38
77	52	74	86	30	14	49	12	14
79	33	56	67	18	1	29	7	3

**Tafla 6. Tíðni tölvu- og netnotkunar einstaklinga 2009**  
**Table 6. Frequency in the use of a computer and the Internet 2009**

Hlutfall tölvu- og netnotenda <i>Percent of computer and Internet users</i>	Tölvunotkun <i>Use of a computer</i>			Netnotkun <i>Use of the Internet</i>		
	Daglega <i>Daily</i>	Einu sinni í viku <i>Once a week</i>	Sjaldnar en einu sinni í viku <i>Less than once a week</i>	Daglega <i>Daily</i>	Einu sinni í viku <i>Once a week</i>	Sjaldnar en einu sinni í viku <i>Less than once a week</i>
<b>Allir</b> <i>All</i>	<b>90</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>89</b>	<b>9</b>	<b>2</b>
<b>Karlar</b> <i>Males</i>	<b>90</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>89</b>	<b>9</b>	<b>2</b>
16–24 ára <i>years</i>	94	6	–	94	6	–
25–54 ára <i>years</i>	92	7	1	91	8	1
55–74 ára <i>years</i>	81	15	4	79	14	7
<b>Konur</b> <i>Females</i>	<b>90</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>88</b>	<b>9</b>	<b>3</b>
16–24 ára <i>years</i>	94	6	–	96	4	–
25–54 ára <i>years</i>	92	7	1	90	8	2
55–74 ára <i>years</i>	79	16	6	74	19	6
<b>Búseta</b> <i>Residence</i>						
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	91	7	2	91	7	2
Landsbyggð <i>Other regions</i>	87	11	2	84	13	3
<b>Menntun</b> <i>Education</i>						
Skyldunám <i>Primary</i>	83	14	3	84	13	3
Stúdent eða iðnnám <i>Secondary</i>	90	8	2	87	10	3
Nám á háskólastigi <i>Tertiary</i>	98	2	–	96	3	1
<b>Atvinna</b> <i>Occupation</i>						
Námsmaður <i>Student</i>	95	4	1	96	4	0
Starfandi <i>Employed</i>	91	8	1	89	9	2
Aðrir <i>Others</i>	78	16	6	77	16	7

**Skýringar** Notes: Tölvu- og netnotendur eru þeir sem hafa notað tölvu eða net á síðustu þremur mánuðum. Computer and Internet users are those who have used a computer or the Internet three months prior to the survey.

**Tafla 7. Samskipti einstaklinga við opinbera aðila 2009**Table 7. *Individuals' interaction with public authorities via the Internet 2009*

Hlutfall netnotenda <i>Percent of Internet users</i>	Sækja upplýsingar á vefsíður opinberra aðila <i>Obtaining information from public authorities' websites</i>	Ná í eyðublöð á vefsíður opinberra aðila <i>Download official forms from public authorities' websites</i>	Senda eyðublöð eða skýrslur til opinberra aðila <i>Sending filled in forms to public authorities</i>
<b>Allir <i>All</i></b>	<b>78</b>	<b>65</b>	<b>62</b>
<b>Karlar <i>Males</i></b>	<b>80</b>	<b>67</b>	<b>66</b>
16–24 ára <i>years</i>	78	56	50
25–54 ára <i>years</i>	81	71	73
55–74 ára <i>years</i>	77	65	63
<b>Konur <i>Females</i></b>	<b>77</b>	<b>64</b>	<b>57</b>
16–24 ára <i>years</i>	80	50	46
25–54 ára <i>years</i>	82	72	63
55–74 ára <i>years</i>	56	51	49
<b>Búseta <i>Residence</i></b>			
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	81	68	65
Landsbyggð <i>Other regions</i>	74	61	57
<b>Menntun <i>Education</i></b>			
Skyldunám <i>Primary</i>	65	44	44
Stúdent eða iðnnám <i>Secondary</i>	79	69	64
Nám á háskólastigi <i>Tertiary</i>	92	85	78
<b>Atvinna <i>Occupation</i></b>			
Námsmaður <i>Student</i>	82	57	52
Starfandi <i>Employed</i>	79	69	66
Aðrir <i>Others</i>	67	52	52

**Skýringar** Notes: Viðmiðunartími spurninga er 12 mánuðir fyrir framkvæmd rannsóknar. *Reference time is 12 months prior to the survey.*

**Tafla 8. Aðgengileiki vefsíðna opinberra aðila 2009**Table 8. *Accessibility of public authorities' websites 2009*

Hlutfall þeirra sem leita upplýsinga á heimasíðum opinberra aðila <i>Percent of those obtaining information from public authorities' websites</i>	Hversu vel eða illa gengur þér að finna upplýsingar á vefjum opinberra aðila? <i>Do you find it easy or hard finding information on public authorities' websites?</i>		
	Mjög eða frekar vel <i>Very or rather easy</i>	Hvorki vel né illa <i>Neither easy nor hard</i>	Mjög eða frekar illa <i>Very or rather hard</i>
<b>Allir</b> <i>All</i>	<b>72</b>	<b>22</b>	<b>6</b>
<b>Kyn</b> <i>Sex</i>			
Karlar <i>Males</i>	72	22	6
Konur <i>Females</i>	72	22	6
<b>Aldur</b> <i>Age</i>			
16–24 ára <i>years</i>	71	23	6
25–34 ára <i>years</i>	71	24	5
35–44 ára <i>years</i>	70	24	6
45–54 ára <i>years</i>	75	19	6
55–64 ára <i>years</i>	74	18	8
65–74 ára <i>years</i>	76	18	6
<b>Búseta</b> <i>Residence</i>			
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	74	21	5
Landsbyggð <i>Other regions</i>	69	24	7

**Tafla 9. Kaup einstaklinga um netið 2009**Table 9. *Individuals' Internet commerce 2009*

Hlutfall netnotenda <i>Percent of Internet users</i>	Á sl. þremur mánuðum <i>In the last 3 months</i>	Á sl. tólf mánuðum <i>In the last 12 months</i>
<b>Allir <i>All</i></b>	<b>29</b>	<b>47</b>
<b>Aldur <i>Age</i></b>		
16–24 ára <i>years</i>	26	44
25–34 ára <i>years</i>	35	60
35–44 ára <i>years</i>	34	56
45–54 ára <i>years</i>	25	41
55–64 ára <i>years</i>	25	37
65–74 ára <i>years</i>	11	24
<b>Karlar alls <i>Males, total</i></b>	<b>30</b>	<b>48</b>
16–24 ára <i>years</i>	24	45
25–54 ára <i>years</i>	34	53
55–74 ára <i>years</i>	24	37
<b>Konur alls <i>Females, total</i></b>	<b>27</b>	<b>46</b>
16–24 ára <i>years</i>	28	43
25–54 ára <i>years</i>	30	52
55–74 ára <i>years</i>	18	29
<b>Búseta <i>Residence</i></b>		
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	30	50
Landsbyggð <i>Other regions</i>	26	43
<b>Menntun <i>Education</i></b>		
Skyldunám <i>Primary</i>	20	33
Stúdent eða iðnnám <i>Secondary</i>	28	48
Nám á háskólastigi <i>Tertiary</i>	38	61
<b>Atvinna <i>Occupation</i></b>		
Starfandi <i>Employed</i>	30	49
Námsmaður <i>Student</i>	26	47
Aðrir <i>Others</i>	21	35

**Tafla 10. Vöru- og þjónustukaup einstaklinga 2009**

Table 10. Goods/services purchased over the Internet by individuals 2009

Hlutfall einstaklinga sem pöntuðu eða keyptu um netið á sl. 12 mánuðum <i>Percent of individuals doing Internet commerce in the last 12 months</i>	Matvæli og hreinlætis-vörur <i>Food, groceries</i>	Hlutir til heimilisins, ekki raftæki <i>Household goods, excl. electronic equipments</i>	Tónlist, kvikmyndir <i>Music, films</i>	Bækur, tímarit, fjar-kennsluefni <i>Books, magazines, e-learning material</i>	Föt, skór íþrótta-vörur <i>Clothes, sport goods</i>	Hugbúnaður fyrir tölvur, tölvuleikir <i>Computer software</i>
<b>Allir</b> <i>All</i>	<b>8</b>	<b>27</b>	<b>38</b>	<b>46</b>	<b>29</b>	<b>34</b>
<b>Karlar</b> <i>alls Males, total</i>	<b>8</b>	<b>29</b>	<b>47</b>	<b>45</b>	<b>27</b>	<b>47</b>
16–24 ára <i>years</i>	6	25	55	29	36	48
25–54 ára <i>years</i>	10	34	49	49	27	50
55–74 ára <i>years</i>	2	13	30	52	11	33
<b>Konur</b> <i>alls Females, total</i>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>46</b>	<b>33</b>	<b>19</b>
16–24 ára <i>years</i>	9	30	39	30	51	17
25–54 ára <i>years</i>	8	24	27	49	31	20
55–74 ára <i>years</i>	7	15	7	52	17	10
<b>Búseta</b> <i>Residence</i>						
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	9	25	40	50	29	33
Landsbyggð <i>Other regions</i>	6	32	33	36	31	36
<b>Menntun</b> <i>Education</i>						
Skyldunám <i>Primary</i>	7	30	33	28	39	25
Stúdent eða iðnnám <i>Secondary</i>	7	28	37	44	29	32
Nám á háskólastigi <i>Tertiary</i>	8	24	42	59	25	40
<b>Atvinna</b> <i>Occupation</i>						
Starfandi <i>Employed</i>	6	25	36	49	26	35
Námsmaður <i>Student</i>	11	30	48	36	42	32
Aðrir <i>Others</i>	17	33	36	36	37	27

1 Til dæmis áskrift að sjónvarpi, breiðbandi, síma eða farsíma, eða inneign fyrir farsíma. *For example TV or phone subscriptions or prepaid phone cards.*



Vélbúnaður fyrir tölvur <i>Computer hardware</i>	Raftæki, myndavélar <i>Electronic equipments, cameras</i>	Hlutabréf, tryggingar o.þ.h. <i>Shares, insurance etc.</i>	Farmiðar, gisting o.fl. ferðatengt <i>Travel, accommo- dation etc.</i>	Aðgöngu- miðar á viðburði <i>Tickets for events</i>	Happ- drætti, veðmál og lottó <i>Lotteries, betting</i>	Fjarskipta- þjónusta <sup>1</sup> <i>Tele- communi- cation services<sup>1</sup></i>	Annað <i>Other things</i>
<b>9</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>68</b>	<b>57</b>	<b>22</b>	<b>47</b>	<b>9</b>
<b>14</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>71</b>	<b>55</b>	<b>29</b>	<b>49</b>	<b>8</b>
17	25	17	49	44	26	56	7
14	22	22	74	60	30	52	9
9	15	14	85	50	24	26	5
<b>4</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>65</b>	<b>59</b>	<b>15</b>	<b>44</b>	<b>10</b>
3	16	6	61	52	13	61	10
5	8	8	65	62	17	44	10
2	–	5	67	55	5	13	10
8	14	15	71	63	22	48	8
11	19	10	63	46	22	44	11
9	21	5	53	42	23	50	9
11	14	14	68	54	24	45	11
8	13	18	78	71	19	46	6
8	15	14	72	58	22	45	9
11	13	16	55	56	19	59	6
17	20	7	59	53	28	40	12

**Tafla 11. Vöru- og þjónustukaup einstaklinga um netið 2004–2009**

Table 11. Goods/services purchased over the Internet by individuals 2004–2009

Hlutfall þeirra sem keyptu um netið <i>Percent of people doing Internet commerce</i>	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Matvæli, hreinlætisvörur <i>Food, groceries</i>	2	5	4	6	6	8
Hluti til heimilis, ekki raftæki <i>Household goods, excluding electronic equipment</i>	...	20	21	15	24	27
Tónlist, kvikmyndir <i>Music, films etc.</i>	25	28	32	35	35	38
Bækur, tímarit, fjarkennsluefni <i>Books, magazines, e-learning material</i>	37	36	37	41	44	46
Föt, skór, íþróttavörur <i>Clothes, sport goods</i>	20	20	23	22	28	29
Hugbúnaður, tölvuleikir <i>Computer software</i>	18	19	29	30	26	34
Vélbúnaður fyrir tölvur, prentarar <i>Computer hardware</i>	8	10	11	9	8	9
Raftæki, myndavélar <i>Electronic equipment, cameras</i>	8	11	14	12	15	16
Hlutabréf, tryggingar <i>Shares, insurances</i>	8	7	15	19	16	14
Farmiðar, gisting o.fl. ferðatengt <i>Travel, accommodation etc.</i>	64	71	78	79	81	68
Aðgöngumiðar á viðburði <i>Tickets for events</i>	13	25	37	48	56	57
Happdrætti, veðmál, lottó <i>Lotteries, bettings</i>	11	12	16	17	17	22
Fjarskiptaþjónusta, t.d. áskrift að sjónvarpi eða síma <i>Telecommunication services</i>	...	...	...	...	...	47
Annað <i>Other goods/services</i>	13	7	13	13	8	9

**Skýringar** Notes: Viðmiðunartími er tólf mánuðir fyrir framkvæmd rannsókna. Reference time is twelve months prior to each survey.

**Tafla 12. Upprunaland söluaðila á netinu 2009**

Table 12. Origin of sellers of goods and services over the Internet 2009

Hlutfall einstaklinga sem pöntuðu eða keyptu um netið á sl. 12 mánuðum <i>Percent of those doing Internet commerce in the last 12 months</i>	Innlend fyrirtæki <i>Icelandic sellers</i>	Fyrirtæki innan ESB <i>Sellers from the European Union</i>	Bandarísk fyrirtæki <i>Sellers from the United States</i>	Fyrirtæki annars staðar frá <i>Sellers from the rest of the world</i>
Allir <i>All</i>	80	46	49	9
<b>Kyn Sex</b>				
Karlar alls <i>Males, total</i>	79	51	56	11
Konur alls <i>Females, total</i>	81	40	41	7
<b>Búseta Residence</b>				
Höfuðborgarsvæði <i>Capital region</i>	78	52	55	10
Landsbyggð <i>Other regions</i>	83	33	36	9

**Skýringar** Notes: Viðmiðunartími spurningar er tólf mánuðir fyrir framkvæmd rannsókna. Reference time of the question is twelve months prior to the survey.

**Tafla 13. Fjöldi pantana einstaklinga um netið 2009**

Table 13. Number of individuals' orders over the Internet 2009

Hlutfall einstaklinga sem pöntuðu eða keyptu um netið á sl. þremur mánuðum Percent of those doing Internet commerce in the last three months	Fjöldi pantana Number of orders		
	5 eða færri 5 or less	6 til 10 6 to 10	Fleiri en 10 More than 10
	<b>Allir All</b>	<b>78</b>	<b>16</b>
<b>Karlar alls Males, total</b>	<b>74</b>	<b>18</b>	<b>7</b>
16–24 ára years	73	20	5
25–54 ára years	76	15	9
55–74 ára years	69	29	-
<b>Konur alls Females, total</b>	<b>83</b>	<b>14</b>	<b>3</b>
16–24 ára years	80	16	5
25–54 ára years	84	13	3
55–74 ára years	80	20	-

**Skýringar** Notes: Viðmiðunartími spurningar er þrjú mánuðir fyrir framkvæmd rannsóknar. Reference time of the question is three months prior to the survey.

**Tafla 14. Virði pantana einstaklinga um netið 2009**

Table 14. Value of individuals' orders over the Internet 2009

Hlutfall einstaklinga sem pöntuðu eða keyptu um netið sl. þrjú mánuði Percent of those doing Internet commerce in the last three months	Virði pantana, ísl. kr. Value of orders, ISK				
	10.000 eða minna or less	11.000– 20.000	21.000– 100.000	100.000– 200.000	Meira en more than 200.000
	<b>Allir All</b>	<b>28</b>	<b>19</b>	<b>33</b>	<b>10</b>
<b>Karlar alls Males, total</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
16–24 ára years	34	20	34	5	5
25–54 ára years	20	17	40	10	12
55–74 ára years	21	5	43	13	10
<b>Konur alls Females, total</b>	<b>34</b>	<b>22</b>	<b>26</b>	<b>10</b>	<b>8</b>
16–24 ára years	32	32	32	2	2
25–54 ára years	33	21	25	11	9
55–74 ára years	44	8	24	16	8

**Skýringar** Notes: Viðmiðunartími spurningar er þrjú mánuðir fyrir framkvæmd rannsóknar. Reference time of the question is three months prior to the survey.

## English Summary

In 2009, 92% of Icelandic households had a computer and 90% had access to the Internet. Half of the households had two television sets or more and 48% had a flat screen TV. Broadband connection is also very common at 97%.

Use of computers and the Internet is very widespread among individuals, with 93% having used a computer and the Internet in the last three months. Nine out of every ten Internet users send emails, and 78% read online newspapers or magazines. Three out of every four Internet users use the web to obtain information from public authorities' websites, and a vast majority of those find it easy to find this information.

For the first time since the survey started in 2002 there is a drop in the percentage of people doing Internet commerce. Those who do shop online are not as likely to buy travel tickets and accommodation as in previous years.

This issue contains an overview over the main results. More data and breakdowns can be found on Statistics Iceland's website, [www.statice.is](http://www.statice.is).

## Hagtidindi    Upplýsingatækni Statistical Series    *Information technology*

94. árg. • 55. tbl.

ISSN 0019-1078

2009:1

ISSN 1670-4592 (prentútgáfa *print edition*) • ISSN 1670-4606 (rafræn útgáfa *pdf*)

Verð kr. *Price ISK* 1.300 • € 11

Umsjón *Supervision* Bylgja Árnadóttir • [bylgja.arnadottir@hagstofa.is](mailto:bylgja.arnadottir@hagstofa.is)

Sími *Telephone* +(354) 528 1000

Bréfasími *Fax* +(354) 528 1099

[afgreidsla@hagstofa.is](mailto:afgreidsla@hagstofa.is)

© Hagstofa Íslands *Statistics Iceland* • Borgartúni 21a 150 Reykjavík Iceland

Öllum eru heimil afnot af ritinu. Vinsamlegast getið heimildar. *Please quote the source.*

[www.hagstofa.is/hagtidindi](http://www.hagstofa.is/hagtidindi) [www.statice.is/series](http://www.statice.is/series)