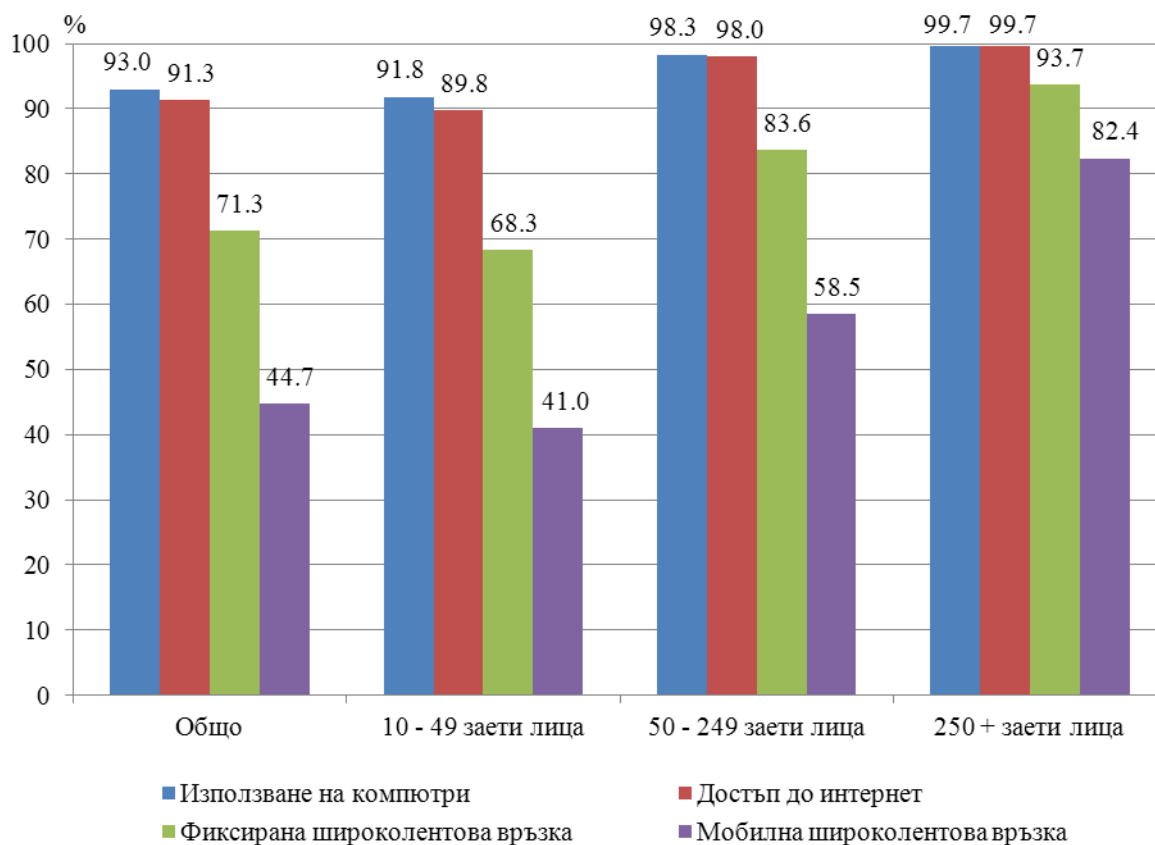




ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННОТО ОБЩЕСТВО В ПРЕДПРИЯТИЯТА ПРЕЗ 2015 ГОДИНА

Резултатите от проведеното през 2015 г. изследване показват, че 93.0% от предприятията използват компютри¹, а 91.3% имат достъп до интернет. Високоскоростният и надежден интернет достъп става все по-необходим за предприятията, като през текущата година 71.3% от тях използват фиксирана широколентова интернет връзка, а 44.7% имат мобилна широколентова връзка.

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

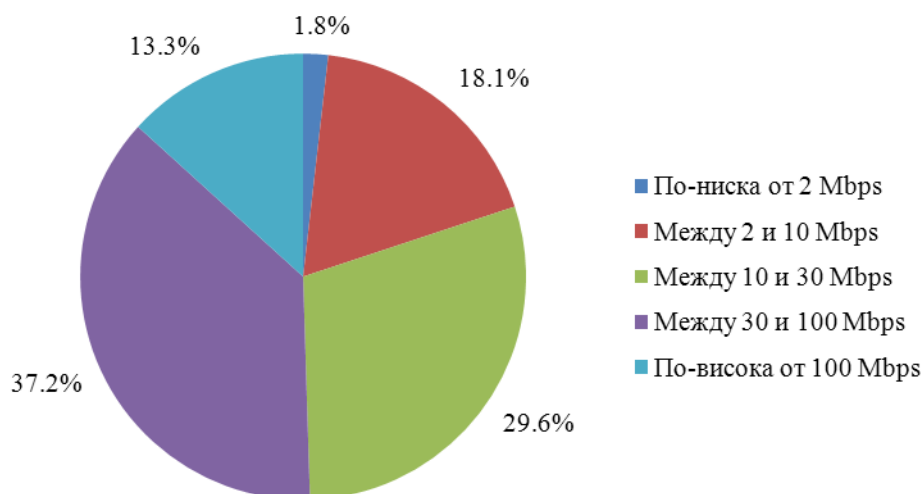


Максималната скорост за изтегляне на данни също нараства и половината от предприятията, които използват фиксирана широколентова интернет връзка, разполагат със скорост по-висока от 30 Mbps.

¹ Включват се настолни компютри, преносими компютри, планшети и други преносими устройства като смартфони.



Фиг. 2. Структура на предприятията с фиксирана широколентова връзка по максимална скорост за изтегляне на данни



Близо половината от предприятията (48.2%) разполагат със собствен уебсайт, като най-голям е техният дял при компаниите с 250 и повече заети лица (84.4%). На своя уебсайт предприятията основно предоставят информация за предлаганите стоки и услуги (82.3%)¹, описват политиката си за поверителност и защита на данните (36.2%), както и поставят връзка или препратка към профила си в социална медия (29.8%).

Фиг. 3. Относителен дял на предприятията, които имат собствен уебсайт, по видове функционалности на уебсайта



¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя предприятия, които имат собствен уебсайт.

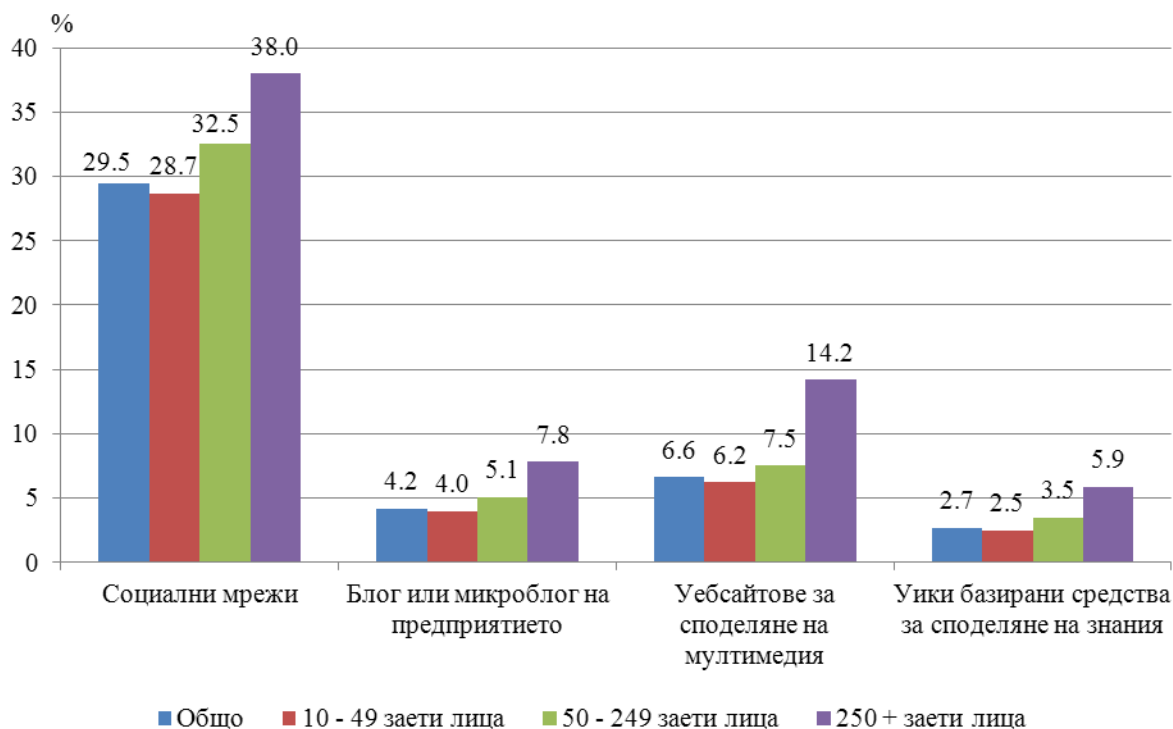


През 2015 г. 29.1% от заетите лица в предприятията са използвали компютър за изпълнение на служебните си задължения поне веднъж седмично, а на 25.0% от работещите е осигурен достъп до интернет. При малките предприятия (10 - 49 заети лица) се наблюдава най-висок относителен дял на заетите лица, които използват компютри (31.2%), както и на заетите, използващи интернет (28.4%). Данните от проведеното изследване показват, че все повече предприятия предоставят преносими устройства на своите служители. През тази година 8.4% от заетите лица в предприятията са използвали преносими устройства за служебни цели, което е с 1.2 процентни пункта повече в сравнение с предходната година.

Използване на социални медии

Почти една трета от предприятията (30.3%) използват различни видове социални медии, за да развият дейността си и да разширяват своето интернет присъствие. Най-популярни са социалните мрежи (Facebook, LinkedIn, Google+ и др.), в които 38.0% от предприятията с 250 и повече заети лица поддържат свой профил. Големите компании са най-активни и при използването на уебсайтове за споделяне на мултимедия (VBox7, YouTube, Flickr, Picassa, SlideShare и др.) - 14.2%, докато при малките предприятия с 10 - 49 заети лица относителният дял е едва 6.2%.

Фиг. 4. Относителен дял на предприятията, които използват социални медии, по видове медии и големина на предприятията





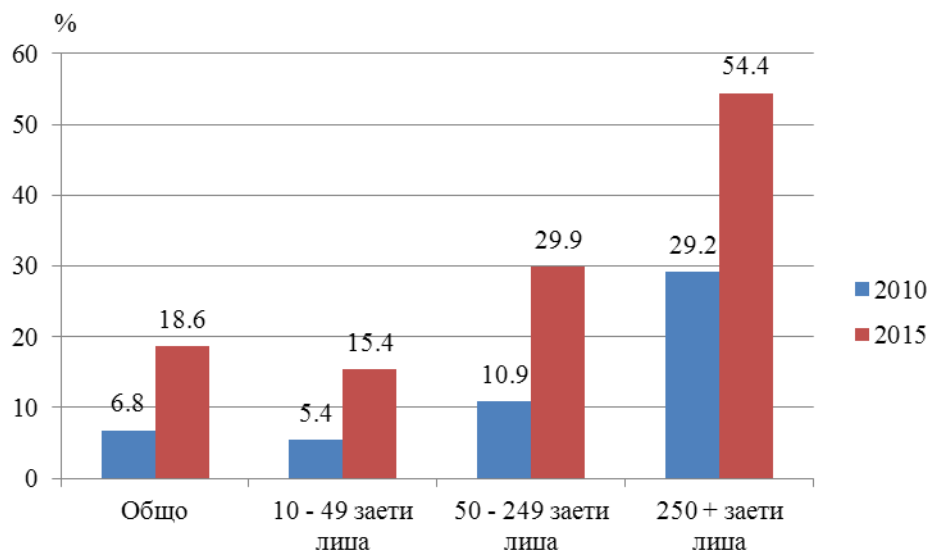
www.nsi.bg

Основните цели, за които предприятията използват социални медии, са подобряване на имиджа на предприятието или на пазарния продукт - например реклама, промоции (68.3%)¹, получаване и отговаряне на мнения, отзиви, въпроси от клиенти (55.9%) и сътрудничество с бизнес партньори или други организации (39.4%). Най-малък е дялът на предприятията, които включват своите клиенти в разработването или обновяването на стоките или услугите (17.4%).

Информационна сигурност

През 2015 г. в изследването беше включен специален модул за използването на политика за информационна сигурност от предприятията. Информационната сигурност се отнася до мерки, контролни механизми и процедури, прилагани на информационните системи, за да се гарантира цялост, достоверност, пригодност и поверителност на данните и системите. Данните показват, че 18.6% от предприятията имат официална политика за информационна сигурност, докато през 2010 г. този относителен дял е бил едва 6.8%. Най-загрижени относно сигурността на данните и информационните системи са големите компании с 250 и повече заети лица, 54.4% от които имат официално определена политика за информационна сигурност.

Фиг. 5. Относителен дял на предприятията, които имат официално определена политика за информационна сигурност, по големина на предприятията



Основните рискове, описани в документите, свързани с политиката за информационна сигурност, са унищожаване или влошаване на качеството на данните поради атака или неочакван инцидент (17.0%), разкриване на поверителни данни поради външно проникване или по случайност (15.0%) и недостъпност на ИКТ услугите поради външни атаки (15.2%).

Повече от две трети от предприятията с официално дефинирана политика за информационна сигурност се грижат тя да бъде актуализирана редовно, като най-голям е относителният им дял при средните предприятия с 50 - 249 заети лица, 75.6% от които са

¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя предприятия, които използват социални медии.



www.nsi.bg

обновили стратегиите си за управление на инциденти, свързани със сигурността през последната година.

Електронна търговия

Електронната търговия представлява покупка или продажба на стоки или услуги, осъществена чрез интернет магазин, уебприложения или автоматизиран обмен на данни (съобщения от тип EDI).

Данните от проведеното през 2015 г. изследване показват, че през предходната календарна година 8.7% от предприятията продават своите продукти и услуги онлайн, като голяма част от тях предлагат на своите клиенти възможността да заплащат своите покупки онлайн чрез кредитна или дебитна карта, диретен дебит или чрез система за електронни разплащания (41.1%).

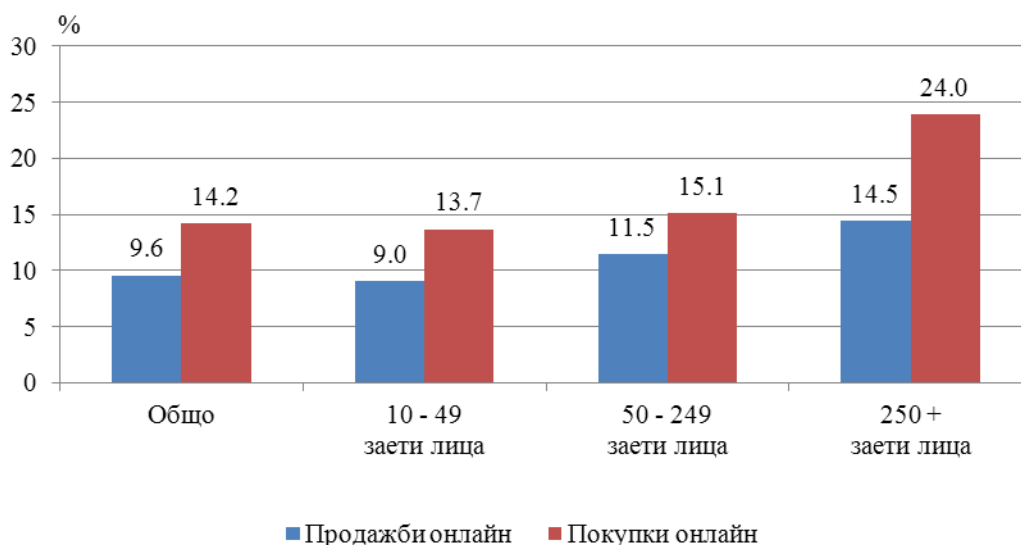
Най-много продажби са осъществени към клиенти от България (95.1%)¹, но не малко предприятия предлагат своите продукти и услуги на клиенти от други европейски държави (32.6%) или от други страни извън ЕС (20.7%).

През 2014 г. 86.1% от предприятията продават стоки и услуги чрез уеб базирани технологии, а съобщения от тип EDI (електронен обмен на данни) се използват от 24.3% от предприятията.

Увеличение се наблюдава в относителния дял на предприятията, осъществили покупки онлайн, като през текущата година 13.0% от тях закупуват стоки или услуги по интернет, което е с 2.4 процентни пункта повече в сравнение с предходната година.

Най-активни при използването на електронна търговия за подобряване на своя бизнес са големите предприятия, 23.9% от които осъществяват покупки по мрежата, а 14.4% продават стоки или услуги онлайн.

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



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



Методологични бележки

Изследването за използването на информационно-комуникационни технологии (ИКТ) от предприятията е част от Европейската статистическа програма и се провежда ежегодно в България от 2004 г. съгласно Регламент (ЕС) № 808/2004 на Европейската комисия. Основната му цел е получаването на надеждни сравними данни, които да отразяват разпространението и използването на ИКТ на национално и европейско ниво. Наблюдението е репрезентативно, като се използва стратифицирана случайна извадка от предприятия от нефинансовия сектор с **10 и повече заети лица**. Методът на анкетиране е онлайн електронен въпросник, за попълването на който предприятията получават покана по електронна поща или персонално интервю с анкетатор, служител на НСИ. Анкетната карта съдържа няколко модула, които събират информация за наличие и използване на компютри и интернет от предприятията, използване на облачни технологии, социални медии, автоматизиран обмен на данни, електронна търговия, информационна сигурност и други.

Фиксираната широколентова връзка включва ADSL, SDSL, VDSL, оптична технология (FTTH), кабелна технология, LAN, високоскоростни наети линии, фиксирани безжични връзки (сателитна връзка, Wi-Fi, WiMax) и други.

Под **мобилна широколентова връзка** се разбира използването на преносими устройства (преносими компютри, таблети или други преносими устройства като смартфони) за свързване с интернет чрез мобилните телефонни мрежи от високо поколение (т.нар. 3G и 4G).

Електронната търговия чрез автоматизиран обмен на данни (**съобщения от тип EDI**) се осъществява чрез съобщения в стандартизиран или договорен формат, позволяващ тяхната автоматизирана обработка (напр. EDIFACT, UBL, XML). Обикновено електронната търговия чрез съобщения от тип EDI се осъществява между предприятия.

Повече информация и данни от изследванията за използването на информационно-комуникационни технологии от предприятията, както и анкетна карта за изследването през 2015 г., могат да бъдат намерени на сайта на НСИ: <http://www.nsi.bg/bg/node/2841>; <http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pages/Forms/BG ICT-Entr 2015 Questionnaire.pdf>.



Приложение

Таблица 1

Предприятия, които използват социални медии през 2015 г., по видове цели и големина на предприятията

(Проценти)

	Големина на предприятията			
	общо	10 - 49 заети лица	50 - 249 заети лица	250+ заети лица
Общо	30.3	29.5	33.1	40.0
от тях:				
По цели на използване				
Подобряване на имиджа на предприятието или на пазарния продукт	68.3	67.1	72.4	77.8
Получаване и отговаряне на мнения, отзиви, въпроси от клиенти	55.9	55.3	58.3	58.8
Включване на клиентите в разработването или обновяването на стоките или услугите	17.4	17.2	18.3	18.6
Сътрудничество с бизнес партньори или други организации	39.4	40.1	38.1	28.8
Наемане на служители	30.2	29.1	34.4	33.9
Обменяне на мнения, становища или съобщения в рамките на предприятието	33.3	32.6	35.9	35.8



Таблица 2

Предприятия, които използват електронна търговия през 2014 г., по големина на предприятията

(Проценти)

	Големина на предприятията			
	общо	10 - 49 заети лица	50 - 249 заети лица	250+ заети лица
Предприятия, осъществили продажби по интернет	8.7	8.1	11.2	14.4
от тях:				
По начин на плащане				
Онлайн плащане	41.1	40.9	44.7	27.3
Офлайн плащане	77.9	81.4	70.9	47.9
По дестинация на продажбите				
България	95.1	95.6	96.0	82.1
Други страни - членки на ЕС	32.6	31.2	36.5	39.5
Други държави извън ЕС	20.7	19.7	23.1	27.2
По метод за осъществяване на продажбите				
Уеб продажби	86.1	90.3	76.9	53.6
Продажби чрез съобщения от тип EDI	24.3	20.5	32.5	56.4
Предприятия, осъществили покупки по интернет	13.0	12.3	14.8	23.9