



ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННОТО ОБЩЕСТВО В ПРЕДПРИЯТИЯТА ПРЕЗ 2014 ГОДИНА

Съгласно Регламент (ЕС) № 859/2013 относно статистиката на информационното общество НСИ проведе през 2014 г. изследване за използването на информационно-комуникационните технологии (ИКТ) и е-търговията 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 10 и повече заети лица.

Използване на ИКТ в предприятията

Резултатите от проведеното през 2014 г. изследване отново показват тенденция на растеж в използването на ИКТ от предприятията. Делът на предприятията, които имат достъп до интернет, достига до 91.4%, или с 2.3 процентни пункта повече в сравнение с предходната година. Фиксираната ширококолентова връзка бележи спад за сметка на мобилната интернет връзка¹, която вече се използва от повече от половината предприятия (54.9%) и през текущата година отбелязва растеж от 8.7 процентни пункта.

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



¹ Интернет връзка чрез мобилните телефонни мрежи - например 3G, 4G, GSM, GPRS, EDGE.



ИКТ намират най-широко приложение в големите компании с 250 и повече заети лица, 99.5% от които имат достъп до интернет, докато в малките предприятия с 10 - 49 заети лица този относителен дял е 89.9%.

През 2014 г. със собствен уебсайт или начална интернет страница разполагат 53.7% от предприятията с достъп до интернет, като най-голям е техният дял в сектор „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“ (81.4%), а най-малко се възползват от тази функционалност предприятията от сектор „Транспорт, складиране и пощи“ - 37.4%.

Фиг. 2. Относителен дял на предприятията, които имат собствен уебсайт или начална интернет страница, по икономически дейности

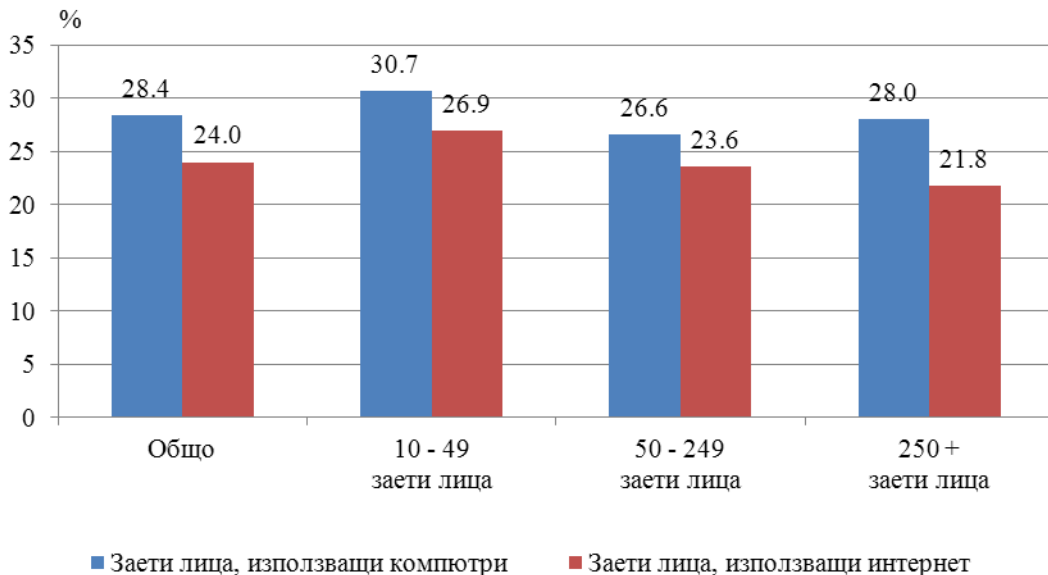


През 2014 г. 28.4% от заетите лица в предприятията са използвали компютър поне веднъж седмично за изпълнение на служебните си задължения, а на 24.0% е осигурен достъп до интернет. При малките предприятия (10 - 49 заети лица) се наблюдава най-висок относителен дял на заетите лица, които използват компютри (30.7%), както и на заетите, използващи интернет (26.9%). Все повече предприятия предоставят преносими устройства на своите служители и през тази година 7.2% от заетите лица в предприятията са използвали преносими устройства за служебни цели, което е с 2.4 процентни пункта повече в сравнение с предходната година.



www.nsi.bg

Фиг. 3. Относителен дял на заетите лица, използващи компютри и интернет поне веднъж седмично през 2014 г., по големина на предприятията



Използване на социални медии

Много предприятия използват социални медии, за да затвърдят своето присъствие на пазара, да разширят обхвата на дейността си и да повишат нейната ефективност, като през текущата година дялът им е 30.3% от предприятията с достъп до интернет.

С най-висок относителен дял са предприятията, използващи социалните мрежи (Facebook, LinkedIn и др.), като 28.7% от предприятията поддържат свой профил в социална мрежа. Употребата на блогове и уики базирани средства не е широко разпространена, използвани са съответно от 3.9 и 2.8% от предприятията.

Водещи в използването на социални медии са големите предприятия с 250 и повече заети лица - 34.7% от тях присъстват със свой профил в социалните мрежи, а 11.2% са използвали уебсайтове за споделяне на мултимедия.

Използване на облачни технологии

През 2014 г. за първи път в изследването беше включен специален модул за използването на **платени облачни услуги** от предприятията. Ускоряването на използването на облачни технологии във всички сектори на икономиката е една от основните стратегии на ЕС и е предпоставка за реализиране на огромни икономически ползи, както и за постигане на забележителна гъвкавост, бързина и удобство.

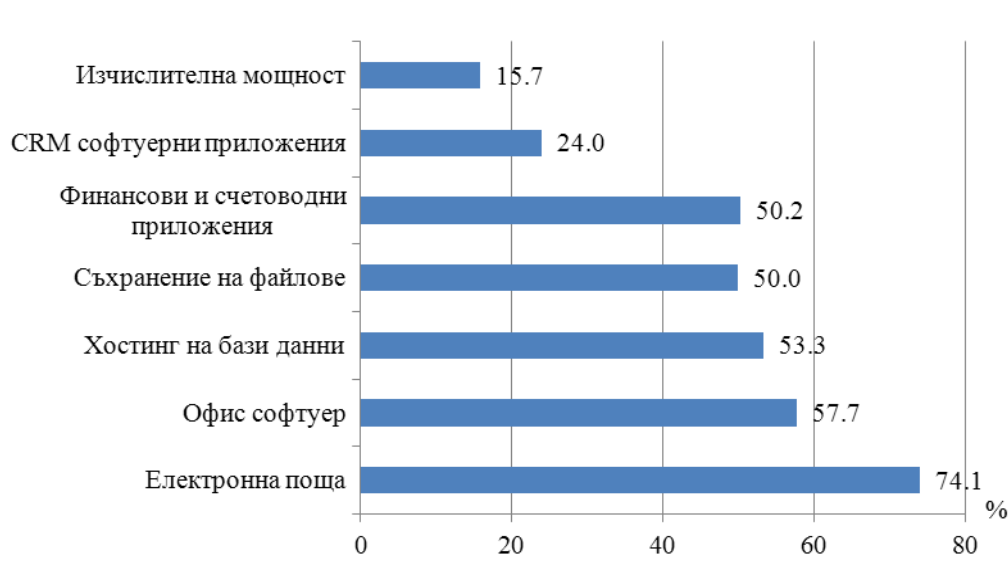
Българските компании, които се възползват от ползите на тези технологии, за да оптимизират бизнес процесите си, са едва 8.5% от предприятията с достъп до интернет, като основни потребители на облачни услуги са големите предприятия с повече от 250 заети лица (12.9%).



www.nsi.bg

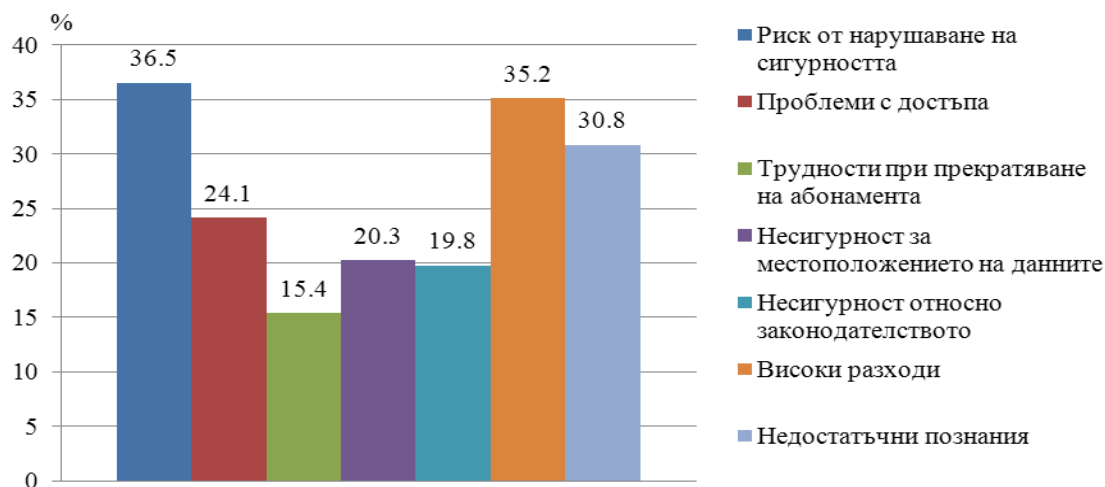
Основните цели, за които предприятията използват облачните решения, са поддръжка на електронна поща (74.1%)¹, офис софтуерни приложения (57.7%) и хостинг на база данни (53.3%). Половината от предприятията разчитат на облачни технологии, за да съхраняват файлове с данни (50.0%) и да изпълняват финансови и счетоводни софтуерни приложения (50.2%), а най-малко използвани са изчисленията в облак (15.7%).

Фиг. 4. Относителен дял на предприятията, които използват облачни услуги, по цели на използване



Повече от една трета от предприятията, внедрили облачни технологии, заявяват, че основни причини за ограничения при използването им са притеснения за сигурността на данните (36.5%) и високите разходи (35.2%).

Фиг. 5. Относителен дял на предприятията, използващи облачни услуги, по фактори, ограничаващи използването

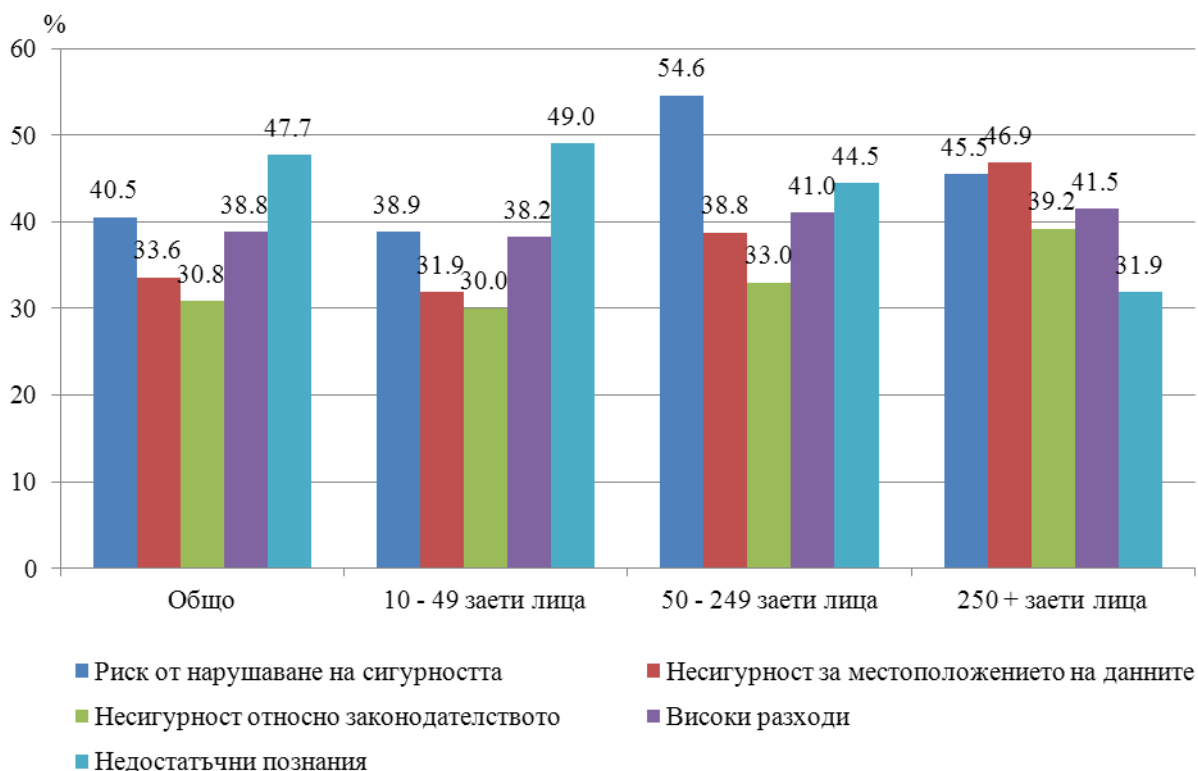


¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя предприятия, които използват облачни услуги.



По-голямата част от българските компании все още не са готови да се разделят с традиционната ИТ инфраструктура и да прехвърлят своите информация, приложения и работни процеси във виртуална среда. Като основна пречка пред внедряването на облачни решения предприятията посочват недостатъчните познания за тази сравнително нова технология (47.7%)¹, като това важи в най-голяма степен за малките компании (49.0%). При големите предприятия основен повод за загриженост при преминаване към облачни услуги са рисковете от нарушаване на сигурността и притесненията за местоположението на данните (съответно 45.5 и 46.9%).

Фиг. 6. Относителен дял на предприятията, които не използват облачни услуги, по видове причини и по големина на предприятията



Електронна търговия

Електронната търговия предлага много потенциални ползи за потребителите и предприятията и през изминалите години в развитието на цифровия пазар у нас се отчита трайна възходяща тенденция.

Данните от проведеното през 2014 г. изследване показват, че онлайн продажбите на предприятията се увеличават с 1.5 процентни пункта спрямо предходната година, като поръчки онлайн са получили 9.5% от предприятията с достъп до интернет. Стойността на осъществените продажби по мрежата също нараства - от 4 409 млн. лв. през 2013 г. на 5 058 млн. лв. през 2014 година.

¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя предприятия, които **не** използват облачни технологии.



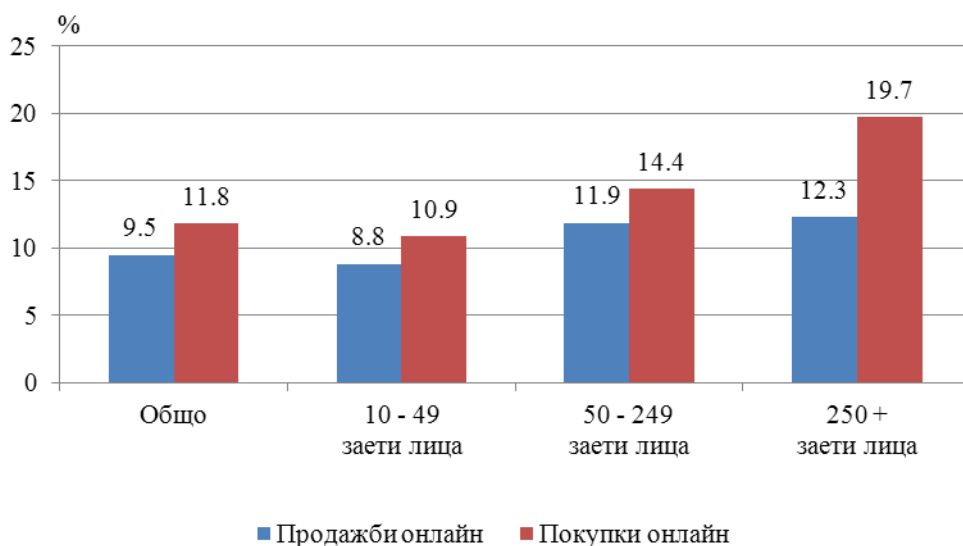
www.nsi.bg

Значително увеличение се наблюдава в относителния дял на предприятията, осъществили покупки онлайн и през текущата година 11.8% от предприятията закупуват стоки или услуги по интернет, което е с 5.0 процентни пункта повече в сравнение с предходната година.

Най-активни при използването на електронната търговия за подобряване на своя бизнес са големите предприятия, 19.7% от които осъществяват покупки по мрежата, а 12.3% продават стоки или услуги онлайн.

През 2014 г. 75.6%¹ от предприятията продават стоки и услуги чрез уеб базирани технологии², а съобщения от тип EDI (електронен обмен на данни) се използват от 32.9% от предприятията. Половината от големите предприятия, които търгуват онлайн, предпочитат да извършват своите продажби чрез съобщения от тип EDI (49.4%), а по-голямата част от малките компании използват уеб базирани технологии (77.7%).

Фиг. 7. Относителен дял на предприятията, осъществили покупки и продажби 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 сайта на НСИ: <http://www.nsi.bg/bg/node/2841>.

¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя предприятия, които продават по интернет.

² Продажби, осъществени чрез онлайн магазин (уеб магазин) или чрез уеб базирани формуляри на уебсайт или екстранет.



Приложение

Таблица 1

Предприятия с достъп до интернет и собствен уебсайт или начална интернет страница по големина на предприятията

(Проценти)

	2012	2013	2014
--	------	------	------

Предприятия с достъп до интернет

Общо	87.4	89.1	91.4
10 - 49 заети лица	85.7	87.4	89.9
50 - 249 заети лица	94.5	95.8	97.0
250+ заети лица	98.3	99.1	99.5

от тях:

Предприятия, които имат уебсайт или начална страница

Общо	48.8	52.3	53.7
10 - 49 заети лица	45.4	48.6	49.8
50 - 249 заети лица	59.6	64.7	65.6
250+ заети лица	78.1	78.7	81.0

Таблица 2

Предприятия, които използват социални медии през 2014 г., по видове медии и големина на предприятията¹

(Проценти)

Видове медии	Големина на предприятията			
	общо	10 - 49 заети лица	50 - 249 заети лица	250+ заети лица
Общо	30.3	28.9	34.9	37.2
Социални мрежи	28.7	27.4	33.6	34.7
Блог на предприятието или микроблогове	3.9	3.4	5.5	7.6
Уебсайтове за споделяне на мултимедия	6.7	6.2	8.3	11.2
Уики базирани средства за споделяне на информация	2.8	2.3	4.3	5.3

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


Таблица 3
Предприятия, които използват облачни технологии през 2014 г., по големина на предприятията¹

(Проценти)

	Големина на предприятията			
	общо	10 - 49 заети лица	50 - 249 заети лица	250+ заети лица
Общо	8.5	7.8	10.7	12.9
от тях:				
По цели на използване				
Електронна поща	74.1	75.2	71.1	71.8
Офис софтуер	57.7	60.7	50.0	49.4
Хостинг на бази данни	53.3	52.6	56.6	47.1
Съхранение на файлове	50.0	51.4	46.9	43.5
Финансови и счетоводни приложения	50.2	53.6	45.0	23.5
CRM софтуерни приложения	24.0	23.9	24.4	23.5
Изчислителна мощност	15.7	13.6	21.6	20.0
По фактори, ограничаващи използването на облачни технологии				
Риск от нарушаване на сигурността	36.5	36.6	37.2	32.9
Проблеми с достъпа	24.1	25.9	20.4	15.3
Трудности при прекратяване на абонамента	15.4	16.4	13.7	8.2
Несигурност за местоположението на данните	20.3	20.2	20.1	21.2
Несигурност относно законодателството	19.8	20.2	18.7	18.8
Високи разходи	35.2	34.3	38.6	30.6
Недостатъчни познания	30.8	34.3	24.9	8.2

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



Таблица 4

Относителен дял на предприятията, осъществили продажби на стоки и услуги онлайн чрез уеб базирани технологии или съобщения от тип EDI, по големина на предприятията

(Проценти)

Метод за осъществяване на продажби по интернет	Големина на предприятията			
	общо	10 - 49 заети лица	50 - 249 заети лица	250+ заети лица
Уеб продажби	75.6	77.7	71.3	61.7
Продажби, чрез съобщения от тип EDI	32.9	30.2	38.5	49.4