



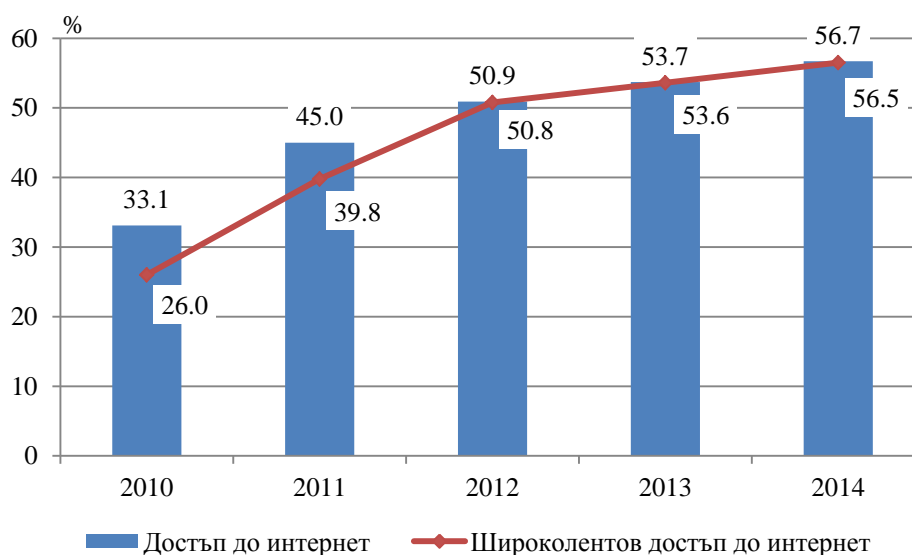
ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННО-КОМУНИКАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ОТ ДОМАКИНСТВОТА И ЛИЦАТА ПРЕЗ 2014 ГОДИНА

Съгласно Регламент (ЕС) № 859/2013 на Комисията от 5 септември 2013 г. НСИ проведе изследване за използването на информационно-комуникационните технологии (ИКТ) от домакинствата и лицата. Изследването се провежда във всички държави - членки на Европейския съюз, по обща методология, която осигурява международна съпоставимост на резултатите. Анкетирани са 4 228 обикновени домакинства и 9 541 лица на възраст 16 - 74 навършени години.

Достъп на домакинствата до интернет

Резултатите от проведеното изследване за използване на информационно-комуникационните технологии от домакинствата и лицата показват, че през 2014 г. 56.7% от домакинствата в България притежават достъп до интернет в домовете си, като е отбелязан растеж от 3.0 процентни пункта спрямо предходната година. Приблизително същото е увеличението на относителния дял на домакинствата, използващи широколентов достъп (2.9 процентни пункта), като дялът достига до 56.5% за 2014 г., или почти всички домакинства, имащи достъп до интернет, са с осигурена бърза и надеждна връзка.

Фиг. 1. Относителен дял на домакинствата с достъп до интернет и широколентов достъп до интернет



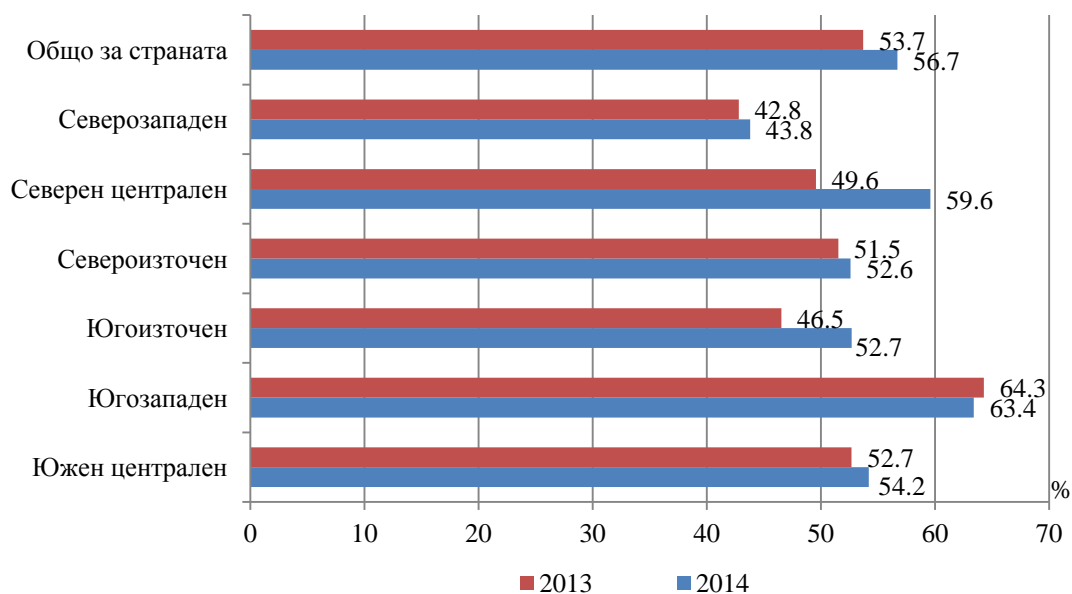
Показателна е тенденцията за навлизането на новите технологии - за петгодишен период относителният дял на домакинствата с достъп до интернет се е увеличил с 23.6 процентни пункта, а използването на широколентова връзка бележи ръст от 30.5 процентни пункта.

През 2014 г. с най-висок относителен дял на домакинствата с достъп до интернет - 63.4%, е Югозападният район, към който принадлежи и столицата. След него се нареждат Северният централен и Южният централен район, съответно с 59.6 и 54.2%. От тенденцията за страната



значително изостават домакинствата от Северозападния район, където 43.8% от тях имат достъп до интернет.

Фиг. 2. Относителен дял на домакинствата с достъп до интернет през 2013 и 2014 г. по статистически райони

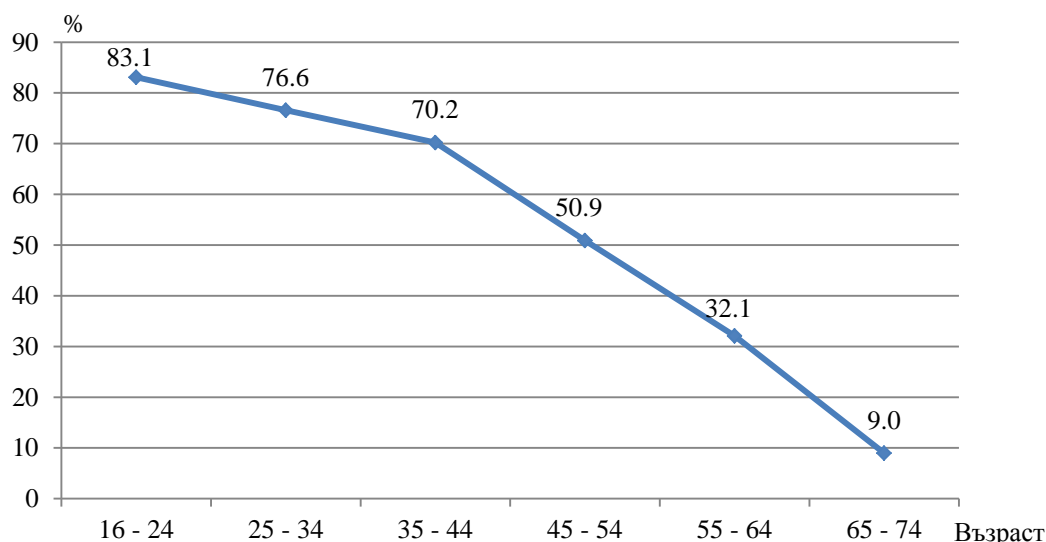


Използване на интернет от лицата на възраст между 16 и 74 години

През 2014 г. 53.7% от населението на възраст 16 - 74 навършени години използват интернет всеки ден или поне веднъж седмично. Запазва се тенденцията на растеж в регулярното използване на интернет от лицата, като на базата на предходната година е отбелязан ръст от 2.5 процентни пункта, а в сравнение с 2010 г. - ръст от 12.1 процентни пункта. Същевременно се наблюдава спад в относителния дял на лицата на възраст 16 - 74 навършени години, които никога не са използвали интернет - от 51.2% през 2010 г. до 37.1% през 2014 година.

Данните от проведените до момента изследвания за използване на ИКТ от лицата показват, че най-активни потребители в мрежата са младежите на възраст между 16 и 24 години, като през 2014 г. 83.1% от тях използват интернет всеки ден или поне веднъж седмично. Констатира се обратнопропорционална зависимост между възрастовите групи и честотата на регулярното използване на интернет - при по-високите възрастови групи се наблюдават по-ниски стойности на този показател, като от населението в най-високата наблюдавана възрастова група (65 - 74 навършени години) едва 9.0% използват глобалната мрежа.

Фиг. 3. Относителен дял на лицата, които редовно използват интернет (всеки ден или поне веднъж седмично), по възраст през 2014 година



Мъжете са по-активни при редовното използване на интернет в сравнение с жените - съответно 54.7 и 52.6%.

Значителни са и различията за редовно използващите интернет по образование. Докато 86.3% от лицата с висше образование използват редовно глобалната мрежа, то едва 23.4% от лицата с основно или по-ниско образование се възползват от възможностите, които тя предоставя.

През 2014 г. 50.8% от регулярните интернет потребители използват мобилно устройство за достъп до интернет извън дома и работното място, чрез мобилните телефонни мрежи или публичен WiFi достъп. От тях 84.3% достъпват мрежата чрез мобилен телефон¹, 56.4% - чрез портативен компютър², и 6.0% - чрез друго мобилно устройство за достъп до интернет.

Основни цели и предмет на използване на интернет от лицата (за лични цели)

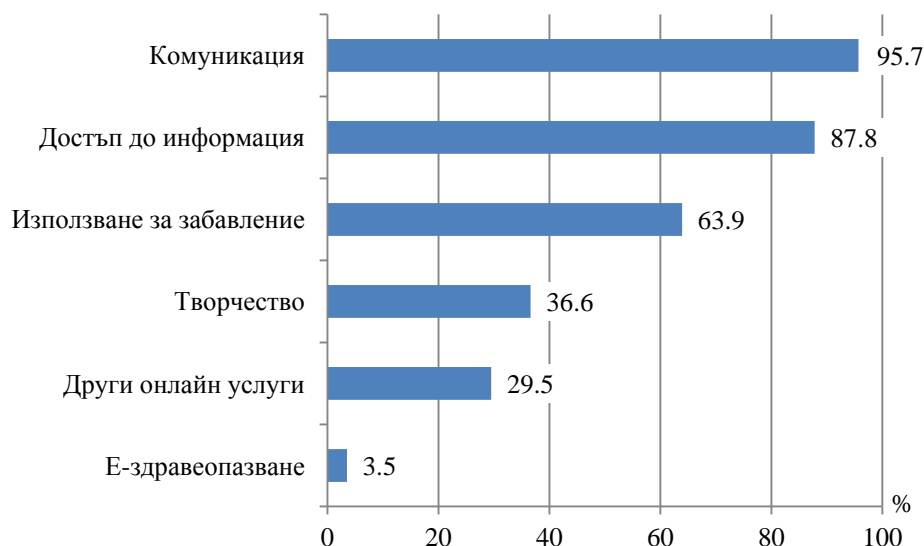
През 2014 г. регулярните интернет потребители използват най-често мрежата с цел комуникация. 95.7% от тях посочват, че използват интернет за изпращане/получаване на е-поща, разговори или видеоразговори (чрез приложения за комуникация като Viber, Skype и др.) или за участие в социални мрежи (Фейсбук, Туитър и др.). За достъп до информация (четене на онлайн вестници, новини или намиране на информация за стоки и услуги) от удобствата на глобалната мрежа се възползват 87.8% от лицата. Следва дялът на използващите интернет за забавление (слушане на радио, играене на игри, изтегляне на снимки, филми или музика и др.) - 63.9%, и за творчество (качване на собствено съдържание като текст, музика, видео в сайтове за споделяне или създаване на уебстраници, блогове и др.) - 36.6%. Едва 3.5% от лицата, регулярно ползващи интернет, се възползват от е-здравеопазването (записване на час при практикуващ лекар, болница и др.). За други онлайн услуги, свързани с резервации при пътувания, продажба на стоки или услуги, интернет банкиране, мрежата използват 29.5% от лицата.

¹ Вкл. смартфон.

² Преносим компютър - лаптоп, таблет, нетбук или електронен бележник.



Фиг. 4. Основни цели и предмет на използване на интернет от лицата на възраст между 16 и 74 години през 2014 година



Използване на облачни услуги

През 2014 г. за първи път беше изследвано използването на т.нар. облачни услуги (Cloud Services) за лични цели. Това са услуги, които предоставят възможност за съхраняване на файлове на сървър, достъпен чрез интернет. Много от тях се използват за споделяне на файлове с други лица. Извършването на действия в облака означава, че лицата, вместо да използват собствени ресурси (хардуер, софтуер), могат чрез интернет да използват ресурсите на доставчика на облачните услуги.

Резултатите от изследването показват, че в България през 2014 г. 21.3% от регулярните интернет потребители на възраст 16 - 74 години използват складово пространство в интернет за съхранение или споделяне на документи, снимки, музика, видео, други файлове или услуги за споделяне на файлове.

От регулярно ползващите интернет потребители на облачна услуга са 23.1% от мъжете и 19.4% от жените.

От лицата на възраст 16 - 24 години, редовно ползващи интернет, 34.2% са потребители на облачните услуги, като това отново определя младата възрастова група като най-активна в използването на новите технологии. Следва дялът на лицата на възраст 25 - 34 години (24.0%) и 35 - 44 години (19.9%). Едва 8.0% от лицата на възраст над 55 години, които редовно използват глобалната мрежа, използват складово пространство в интернет или услуги за споделяне.

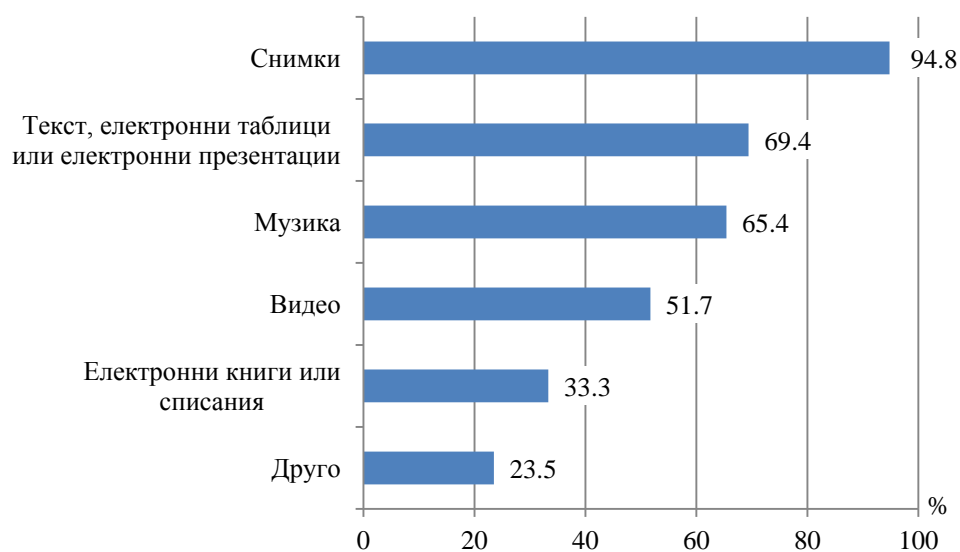


1. Относителен дял на лицата, които използват облачни услуги (като процент от регулярните интернет потребители) през 2014 година

	(Проценти)
Общо	21.3
По пол	
Мъже	23.1
Жени	19.4
По възраст	
16 - 24	34.2
25 - 34	24.0
35 - 44	19.9
45 - 54	15.0
55 - 64	8.0
65 - 74	8.0
По трудов статус	
Икономически активни	
Заети	20.6
Безработни	12.8
Икономически неактивни	
Учащи	37.9
Други неактивни	8.3

Най-често лицата използват интернет базирано пространство за съхранение или споделяне на следните файлове: снимки (94.8%); текст, електронни таблици или електронни презентации (69.4%) и музика (65.4%). Видео (вкл. филми, телевизионни програми) в облака съхраняват 51.7% от лицата, ползващи тези услуги; електронни книги или списания - 33.3%, и друг вид данни - 23.5%.

Фиг. 5. Типове файлове, които се съхраняват, споделят, четат или възпроизвеждат чрез облачни услуги от лицата през 2014 година





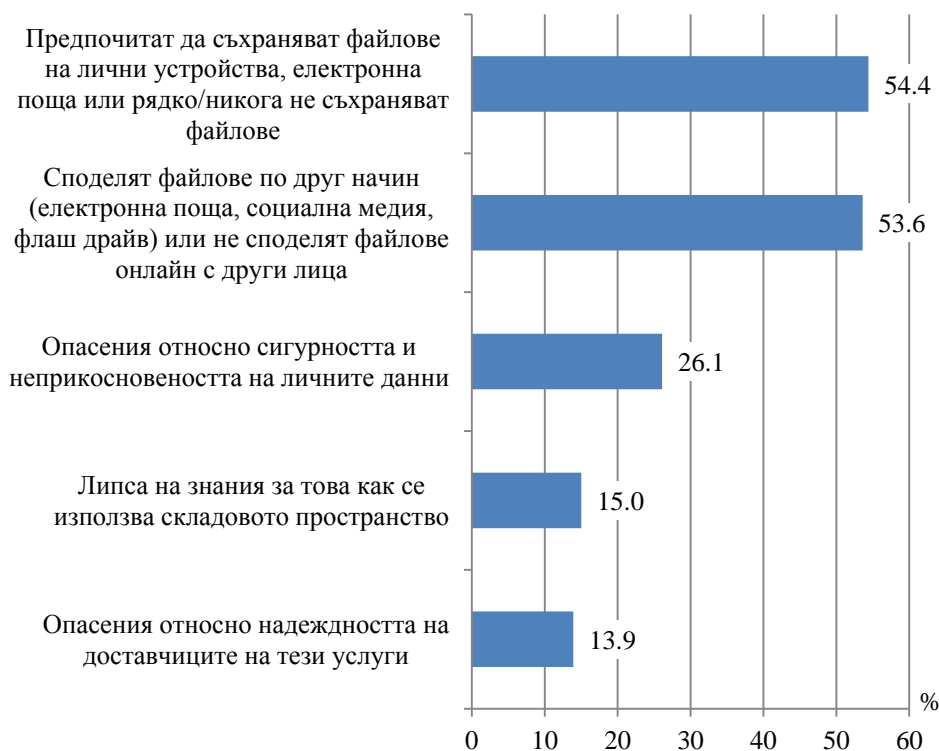
Използват се предимно безплатни облачни услуги, като през 2014 г. едва 11.5% от потребителите на тези услуги са заплатили за тях.

Най-често срещаният проблем, посочен от 59.5% от потребителите на облачни услуги, е ниската скорост при достъп или ползване. 33.1% от потребителите са имали технически проблем със сървъра (напр. недостъпност на услугата), а 29.3% - с несъвместимостта между различни устройства или файлови формати. Разкриването на данни от трети страни поради проблеми със сигурността или пробив в системата е било посочено като проблем от най-малък брой потребители на облачни услуги - 7.8%.

25.4% от лицата, използвали складово пространство в интернет или услуга за споделяне, не са срещнали никакви проблеми.

От регулярните потребители в интернет, които не използват облачните услуги, 74.2% не знаят за тяхното съществуване. Останалите, които знаят за съществуването им, но не ги използват, посочват различни причини за това. Най-често те предпочитат да съхраняват файлове на лични устройства, електронна поща или не съхраняват файлове (54.4%), а 53.6% използват друг начин за споделяне на файлове или не споделят файлове онлайн с други лица.

Фиг. 6. Относителен дял на лицата, които не използват облачни услуги, по причини през 2014 година¹



¹ Като процент от регулярните интернет потребители, на които е известно съществуването на облачни услуги, но не ги използват.

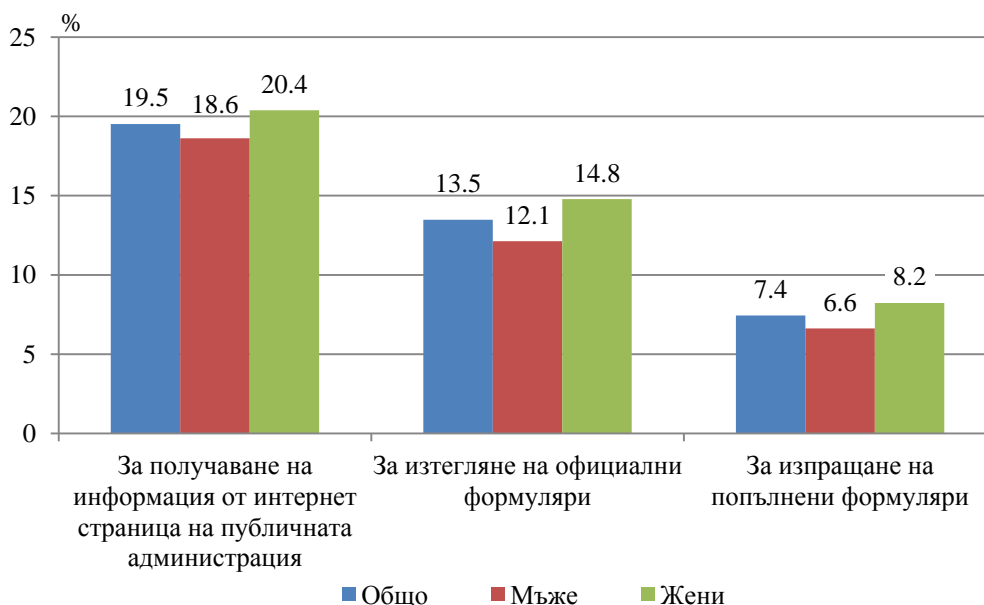


Използване на интернет от лицата за взаимодействие с обществени институции

През 2014 г. 21.0% от лицата използват глобалната мрежа за взаимодействие с органите на държавната администрация и местното самоуправление. Най-значителен е дялът на лицата, които са получавали информация от интернет страница или уебсайт на публичната администрация (19.5%), следван от дела на изтеглилите формуляри от официална интернет страница (13.5%) и изпратилите попълнени формуляри (7.4%) през последните дванадесет месеца.

Жените са по-активни от мъжете при използването на предлаганите онлайн услуги от публичната администрация - съответно 22.1 и 19.9%.

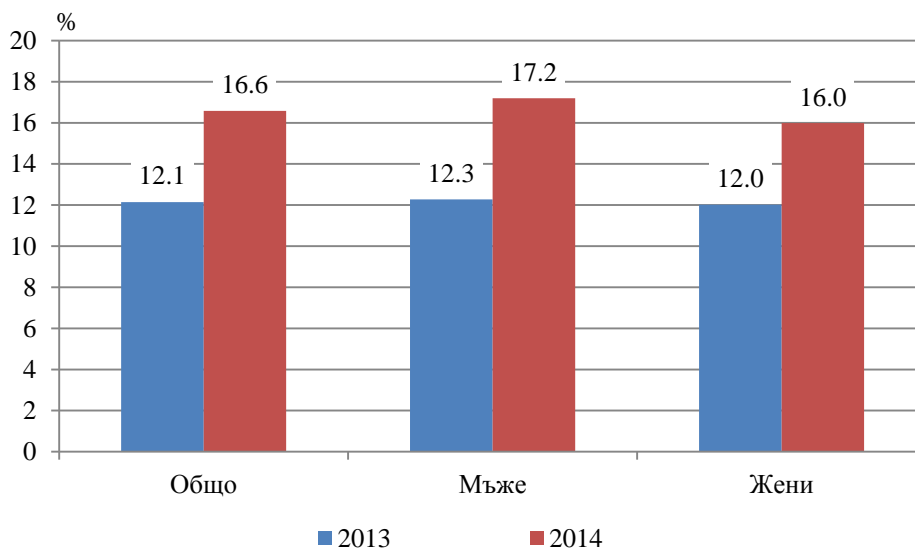
Фиг. 7. Относителен дял на лицата, използвали интернет за взаимодействие с обществени институции през последните дванадесет месеца, по цели и пол



Електронна търговия

Данните от изследването за използването на ИКТ от домакинствата и лицата за 2014 г. показват, че постепенно се увеличава дялът на хората, които пазаруват за лични (неслужебни) нужди онлайн - 16.6% от лицата на възраст 16 - 74 навършени години са направили онлайн покупки през последните дванадесет месеца, което е с 4.5 процентни пункта повече спрямо предходната година.

Фиг. 8. Относителен дял на лицата, които са поръчвали/купували стоки или услуги за лични цели от интернет през 2013 и 2014 г., по пол



През 2014 г. мъжете са били по-активни в онлайн пазаруването от жените - съответно 17.2 и 16.0%.

Най-често онлайн се купуват дрехи и спортни стоки, като 72.5% от пазарувалите по интернет са закупили такива артикули. На следващо място е закупуването на стоки за дома (31.3%) и покупките, свързани с пътувания или хотелски резервации (28.0%).

Най-често лицата използват офлайн метод за плащане на поръчаните през интернет стоки или услуги - през 2014 година 60.2% от тях са заплатили без използването на интернет (в брой, чрез обикновен банков превод, пощенски запис и др.). През интернет чрез кредитна или дебитна карта¹ са платили 33.4% от пазарувалите онлайн. Следва дялът на платилите през интернет чрез предплатена сметка или сайт за разплащане (ePay, PayPal и др.)² - 23.7%, и на тези - чрез интернет банкиране (7.9%).

¹ Данните от дебитната или кредитната карта се въвеждат директно в интернет в момента на покупката.

² Специализирани сайтове, в които е необходима предварителна регистрация, позволяваща извършването на разплащане онлайн.



Фиг. 9. Относителен дял на поръчваните по интернет стоки и услуги през 2013 и 2014 г. по видове



Повече информация и данни от изследванията за използване на информационно-комуникационните технологии от домакинствата и лицата могат да бъдат намерени на интернет страницата на НСИ (<http://www.nsi.bg/bg/node/2722>).



Приложение

Таблица 1

Относителен дял на лицата, които редовно използват интернет (всеки ден или поне веднъж седмично) по цел и предмет на използване през 2014 година

(Проценти)

Комуникация	95.7
Изпращане/получаване на е-поща	80.4
Разговори или видеоразговори	83.0
Участие в социални мрежи	72.7
Достъп до информация	87.8
Четене на онлайн вестници, новини, списания	74.3
Намиране на информация за стоки и услуги	75.5
Използване за забавление	63.9
Слушане на радио в интернет	35.6
Играене или изтегляне на игри, снимки, филми или музика	58.3
Играене на игри в мрежа	26.2
Творчество	36.6
Качване на създадено собствено съдържание (текст, снимки, музика, видео, софтуер и др.) в уебсайт за споделяне	36.1
Създаване на уебсайт/уебстраница или блог	8.4
Е-здравеопазване	3.5
Записване на час при практикуващ лекар чрез уебсайт	3.5
Други онлайн услуги	29.5
Ползване на услуги свързани с пътувания и резервации при пътувания	23.0
Продажба на стоки или услуги	12.3
Интернет банкиране	8.7