



ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННОТО ОБЩЕСТВО В ПРЕДПРИЯТИЯТА

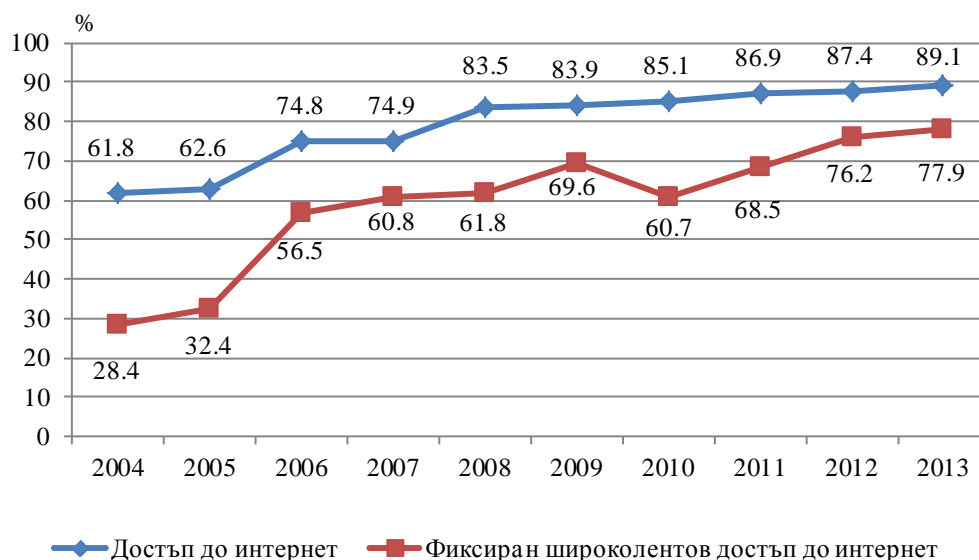
Съгласно Регламент № 808/2004 на ЕП и на Съвета за статистиката на информационното общество НСИ проведе за десети пореден път през 2013 г. изследване за използването на информационно-комуникационни технологии (ИКТ) и е-търговия в предприятията. Изследването се провежда във всички държави - членки на Европейския съюз, по обща методология, която осигурява международна съпоставимост на резултатите. Наблюдават се предприятия от нефинансовия сектор с повече от 10 заети лица.

Използване на ИКТ в предприятията

Използването на ИКТ, и по-специално развитието по отношение на достъпа и използването на интернет, е водещ фактор, указващ влияние на начина, по който предприятията ръководят бизнеса си, провеждат електронна търговия и си взаимодействат с националните публични органи.

През януари 2013 г. делът на предприятията, които имат достъп до интернет, достига до 89.1%, или с 1.7 процентни пункта повече в сравнение с предходната година. Подобряват се видът и скоростта на използваната връзка - 77.9% от предприятията използват фиксирана широколентова връзка. Мобилна широколентова връзка чрез преносимо устройство имат 33.3% от предприятията. В сравнение с 2012 г. по този показател се отчита растеж от 7.9 процентни пункта.

Фиг. 1. Относителен дял на предприятията, които имат достъп до интернет и фиксирана широколентова връзка



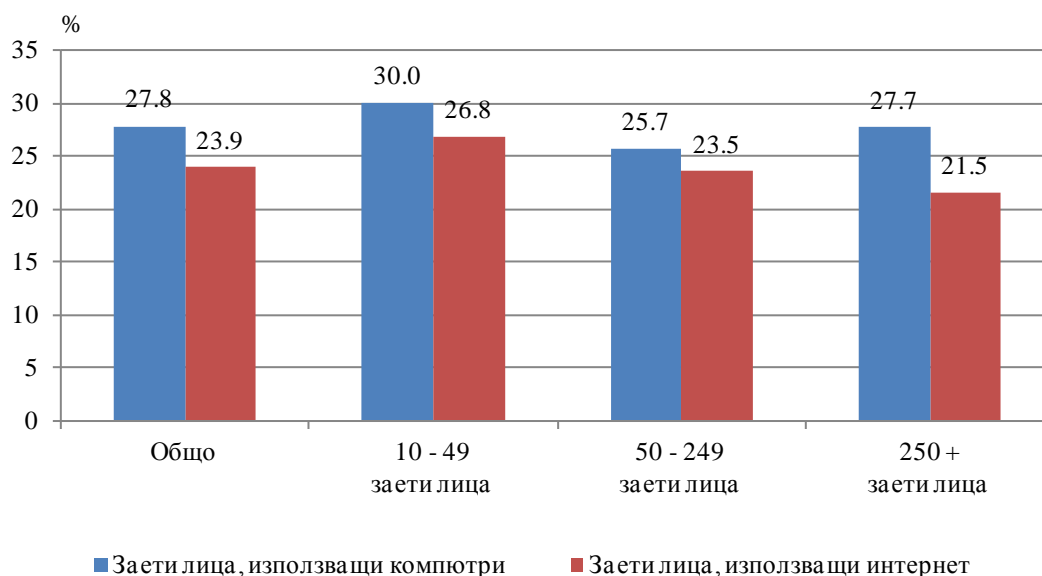
ИКТ са най-широко използвани в големите компании с над 250 заети лица, 99.1% от които имат достъп до интернет, докато в малките предприятия (10 - 49 заети лица) този относителен дял е 87.4%.

През 2013 г. 27.8% от заетите лица са използвали компютър поне веднъж седмично за изпълнение на своите служебни задължения, а за 23.9% е осигурен достъп до интернет, като в



сравнение с предходната година се наблюдава увеличение съответно с 1.2 и 1.4 процентни пункта. При малките предприятия (10 - 49 заети лица) се наблюдава най-висок относителен дял на заетите лица, използващи компютри (30.0%), както и на заетите, използващи интернет (26.8%).

Фиг. 2. Относителен дял на заетите лица, използващи компютри и интернет поне веднъж седмично през 2013 г., по големина на предприятията



Повече от половината предприятия (52.3%) поддържат своя уебстраница или уебсайт. От големите предприятия 78.7% имат своя собствена интернет страница, докато при средните този относителен дял е 64.7%, а за малките - 48.6%.

Обмен на информация и услуги с публичната администрация по електронен път

Предприятията интензивно използват интернет за взаимодействие с публичните власти.

От използващите интернет предприятия 82.5% са получили информация от органите на публичната администрация, а 86.4% са използвали възможността за изтегляне на формуляри (данъчни, счетоводни, статистически и др.) по електронен път.

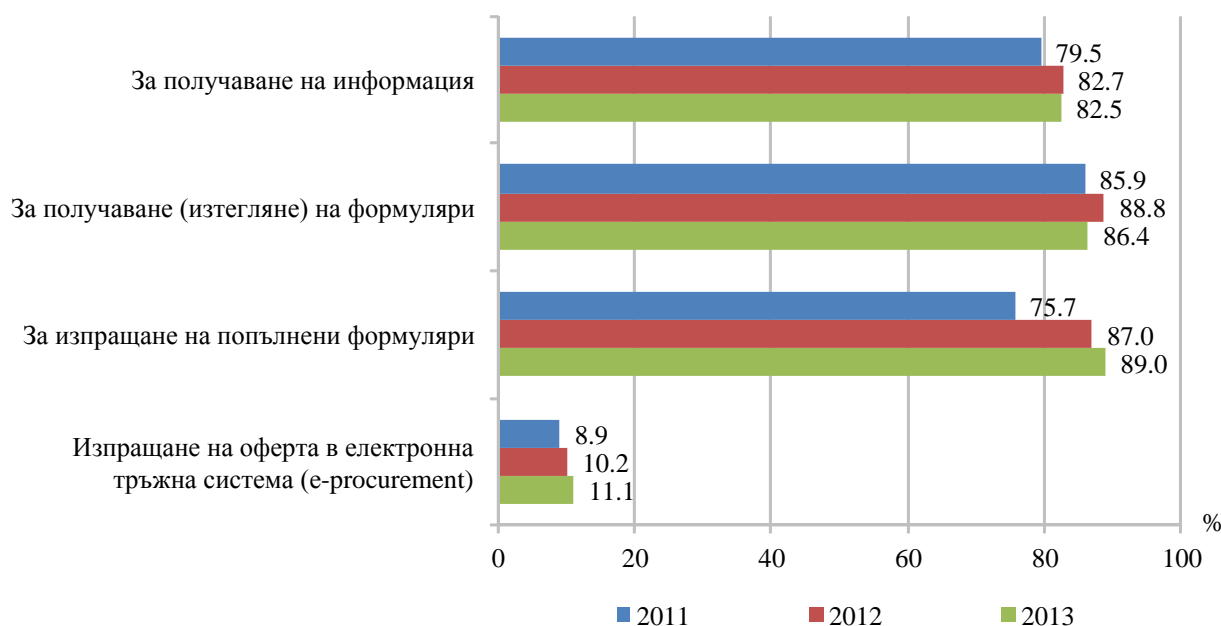
Повишава се интересът към самото изпращане или онлайн попълване на формулярите, като е регистрирано увеличение от 2.0 процентни пункта спрямо предходната година и делът на предприятията, използвали услугата, достига 89.0%.

Все още е малък делът на предприятията, които използват интернет за получаване на достъп до тръжни документи или спецификации в рамките на публичната електронна тръжна система. Въпреки че има увеличение от 0.9 процентни пункта спрямо 2012 г., едва 11.1% от предприятията са ползвали такива услуги.

От възможностите за автоматизиран обмен на информация и услуги се възползват почти всички големи предприятия (с 250 и повече заети лица) - 96.2% са изпращали попълнени формуляри, 94.4% са получавали (изтегляли) формуляри и 93.0% са получили информация по интернет.



Фиг. 3. Относителен дял на предприятията, осъществили обмен на информация и услуги с публичната администрация (електронно правителство)



Електронно фактуриране

През януари 2013 г. 28.2% от предприятията са изпращали електронни фактури (е-фактури), като една трета от тях са изпращали е-фактури в стандартен формат, който е подходящ за автоматизирана обработка.

Предприятията, които са получили е-фактури, подходящи за автоматизирана обработка, са 43.5%, което е с 16.2 процентни пункта повече в сравнение с 2011 година.

Използване на социални медии

През 2013 г. за първи път в изследването бе включен специален модул за използването на социални медии от предприятията. Социалните медии се отнасят до използването на уеб-базирани или мобилни приложения за свързване, създаване и обмен на съдържание онлайн с клиенти, доставчици или партньори, както и в рамките на предприятието.

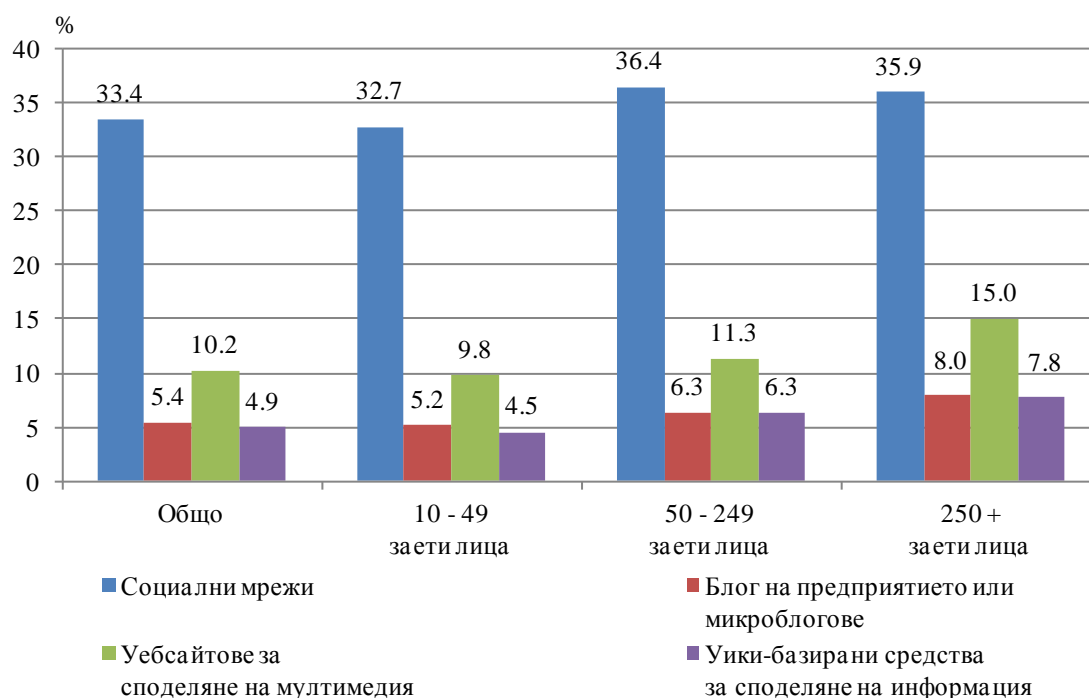
С най-висок относителен дял (33.4%)¹ са предприятията, използващи социалните мрежи (Facebook, LinkedIn и др.), или всяко трето предприятие използва възможността да поддържа свой профил в социална мрежа. Предприятията, използващи уебсайтове за споделяне на мултимедия (YouTube, Picasa и др.), са 10.2%, като от тази възможност се възползват предимно големите предприятия (15%). Употребата на блогове и уики-базирани средства не е широко разпространена, използвали са ги съответно 5.4 и 4.9% от предприятията.

¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя предприятия с достъп до интернет.



Водещи в използването на социални медии са предприятията с 250 и повече заети лица - 15.0% са използвали уебсайтове за споделяне на мултимедия, 8.0% - блог на предприятието или микроблогове, и 7.8% са споделяли информация чрез уики-базирани средства. Единствено в употребата на социалните мрежи големите предприятия отстъпват на средните (от 50 до 249 заети лица), като относителните дялове са съответно 35.9 и 36.4%.

Фиг. 4. Относителен дял на предприятията, използващи социална медия през 2013 г., по видове социални медии и големина на предприятията



Развитието на имиджа или продуктовия пазар на предприятието е посочено като цел за използването на социална медия от повече от половината предприятия (52.0%)¹.

От възможностите на социалните медии за взаимодействие с потребители чрез обмен на мнения и преглед на въпроси от клиенти се възползват 42.8%. За 18.7% от предприятията употребата е с цел включване на клиенти в разработване или нововъведение на стоки или услуги.

¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя предприятия, използващи социална медия.



Фиг. 5. Относителен дял на предприятията, използващи социална медия през 2013 г., по видове цели



Електронна търговия

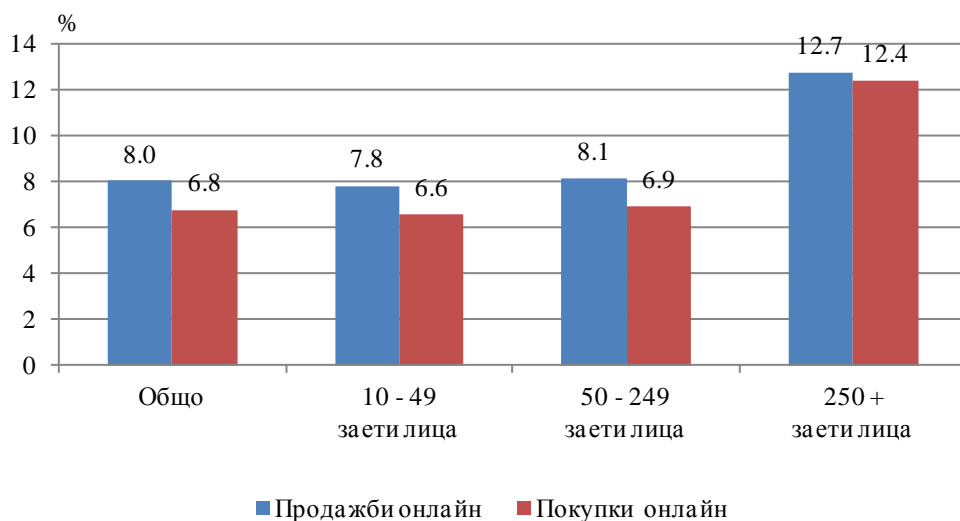
Все повече предприятия използват интернет, за да подобрят своя бизнес и да улеснят клиентите и доставчиците си.

Данните от проведеното изследване показват, че **онлайн продажбите** на предприятията увеличават своя дял с 0.2 процентни пункта спрямо предходната година, като поръчки онлайн са получили 8.0% от предприятията. Стойността на осъществените продажби по мрежата е 4 409 млн. лева.

Наблюдава се спад от 0.56 процентни пункта в относителния дял на предприятията, осъществили **покупки онлайн**, 6.8% от предприятията са закупили стоки или услуги, но общата стойност на направените покупки се увеличава в сравнение с миналата година и е в размер на 2 285 млн. лева.



Фиг. 6. Относителен дял на предприятията, осъществили продажби и покупки на стоки и услуги онлайн, по големина на предприятията



Повече информация и данни от изследванията за използване на информационно-комуникационните технологии от предприятията могат да бъдат намерени на интернет страницата на НСИ: <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=17>.