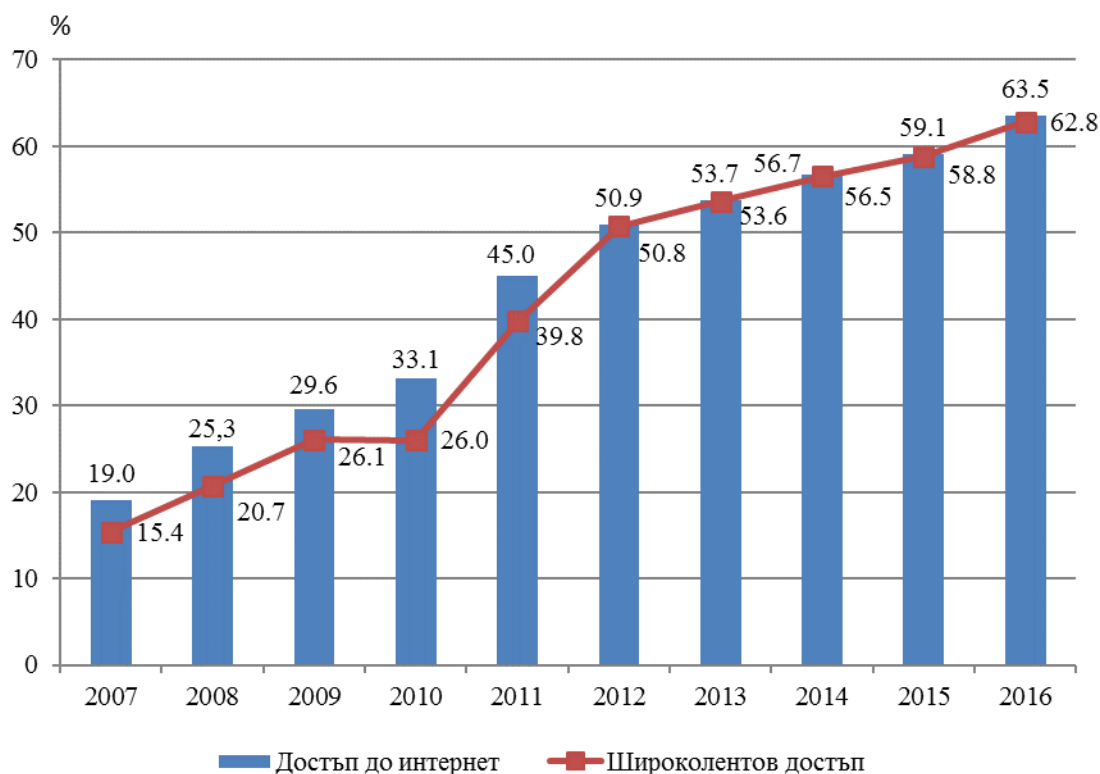




## ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННОТО ОБЩЕСТВО В ДОМАКИНСТВАТА ПРЕЗ 2016 ГОДИНА

Резултатите от проведеното през 2016 г. изследване за използването на информационно-комуникационни технологии (ИКТ) в домакинствата и от лицата показват, че 63.5% от домакинствата в България имат достъп до интернет в домовете си, като е отбелязан ръст от 4.4 процентни пункта спрямо предходната година. 62.8% от домакинствата са с осигурена бърза и надеждна широколентова връзка, която освен фиксирана кабелна връзка включва и интернет връзка чрез мрежата на мобилните телефонни оператори.

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



През 2016 г. с най-висок относителен дял на домакинствата с достъп до интернет е Североизточният район (67.3%). След него се нареждат Югозападният и Южният централен район - по 64.9%. От средната стойност за страната изостават домакинствата от Северозападния район, където с достъп до интернет са 58.6% от домакинствата.

Въпреки динамичното развитие на информационните технологии в България 36.5% от домакинствата все още нямат достъп до интернет в домовете си. Близко половината от тях (49.5%) посочват като основна причина липсата на знания и умения за работа с интернет, 42.5% смятат, че нямат нужда от него (не е полезен, интересен и др.), а според 32.1% от домакинствата оборудването е скъпо.

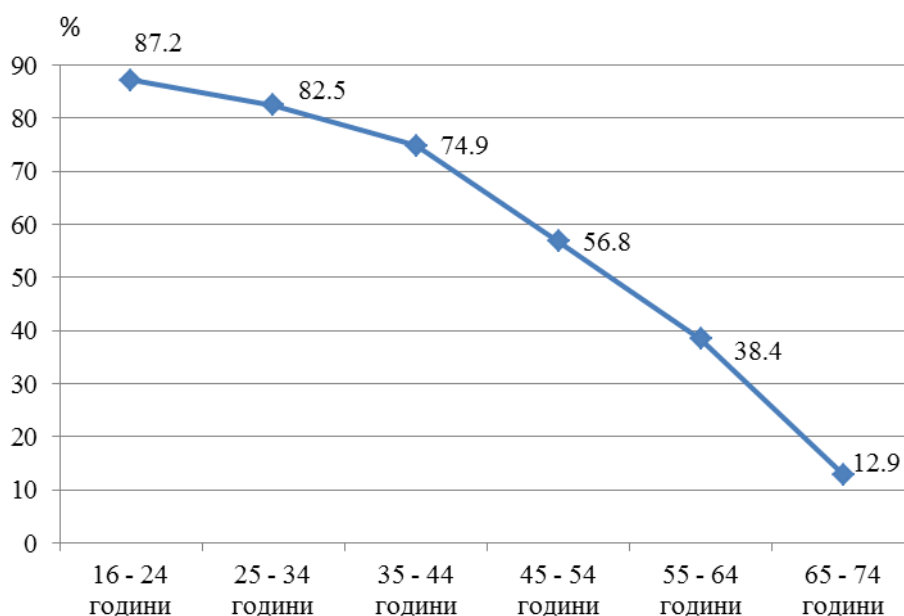


## Използване на интернет от лицата

През текущата година 58.1% от населението на възраст между 16 и 74 навършени години използва интернет всеки ден или поне веднъж седмично. Запазва се тенденцията на растеж в регулярното използване на интернет от лицата, като в сравнение с предходната година е отбелязан ръст от 3.5 процентни пункта.

Най-активни потребители на интернет са младежите на възраст между 16 и 24 години, като 87.2% от тях използват интернет всеки ден или поне веднъж седмично. С увеличаването на възрастта намаляват желанието и необходимостта за присъствие в глобалната мрежа и едва 12.9% от лицата на възраст между 65 и 74 години сърфират редовно.

**Фиг. 2. Относителен дял на лицата, които редовно използват интернет (всеки ден или поне веднъж седмично), по възраст през 2016 година**



Мъжете са по-активни при редовното използване на интернет в сравнение с жените - съответно 58.5 и 57.8%.

Значителни са различията при редовно използващите интернет по образование - докато 86.6% от лицата с висше образование използват редовно глобалната мрежа, то едва 28.5% от лицата с основно или по-ниско образование се възползват от възможностите, които тя предоставя.

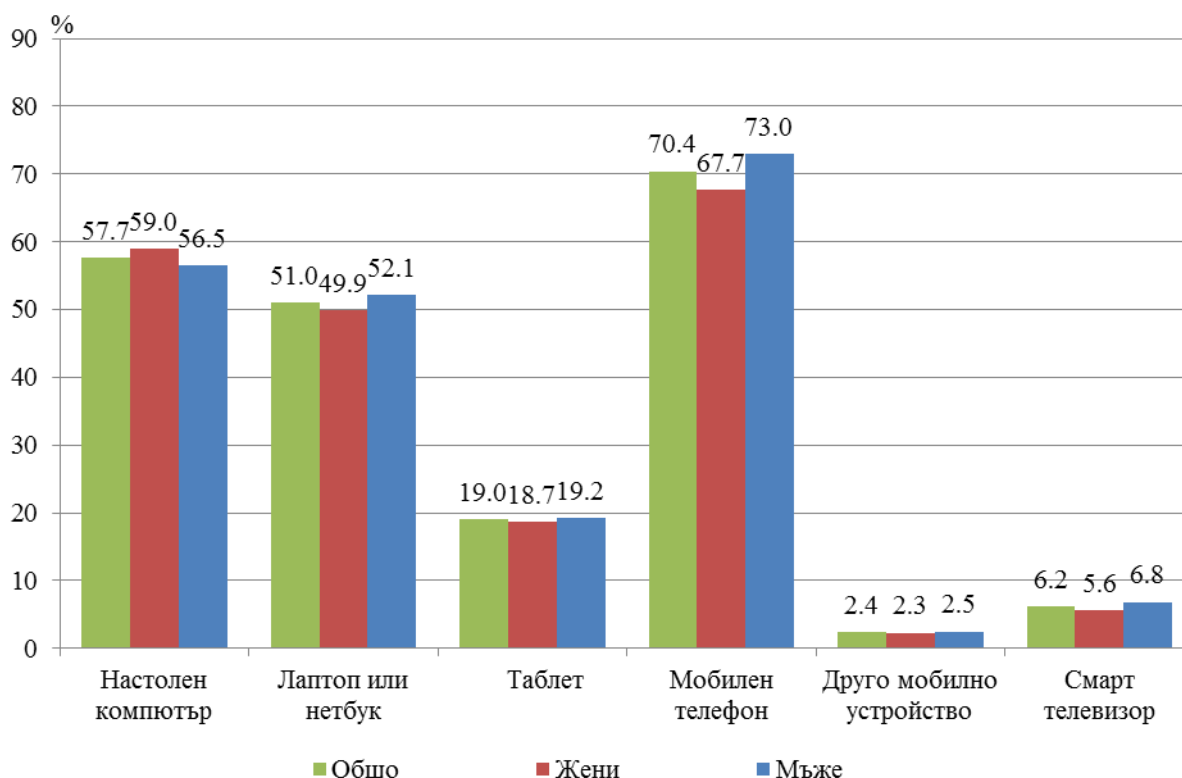
Трудовият статус на лицата също се отразява върху активността им в глобалната мрежа. Най-често я използват учащите (незаети) лица, 95.3% от които сърфират редовно, а при работещите (заети или самонаети) лица относителният дял е 74.9%. Почти половината безработни също се възползват редовно от възможностите, които предоставя интернет (44.4%).



www.nsi.bg

Най-предпочитаното устройство за достъп до интернет в домашни условия е мобилният телефон, използван от 70.4%<sup>1</sup> от активните потребители на интернет. Освен традиционните устройства, като настолен компютър, лаптоп и таблет, някои потребители избират по-интересни средства за сърфиране, например смарт телевизор, който се използва като устройство за достъп до интернет от 6.2% от лицата.

**Фиг. 3. Относителен дял на лицата, които са използвали интернет през последните три месеца, по устройства за достъп и пол през 2016 година**



Лицата, които редовно използват интернет извън дома или работното място, също предпочитат мобилния телефон за достъп (69.1%), а 30.4% сърфират чрез лаптоп или таблет.

Редовните интернет потребители най-често използват глобалната мрежа с цел комуникация. 95.3% от тях посочват, че използват интернет за телефонни или видеоразговори, участие в социални мрежи (Facebook, Twitter, Google+) или за изпращане/получаване на е-поща. 81.4% от лицата използват глобалната мрежа за достъп до информация, четене на онлайн вестници, новини, списания или намиране на информация за стоки или услуги. Следва дялът на ползващите интернет за забавление (слушане на музика онлайн, играене на игри, гледане на телевизия в интернет, видео при поискване и др.) - 63.6%. Най-нисък е дялът на лицата, използващи интернет за творчество (качване на собствено съдържание, създаване на уебсайт или блог) - 35.6%.

<sup>1</sup> Относителните дялове са изчислени на база брой лица на възраст между 16 и 74 години, които са използвали интернет през последните три месеца.



www.nsi.bg

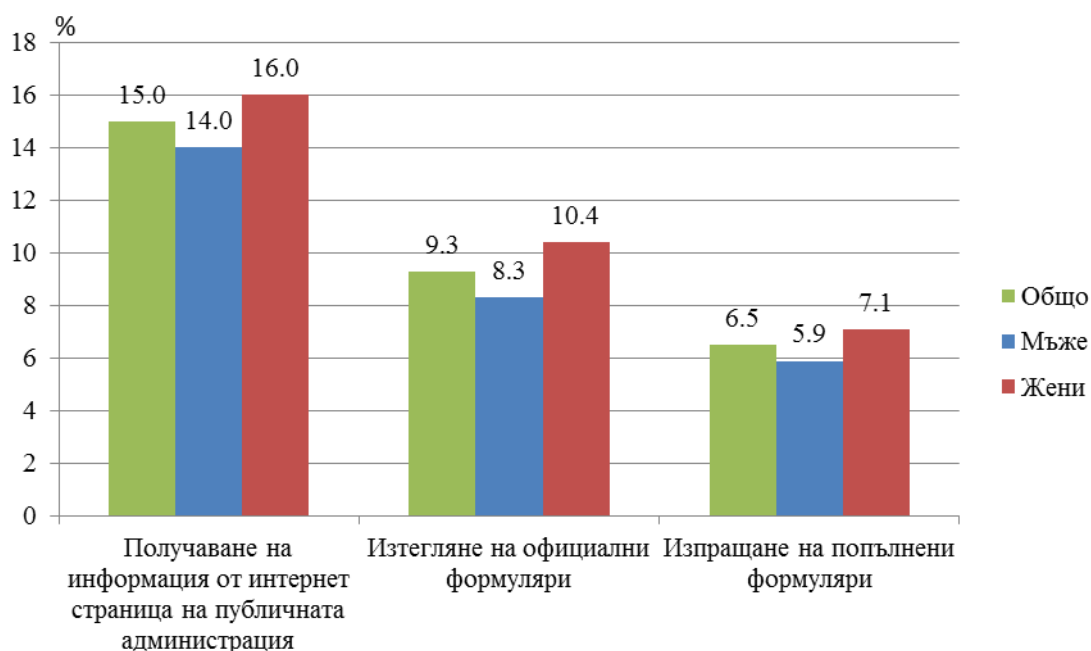
Резултатите от изследването показват, че 23.5% от редовните интернет потребители използват складово пространство в интернет за съхранение на документи, снимки, музика, видео или други файлове. Потребители на облачна услуга са 25.0% от мъжете и 22.1% от жените. Лицата на възраст 16 - 24 години са най-активните ползватели на този вид услуги (35.1%), следвани от лицата на възраст 25 - 34 години (29.7%). Едва 6.9% от лицата на възраст 65 и повече години, които редовно използват глобалната мрежа, се възползват от тази услуга.

### Използване на интернет от лицата за взаимодействие с публични институции

През 2016 г. 18.4% от лицата използват глобалната мрежа за взаимодействие с органите на държавната администрация. Най-значителен е делът на лицата, които са получавали информация от уебсайт на публичната администрация (15.0%), следван от дела на изтегилите формуляри от официална интернет страница (9.3%) и изпратилите попълнени формуляри (6.5%) през последните дванадесет месеца.

При използването на предлаганите онлайн услуги от публичната администрация жените са по-активни от мъжете - съответно 19.5 и 17.3%.

**Фиг. 4. Относителен дял на лицата, използвали интернет за взаимодействие с публични институции, по цели и пол през 2016 година**



### Е-умения

За да се възползват максимално от възможностите, които предоставят цифровите технологии и глобалната мрежа, е необходимо потребителите да имат подходяща информационна грамотност и е-умения. Резултатите от проведеното изследване показват, че 38.5% от лицата умеят да копират или преместват файлове или папки, а 25.7% могат да работят със софтуер за обработка на текст. Почти равни са относителните дялове на лицата,



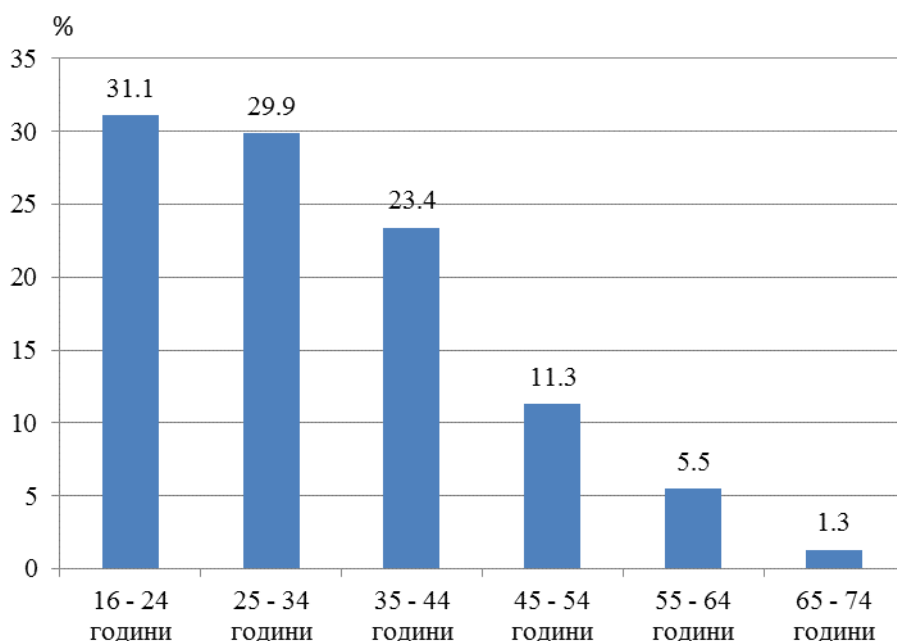
www.nsi.bg

които се справят с инсталиране на софтуер или приложения (14.4%), изготвят презентации (14.0%) или използват софтуер за електронни таблици (14.1%). Едва 1.0% от лицата са посочили, че могат да пишат програмен код на език за програмиране.

### Електронна търговия

През 2016 г. дялът на лицата, които пазаруват онлайн за лични цели, достига 16.6%<sup>1</sup>. Най-активни при поръчването/купуването на стоки или услуги онлайн са лицата на възраст 16 - 24 и 25 - 34 години с относителни дялове съответно 31.1 и 29.9%, а едва 1.3% от населението на възраст 65 - 74 години извършва поръчки по интернет.

**Фиг. 5. Относителен дял на лицата, които са поръчвали/купували стоки или услуги за лични цели по интернет, по възраст през 2016 година**



Жените са били по-активни в онлайн пазаруването от мъжете - съответно 17.1 и 16.1%. Най-често онлайн се купуват дрехи и спортни стоки, като 77.2% от пазарувалите по интернет са закупили такива артикули. На следващо място са закупуването на стоки за дома (24.2%) и покупките, свързани с пътувания или хотелски резервации (23.4%). Повечето стоки и услуги са били закупени от продавачи от България (87.4%), но немалко лица пазаруват от продавачи от други европейски страни (41.4%) или от други страни извън ЕС - 18.7%.

През последните три месеца преди анкетирането повечето лица са купували или поръчвали стоки или услуги между един и два пъти (42.9%), като общата стойност на покупките основно е била до 200 лева.

Едва 12.4% от лицата, пазарували по интернет, са купували или поръчвали стоки или услуги чрез кликуване на реклама в уебсайт или социална медия, като жените са били по-импулсивни от мъжете в това отношение, с относителни дялове съответно 13.9 и 10.8%.

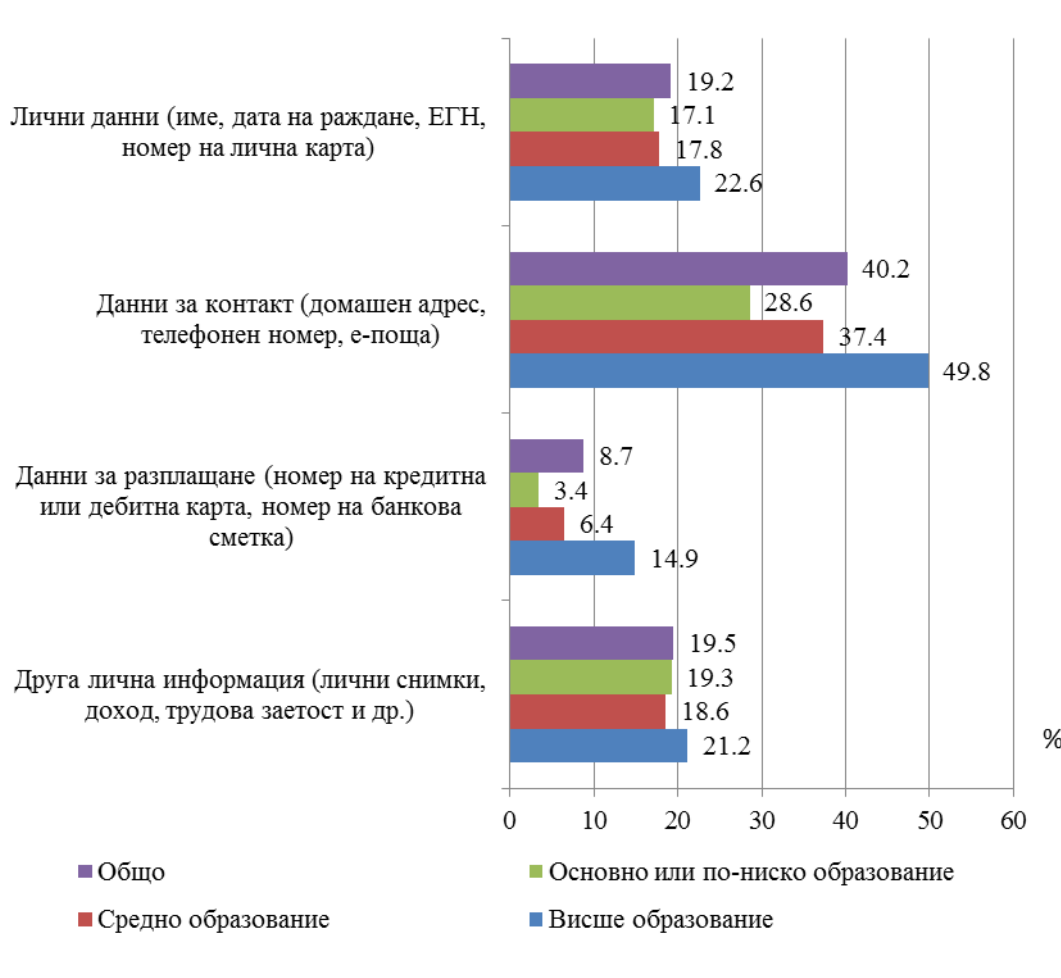
<sup>1</sup> Относителен дял на лицата на възраст между 16 и 74 навършени години, които са купували или поръчвали стоки или услуги по интернет през последните дванадесет месеца.



## Поверителност и защита на личната информация

През 2016 г. в изследването беше включен специален модул за поверителността и защитата на личната информация, предоставяна от лицата в интернет през последните дванадесет месеца преди анкетирането. Данните показват, че половината (50.1%)<sup>1</sup> от потребителите на интернет предоставят някакъв вид лична информация в глобалната мрежа. Най-често това са данни за контакт (напр. домашен адрес, телефонен номер, е-поща) - 40.2%, като лицата с основно или по-ниско образование са по-малко склонни да дават лична информация в интернет (28.6%). Най-малко лица са предоставяли данни за разплащане (напр. номер на кредитна или дебитна карта, номер на банкова сметка) - относителният им дял е 8.7%.

**Фиг. 6. Относителен дял на лицата, използвали интернет, по вид на предоставената лична информация и степен на образование през 2016 година**



През последните дванадесет месеца 45.9% от лицата, които ползват интернет, са осъществили някакви действия, за да управляват достъпа до тяхната лична информация.

<sup>1</sup> Относителните дялове са изчислени на база брой лица на възраст между 16 и 74 години, които са използвали интернет през последните дванадесет месеца.



[www.nsi.bg](http://www.nsi.bg)

Тези действия обикновено са свързани със запознаване с политиката на даден уебсайт за защита на личните данни на потребителите (28.9%) или с ограничаване на достъпа до профила си или до собственото съдържание в социалните медии (19.3%).

Голяма част от лицата, използващи интернет (52.2%), са запознати с факта, че „бисквитките“ (cookies) могат да бъдат използвани за проследяване на уебсайтовете, които посещават, но едва 14.1% са променяли настройките на интернет браузера си за ограничаване на броя на „бисквитките“, които се съхраняват на компютрите им. Малко повече от половината лица, сърфиращи в мрежата, нямат притеснения, че действията им в интернет се записват с цел изпращане на съобразени с интересите им реклами (50.8%). Вероятно това е причината само 8.7% да използват софтуер за ограничаване на възможността за проследяване на тяхната дейност в интернет (anti-tracking софтуер).



## Методологични бележки

Изследването за използване на информационно-комуникационни технологии (ИКТ) в домакинствата и от лицата 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.

Обект на изследването са домакинствата и лицата в домакинствата. Единица на наблюдението са всички обикновени домакинства и лицата на възраст от 16 до 74 навършени години. През 2016 г. са анкетирани 4 173 обикновени домакинства и 9 444 лица на възраст от 16 до 74 години, избрани на случаен принцип. Методът на анкетиране е чрез персонално интервю с анкетатор, служител на НСИ. Анкетната карта съдържа няколко модула, които събират информация за наличие и използване на интернет от домакинствата и лицата, социални медии, електронно правителство, електронна търговия, е-умения, поверителност и защита на личната информация и др., както и въпроси, свързани със социално-демографските характеристики на домакинствата и лицата.

**Фиксираната широколентова връзка** включва DSL, ADSL, VDSL, LAN, кабелен модем CATV, оптичен кабел, сателит, обществен Wi-Fi и други.

Под **мобилна широколентова връзка** се разбира интернет връзка чрез мобилната телефонна мрежа (UMTS/HSPA+ - 3G, LTE - 4G), чрез използване на SIM карта или USB модем, мобилен телефон или смартфон като модем.

Повече информация и данни от изследванията за използването на информационно-комуникационни технологии в домакинствата и от лицата, както и анкетна карта за изследването през 2016 г., могат да бъдат намерени на сайта на НСИ (<http://www.nsi.bg/bg/node/2722>) и в информационна система „Инфостат“.





## Приложение

Таблица 1

**Относителен дял на домакинствата, които нямат достъп до интернет, по причини през 2016 година**

	(Проценти)
Наличен е достъп до интернет на друго място (напр. на работното място)	4.2
Няма нужда от интернет (не е полезен, интересен и др.)	42.5
Оборудването е скъпо	32.1
Разходите за достъп са високи (телефон, абонамент и др.)	25.3
Липсват умения за работа с интернет	49.5
Опасения относно поверителността или сигурността (напр. за предоставяне на лични данни в интернет или вирусни атаки)	0.7
Не се предлага интернет (широколентов интернет) в района, в който живееете	1.1
Други причини	7.4

Таблица 2

**Относителен дял на лицата, които са извършвали някакви действия, за да управляват достъпа до тяхната лична информация, през 2016 година**

	(Проценти)
Запознаване с политиката за защита на личните данни преди предоставяне на лична информация	28.9
Ограничаване на достъпа до информация за Вашето географско местоположение	10.5
Ограничаване на достъпа до Вашия профил или съдържание в социални медии	19.3
Отказване от използването на лична информация с рекламна цел	11.8
Проверка на сигурността на уебсайта, където е необходимо да предоставите лична информация (напр. http, лого или сертификат за безопасност)	5.6
Искане на достъп до Ваша информация, която уебсайтовете или търсачки съхраняват, за да я подновите или изтриете	3.1