

## Bucharest Students Behavior Concerning Internet Use

Lect.dr. Silvia Elena CRISTACHE, Lect.dr. Dana ȘERBAN  
Catedra de Statistică și Previziune Economică, A.S.E. București

*The survey main purpose is to identify the relation between the Internet usage time and income. Survey program comprised segmentation, factual and opinion variables. The questionnaire had questions concerning the share of the Internet time into the free time of the students in Bucharest. As main conclusion the Internet usage has both advantages and disadvantages in the students opinion.*

**Keywords:** Internet, sampling, chat, online access, representativity.

**Obiectivul studiului** a fost determinarea timpului alocat navigării pe Internet și a numărului de abonați în rândul studenților, măsurat prin prisma domeniilor de interes ale acestora și a posibilităților financiare. Aplicând metode specifice de sondaj s-a realizat un sondaj de opinie pe un eșantion de 300 de studenți proporțional distribuiți pe domenii de activitate. Populația totală școlară din învățământul superior din București era în anul școlar 2001/2002 176449. Sondajul urmărește identificarea legăturii și a tipului de legătură dintre timpul acordat accesării Internetului și venit. Principala ipoteză a anchetei realizate a fost faptul că ponderea timpului acordat navigării pe Internet în timpul liber este foarte puternic influențată de mărimea venitului.

**Programul de sondaj** a cuprins variabile de segmentare, variabile factuale și de opinie. Variabilele factuale s-au referit la modul concret de utilizare a Internetului, locul și modul de accesare a Internetului, periodicitatea accesării, tipul conexiunii folosite. Variabile de opinie au fost legate de aprecierea avantajelor și dezavantajelor utilizării zilnice a Internet-ului, a efectele pozitive și negative

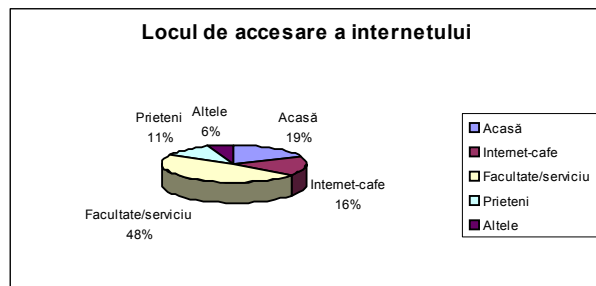
ale accesării Internetului, preferințele pentru site-urile românești sau străine, aprecierea Internetului ca sursă de informare și a influenței acestuia pentru pregătirea profesională, pentru comunicare, creativitate, pentru bugetul lunar și pentru tranzacțiile ilicite de bani.

Variabilele statistice au fost înregistrate cu ajutorul întrebărilor închise cu răspunsuri prestabilite, precodificate. Variabilele cuprinse în programul cercetării au fost atât cantitative cât și calitative scalabile. Chestionarul a cuprins întrebări referitoare la ponderea timpului afectat Internetului în totalitatea timpului liber. Chestionarul folosit este prezentat în anexa 1.

Analiza răspunsurilor a determinat următoarele concluzii la nivelul eșantionului.

- **Locul de accesare a Internetului**

Doar 19% din totalul studenților intervievați accesează de obicei site-urile de Internet de acasă și 16 merg în acest scop la Internet-cafe, cel mai mare procent 47% accesează Internetul de la facultate sau de la serviciu. Acest fapt demonstrează înclinația studenților de a naviga pe Internet cu costuri minime, chiar dacă aceasta înseamnă deplasarea și pierderea unui interval mai mare de timp.



**Fig. 1.** Structura eșantionului după locul de accesare a Internetului

- **Frecvența accesării Internetului** a arătat că 89% dintre studenți intră pe Internet cel puțin o dată pe săptămână. Numai 35% dintre studenți accesează Internetul zilnic, 37% de 2 – 3 ori pe săptămână, dar numai 3% mai rar decât o dată pe lună.

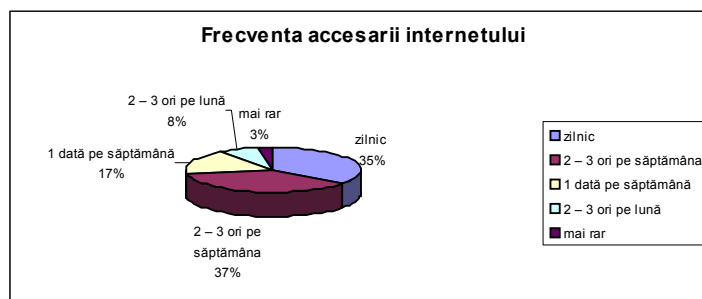


Fig. 2. Structura eșantionului după frecvența accesării Internetului

- Pentru 49,66% dintre studenții intervievați *Internetul reprezintă principala sursă de informare*, față de 50,33% care nu consideră Internetul ca principala lor sursă de informare. Acest lucru explică frecvența accesării Internetului ca și ponderea timpului liber în timpul acordat Internetului.

- În structura timpului liber *timpul acordat Internetului* are o pondere între 64% și 32% pentru majoritatea celor intervievați (78%). Numai 3% acordă navigării pe Internet mai mult de 80% din timpul liber, 9% acordă între 64% și 80% din timpul liber și numai 10% petrec mai puțin de 16% din timpul liber pe Internet. Marea majoritate își împart timpul liber în mod echilibrat între Internet și alte ocupații.

În timpul acordat navigării pe Internet 45% preferă să viziteze site-uri românești în timp ce majoritatea de 55% accesează site-urile străine.

- **Scopul utilizării Internetului**

Cea mai mare pondere o au studenții care uti-

lizează Internetul preponderent în scopul comunicării, pentru mesaje trimise prin e-mail sau pentru comunicării pe chat (33%), cea mai mică pondere o au cei ce utilizează Internetul pentru cumpărături on-line (3%). Aceasta se datorează faptului că site-urile condiționează cumpărăturile de posesia unui card de credit, carduri care nu sunt foarte răspândite în România.

- **Suficiența informațiilor oferite de Internet**

Deși ponderea celor ce consideră Internetul ca principală sursă de informare este de aproape 50%, mai mult de 58% din total afirmă că informațiile oferite de Internet nu sunt suficiente pentru a fi bine informat, numai 36 % consideră Internetul suficient pentru informare, în timp ce 6% sunt indeciși.

- **Comparativ cu alte surse de informare, Internetul** este apreciat de 45% dintre studenți ca fiind cel mai bun, la fel de bun de 43% și mai puțin bun de numai 12%.

Tabelul 1. Aprecierea Internetului comparativ cu alte surse de informare

Internetul față de alte surse de informare	Frecvențe absolute	Frecvențe relative (%)	Frecvențe cumulate (%)
Mai bun	136	45	45
La fel de bun	128	43	88
Mai puțin bun	36	12	100
Total	300	100	

Având în vedere că numai 12% consideră Internetul inferior celorlalte surse de informare se explică și popularitatea acestuia în rândul studenților. Cu toate că frecvențele calculate anterior ne arată că Internetul este apreciat și

accesat destul de des de majoritatea studenților, observăm acum că numai 19% sunt abonați la Internet. Costul instalării și menținerii unei conexiuni la Internet este, deci mare pentru studenți (cu atât mai mare cu cât co-

nexiunea este mai bună), la care se adaugă și inconvenientul că o mare parte a studenților locuiesc la cămin.

- În ceea ce privește modalitatea de conectare, 67% dintre studenții abonați optează pentru dial-up connection ca *modalitate de conec-*

*tare* deoarece este cea mai ieftină, abonamentul fiind chiar gratuit în unele situații. Pentru Mail-connection au optat numai 3%, pentru Dial-up IP 15% și pentru conectare dedicată numai 3% din totalul studenților abonați la Internet.

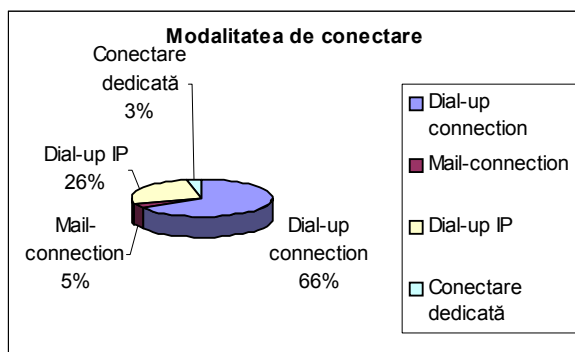


Fig. 3. Structura eșantionului după modalitatea de conectare

- **Furnizorul de Internet** este pentru cea mai mare parte a studenților Connex probabil deoarece prin Connex Dial-up free compania oferă acces gratuit la Internet.

- Dintre **serviciile adiționale**, cele mai utilizate de către abonați sunt programele software (58%) urmate de serviciile de telefonie, mai ales internațională pentru care prețurile sunt mult mai mici decât în rest (22%). Co-

municațiile de date sunt utilizate, de obicei, de 17% și aplicațiile client server de 3% dintre studenții abonați.

- Deoarece pentru unele tipuri de abonament tariful pe minut de accesare a Internetului este mai mic în funcție de oră și mai ales noaptea este interesat de observat frecvența de **accesare a Internetului pe intervale orare**.

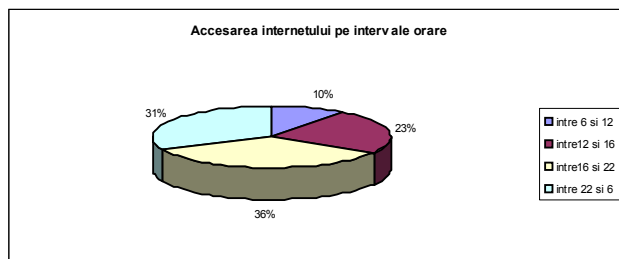


Fig. 4. Structura eșantionului după intervalele orare de accesare a Internetului

Numai 10 % accesează Internetul înainte de prânz, 23 % între orele 12 și 16, 36% între 16 și 22 și 31 % între orele 22 și 6. Intervalul orar 12 – 22 include 59 % dintre studenți deoarece sunt mulți studenți care accesează Internetul de la facultate sau serviciu și nu sunt influențați de tarifele scăzute de navigare după ora 22.

- **Avantajele Internetului** în opinia studenților a determinat următoarea ierarhie (tabelul 2).

În funcție de locul, frecvența accesării și scopul utilizării Internetului, studenții consideră

ca avantaje ale Internetului : rapiditatea – 30%, disponibilitatea folosirii lui la orice oră – 22%, costul – 10%, accesarea gratuită – 20% și liberalizarea informației – 18%. Cu toate acestea 73% consideră că Internetul are și aspecte negative, iar numai 27% nu sunt de acord cu aceasta.

- **Dezavantajele Internetului** văzute de respondenți au determinat ierarhia din tabelul 3.

Cu toate că pentru unii costul navigării pe Internet constituie un avantaj, pentru alții este considerat dezavantaj (23%), tot dezavantaje

sunt considerate și : cantitatea enormă de informații superficiale – 34%, posibilitatea virusării calculatorului – 31%, veridicitatea în-

doielnică a informațiilor oferite – 6% și insecuritatea datelor – 6%.

**Tabelul 2.** Avantajele internetului

Avantajele Internetului	Frecvențe absolute	Frecvențe relative (%)	Frecvențe cumulate (%)
Rapiditate	88	30	30
Disponibilitatea folosirii la orice oră	67	22	52
Costul	31	10	62
Accesarea gratuită	59	20	82
Liberalizarea informației	55	18	100
Total	300	100	

**Tabelul 3.** Dezavantajele Internetului

Dezavantajele Internetului	Frecvențe absolute	Frecvențe relative (%)	Frecvențe cumulate (%)
Costul	70	23	23
Cantitatea enormă de informații superficiale	98	34	57
Posibilitatea virusării calculatorului	94	31	88
Veridicitatea îndoielnică a informațiilor	19	6	94
Insecuritatea datelor	19	6	100
Total	300	100	

Având în vedere posibilitatea virusării calculatorului, se constată că studenții români din București nu sunt foarte familiarizați cu virusii care au afectat întregul glob prin intermediul Internetului : numai la 34% le este cunoscut MsBlast, 35% - Sobig, 12% - Love, 8% - Cracker și 11% Pacific.

- În ceea ce privește influența Internetului asupra comunicării păreriile sunt împărțite, dar nota medie acordată este 0,923 ce tinde tot spre influență favorabilă a Internetului. Majoritatea de 51% au acordat nota 1 (influență favorabilă), iar asimetria răspunsurilor este și de data aceasta scăzută, valoarea coeficientului de asimetrie ( -0,0739 ) tinde spre 0.

- Internetul este apreciat ca nefast pentru dezvoltarea creativității. Majoritatea de 56% consideră influența Internetului asupra creativității ca fiind nefavorabilă, 37% din total acordând chiar nota minimă -2 (influență total nefavorabilă). Asimetria răspunsurilor este însă pronunțată, valoarea coeficientului (0,944) tinde către 1.

Studenții intervievați au fost selectați proporțional, după procedeul cotelor, în funcție de

**domeniul de activitate**, din toate facultățile bucureștene și după variabilele venit mediu lunar net și sex. În ceea ce privește distribuțiile după venit se constată că majoritatea studenților se încadrează în categoria de venit 3 – 5 milioane. În ceea ce privește împărțirea pe sexe, structura eșantionului (46% - M, 54% - F), a fost proporțională cu structura populației școlare din învățământul superior

#### Bibliografie selectivă

1. Ardilly, P., *Les techniques de sondage*, Technip, Paris, 1994.
2. Agnew, W., Kellerman, J. *Distributed Multimedia Technologies, Applications and Opportunities in Digital Information Industry*, Addison Wesley Publishing Company.
3. Calot, G., *Cours de statistique descriptive*, Dunod, Paris, 1975
4. Cristache, S. E., *Metode Statistice de calcul și analiză a eficienței economice în comerț*, Ed. ASE, 2003
5. Girard, A., Stroetzel, J., *Sondajele de opinie publică*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1975.
6. Porojan, D., *Statistica și teoria sondajului*

lui, Casa de Editură și Presă „Șansa”, București, 1993.

7. Șerban, D., *Statistică pentru studii de marketing și administrarea afacerilor*, ed. ASE, București, 2004

8. *Raport al Camerei de Comerț și Industrie a României (CCIR)*.

9. *Proiectul privind normele metodologice pentru aplicarea Legii 365/2002 privind comerțul electronic*, publicat pe site-ul MCTI

### Anexa 1. Sondaj de opinie referitor la utilizarea Internetului de către studenți

Vă rugăm să încercuiți răspunsul conform opiniei dumneavoastră

Q <sub>1</sub> . Utilizați Internetul ?	1. Da 2. Nu ( stop sondaj )
Q <sub>2</sub> . Internetul reprezintă pentru dumneavoastră principala sursă de informare ?	1. Da 2. Nu
Q <sub>3</sub> . De obicei de unde accesați site-urile de Internet ?	1. acasă 2. Internet – cafe 3. facultate/serviciu 4. prieteni 5. altele
Q <sub>4</sub> . Cât de des intrați pe Internet ?	1. zilnic 2. 2 – 3 ori pe săptămână 3. o dată pe săptămână 4. 2 – 3 ori pe lună 5. mai rar
Q <sub>5</sub> . Cât din timpul dumneavoastră liber accesați Internetului ?	1. mai mult de 80% 2. 64% - 80% 3. 48% - 64% 4. 32% - 48% 5. 16% - 32% 6. mai puțin de 16 %
Q <sub>6</sub> . Cel mai adesea accesați	1. site-uri românești 2. site-uri străine
Q <sub>7</sub> . În ce scop utilizați Internetul ?	1. informare 2. jocuri 3. chat/mail 4. vizionat filme/ascultat muzică 5. e-comerț
Q <sub>8</sub> . Considerați că informațiile oferite de Internet sunt suficiente pentru a fi mereu bine informat?	1. Da 2. Nu
Q <sub>9</sub> . Cum apreciați Internetul în comparație cu celelalte surse de informare ?	1. mai bun 2. la fel de bun 3. mai puțin bun
Q <sub>10</sub> . Sunteți abonat la Internet ?	1. Da (treceți la Q <sub>11</sub> ) 2. Nu (treceți la Q <sub>16</sub> )
Q <sub>11</sub> . Care este modalitatea de conectare la Internet pe care o folosiți ?	1. dial-up connection 2. mail connection 3. dial-up IP (PPP) – broad band connection 4. conectarea dedicată
Q <sub>12</sub> . Sunteți mulțumit de viteza de transmitere a datelor?	1. mulțumit 2. nici mulțumit, nici nemulțumit 3. nemulțumit
Q <sub>13</sub> . Care dintre următoarele tehnologii le utilizați?	1. CATV 2. wireless 3. ADSL 4. fibră optică 5. soluții complexe

Q14. Furnizorul dumneavoastră de Internet este:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Astral</li> <li>2. RDS</li> <li>3. Pcnnet</li> <li>4. Connex</li> <li>5. Altul</li> </ol>
Q15. Care dintre serviciile adiționale Internetului le utilizați ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. comunicații de date</li> <li>2. software</li> <li>3. aplicații client-server</li> <li>4. video conferințe</li> <li>5. servicii de telefonie</li> </ol>
Q16. Cum apreciați securitatea transmiterii datelor ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. foarte bună</li> <li>2. bună</li> <li>3. nici bună, nici proastă</li> <li>4. proastă</li> <li>5. foarte proastă</li> </ol>
Q17. De obicei accesați Internetul: între orele :	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 6 și 12</li> <li>2. 12 și 16</li> <li>3. 16 și 22</li> <li>4. 22 și 6</li> </ol>
Q18. Apreciați ca avantaje ale Internetului următoarele :	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. rapiditatea obținerii datelor</li> <li>2. disponibilitatea folosirii lui la orice oră</li> <li>3. costul</li> <li>4. accesul gratuit la majoritatea site-urilor</li> <li>5. liberalizarea informației</li> </ol>
Q19. Considerați că Internetul are și aspecte negative ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Da</li> <li>2. Nu</li> </ol>
Q20. Care credeți că sunt dezavantajele Internetului ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. costul</li> <li>2. cantitatea enormă de informații superficiale</li> <li>3. posibilitatea virusării calculatorului</li> <li>4. veridicitatea îndoielnică a informațiilor oferite</li> <li>5. insecuritatea datelor, datorată în principal hackerilor</li> </ol>
Q21. Care din următorii viruși vă sunt cunoscuți?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MsBlast</li> <li>2. Sobig</li> <li>3. Love</li> <li>4. Cracker</li> <li>5. Pacific</li> <li>6. Alții</li> </ol>
Q22. Cum apreciați influența utilizării Internetului în situațiile de la punctele 1-5? Vă rugăm acordați o notă conform scalei : -2 : influență total nefavorabilă -1 : influență nefavorabilă 0 : nici o influență 1 : influență favorabilă 2 : influență total favorabilă	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pregătire profesională/educațională</li> <li>2. comunicare</li> <li>3. creativitate</li> <li>4. bugetul lunar</li> <li>5. tranzacțiile ilicite de bani</li> </ol>
Q23. În care din următoarele domenii de activitate activați ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. economic/tehnic</li> <li>2. sanitar</li> <li>3. construcții/arhitectură</li> <li>4. jurnalistic</li> <li>5. juridic</li> <li>6. altul</li> </ol>
Q24. În care dintre categoriile de mai jos se încadrează venitul dumneavoastră ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. mai puțin de 3.000.000 lei</li> <li>2. între 3.000.000 și 5.000.000 lei</li> <li>3. peste 5.000.000 lei</li> </ol>
Q25. Sexul	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. M</li> <li>2. F</li> </ol>