

Отборът



Лилия Кишева



Камелия Замяркова



Георги Колев

Ментор: Минка Трендафилова



Източник



ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННО-КОМУНИКАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ОТ ЛИЦАТА В БЪЛГАРИЯ ПО ОСНОВНИ ВИДОВЕ ПРИЧИНИ ПРЕЗ 2014 и 2018 ГОДИНА

Цел на Анализа



Изследване на основните цели и предмет за използване на ИКТ от лицата в България и сравнителен анализ за **2014** и **2018** г.

Наблюдение на...



Основните причини за използване на интернет от лицата (за лични цели) през последните три месеца по възрастови групи за **2014** г. и **2018** г.



Вида на поръчваните стоки и услуги от лицата по интернет, по пол за **2014** г. и **2018** г.



Лицата, използващи интернет с основна цел – комуникация за **2014** г. и **2018** г., общо за страната и по възрастови групи.



Различията в относителния дял на лицата, поръчвали/купували стоки и услуги по интернет, общо и по области за **2014** г. и **2018** г.



Различията в дела на лицата, използващи интернет с цел взаимодействие с обществените институции, по области за **2014** г. и **2018** г.

Използвани методи



- Изследване на скоростта на развитие;
- Анализ на тенденцията и прогнозиране на бъдещо развитие;
- Сравнителен анализ по наблюдаваните показатели;
- Териториални сравнения;
- Графично представяне на резултатите

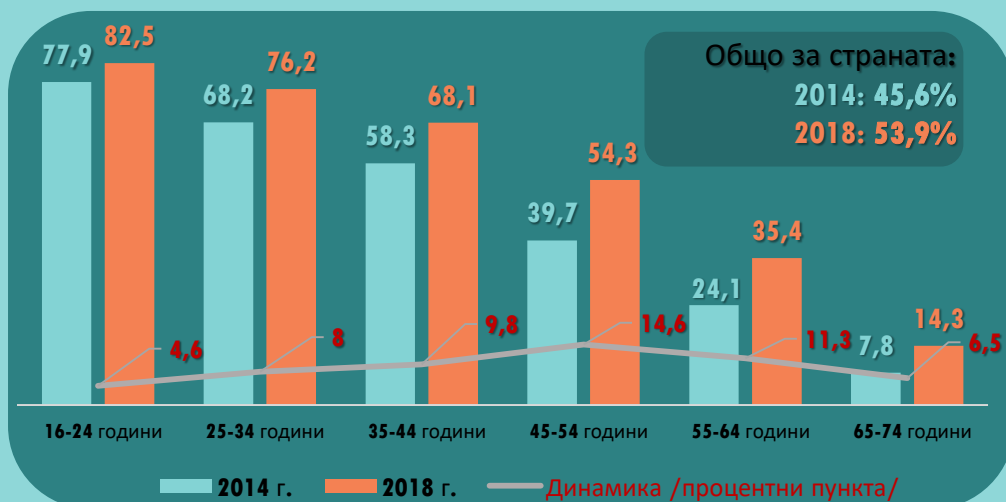
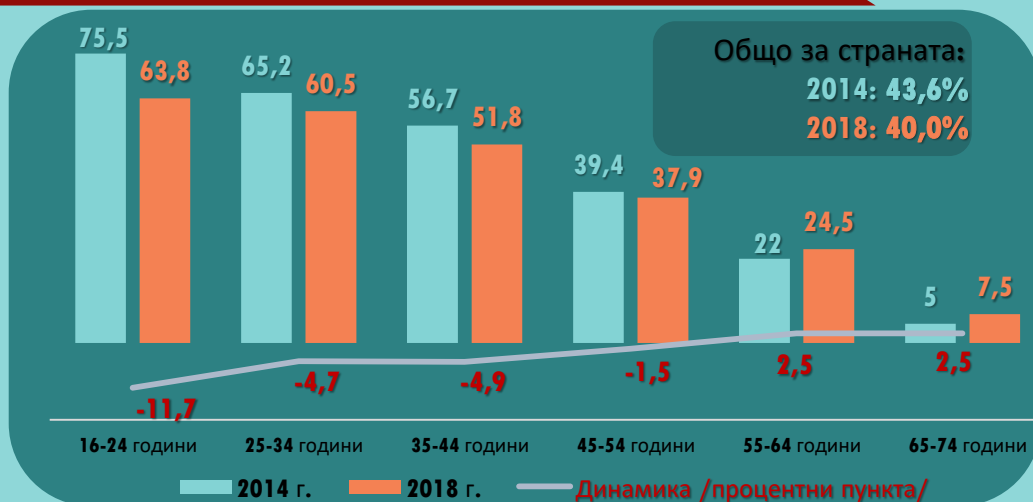
Инфографики

Забележка: при проучване на данните за първи кръг на състезанието, бяхме много впечатлени от този начин на поднасяне на информацията, за това решихме да оформим презентация си в подобен стил. За нас беше предизвикателство и удоволствие.

Използване на информационно-комуникационни технологии с цел комуникация



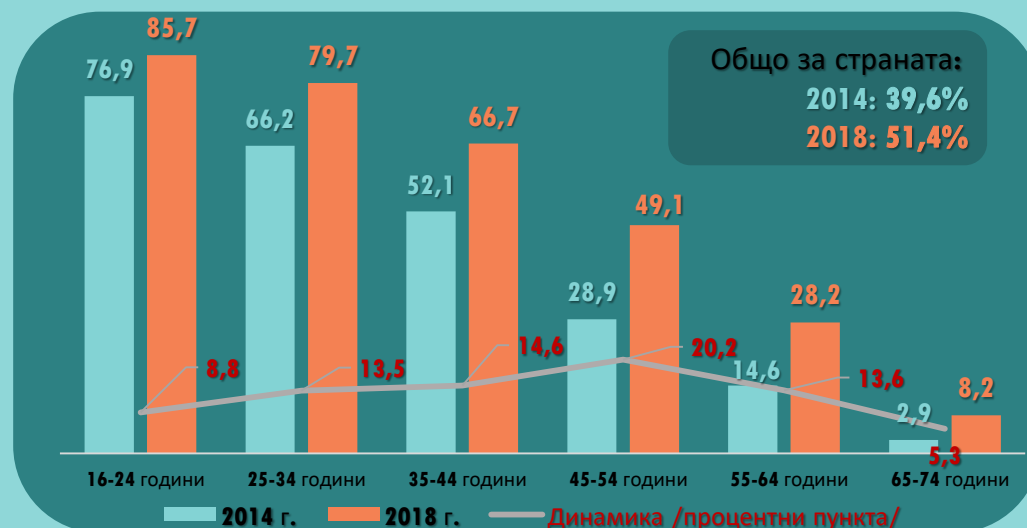
Имейл



Телефонни/видео разговори



Социални мрежи

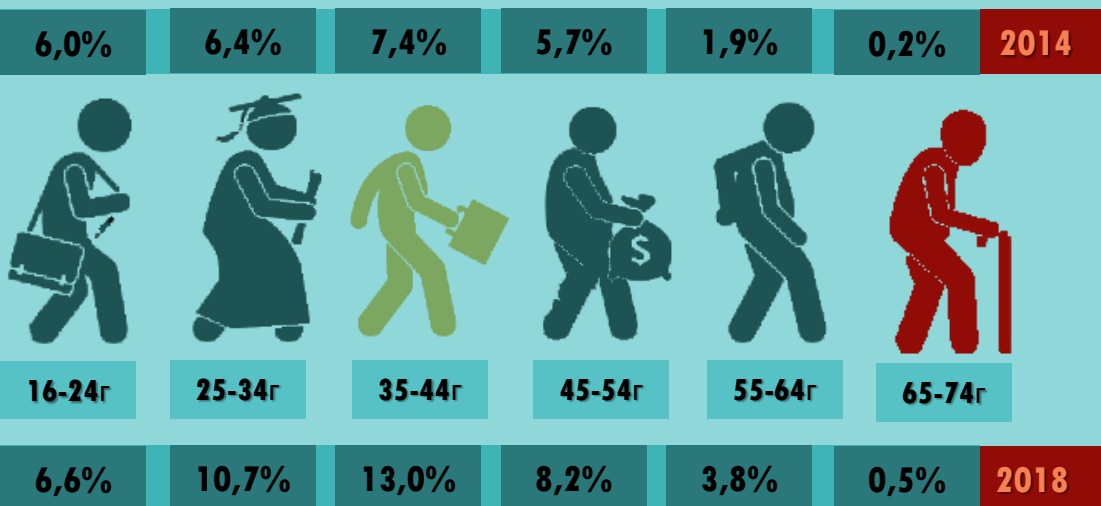
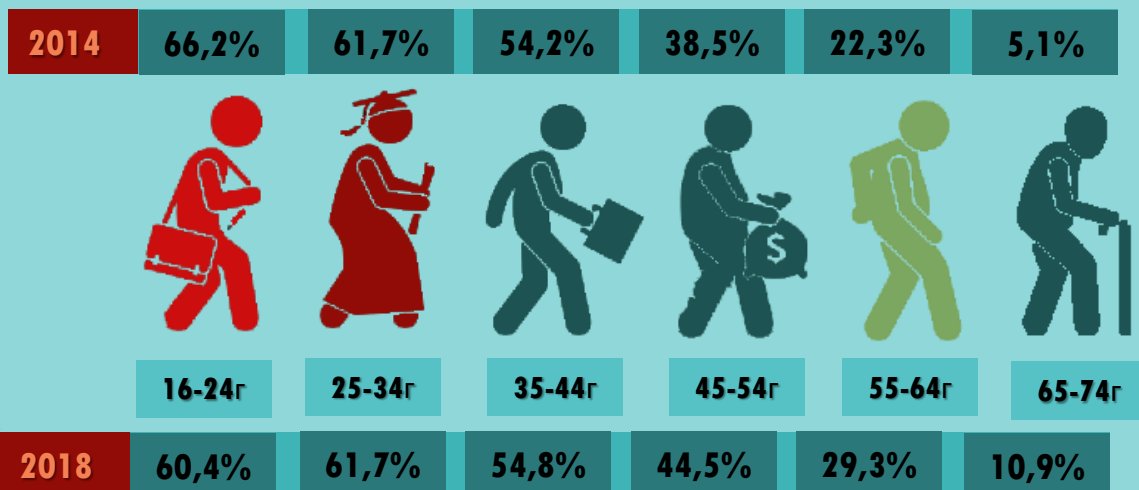


- През сравняваните периоди лицата използват най-често мрежата с цел комуникация, като най-голям е ръстът на участващите в социални мрежи, с **11,8** процентни пункта. **8,3** процентни пункта е увеличението на провеждащите телефонни или видеоразговори по интернет. Негативна е тенденцията при използващите е-поща, техният дял бележи спад с **3,6** пункта през **2018** спрямо **2014** година.
- При отделните възрастови групи най-голямо е увеличението при **35-44** и **45-54** годишните потребители на глобалната мрежа /съответно с **20,2** пункта при социалните мрежи и **14,6** при телефонните разговори/. При младежите между **16** и **24** години се наблюдава най-значим спад в използването на е-поща – с **11,7** процентни пункта.

Причини за използване на информационно-комуникационни технологии



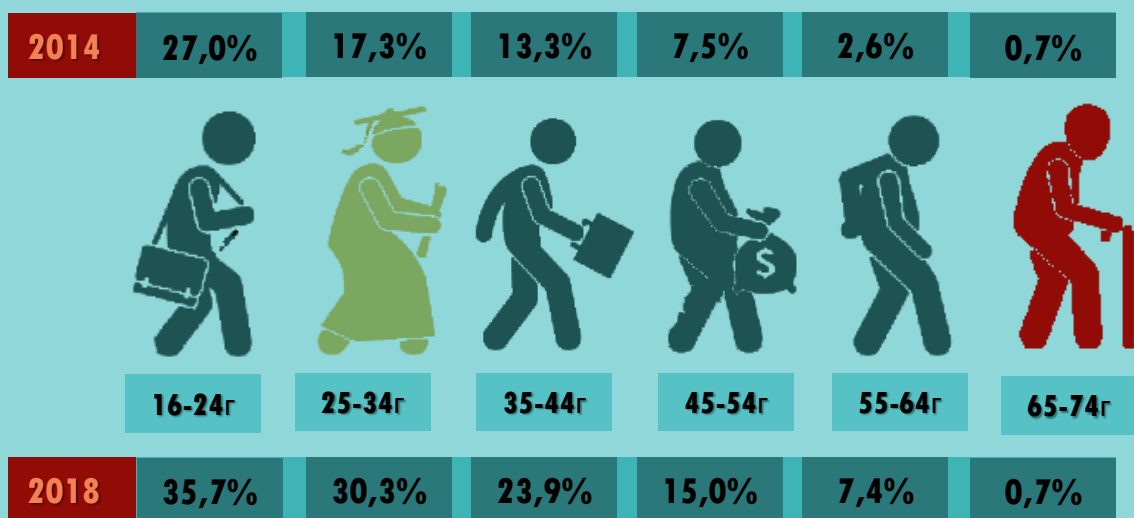
Намиране на информация за
стоки и услуги



Интернет банкиране

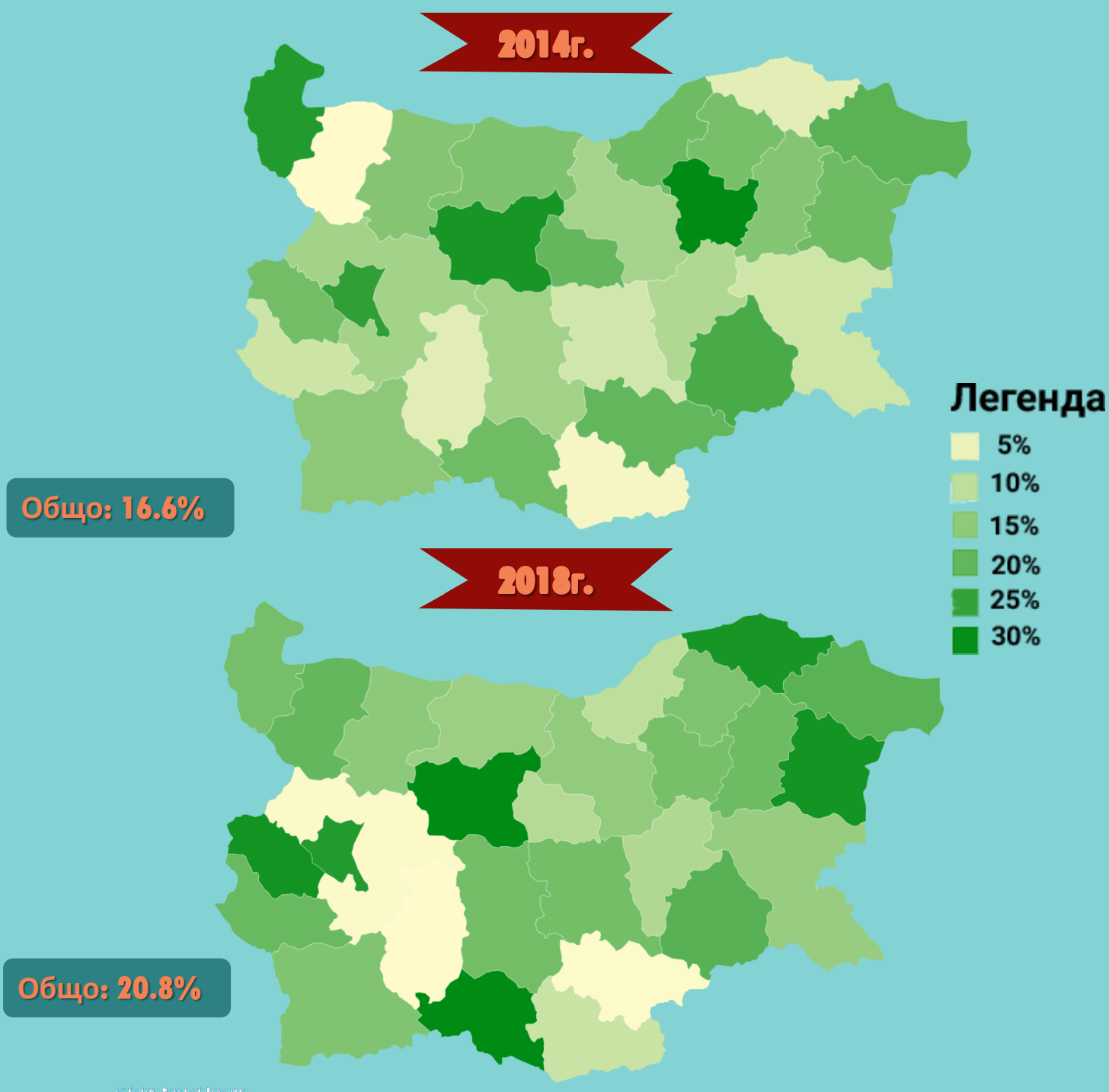


Облачни услуги



Инфографиката откроява най-големите и най-незначителните различия в използването на интернет от отделните възрастови групи: най-голям е ръстът в използването на „облачни услуги“ от **25-34** годишните потребители (с **13** процентни пункта) и в интернет банкирането от **35-44** годишните – с **5,6** пункта. Обратна е тенденцията при търсенето на информация за стоки и услуги при младежите и при по-високите възрастови групи.

Лица, които са поръчвали/купували стоки или услуги по интернет за лични цели, по области



- Данните от проведеното от НСИ през **2018** г. изследване отбелязват ръст в относителния дял на лицата, пазарували за лични цели онлайн, с **4,2** процентни пункта спрямо **2014** г, за цялата страна. Анализът на тенденцията показва слабо средно годишно нарастване с близо **1** процентен пункт.
- През **2018** г най-активни при покупките онлайн са лицата в областите Смолян, Ловеч, Перник. Най-голяма промяна е отбелязана в област Силистра с **23,4** процентни пункта ръст, а в област Хасково, **13,0** пункта (с **65%**) спад.

ВИД НА ПОРЪЧВАНИТЕ СТОКИ И УСЛУГИ, ПО ИНТЕРНЕТ, ПО ПОЛ ПРЕЗ 2018г.

11,1%

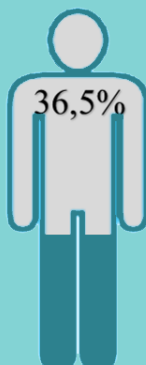


Храна и напитки

16,5%



36,5%



Стоки за дома

29,4%



Мъжете поръчват **по-малко** храни и напитки от жените с **5,4** процентни пункта

Мъжете поръчват **повече** стоки за дома от жените с **7,1** процентни пункта

67,7%

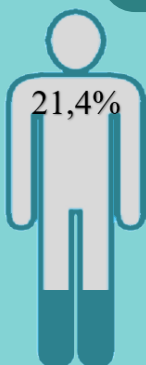


Дрехи

82,9%



21,4%



Пътувания или хотелски резервации

20,8%



Мъжете поръчват **по-малко** дрехи от жените с **15,5** процентни пункта

Мъжете поръчват **повече** Пътувания и хотелски резервации от жените с **0,6** процентни пункта

8,5%

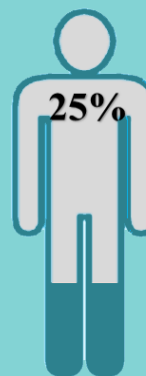


Материали за четене

10,5%



25%



Електронно оборудване

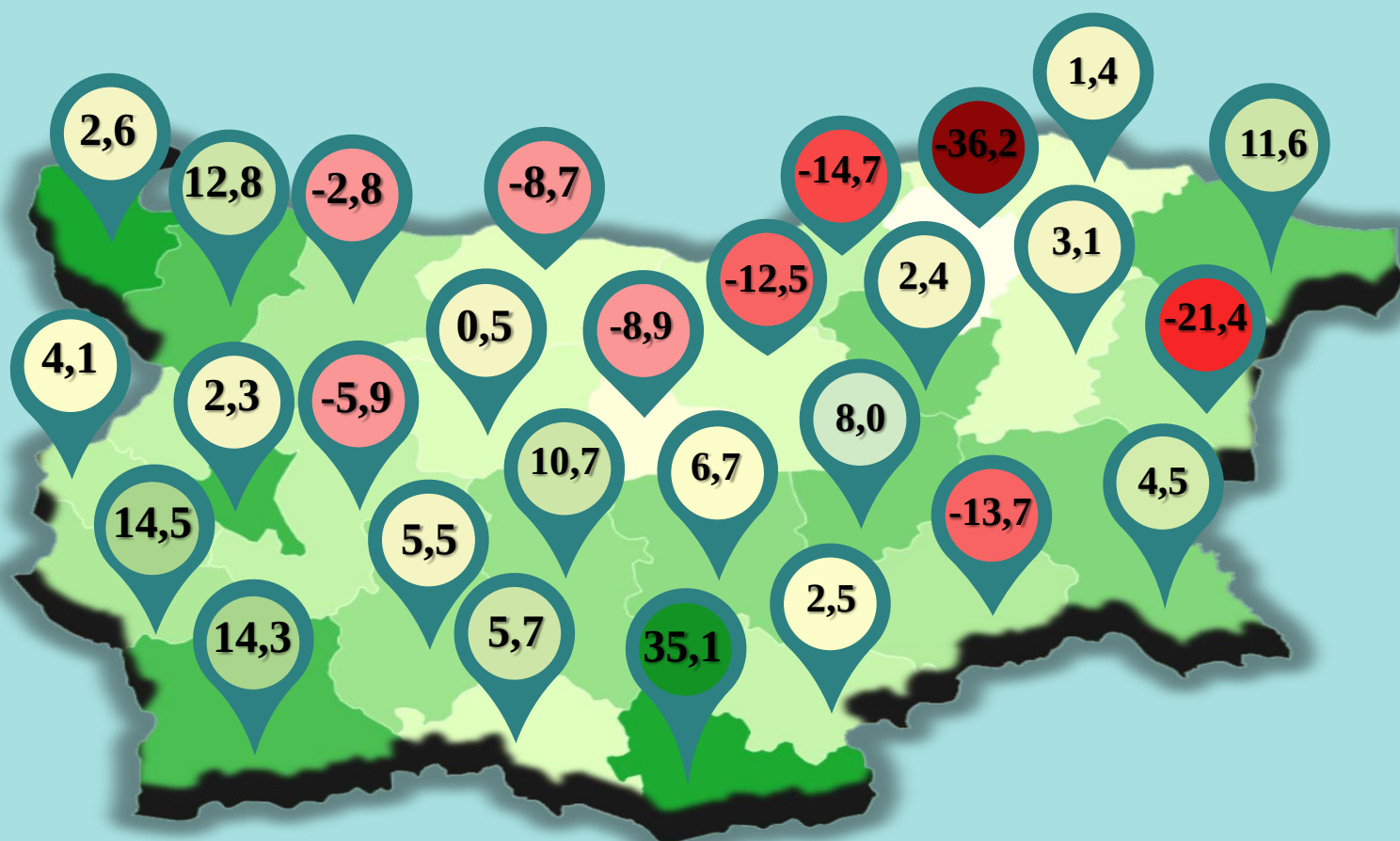
6,7%



Мъжете закупуват **по-малко** материали за четене от жените с **2** процентни пункта

Мъжете поръчват **повече** електронно оборудване от жените с **18,3** процентни пункта

Използване на интернет с цел взаимодействие с обществени институции



Легенда:



- Картограмата показва относителния дял на лицата на възраст **16-74** години, които са използвали интернет за взаимодействие с обществените институции през последните **12** месеца на **2018** г. и разликите спрямо **2014** г. по отделни области в процентни пункта. Най-значителен е делът на лицата, взаимодействали с органите на държавната и местна власт в област Видин – **37,6%**, следвани от Кърджали – **37,2%** и София (столица) – **32,7%**. Най рядко по тази причина използват интернет в областите Разград и Габрово (съответно **3,6** и **6,7%**).
- Интересна противоположна тенденция се наблюдава в областите Кърджали и Разград, където за двата сравнявани периода се отбелязват най-големите изменения по този показател, но в обратна посока. Незначителни са различията в област Ловеч и Силистра – **0,5** и **1,4** процентни пункта.

Изводи

Анализът на причините за използване на интернет и динамиката в показателите за периода **2014-2018** г. показва:



Водеща цел за използване на интернет е комуникацията – повече от половината от лицата на възраст **16-74** години провеждат телефонни и видео разговори и участват в социални мрежи, като увеличението спрямо **2014** г. е съответно с **18,2%** (**8,3** процентни пункта) и **29,8%** (**11,8** пункта). Интересно за нас беше да установим, че най-много нараства активността на потребителите в зряла възраст **35-44** и **45-54** години



Значителен е и делът на лицата, използвали глобалната мрежа за търсене на информация за стоки и услуги – **40%** за (последните **3** месеца на **2018** г.) и на пазарувалите онлайн за лични нужди – **20,8%** за **2018** г. и ръст от **4,2** процентни пункта спрямо **2014** г. Водещи сред поръчваните стоки и услуги са дрехи и спортни стоки, мъжете пазаруват повече стоки за дома, електронно оборудване и пътувания, а жените – дрехи, храни и напитки.



През **2018** г., **22,2%** от потребителите, или всяко пето лице на възраст **16-74** г., е използвало интернет с цел взаимодействие с органите на държавната и местна власт. Спрямо **2014** г. е отбелязан ръст от **1,2** процентни пункта при използването на предлаганите онлайн услуги от публичната администрация.



Складовото пространство в интернет се използва най-активно от потребителите на възраст **16-24** години, като спрямо **2014** г. увеличението е най-голямо при **25-34** годишните, с **13** процентни пункта.



От наблюдаваните в изследването причини, интернет банкирането е с най-малка популярност сред присъстващите в глобалната мрежа – **7,4%** за страната. Най-голям дял и ръст се отбелязва сред лицата **25-34** и от **35** до **44** годишна възраст.

Заключение

За разглеждания период използването на информационно-комуникационните технологии от лицата в България на възраст **16-74** години става все по-масово. Анализът на основните причини за присъствие в глобалната мрежа установи като цяло, нарастване в относителния дял на лицата по всички направления (с изключение на използващите е-поща и при някои видове стоки, купувани онлайн). Това се дължи на високата скорост в развитието на информационните технологии и безкрайните възможности и удобства, които те предоставят за съвременните потребители.