

**Wielkopolski konkurs statystyczny  
„Statystyka mnie dotyka”**

**„WYKORZYSTANIE TECHNOLOGII INFORMACYJNO-  
TELEKOMUNIKACYJNEJ”**

**Uczestnicy: Katarzyna Zemska, Patrycja Sikora, Karolina Talaga.**

Zespół Szkół Ekonomicznych im. Józefa Gniazdowskiego w Ostrowie Wielkopolskim

***Spis Treści:***

1. Określenie problemu badawczego.....	str.2
2. Hipotezy badawcze.....	str.2
3. Cel badania .....	str.2
4. Zakres badania .....	str.2
5. Metoda badania .....	str.3
6. Narzędzie badawcze .....	str.3
7. Sposób dotarcia do respondentów .....	str.4
8. Metoda analizy danych .....	str.4
Rozdział I - Charakterystyka populacji .....	str.4
Rozdział II - Dobór próby .....	str.4
Rozdział III – Analiza pytań .....	str.5
3.1 Dział A. Korzystanie z komputera .....	str.5
3.2 Dział B. Korzystanie z Internetu .....	str.6
3.3 Dział C. Korzystanie z handlu elektronicznego .....	str.9
3.4 Dział D. Realizacja wywiadu .....	str.12
Rozdział IV- Wnioski końcowe.....	str.12
9.Załączniki:	
Nr 1: Spis wykresów.	
Nr 2: Spis Tablic.	
Nr 3: Tablice wynikowe.	
Nr 4: Oświadczenie uczestników.	

## 1. Określenie problemu badawczego

Badanie, które przeprowadzono miało ukazać, w jakim stopniu wykorzystywana jest technologia informacyjno-telekomunikacyjna w życiu codziennym uczniów klas I-III Technikum nr 5 w Zespole Szkół Ekonomicznych im. Józefa Gniazdowskiego w Ostrowie Wielkopolskim.

Zdefiniowano następujące problemy:

- a) Częstotliwość i miejsce korzystania z komputera i Internetu.
- b) Rodzaje przenośnych urządzeń wykorzystywanych do łączenia się z Internetem.
- c) Wykorzystywanie Internetu w życiu codziennym.
- d) Sposoby komunikowania się przez Internet.
- e) Określenie, czy informacje zamieszczone w sieci spełniają oczekiwania ankietowanych.
- f) Rozwój sieci handlowej w Internecie.
- g) Określenie hierarchii cech branych pod uwagę podczas zakupu towarów w sklepach internetowych.
- h) Znajomość obowiązujących praw konsumenckich w UE.

## 2. Hipotezy badawcze

Z doświadczenia przeprowadzających badanie można wysunąć następujące hipotezy:

- Uczniowie są uzależnieni od codziennego korzystania z komputera i Internetu.
- Coraz mniej popularne stają się spotkania „face-to-face”, które zostają wyparte przez komunikatory internetowe, video-rozmowy, itp.
- Młodzież częściej korzysta z e-booków, niż z książek dostępnych np. w bibliotekach.
- Uczniowie preferują sklepy internetowe, gdyż posiadają one szerszy asortyment towarów.

## 3. Cel badania

Celem praktycznym w rozpatrywanym przypadku będzie określenie stopnia wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnej przez uczniów ZSE, a głównie:

- a) Wykorzystanie komputera i Internetu w XXI wieku.
- b) Rozwój handlu elektronicznego.

#### 4. Zakres badania

a) Rzeczowy:

- podmiotowy – uczeń/uczennica klasy I-III Technikum nr 5 ZSE w Ostrowie Wlkp.
- przedmiotowy – technologia informacyjno-telekomunikacyjna (komputer, Internet).

b) Czasowy : Badanie zostało przeprowadzone w dniach 13-15 grudnia 2010 r.

c) Przestrzenny: Miejscem przeprowadzenia badania jest Technikum nr 5 ZSE w Ostrowie Wielkopolskim przy ulicy Partyzanckiej 29.

#### 4. Metoda badania

Jako metodę badawczą wybrano ankietę, ponieważ jest to szybszy i tańszy sposób pozyskania danych niż obserwacja, czy eksperyment.

#### 6. Narzędzie badawcze

Narzędziem badawczym wykorzystanym w tym badaniu jest kwestionariusz. Składa się on z celowo zaprojektowanych i odpowiednio ułożonych pytań w celu wywołania odpowiedzi u respondentów.

Kwestionariusz składa się z instrukcji dotyczącej wypełniania ankiety, pytań otwartych, półotwartych, filtrujących oraz metryczki.

Kwestionariusz zawiera 4 działy, które kolejno zawierają razem 16 pytań.

Do badania wykorzystaliśmy kwestionariusz, który był załączony do zadań konkursowych „Statystyka mnie dotyka”. Do przygotowanej ankiety dodałyśmy instrukcję oraz metryczkę, które zostały zamieszczone poniżej.

#### INSTRUKCJA

Nie odkładaj ankiety – jest ona anonimowa a dzięki Tobie zobaczymy jak wygląda wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnej w życiu codziennym młodzieży. Uprzejmie prosimy o wypełnienie ankiety i szczerą odpowiedź.

Udzielając odpowiedzi prosimy o postawienie znaku „X” przy wybranej odpowiedzi. UWAGA ! Jeżeli w pytaniu C1 zaznaczysz odpowiedź „nigdy”, prosimy o przejście do pytania C7.

Z góry dziękujemy za wypełnienie ankiety.

## METRYCZKA RESPONDENTA

(właściwą odpowiedź zaznacz w kółko)

- 1) Płeć: K / M
- 2) Wiek: 16 / 17 / 18

### 7. Sposób dotarcia do respondentów

Badacze uznali wywiad bezpośredni osobisty standardowy jako najlepszy sposób dotarcia do respondentów.

Bezpośrednie i wzajemne komunikowanie się ludzi poddanych pomiarowi i przeprowadzających pomiar pozwoliło na 100% zwrotność kwestionariuszy. Kwestionariusze wypełnili respondenci.

### 8. Metoda analizy danych

Dane pierwotne zostały ręcznie zliczone i posłużyły nam jako podstawa do poczętej przez nas analizy danych.

## ROZDZIAŁ I

### Charakterystyka populacji

Badanie dotyczy uczniów klas I-III w Technikum nr 5 ZSE. Badaniu podlegają cechy jakościowe uczniów takie jak: preferencje i opinie na temat handlu elektronicznego oraz cecha ilościowa jaką jest: posiadanie komputera i Internetu.

Populację generalną tworzą kobiety i mężczyźni, którzy charakteryzują się zróżnicowaną strukturą pod względem takich cech jak:

- płeć,
- wiek.

Liczebność populacji generalnej wynosi 30 osób, z czego:

- 17 osób to kobiety, które stanowi 56,7% całej populacji badanej,
- 13 osób to mężczyźni, którzy stanowią 43,3% całej populacji badanej.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 1.

## ROZDZIAŁ II

### Dobór próby

Do badania zastosowano metodę doboru nielosową – dobór kwotowy, czyli proporcjonalny. Zakłada on, że próba będzie zachowywać odpowiednie proporcje i będzie

wiarygodna. Struktura próby ze względu na istotne cechy jest taka sama jak struktura badanej populacji. Przyjmuje się, że próba jest reprezentatywna. Dobór oparty jest na dwóch etapach:

I etap – badanie populacji dzieli się na grupy według takich cech jak: wiek i płeć.

II etap – ustala się procentowy udział wyróżnionych warstw w badanej populacji.

Według wykazu próba, obejmuje 30 osób, a jej struktura według wspomnianych wcześniej cech kształtuje się następująco:

Płeć:

- kobieta 17,
- mężczyzna 13.

Wiek:

- 16 lat - 11 osób,
- 17 lat - 8 osób,
- 18 lat – 11 osób.

Szczegółowa struktura próby przedstawiona jest w załączniku nr 2.

## **ROZDZIAŁ III**

### **Analiza pytań**

#### **3.1 Dział A. Korzystanie z komputera**

##### **Pytanie A1.**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 2.

Pytanie dotyczyło przeciętnej częstotliwości korzystania z komputera w ciągu ostatnich trzech miesięcy. Badanie wykazało, że 96,7% ankietowanych codziennie używa komputera, natomiast tylko jedna osoba przyznaje się do wykorzystywania komputera przynajmniej raz w tygodniu.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 3.

100% ankietowanych kobiet korzysta z komputera codziennie. Nie można rzec tego samego o mężczyznach, gdyż 1/13 badanych mężczyzn użytkuje komputer przynajmniej raz w tygodniu.

Wynika z tego, że niezależnie od płci oraz wieku młodzież w równym stopniu wykorzystuje komputer.

### **Pytanie A2.**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 4.

Cały potencjał próby przyznał się do najczęstszego użytkowania komputera w domu oraz w miejscu pobierania nauki. 23% uczniów korzysta ze sprzętu komputerowego w mieszkaniu innych osób, a co 10 osoba w innych miejscach np. w kawiarence internetowej, bibliotece publicznej, hotelu, itp.

### **3.2 Dział :Korzystanie z Internetu**

#### **Pytanie B1.**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 5.

Na podstawie wykresu obrazującego wyniki odpowiedzi respondentów na temat częstotliwości, 93% z nich, wyznaje, że codziennie korzysta z Internetu. Co piętnasty uczeń nie używa Internetu codziennie, lecz przynajmniej raz w tygodniu.

Udowadnia to, że młodzież używa często komputera, ponieważ interesuje ich przede wszystkim skorzystanie z Internetu.

#### **Pytanie B2.**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 6.

Diagram przedstawia miejsca w których uczniowie najczęściej korzystają z dostępu do Internetu. Wszyscy badani przyznają, że najczęściej korzystają z dostępu do Internetu w domu i szkole. Co trzeci respondent łączy się z Internetem, podczas wizyty u innych osób. 6% uczniów preferuje inne, niezależne miejsca np. biblioteka, kawiarenka internetowa itp.

#### **Pytanie B3**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 7.

Najwięcej ankietowanych tzn. 12, do połączeń z Internetem wykorzystują telefony komórkowe, w tym 8 osób przez połączenia UMTS lub HSDPA. Następnym często wykorzystywanym urządzeniem jest laptop z połączeniem bezprzewodowym, korzysta

z niego aż 30% respondentów. Najmniej osób wybiera komputery podręczne i telefony komórkowe z połączeniem GPRS.

#### **Pytanie B4.**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 8.

Najwięcej, bo aż 99% ankietowanej młodzieży korzysta z komunikatorów internetowych, takich jak: GG, tlen, spik, itp. 90% osób preferuje pocztę elektroniczną. Mniejsza część respondentów telefonuje przez Internet oraz bierze udział w video-rozmowach. Najmniej, osób wykorzystuje Internet do czytania pamiętników (8 osób) oraz 1 osoba tworzy swój własny pamiętnik internetowy (blog).

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 9.

Wszystkie prawie sposoby komunikacji są na zbliżonym do siebie poziomie niezależnie od płci. Wyjątek stanowi tworzenie i prowadzenie blogów internetowych, którego poziom zaawansowania dla kobiet wynosi 100 %.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 10.

W zakresie wyszukiwania informacji i korzystania z serwisów „on-line” największą popularnością wśród młodych ludzi cieszy się słuchanie i oglądanie telewizji w Internecie jak i wyszukiwanie informacji o towarach i usługach. Najmniej interesującymi zajęciami, jakie oferuje się w sieci to korzystanie z serwisów dotyczących usług związanych z podróżowaniem i zakwaterowaniem. Najrzadziej młodzież poszukuje pracy przez strony WWW. Tak niskie zainteresowanie w/w dziedzinami występuje, ponieważ młodzież w wieku 16-18 lat, nie interesuje się raczej pracą i zakwaterowaniem w podróży. Są to bowiem tematy, które zainteresować mogłyby ich rodziców. O możliwość zarobku wolą pytać znajomych niż wyszukiwać ofert w Internecie.

Co drugi badany pobiera programy, co trzeci zaś umieszcza w Internecie własne zdjęcia, filmy itp. Oznacza to, że wzrasta popularność stron internetowych, na których można zaprezentować swoje umiejętności np. fotograficzne.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 11.

Kobiety wyszukując informacje w Internecie najchętniej korzystają z serwisów podróży, pobierania plików z gazetami. Często poprzez strony „on-line” zamieszczają swoje zdjęcia, teksty, itp. Mężczyźni preferują jednak gry z innymi użytkownikami oraz odtwarzanie i pobieranie muzyki.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 12.

1/3 ankietowanych korzysta z usług bankowych lub sprzedaje towary bądź usługi w Internecie. Niezbyt wysokie zainteresowanie świadczyć może o nieodpowiednim wieku respondentów (mamy tu na myśli wiek 16-17) do podejmowania w swoim życiu takich decyzji jak np założenie konta bankowego.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 13.

Ankietowana młodzież niechętnie wykorzystuje Internet do poszukiwania informacji dotyczących edukacji lub ofert szkoleniowych. Żadna z pytanych osób nie używa sieci internetowej do uczestniczenia w szkoleniach „on-line”. Dość popularne wśród uczniów jest uzupełnianie wiedzy za pomocą Internetu, tu zgłosiło się 19/30 pytanych.

#### **Pytanie B5.**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 14.

Po odpowiedzi ankietowanych możemy stwierdzić, że niewiele ponad połowa ankietowanych- 53%- nie poszukuje takiego typu informacji. Jednak należy podkreślić, że grupa trzydziestosześciprocentowa uczniów stwierdza, że takie informacje są przydatne.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 15.

Dla blisko połowy respondentów informacje o zdobyciu nowych kwalifikacji są użyteczne. Mniejsza połowa respondentów nie szukała takich informacji.



Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 16.

Ponad połowa przebadanych uczniów stwierdza, że nie szukała informacji o działalności społecznej. Najmniejszy odsetek badanych uważa, że są to informacje nieużyteczne, co świadczyć może o niechęci do społeczeństwa.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 17.

60% całości próby przyznaje, że informacje o rozwijaniu swojego Hobby są użyteczne. W/w 60% stanowią kobiety i mężczyźni w równym stopniu. 36% uważa, że nie poszukiwała takich informacji.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 18.

Prawie połowa ankietowanych potwierdza, że wiadomości o innych sprawach życia codziennego są użyteczne. Dla 20% takie informacje są nieużyteczne, a pozostała część respondentów nie szukała takich informacji.

#### **Pytanie B6.**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 19.

Najczęściej uczniowie wysyłają e-maile z załącznikami oraz poszukują informacji za pomocą wyszukiwarek internetowych. 1/3 część zbadanej grupy tworzy strony internetowe. Około połowa pobiera oprogramowanie z Internetu, a blisko 1/2 bierze udział w czatach, forach. 67% chroni swoje komputery przed atakami wirusów z Internetu. .

### **3.3 Dział: Korzystanie z handlu elektronicznego**

#### **Pytanie C1:**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 20.

Jak na załączonym, wykresie widać w ostatnim miesiącu aż połowa ankietowanych kupowała przynajmniej jeden towar przez Internet, natomiast 13% ankietowanych w ostatnim

kwartale. Co piętnasta osoba ostatnie zakupy internetowe robiła ponad pół roku temu. 8 osób nigdy w życiu nie korzystało z usług sklepów internetowych.

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 21.

Jak z wyżej przedstawionego wykresu wynika w ostatnim miesiącu połowa ankietowanych wykorzystywała Internet do zamawiania towarów przez Internet, z czego mężczyźni stanowili grupę 2 razy większą od kobiet. Sytuacja ta wyrównuje się w ostatnim kwartale, natomiast w przeciągu półrocznym tylko jedna ankietowana postanowiła zrobić zakupy „on-line”. 47% badanych kobiet jeszcze nigdy w życiu nie robiło zakupów w formie elektronicznej.

Na pytanie od 2 do 6 odpowiedziały 22 osoby z 30 badanych, ponieważ 8 osób odpowiadając na pytanie 1 w tym dziale : „Kiedy ostatnio kupowałeś(łaś) lub zamawiałeś(łaś) przez Internet towary lub usługi przeznaczone do użytku prywatnego?” zaznaczyło odpowiedź „nigdy” i zgodnie z instrukcją dołączoną do tej ankiety – przeszło od razu do pytania nr 7.

### **Pytanie C2:**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 22.

Najchętniej kupowaną rzeczą przez sklepy internetowe jest odzież, sprzęt sportowy. Uczniowie w 23% lubią zamawiać sprzęt elektroniczny. Najmniejszy procent uczniów kupuje gry internetowe. Można przypuszczać iż procent ten jest bardzo niski w porównaniu z potencjalną liczbą graczy, ponieważ społeczeństwo przyzwyczyło się je pobierać z Internetu, nic za to nie płacąc.

### **Pytanie C3.**

Szczegółowa analiza odpowiedzi do tego pytania przedstawiona została w załączniku 2, w tabeli nr 2.

Na podstawie zebranych odpowiedzi stwierdzamy, że każdy badany zakwalifikowany do odpowiedzi na to pytanie dokonywał zakupu, choć jednego towaru w Internecie we wskazanych przedziałach czasowych.. W ciągu ostatniego miesiąca 73% ankietowanych

dokonywało zakupu towarów. W ciągu ostatniego kwartału 9% ankietowanych nie dokonało zamówienia przez Internet. Wnioskujemy, że wydłużenie czasu powoduje zmniejszenie liczby uczniów, którzy byli bierni pod względem dokonywanych zakupów.

**Pytanie C4:**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 23.

Dla dużej liczby ankietowanych dużym czynnikiem nakłaniającym ich do zakupów „on-line” jest wiarygodność i wysoka jakość, natomiast czynnikiem osłabiającym ich chęć do zakupów są opinie innych użytkowników. Dla dużej liczby uczniów raczej ważna jest łatwość obsługi portali na których zakup ma być dokonany oraz szerszy wybór towarów.

**Pytanie C5:**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 24.

Według badanych najczęściej używanym środkiem płatniczym są płatności poza Internetem. Jednak respondenci pomimo swojego wieku do płatności wykorzystują przelewy internetowe.

**Pytanie C6:**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 25.

Połowa ankietowanych odpowiedziała, że nigdy nie czyta regulaminów przy zakupie. Zbliżona liczba osób rzadko i zawsze zapoznaje się z obowiązującym regulaminem, by być pewnym wynegocjowanych warunków.

**Pytanie C7:**

Prezentacja graficzna znajduje się w załączniku nr 1, wykres nr 26.

Uczniowie najwięcej wiedzą na temat prawa do pełnej informacji o sprzedaży, lecz co piętnasta osoba nie zna w ogóle obowiązujących praw w UE.

### 3.4 Dział: Realizacja wywiadu

Ankieta została przeprowadzona w 100% przez respondentów.

Brak uwag ze strony respondentów.

## ROZDZIAŁ IV

### Wnioski końcowe:

Po wykonaniu analizy ankiety stwierdzamy, że korzystanie z komputera oraz Internetu stało się nowym rodzajem uzależnienia młodzieży. Uczniowie Technikum nr 5 ZSE technologię informacyjno-telekomunikacyjną wykorzystują prawie codziennie, niezależnie od miejsca ich przebywania. Poprzez rozpowszechnianie technologii komputerowej młodzi mają styczność z siecią komputerową w szkołach, bibliotekach, kawiarenkach internetowych, itp.

Coraz mniej popularne stają się spotkania „face-to-face”, które zostały wyparte przez komunikatory internetowe i video-rozmowy. Jest to wygodniejszy sposób komunikowania się. Ankietowani z powodu braku czasu, lenistwa bądź odległego miejsca zamieszkania od rodziny, znajomych, przyjaciół używają np. skype’a do rozmów.

Młodzież coraz częściej korzysta z książek elektronicznych. E-booki są nowością na rynku, dlatego uczniowie zamiast wypożyczać książki w bibliotekach czytają je w sieci. Uczniowie korzystając z e-booków mają dostęp do książek, które mogą czytać w dowolnej porze i w dowolnym miejscu. Używanie książek elektronicznych jest powodem zmniejszającej się liczby osób zakładających „kartę czytelnika”.

Z dnia na dzień zwiększa się liczba młodzieży, która zakupuje towary w sklepach internetowych, gdyż posiadają one szerszy asortyment niż w tradycyjnym sklepie. Często ceny produktów są tam niższe niż w pawilonach, co stanowi kolejny czynnik zachęcający młode pokolenie do kupowania przez Internet. Coraz więcej zamówień internetowych powoduje, że powstaje duży wybór sklepów internetowych z różnorodnymi ofertami towarów i usług. W konsekwencji prowadzi to do szybkiego rozwoju handlu elektronicznego.

Po podsumowaniu całego badania stwierdzamy, że w dobie komputerów i Internetu młody człowiek coraz częściej otwiera się na nowinki technologiczne, co prowadzi do stopniowego uzależnienia.

**Załącznik nr 1**

**Wykaz wykresów**

Wykres nr 1:

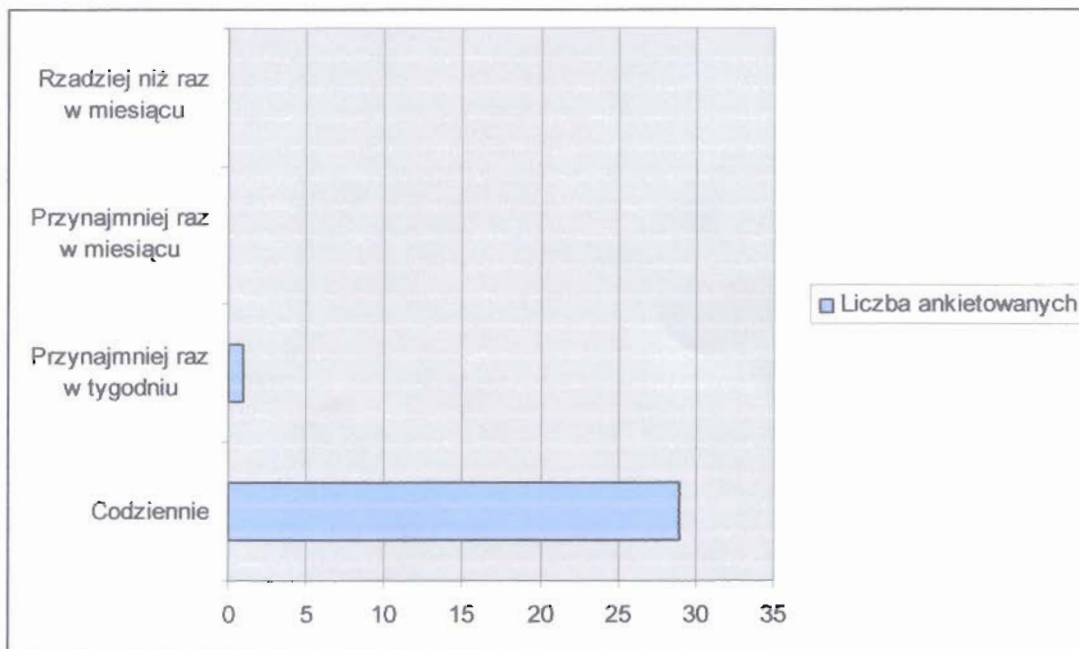
**„Liczebność populacji generalnej”**



*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

Wykres nr 2:

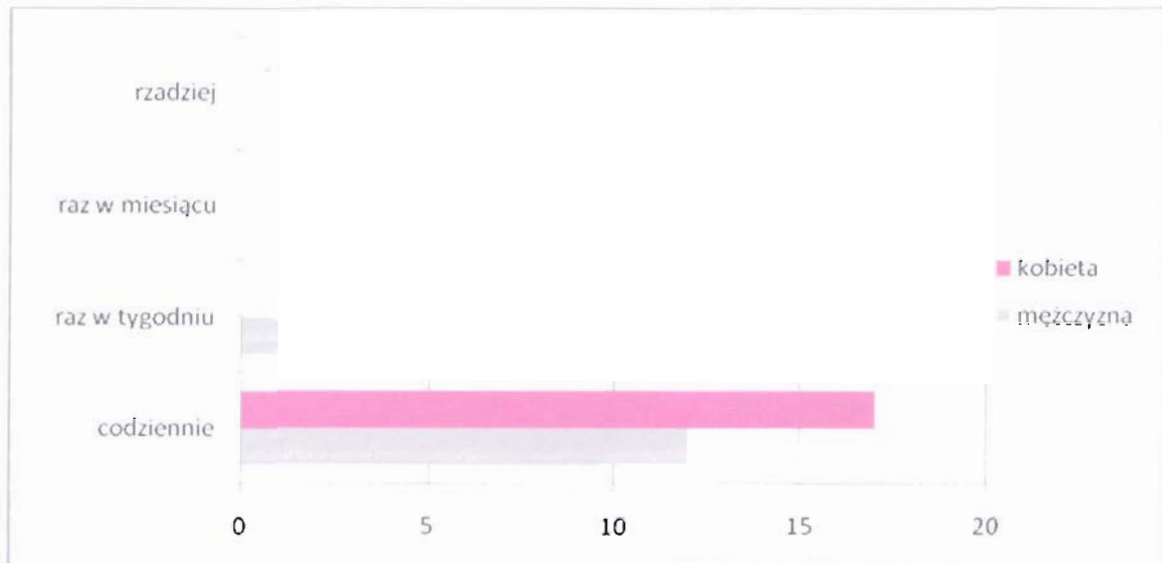
**„Częstotliwość korzystania z komputera w ciągu ostatnich 3 miesięcy”**



*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

Wykres nr 3:

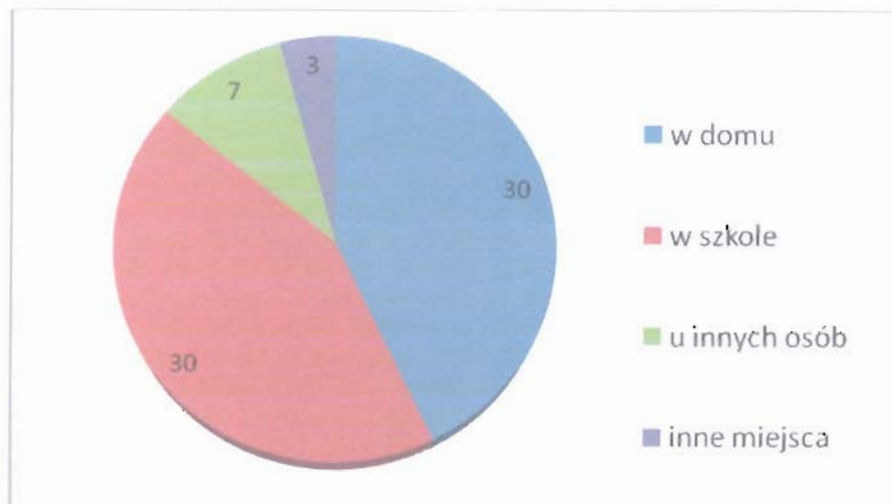
**„Częstotliwość korzystania z komputera przez kobiety i mężczyzn”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 4:

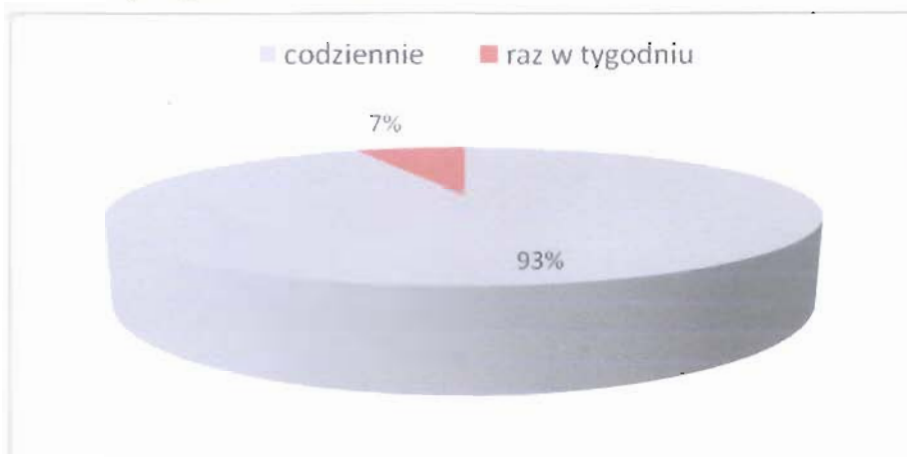
**„W jakich miejscach ankietowani korzystają z komputera?”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 5:

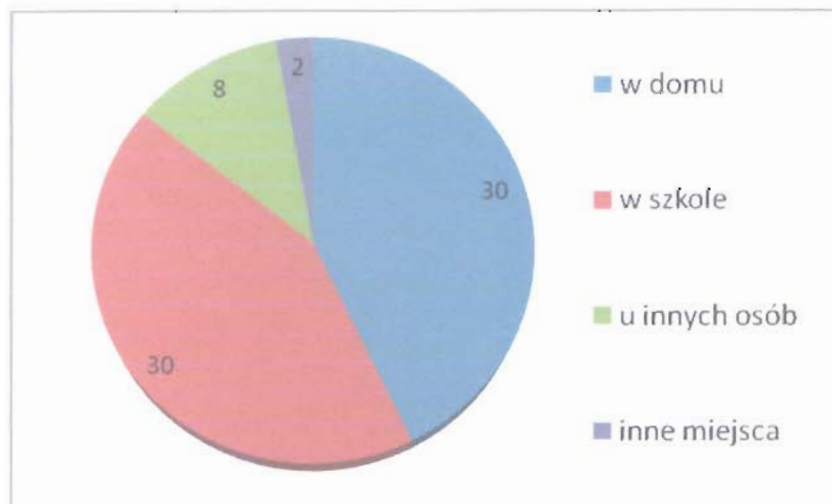
**„Częstotliwość korzystania uczniów z Internetu”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 6:

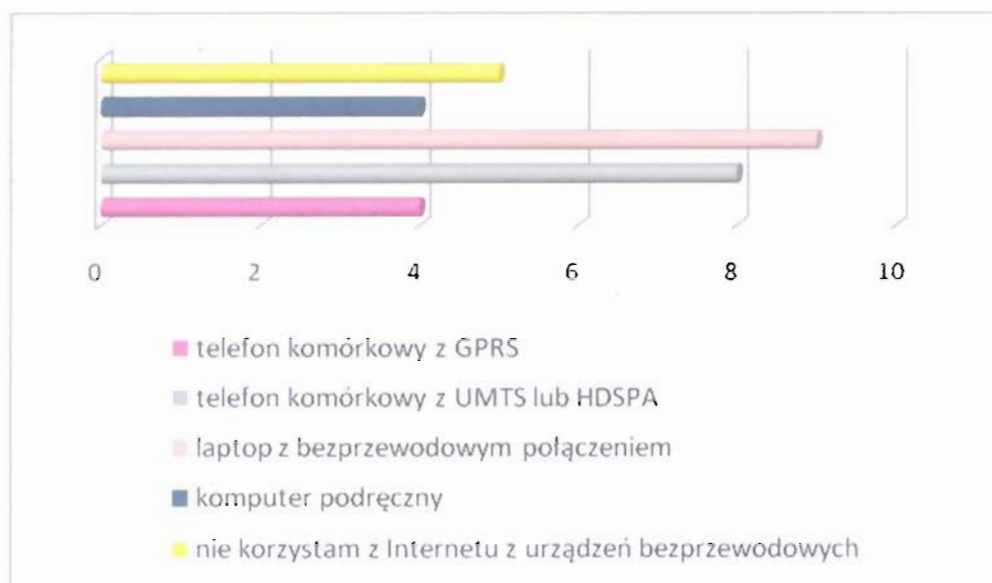
**„W jakich miejscach respondenci korzystają z Internetu?”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 7:

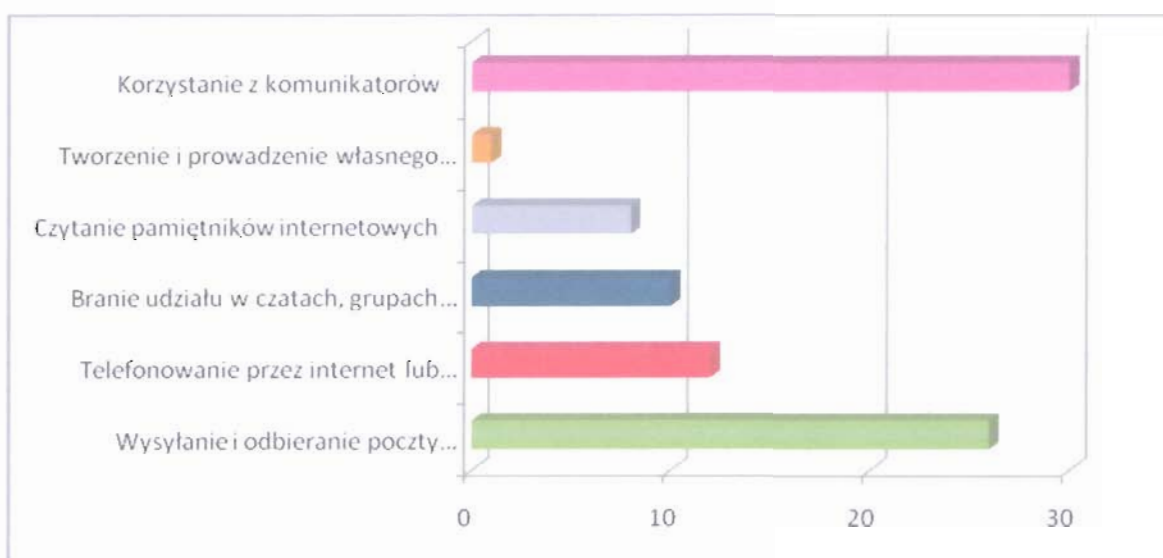
**„Ranking przenośnych urządzeń wykorzystywanych do łączenia się z Internetem”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 8:

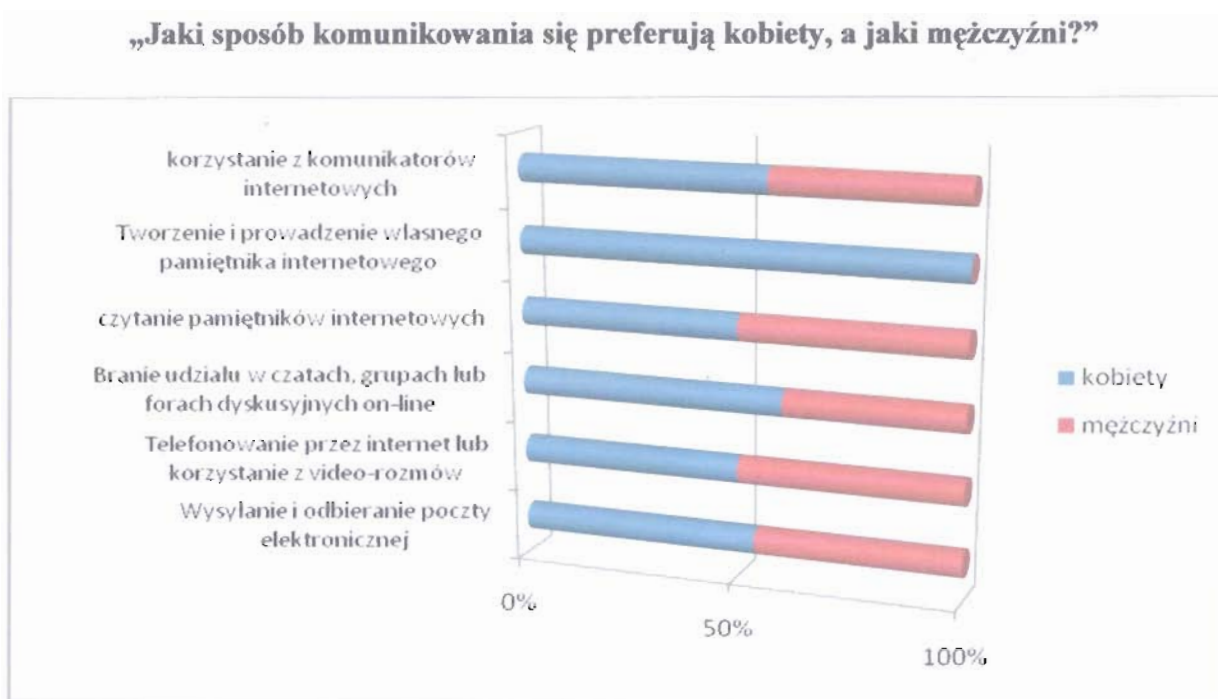
**„Komunikowanie się”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

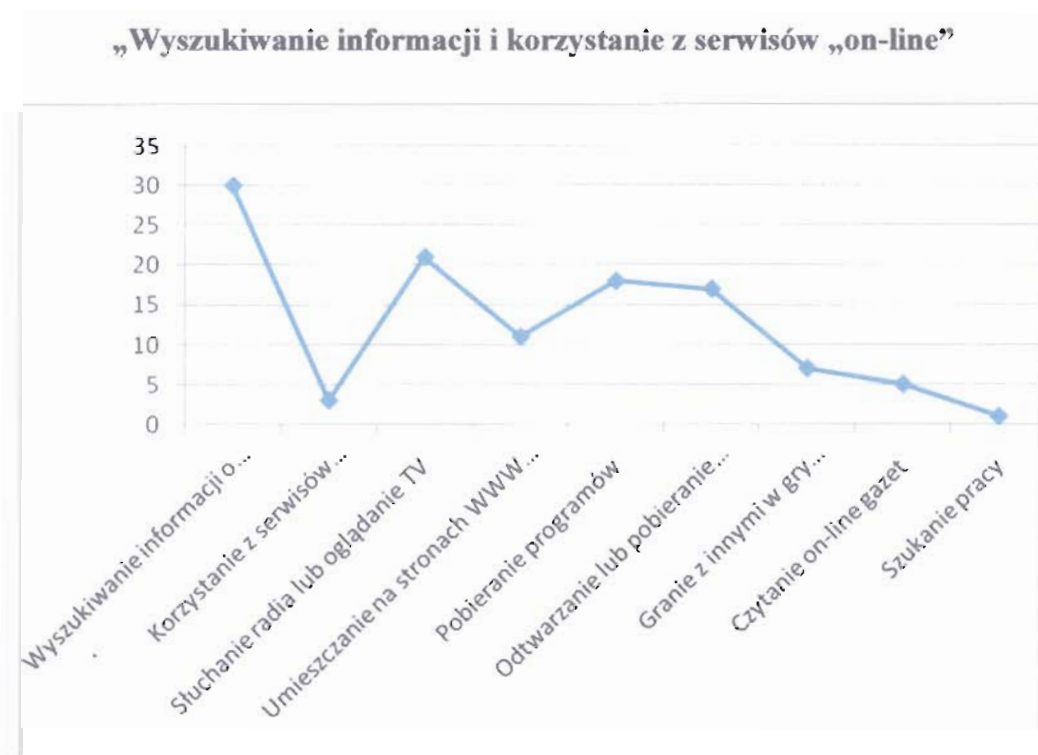


Wykres nr 9:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

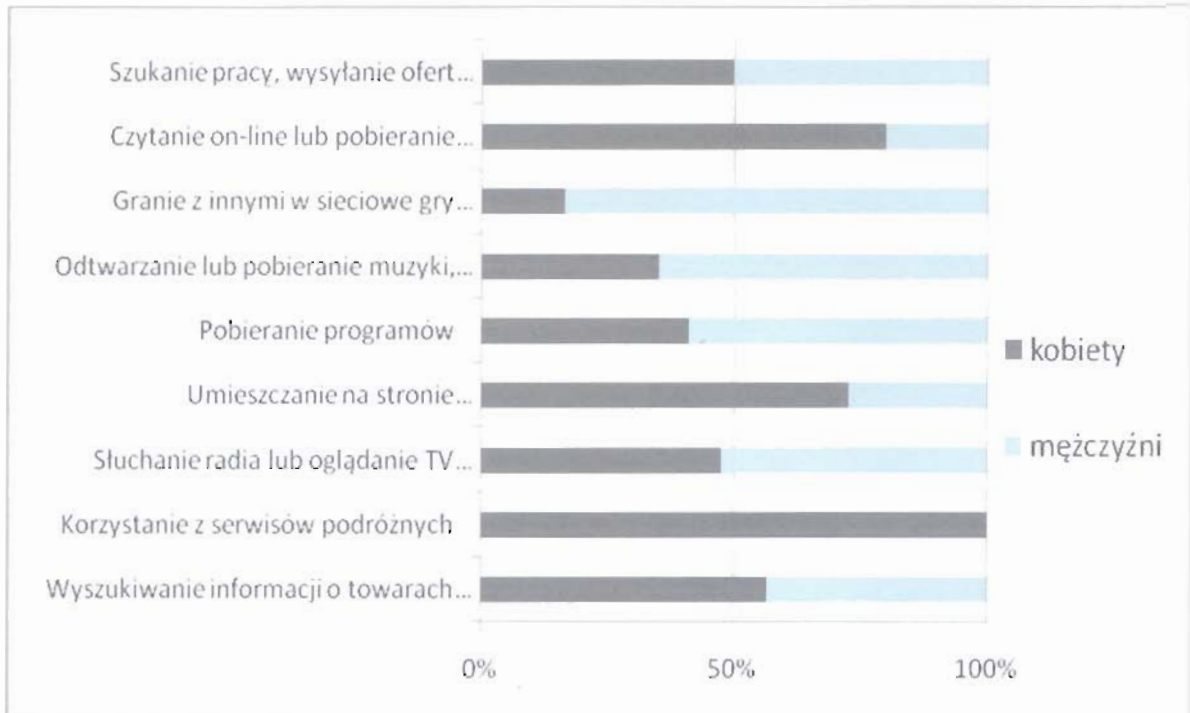
Wykres nr 10:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

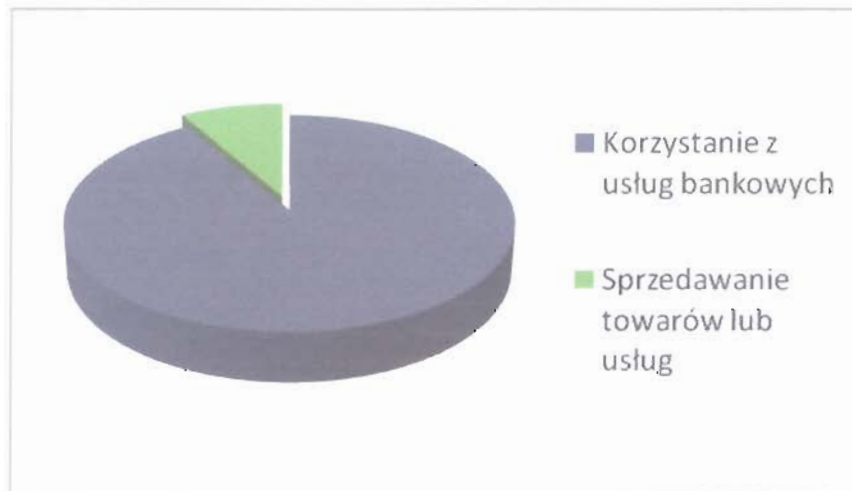
Wykres nr 11:

**„Wyszukiwanie informacji i korzystanie z serwisów „on-line”- podział na płeć”**



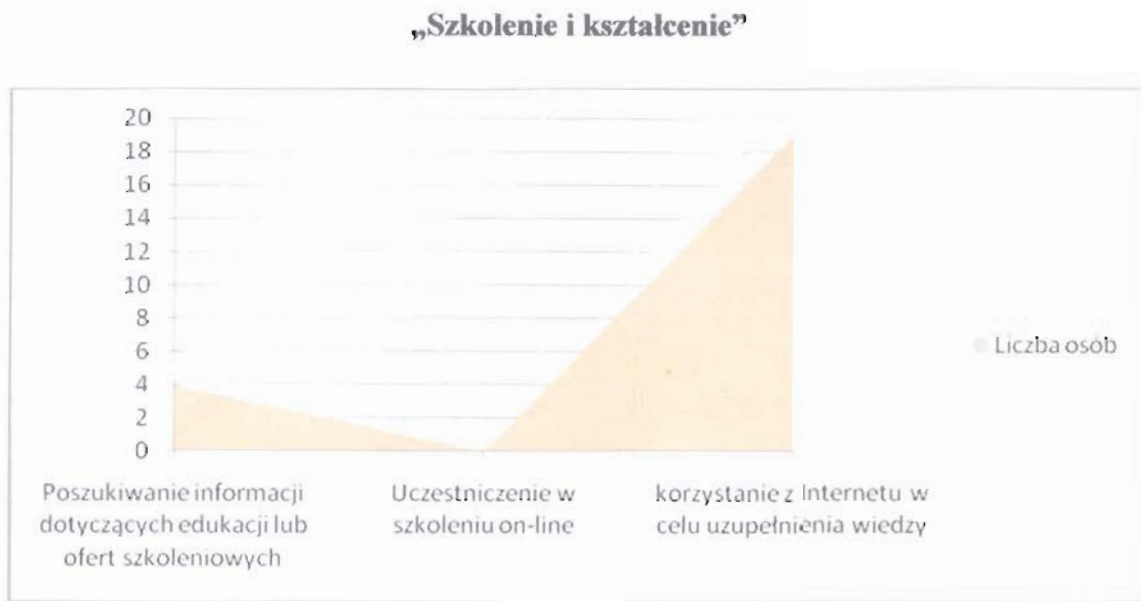
Wykres nr 12:

**„Korzystanie z usług bankowych oraz sprzedaży towarów i usług”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

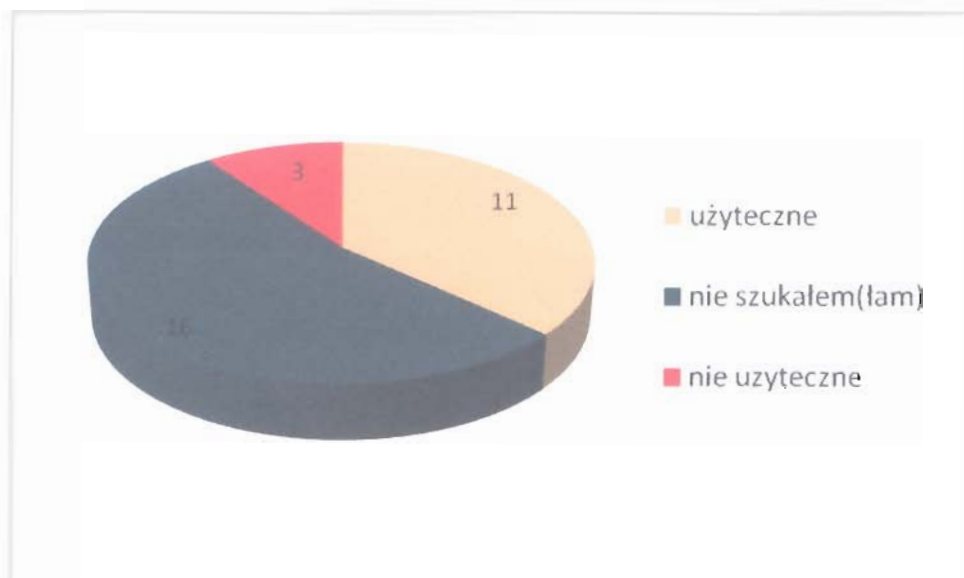
Wykres nr 13:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 14:

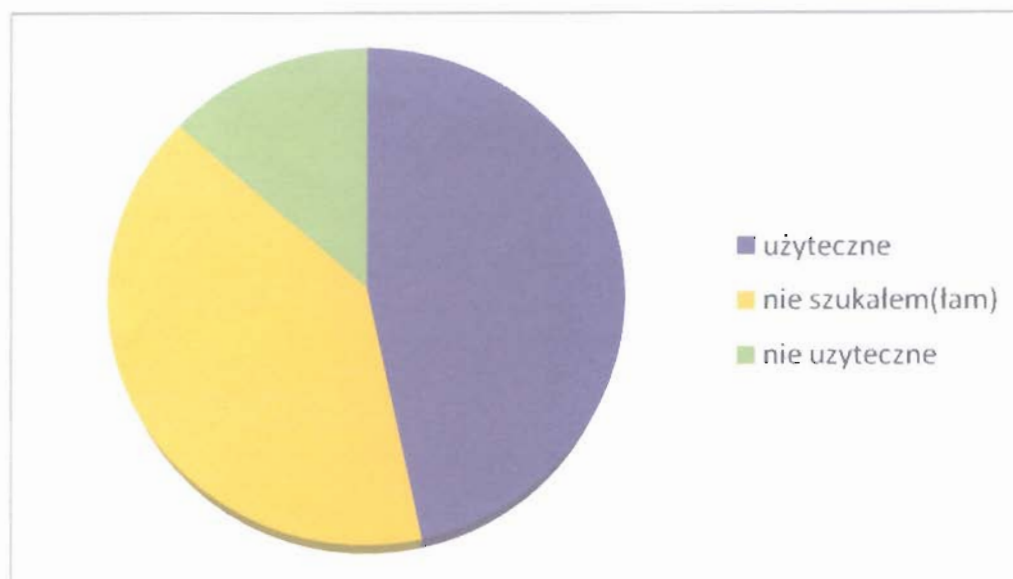
**„Użyteczność informacji o możliwości uzyskania dochodów”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 15:

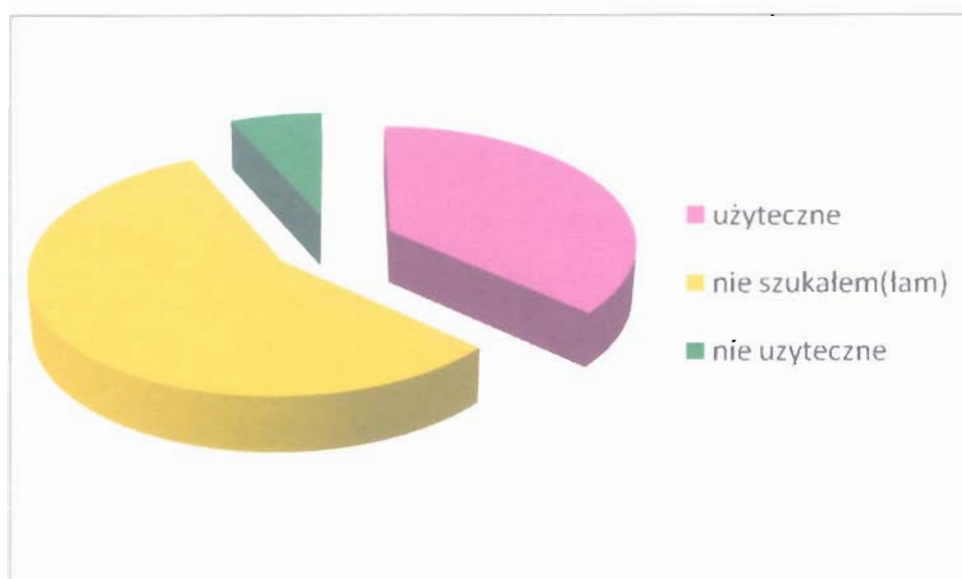
**„Użyteczność informacji o możliwości zdobycia nowych kwalifikacji”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 16:

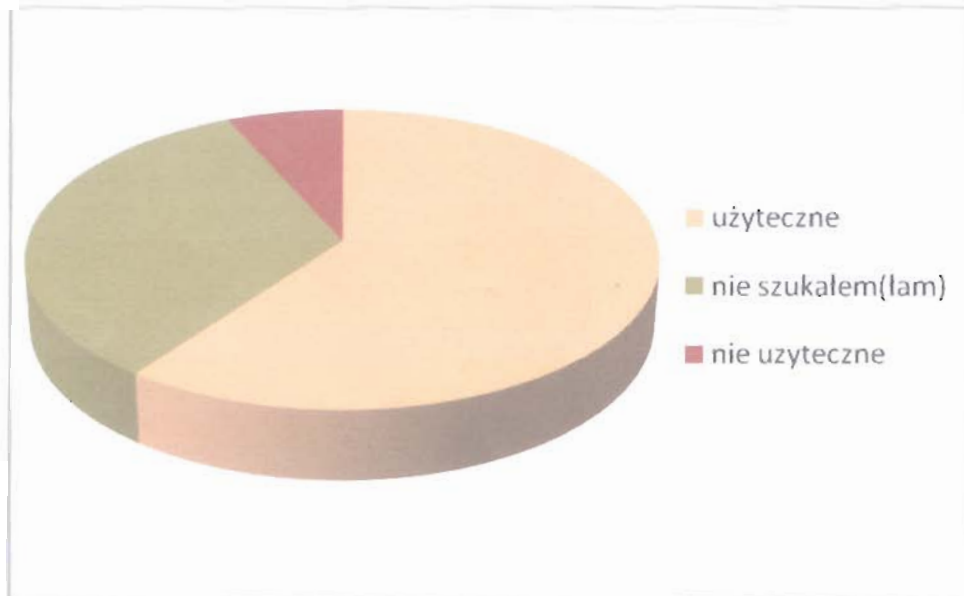
**„Użyteczność informacji o działalności społecznej”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 17:

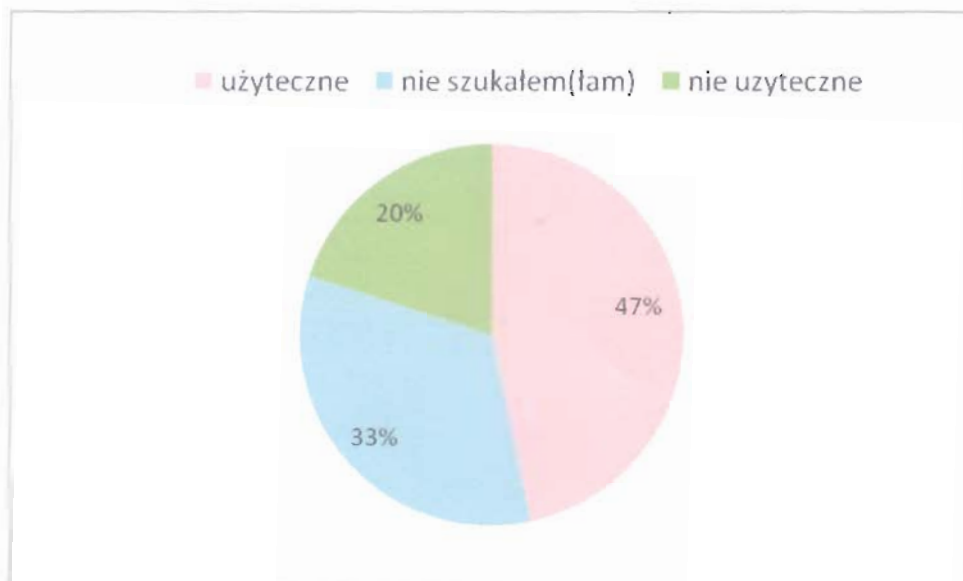
**„Użyteczność informacji o możliwości rozwijania osobistych zainteresowań”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

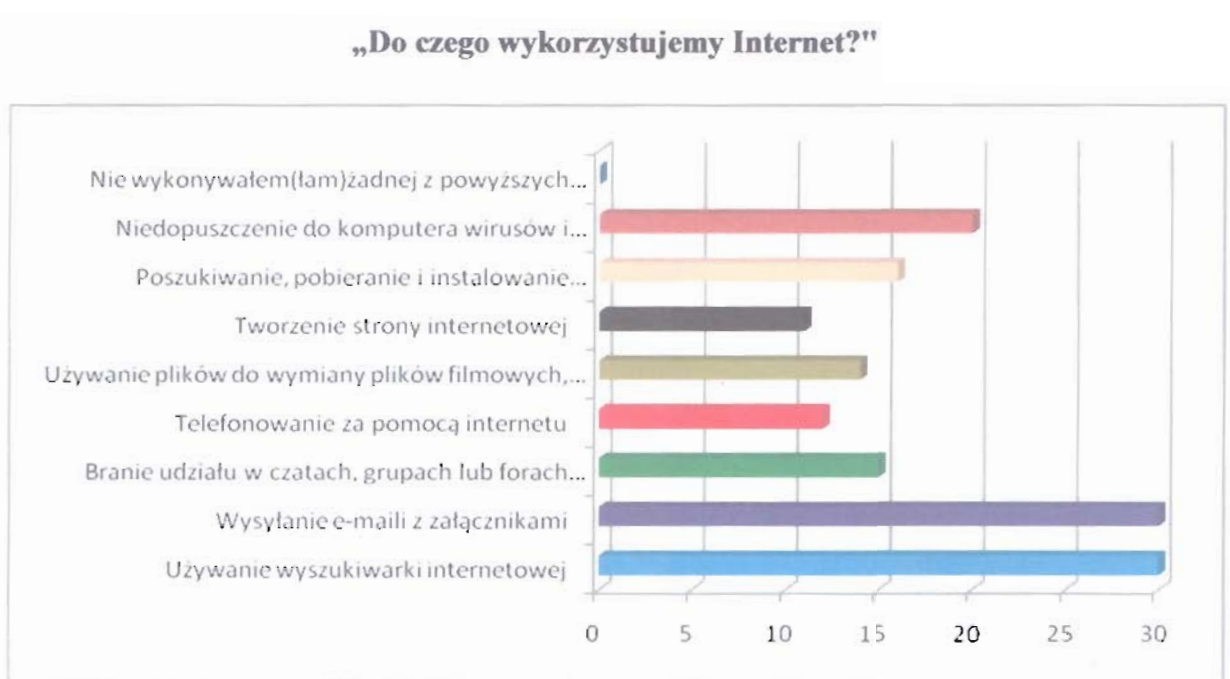
Wykres nr 18:

**„Użyteczność informacji o innych sprawach życia codziennego”**



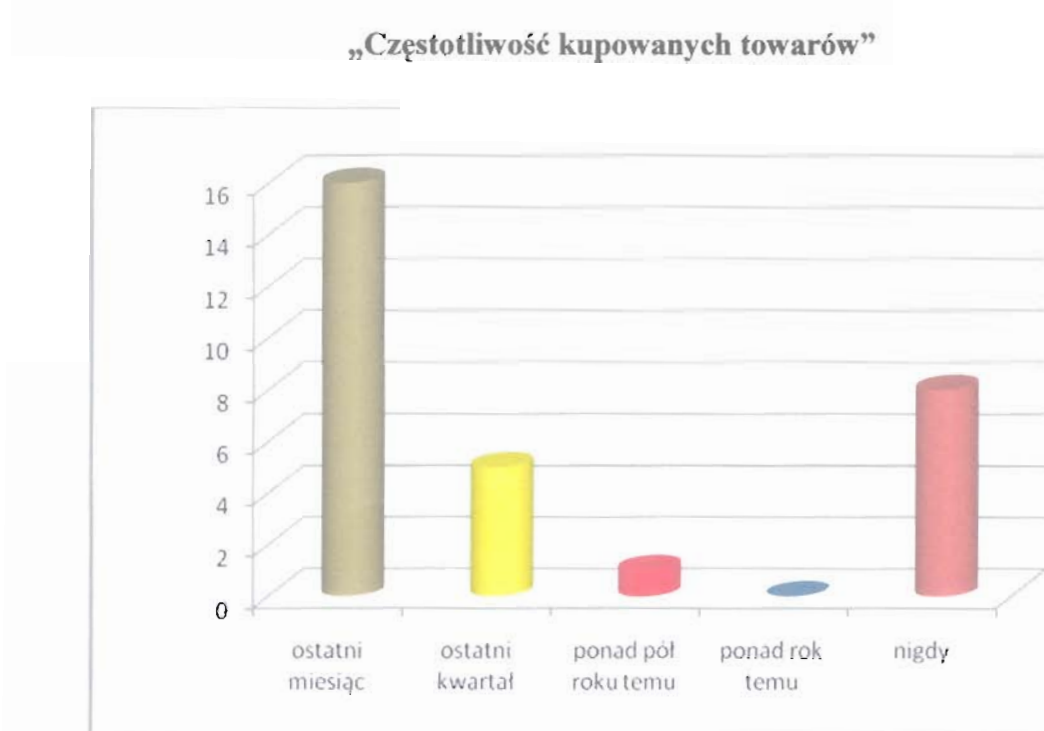
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 19:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

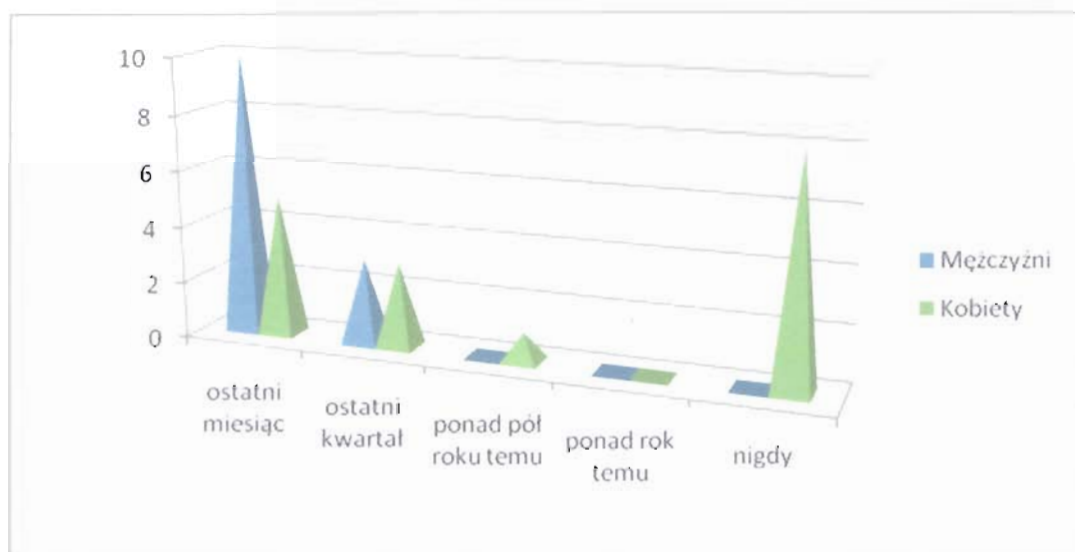
Wykres nr 20:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 21:

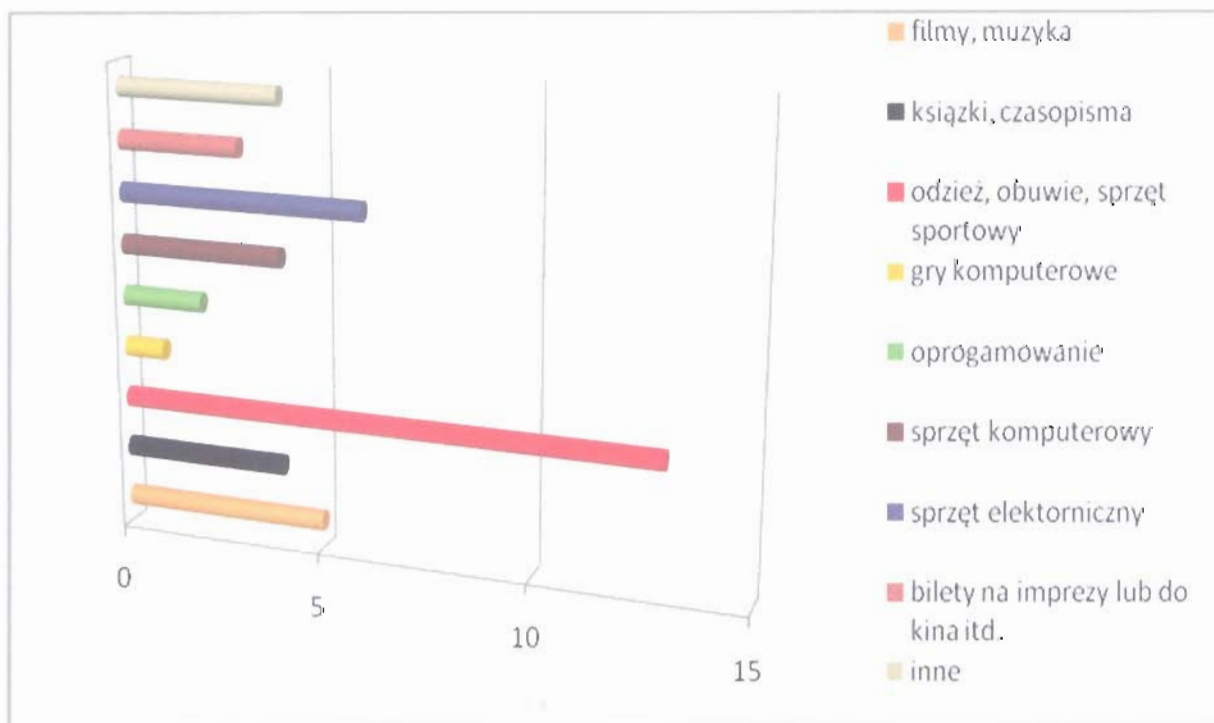
**„Mężczyzna czy kobieta w ostatnim czasie kupował/a więcej przez Internet ?”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 22:

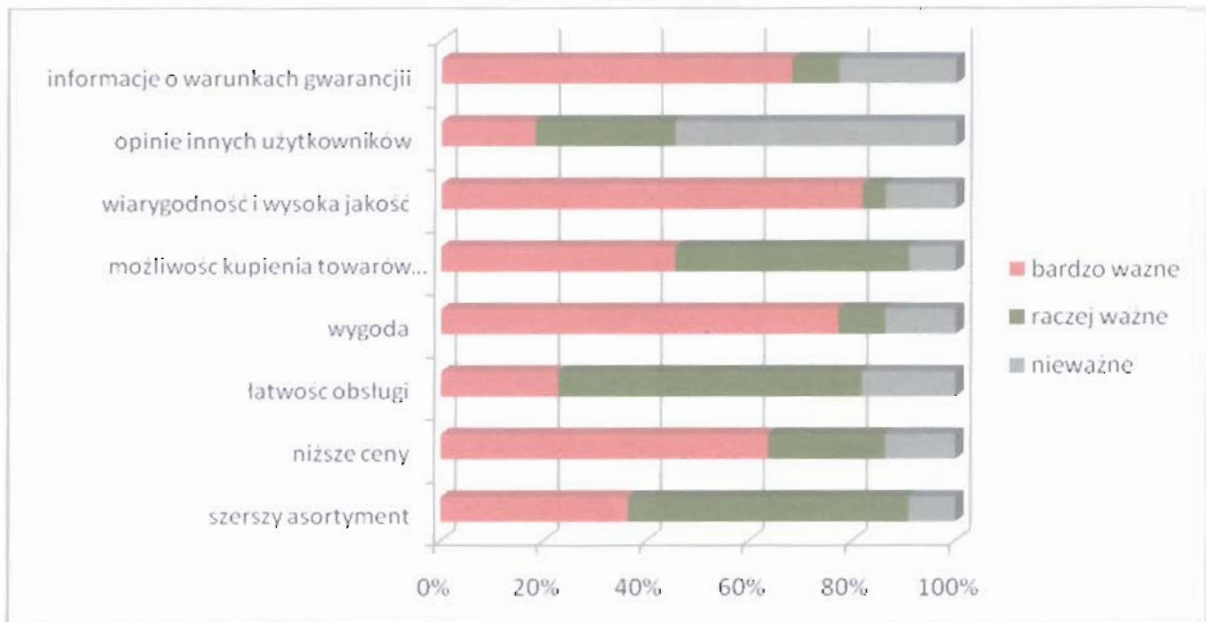
**„Ranking najlepiej sprzedających się rzeczy poprzez Internet”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 23:

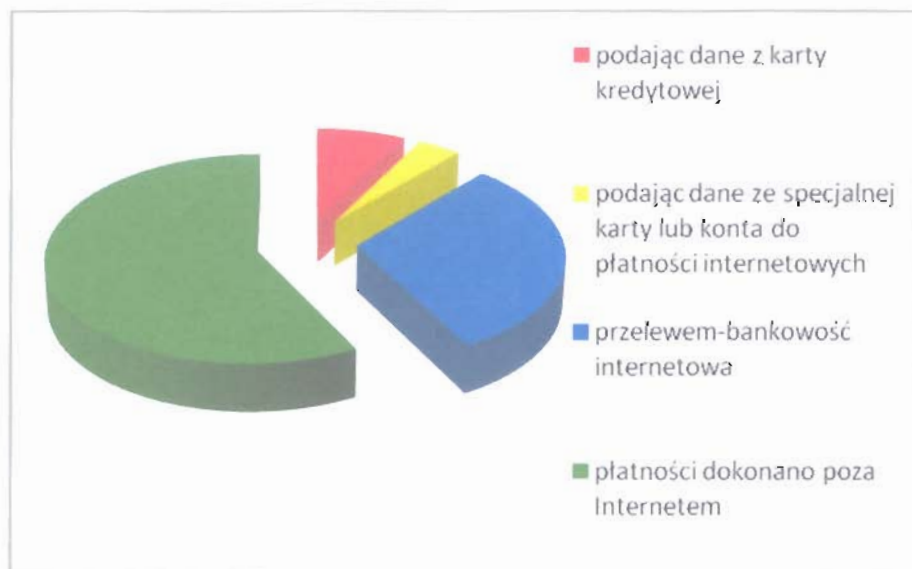
**„Skala ważności argumentów przy zakupach on-line”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 24:

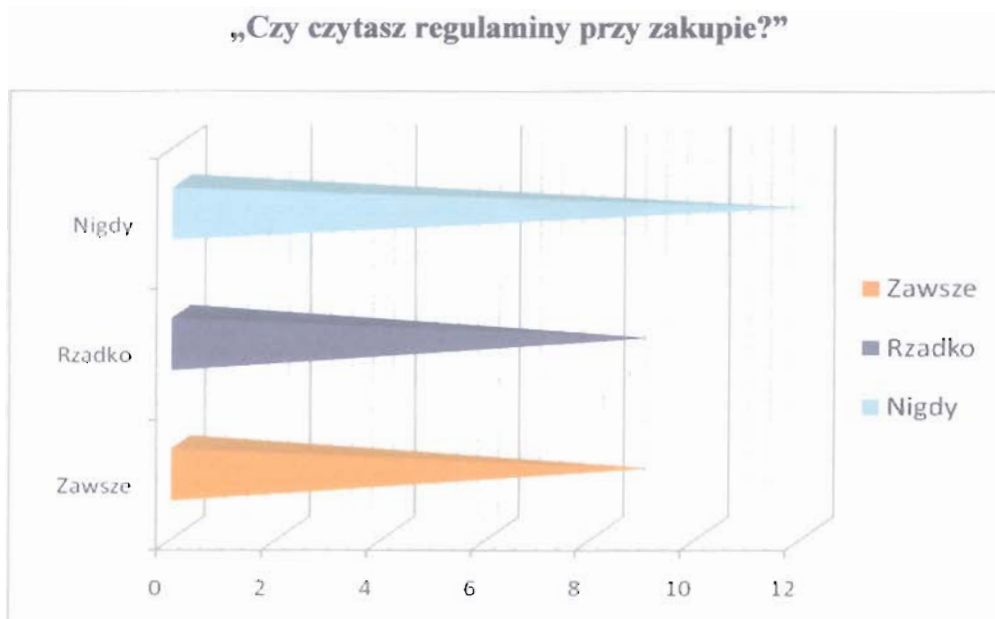
**„Płatności przez Internet”**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

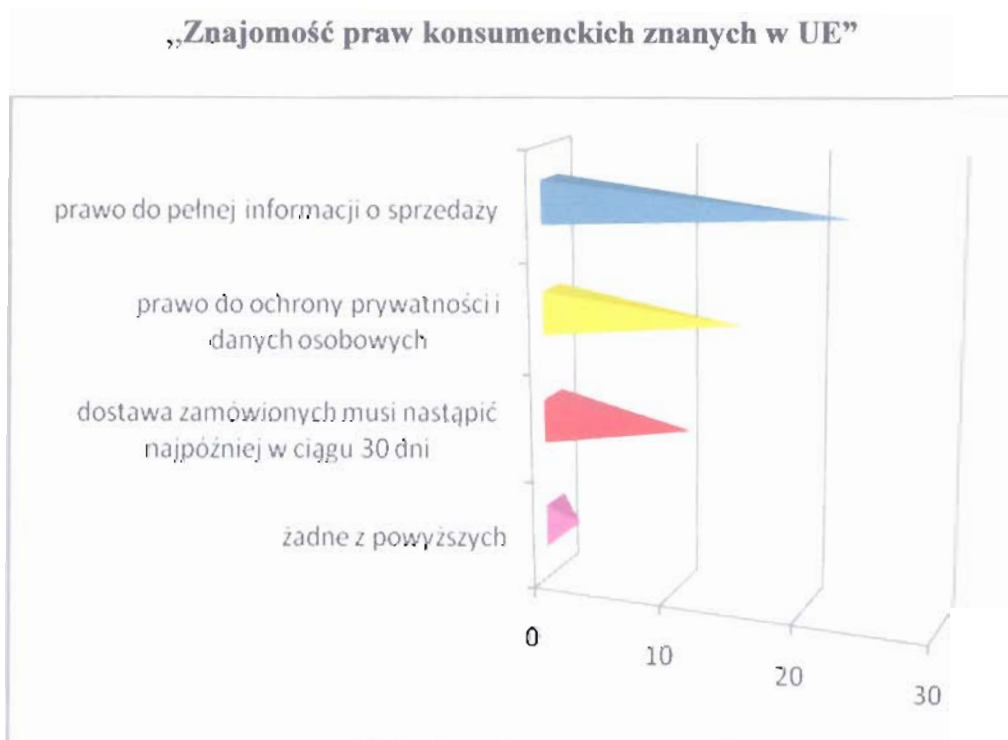


Wykres nr 25:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Wykres nr 26:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Załącznik nr 2:

**Wykaz tabeli**

Tabela nr 1:”

**Struktura próby”**

Wiek	Mężczyzna	Kobieta	Suma
16 lat	5	6	11
17 lat	3	5	8
18 lat	5	6	11
<b>RAZEM</b>	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>30</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Tabela nr 2:

**„Ilość zamówień towarów przez Internet w przeciągu ostatniego roku”**

Ilość zamówień	Ilość badanych zamawiająca towary w ciągu ostatniego miesiąca	Ilość badanych zamawiająca towary w ciągu ostatniego kwartału	Ilość badanych zamawiająca towary w ciągu ostatniego półrocza	Ilość badanych zamawiająca towary w ciągu ostatniego roku
0	6	2	-	-
1	7	2	4	2
2	3	9	1	4
3	4	2	5	4
4	1	1	1	-
5	1	2	1	1
6	-	-	-	1
7	-	2	-	1
8	-	-	-	1
9	-	-	-	-
10	-	2	2	-
15	-	-	1	-
18	-	-	1	-
19	-	-	1	-
20	-	-	-	2
21	-	-	-	1
25	-	-	1	1
40	-	-	-	1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

**Załącznik nr 3:**

**Tablice wynikowe.**

**Dział A: Korzystanie z komputera.**

**Pytanie A1: Tablica wynikowa nr 1**

Częstotliwość korzystania z komputera	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
Codziennie lub prawie codziennie	5	3	4	6	5	6	29
Przynajmniej raz w tygodniu			1				1
Przynajmniej raz w miesiącu							
Rzadziej niż raz w miesiącu							
Suma osób pod względem płci	13			17			30

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

**Pytanie A2: Tablica wynikowa nr 2**

Miejsce korzystania z komputera	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
W domu	5	3	5	6	5	6	30
W szkole	5	3	5	6	5	6	30
W mieszkaniu innych osób		1	1	2	2	1	7
W innych miejscach		1		1	1		3
Suma osób pod względem płci	29			41			70

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

## Dział B: Korzystanie z Internetu.

### Pytanie B1: Tablica wynikowa nr 3

Częstotliwość korzystania z Internetu	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
Codziennie lub prawie codziennie	5	3	4	6	4	6	28
Przynajmniej raz w tygodniu			1		1		2
Przynajmniej raz w miesiącu							
Rzadziej niż raz w miesiącu							
Suma osób pod względem płci	13			17			30

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

### Pytanie B2: Tablica wynikowa nr 4

Miejsce korzystania z Internetu	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
W domu	5	3	5	6	4	6	29
W szkole	1	1	1	2	3		8
W mieszkaniu innych osób		1	2	2	2	1	8
W innych miejscach				1	1		2
Suma osób pod względem płci	19			28			47

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

**Pytanie B3: Tablica wynikowa nr 5**

Urządzenia przenośne	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17lat	18 lat	
Telefon komórkowy	1	1	1	5	2	2	12
Telefon komórkowy z połączeniem GPRS				1	2	1	4
Telefon komórkowy z połączeniem UMTS lub HSDPA	1	1	1	3		2	8
Komputer podręczny	1	1		1	1		4
Laptop z połączeniem bezprzewodowym		2	4	2		1	9
Laptop uzyskujący połączenie przez sieć komórkową							
Żadne z powyższych							
Nie korzystam z Internetu	2				2		4
Suma osób pod względem płci	16			25			41

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

**Pytanie B4: Tablica wynikowa nr 6**

Cel wykorzystania Internetu w ciągu ostatnich 3 miesięcy	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
Wysyłanie, odbieranie poczty elektronicznej	5	2	5	6	4	3	25
Telefonowanie przez Internet	2	1	3	2	2	1	12
Czaty		1	3	3	2	1	10
Komunikatory internetowe	5	3	5	6	4	6	29
Czytanie blogów	1	1	2	3	1		8
Tworzenie, prowadzenie blogów				1			1
Wyszukiwanie informacji o towarach	4	5	5	2	2	1	19
Serwisy o podróżach	1	1		1			3
Słuchanie radia lub oglądanie	5	2	4	2	12	6	29
Umieszczenie na stronach WWW własnych zdjęć itp	2	1	2	2	2	1	17
Pobieranie programów	2	1	4	6	3	1	17
Pobieranie programów	2	1	2	6	3	3	17
Odtwarzanie lub pobieranie filmów, muzyki itp.	1	1	1	2	2		7
Granie z innymi w Internecie	1		1	2			4
Czytanie on-line gazet, e-book'ów itp.					1		1
Szukanie pracy	1		1				2
Wyszukiwanie informacji dotyczących zdrowia	3	2	1	2	2	1	11
Korzystanie z usług bankowych	1	2	1	3	2	1	
Sprzedawanie towarów		1	1				2
Poszukiwanie ofert szkoleniowych		1		2	1		4
Uczestniczenie w szkoleniu on-line							
Korzystanie z Internetu w celu uzupełnienia wiedzy	3	2	3	6	3	2	19
Suma osób pod względem	106			129			237

**Pytanie B5: Tablica wynikowa nr 7**

Rodzaje ocenianych informacji	Ocena informacji	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
		16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
Informacje o możliwości uzyskania dochodów	Użyteczne	2	1	3	2	1	2	11
	nieużyteczne			1	1		1	3
	Nie szukałem takich informacji	3	3	1	3	4	3	17
Informacje o możliwości zdobycia wykształcenia	Użyteczne	2	3	3	2	3	1	14
	nieużyteczne			1	1		2	4
	Nie szukałem takich informacji	3		1	3	2	3	12
Informacje o działalności społecznej	Użyteczne	3	1	2	2	2	1	11
	nieużyteczne			1			2	3
	Nie szukałem takich informacji	2	2	2	4	3	4	17
Informacje o możliwości rozwijania swojego Hobby	Użyteczne	4	3	2	5	2	2	18
	nieużyteczne						1	1
	Nie szukałem takich informacji	1		3	1	3	3	11
Informacje o innych sprawach życia codziennego	Użyteczne	4	1	1	3	2	2	13
	nieużyteczne		1	2	2	1		6
	Nie szukałem takich informacji	1	1	2	1	2	4	11
Suma osób pod względem płci	-	66			86			152

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*

**Pytanie B6: Tablica wynikowa nr 8**

Czynności wykonywane podczas korzystania z Internetu	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
Używanie wyszukiwarki internetowej	5	3	5	6	5	6	30
Wysyłanie e-maili z załącznikami	5	3	5	6	5	6	30
Czaty	1	1	4	5	5	1	17
Telefonowanie i video-rozmowy	2	1	3	3	2	1	12
Wymiana plików	2	1	3	3	2	3	14
Tworzenie strony internetowej	1	2	3	3	1	1	11
Oprogramowanie	4	2	5	6	6	3	26
Ochrona antywirusowa	4	1	5	5	3	2	20
Nie wykonałem żadnej z powyższych czynności							
Suma osób pod względem wiekowym	71			89			160

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji*



## Dział C: Korzystanie z handlu elektronicznego.

### Pytanie C1: Tablica wynikowa nr 9

Częstotliwość ostatnich zakupów internetowych	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
W ciągu ostatniego miesiąca	3	2	3	4	2	1	16
W ciągu ostatniego kwartału	1	1	1	1	2		5
Ponad pół roku temu				1			1
Ponad rok temu				1			1
Prawie nigdy	2				5		7
Suma osób pod względem płci	13			17			30

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

### Pytanie C2: Tablica wynikowa nr 10

Najchętniej kupowane towary przez Internet	Mężczyźni w wieku			Kobiety w wieku			Suma osób pod względem wieku
	16 lat	17 lat	18 lat	16 lat	17 lat	18 lat	
Filmy, muzyka	1		1	1	2		5
Książki, czasopisma, gazety itp.	1				2		3
Odzież, obuwie, sprzęt turystyczny	2	3	2	3	3		13
Gry komputerowe			1				1
Oprogramowanie i aktualizacja programów		1		1			2
Sprzęt komputerowy		1	1	1	1		4
Sprzęt elektroniczny		1	1	3		1	6
Bilety na imprezy lub do kina itp.	1		2				3
Inne			1	2	1		4
Suma osób pod względem płci	20			21			41

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wykazu populacji

Załącznik nr 4

Oświadczenia uczestników

„Oświadczam, że jestem autorem/współautorem opracowań nadesłanych na Wielkopolski Konkurs pt. *Statystyka mnie dotyczy*.”

Imię i nazwisko:

Podpis:

1.Katarzyna Zemska

..... Zemska Katarzyna .....

2.Patrycja Sikora

..... Sikora Patrycja .....

3.Karolina Talaga

..... Talaga Karolina .....

ZADANIA NA WIELKOPOLSKI KONKURS *Statystyka mnie dotyka*



Z OKAZJI DNIA STATYSTYKI  
POLSKIEJ W 2011 R.



## Część I

Proszę wykonać jedno z poniższych zadań:

1. Wykorzystując odpowiedni formularz (załącznik 1), przeprowadzić badanie statystyczne uczestnictwa w sporcie i rekreacji ruchowej co najmniej trzydziestu uczniów swojej szkoły.
2. Wykorzystując odpowiedni formularz (załącznik 2), przeprowadzić badanie statystyczne uczestnictwa w kulturze co najmniej trzydziestu uczniów swojej szkoły.
3. Stosując odpowiedni formularz (załącznik 3), przeprowadzić badanie statystyczne wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych przez co najmniej trzydziestu uczniów swojej szkoły

**Opracowanie powinno zawierać:**

1. Sformułowanie celu badania.
2. Charakterystykę zastosowanych metod zbierania i opracowania danych.
3. Analizę i interpretację wyników.
4. Wnioski końcowe.
5. Załączniki: tablice wynikowe i wykresy.

## Część II

Proszę zaznaczyć właściwą odpowiedź.

1. Podstawowe informacje o Powszechnym Spisie Rolnym 2010 można znaleźć na stronie internetowej pod adresem:

- [www.spis.gov.pl](http://www.spis.gov.pl),
- [www.statystyka.gov.pl](http://www.statystyka.gov.pl),
- [www.gus.pl](http://www.gus.pl),
- [www.psr.pl](http://www.psr.pl).

2. Powszechny Spis Rolny 2010 jest przeprowadzany w okresie:
- 1 IX – 31 X, według stanu na 30 czerwca 2010 r.,
  - 1 IX – 31 X, według stanu na dzień spisywania,
  - 1 IX – 31 X, według stanu na 31 sierpnia 2010 r.,
  - 1 IX – 31 X, według stanu na dzień 1 stycznia 2010 r.
3. Który z popularnych aktorów wystąpił w spocie reklamowym Powszechnego Spisu Rolnego 2010?
- Artur Żmijewski,
  - Cezary Żak,
  - Robert Gonera,
  - Borys Szyc.
4. Urządzenie elektroniczne, stosowane przez rachmistrza spisowego podczas Powszechnego Spisu Rolnego 2010, to:
- ipod,
  - laptop,
  - hand-held,
  - palmtop.
5. Rachmistrz spisowy, zgodnie z Ustawą o statystyce publicznej, musi bezwzględnie przestrzegać:
- poprawności języka polskiego,
  - tajemnicy statystycznej,
  - wypełnienia papierowego formularza spisowego,
  - wypełnienia elektronicznego formularza bezpośrednio po wizycie w gospodarstwie rolnym.
6. Samospis przez Internet, wywiad telefoniczny i wywiad rachmistrzowski z użyciem formularza elektronicznego to trzy formy zbierania danych zastosowane równocześnie w:
- Powszechnym Spisie Rolnym 2010,
  - Badaniu Aktywności Ekonomicznej Ludności,
  - Narodowym Spisie Ludności i Mieszkań 2002,
  - Badaniu Budżetów Gospodarstw Domowych.

7. Najbliższy projektowany spis w Polsce to:
- Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011,
  - Spis próbny do Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2011,
  - Narodowy Spis Powszechny Ludności, Mieszkań i Gospodarstw Rolnych 2012,
  - Czerwcowy Spis Rolny 2011.
8. Według rekomendacji ONZ i Komisji Europejskiej, Powszechne Spisy Rolne powinny odbywać się:
- co 10 lat w roku kończącym się na 0,
  - co 10 lat w roku kończącym się na 1,
  - co 5 lat,
  - we wszystkich krajach w tym samym roku, w różnych odstępach czasowych.
9. Na terenie gminy pracami spisowymi podczas Powszechnego Spisu Rolnego 2010 kieruje:
- gminny komisarz spisowy,
  - lider gminy,
  - kierownik gminnego biura spisowego,
  - rachmistrz spisowy.
10. Spisem próbnym do Powszechnego Spisu Rolnego w 2010 r. objęte zostały gospodarstwa rolne:
- tylko średniej wielkości,
  - tylko największe,
  - zajmujące się wyłącznie uprawą zbóż,
  - wszystkie bez względu na wielkość.
11. Pierwszy „Rocznik Statystyczny Stołecznego Miasta Poznania” ukazał się w roku:
- 1918,
  - 1920,
  - 1921,
  - 1923.
12. Od maja 2007 r. województwo wielkopolskie utrzymywało pozycję samodzielnego lidera z najniższą w kraju stopą bezrobocia rejestrowanego. Straciło ją na rzecz województwa mazowieckiego w okresie:
- grudzień 2009 – kwiecień 2010,
  - grudzień 2009 – luty 2010,
  - styczeń 2010 – maj 2010,
  - luty 2010 – marzec 2010.

13. Produkt Krajowy Brutto w przeliczeniu na 1 mieszkańca w 2007 r. w dwóch spośród sześciu podregionów województwa wielkopolskiego był wyższy od przeciętnej krajowej. Były to podregiony:
- poznański i leszczyński,
  - poznański i miasto Poznań,
  - miasto Poznań i kaliski,
  - miasto Poznań i koniński.
14. W 2008 r. udział województwa wielkopolskiego w krajowej produkcji trzody chlewnej wynosił:
- 30,0 % i plasował to województwo na 1. miejscu w kraju,
  - 14,0 % i plasował to województwo na 3. miejscu w kraju,
  - 9,5 % i plasował to województwo na 3. miejscu w kraju,
  - 9,7 % i plasował to województwo na 2. miejscu w kraju.
15. Parametr obliczany jako iloraz liczby osób uczących się (stan na początku roku szkolnego) na danym poziomie kształcenia (niezależnie od wieku) i liczby ludności (stan w dniu 31 grudnia) w grupie wieku określonej jako odpowiadająca temu poziomowi nauczania, to:
- współczynnik skolaryzacji brutto,
  - współczynnik skolaryzacji netto.
16. Połowa średnich miesięcznych wydatków (uwzględniając w nich wartość artykułów otrzymanych nieodpłatnie oraz pobranych z indywidualnego gospodarstwa rolnego, działki bądź z prowadzonej działalności na własny rachunek) ogółu gospodarstw domowych, to:
- ustawowa granica ubóstwa,
  - relatywna granica ubóstwa,
  - minimum egzystencji,
  - granica ubóstwa skrajnego.
17. W 2008 r. w województwie wielkopolskim ludność w gospodarstwach domowych korzystająca z pomocy społecznej stanowiła 8,2 % ogółu ludności województwa. Najwyższy wskaźnik odnotowano w gminach:
- wiejskich: Niechanowo, Wierzbinek, Lipka,
  - miejsko-wiejskich: Jastrowie, Ostroróg i w gminie wiejskiej Wierzbinek,
  - wiejskich: Lipka, Czermin, Dobrzyca,
  - miejsko-wiejskich: Jastrowie, Ostroróg, Pызdry.

18. Zgodnie z metodologią Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL), osoby w wieku 15 lat i więcej, które w okresie badanego tygodnia pracę miały, ale jej nie wykonywały z powodu choroby lub urlopu macierzyńskiego, zalicza się do:

- aktywnych zawodowo,
- pracujących,
- biernych zawodowo,
- czasowo bezrobotnych.

19. Według BAEL, w I kwartale 2010 r. wskaźnik aktywności zawodowej ludności w wieku 15 lat i więcej wynosił w województwie wielkopolskim 57,7 % i był:

- wyższy od notowanego w I i IV kwartale 2009 r.,
- niższy od notowanego w I i IV kwartale 2009 r.,
- niższy od notowanego w I kwartale 2009 r., ale wyższy od notowanego w III kwartale poprzedniego roku,
- wyższy od notowanego w I kwartale 2009 r., ale niższy od notowanego w III kwartale poprzedniego roku.

20. Najmniejszym obszarem województwem w Polsce jest województwo opolskie, a jego powierzchnia w 2009 r. wynosiła:

- 8782 km<sup>2</sup>,
- 8872 km<sup>2</sup>,
- 9412 km<sup>2</sup>,
- 11710 km<sup>2</sup>.

21. W 2009 r. w rejestrze REGON województwa wielkopolskiego było 359350 podmiotów gospodarki narodowej, a w tym:

- 94,3 % stanowiły podmioty małe, z liczbą pracujących mniejszą od 10,
- najliczniejszą grupą były spółki cywilne,
- 43,0 % jednostek dużych (z liczbą pracujących 1000 i więcej) stanowiły jednostki handlowe,
- w sektorze publicznym było mniej jednostek średnich (10-49 pracujących) niż w sektorze prywatnym.

22. „Statystyka publiczna zapewnia [...] informowanie społeczeństwa, organów państwa i administracji publicznej oraz podmiotów gospodarki narodowej o sytuacji ekonomicznej, demograficznej, społecznej oraz środowiska naturalnego”. Jakie – zgodnie z Ustawą o statystyce publicznej – powinno być to informowanie?
- rzetelne, obiektywne, systematyczne,
  - szybkie, pełne, obiektywne,
  - ciągle, niezbędne, rzetelne,
  - systematyczne, właściwe, odpłatne.
23. Według Ustawy z 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej, wyniki obliczeń, opracowań i analiz dokonywanych na podstawie zebranych w badaniach statystycznych statystyki publicznej danych, zwane „wynikowymi informacjami statystycznymi”, są:
- tajne,
  - powszechnie dostępne,
  - dostępne dla organów administracji publicznej,
  - udostępniane w uzasadnionych przypadkach.
24. Prezes Głównego Urzędu Statystycznego prowadzi dwa krajowe rejestry urzędowe. Są to:
- REGON i TERYT,
  - PESEL i KEP,
  - KRS i EGIB,
  - CEPIK i NIP.
25. W każdym z 16 urzędów statystycznych w Polsce funkcjonują specjalne jednostki organizacyjne realizujące ogólnopolskie zadania na rzecz statystyki publicznej jako całości, obejmując określoną dziedzinę badawczą. W Urzędzie Statystycznym w Poznaniu jednostkami tymi są:
- Ośrodek Statystyki Miast, Ośrodek Statystyki Małych Obszarów, Ośrodek Statystyki Krótkookresowej, Ośrodek Banku Danych Makroekonomicznych,
  - Ośrodek Statystyki Produktów Przemysłowych, Ośrodek Statystyki Samorządów Terytorialnych, Ośrodek Banku Danych Regionalnych,
  - Ośrodek Statystyki Przedsiębiorstw Niefinansowych, Ośrodek Metod Pozyskiwania Danych, Ośrodek Administracyjnych Źródeł Danych, Ośrodek Bazy Jednostek Statystycznych,
  - Ośrodek Badań Rolnictwa, Ośrodek Badań Obszarów Wiejskich, Ośrodek Badań Demograficznych, Ośrodek Informatyki Statystycznej.



26. W polskich publikacjach statystycznych stosuje się kilka znaków umownych. Należąca do nich kropka (.) opisuje następującą sytuację:
- zupełny brak informacji lub brak informacji wiarygodnych,
  - zjawisko nie występuje,
  - wypełnienie pozycji jest niemożliwe lub niecelowe,
  - dane zostały zmienione w stosunku do poprzednio prezentowanych.
27. Pierwszy spis ludności na ziemiach polskich przeprowadzono w roku:
- 1789,
  - 1918,
  - 1921,
  - 1922.
28. Tom I pierwszego „Rocznika Statystyki Rzeczypospolitej Polskiej” ukazał się w roku:
- 1918,
  - 1919,
  - 1920,
  - 1921.
29. Pierwszy po II Wojnie Światowej powszechny sumaryczny spis ludności w Polsce został przeprowadzony w roku
- 1945,
  - 1946,
  - 1947,
  - 1950.
30. Wiceprezesem Polskiego Towarzystwa Statystycznego w 1937 r. był:
- Kazimierz Kumaniecki,
  - Jan Czekanowski,
  - Stanisław Waszak,
  - Marcin Nadobnik.
31. Którą rocznicę swojego istnienia obchodzić będzie Polskie Towarzystwo Statystyczne w 2012 roku ?
- 90,
  - 95,
  - 100,
  - 125.

32. Redaktorem naczelnym „Wiadomości Statystycznych” jest:

- Włodzimierz Okrasa,
- Jan Kordos,
- Józef Oleński,
- Tadeusz Walczak.

33. EUROSTAT to:

- Statystyczne Biuro Unii Europejskiej,
- Europejskie Stowarzyszenie Statystyków,
- Urząd Statystyczny Unii Europejskiej,
- Rada Europejska do spraw Statystyki.

34. Wspólna Deklaracja o współpracy statystycznej między Głównym Urzędem Statystycznym Rzeczypospolitej Polskiej a EUROSTAT-em została podpisana w roku:

- 1958,
- 1990,
- 1991,
- 2004.

35. Międzynarodowy Instytut Statystyczny (International Statistical Institute – ISI) powstał w roku:

- 1880,
- 1885,
- 1949,
- 1990.