



**ИЗСЛЕДВАНЕ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННО-КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ И ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ В ПРЕДПРИЯТИЯТА ПРЕЗ 2016 ГОДИНА**

Изх. №...../.....2016 г.

**УВАЖАЕМИ ГОСПОДИНЕ / ГОСПОЖО,**

Вашето предприятие е включено в регулярно статистическо изследване „Използване на информационно-комуникационни технологии (ИКТ) и е-търговия в предприятията“ за 2016 г., провеждано от Националния статистически институт.

Изследването за използването на ИКТ и е-търговия от предприятията се провежда във всички държави-членки на ЕС по единна методология, съгласно Регламент (ЕС) № 2015/2003 и е включено в Националната статистическа програма за 2016 г. със задължителен характер на участие.

С настоящата анкетна карта Ви правим съпричастни с измерването на нивото на развитие на информационното общество в Република България. Вашите изчерпателни и открити отговори ще допринесат за постигането на по-пълна и по-ясна картина за разпространението и използването на информационно-комуникационните технологии в страната.

С цел улесняване на Вашата работа и подобряване на ефективността при провеждане на изследването, НСИ предоставя възможност за онлайн въвеждане на данните. В случай, че нямате възможност да използвате електронната система за онлайн анкетиране, ще бъдете посетени от служител на НСИ, който ще Ви окаже съдействие при попълване на въпросника.

Опазването на тайната на данните, предоставени от Вас и използването им само и единствено за статистически цели е гарантирано от разпоредбите на чл. 25, 26 и 27 от Закона за статистиката. Длъжностните лица, които провеждат изследването, носят отговорност за запазване на тайната на индивидуалните данни по чл. 53 и 55 от Закона за статистиката. Те са служители на съответното териториално статистическо бюро и ще Ви представят служебната си карта при посещението.

Допълнителна информация относно провежданото изследване може да получите от г-жа Мая Папазова на телефон (+359 2) 9857 733, e-mail: [MPapazova@nsi.bg](mailto:MPapazova@nsi.bg), отдел „НИРД, иновации и информационно общество“, НСИ.

**ПРЕДВАРИТЕЛНО ВИ БЛАГОДАРЯ ЗА ОТЗИВЧИВОСТТА!**

С уважение,

**СЕРГЕЙ ЦВЕТАРСКИ**  
Председател на НСИ

**Анкетна карта**  
**за използването на информационно-комуникационни технологии (ИКТ) и**  
**електронна търговия в предприятията през 2016 година**

**Наименование на предприятието:**.....

**ЕИК по Булстат:**

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Данни за лицето, попълнило анкетната карта:**

**Име, фамилия:**.....

**Е-поща:**.....

**Телефон за контакт:**.....

Анкетната карта се попълва от **служител, който е най-добре запознат с информационно-комуникационните технологии и системи на предприятието**. Анкетната карта не следва да бъде попълвана от счетоводител с оглед естеството на събираната информация!

Отговорите на въпросите и под-въпросите се отбелязват със знак „X“ в съответното поле. Всеки под-въпрос се попълва поотделно. На въпросите и под-въпросите, на които не е отбелязан отговор „Да“, задължително се попълва отговор „Не“. За въпросите, на които е възможен само един положителен отговор, то това е изрично споменато.

**Моля, запознайте се предварително с инструкциите за попълване на анкетната карта!**

<b>Модул А: Използване на компютри</b>								
<b>A1.</b> Използват ли се <b>компютри</b> във Вашето предприятие?  <i>Включват се настолни компютри, преносими компютри, таблети и други преносими устройства като смартфони.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Край на анкетата</b>						
<b>A2.</b> Колко от заетите лица във Вашето предприятие използват компютри за служебни цели?  <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin: 5px auto;"></div> <p style="text-align: center;"><i>(брой)</i></p>								
<b>Модул В: ИКТ специалисти и умения</b>								
<b>B1.</b> Наема ли Вашето предприятие <b>ИКТ специалисти</b> ?  <i>ИКТ специалисти са служители, за които ИКТ е основната им работа. Например да разработват, експлоатират или поддържат ИКТ системи или приложения.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>						
<b>B2.</b> Предоставяло ли е Вашето предприятие някакъв вид <b>обучение</b> , за да развива умения на заетите си лица <b>в областта на ИКТ</b> , през 2015 година? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tr> <td style="width: 70%; padding: 5px;">                     а) Обучение за ИКТ специалисти   <i>Отбележете „Не“ ако Вашето предприятие не е имало наети ИКТ специалисти през 2015 година.</i> </td> <td style="width: 15%; text-align: center; vertical-align: middle;">Да <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 15%; text-align: center; vertical-align: middle;">Не <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">                     б) Обучение в областта на ИКТ за други заети лица                 </td> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;"> <input type="checkbox"/> </td> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;"> <input type="checkbox"/> </td> </tr> </table>	а) Обучение за ИКТ специалисти  <i>Отбележете „Не“ ако Вашето предприятие не е имало наети ИКТ специалисти през 2015 година.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>	б) Обучение в областта на ИКТ за други заети лица	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Да	Не
а) Обучение за ИКТ специалисти  <i>Отбележете „Не“ ако Вашето предприятие не е имало наети ИКТ специалисти през 2015 година.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>						
б) Обучение в областта на ИКТ за други заети лица	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
<b>B3.</b> Наемало ли е, или опитвало ли се е да наеме Вашето предприятие ИКТ специалисти през 2015 година?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Преминете на B5</b>						
<b>B4.</b> Имало ли е Вашето предприятие <b>трудности при наемането на</b> служители за свободните работни места за <b>ИКТ специалисти</b> през 2015 година?  <i>Например кандидатите не отговарят на изискванията за заеманата длъжност, липса на достатъчно кандидати и др.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>						

<b>B5.</b>	Моля, отбележете кой основно е изпълнявал следните <b>ИКТ функции</b> във Вашето предприятие през 2015 година:	Предимно <b>собствени служители</b> , вкл. от предприятието майка или филиал	Предимно <b>външен доставчик</b>	Не приложимо										
	a) Поддържане на ИКТ инфраструктура (сървъри, компютри, принтери, мрежи)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
	b) Поддържане на офис софтуер (напр. тексто-обработващи програми, електронни таблици и др.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
	c) <u>Разработване на софтуер/системи</u> за управление на бизнеса (напр. <b>ERP</b> системи за управление на ресурсите на предприятието чрез вътрешен обмен на информация между различните функционални звена, като счетоводство, планиране, производство, маркетинг; <b>CRM</b> приложения за управление на информацията за клиентите; <b>HR</b> приложения за управление на човешките ресурси; <b>бази данни</b> )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
	d) <u>Поддържане на софтуер/системи</u> за управление на бизнеса (напр. ERP, CRM, HR, бази данни)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
	e) <u>Разработване на уеб приложения</u> (напр. уебсайтове, приложения за електронна търговия)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
	f) <u>Поддържане на уеб приложения</u> (напр. уебсайтове, приложения за електронна търговия)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
	g) Сигурност и защита на данните (напр. инструменти за тестване на сигурността, софтуер за защита)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
<b>Модул С: Достъп и използване на интернет</b>														
<b>C1.</b>	Има ли Вашето предприятие <b>достъп до интернет</b> ?		Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Преминете на E1</b>										
<b>C2.</b>	Колко от заетите лица във Вашето предприятие използват компютри с достъп до интернет за служебни цели?  <i>Включват се: настолни компютри, преносими компютри, таблети и други преносими устройства като смартфони.</i>		<div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div> <b>(брой)</b>											
<p><b>Използване на фиксирана широколентова интернет връзка за служебни цели</b>  <i>Широколентовият достъп е общоприет термин за високоскоростна връзка с интернет и следва да отговаря на следните основни функционални характеристики:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>двупосочен пренос на данни от и до крайния потребител;</i></li> <li>- <i>постоянно изградена некомутируема връзка (always-on connection);</i></li> <li>- <i>скорост на достъпа от мрежата към потребителя (даунлоуд) <b>по-голяма от 256 Kbps.</b></i></li> </ul> <p><i>Фиксираната широколентова връзка може да бъде:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Жична, напр. xDSL, FTTx, CATV и LAN;</i></li> <li>- <i>Безжична, напр. сателит, RLAN, BWA/FWA.</i></li> </ul>														
<b>C3.</b>	Използва ли Вашето предприятие DSL или някакъв друг вид <b>фиксирана широколентова интернет връзка</b> ?  <i>Например ADSL, влакнесто-оптични мрежи (FTTx), кабелна технология (CATV), LAN, високоскоростни наети линии, фиксирани безжични връзки (сателитна връзка, RLAN, Wi-Fi, WiMax) и др.</i>		Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Преминете на C5</b>										
<b>C4.</b>	<p>Каква е максималната договорена <b>скорост</b> за изтегляне на данни на най-бързата фиксирана интернет връзка във Вашето предприятие?</p> <p><b>Отбележете само един отговор.</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td data-bbox="225 1771 1171 1814">a) По-ниска от 2 Mbps</td> <td data-bbox="1176 1771 1513 1814" style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="225 1821 1171 1863">b) Между 2 и 10 Mbps</td> <td data-bbox="1176 1821 1513 1863" style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="225 1870 1171 1912">c) Между 10 и 30 Mbps</td> <td data-bbox="1176 1870 1513 1912" style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="225 1919 1171 1962">d) Между 30 и 100 Mbps</td> <td data-bbox="1176 1919 1513 1962" style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="225 1968 1171 2011">e) 100 Mbps и повече</td> <td data-bbox="1176 1968 1513 2011" style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>				a) По-ниска от 2 Mbps	<input type="checkbox"/>	b) Между 2 и 10 Mbps	<input type="checkbox"/>	c) Между 10 и 30 Mbps	<input type="checkbox"/>	d) Между 30 и 100 Mbps	<input type="checkbox"/>	e) 100 Mbps и повече	<input type="checkbox"/>
a) По-ниска от 2 Mbps	<input type="checkbox"/>													
b) Между 2 и 10 Mbps	<input type="checkbox"/>													
c) Между 10 и 30 Mbps	<input type="checkbox"/>													
d) Между 30 и 100 Mbps	<input type="checkbox"/>													
e) 100 Mbps и повече	<input type="checkbox"/>													

<b>C5.</b>	Моля отбележете причините, поради които Вашето предприятие не използва <b>фиксирана широколентова интернет връзка</b> :	Да	Не
	a) Няма доставчик в моя район	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b) Разходите са прекалено високи	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c) Реалната скорост за изтегляне на данни е много по-ниска от договорената	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d) Нямам нужда от фиксирана широколентова връзка	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	e) Използвам друг вид връзка, напр. мобилна интернет връзка	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	f) Други причини	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Използване на мобилна интернет връзка за служебни цели</b> <i>Под мобилна интернет връзка се разбира използването на <b>преносими устройства</b> за свързване с интернет чрез мобилните телефонни мрежи (UMTS/HSPA+ - 3G, LTE - 4G). Предприятията осигуряват преносими устройства и заплащат разходите за използването им.</i>			
<b>C6.</b>	Използва ли Вашето предприятие <b>мобилна широколентова интернет връзка</b> чрез преносими устройства, използващи мобилните телефонни мрежи (3G или 4G)?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
	<i>Например чрез преносими компютри или други преносими устройства, като смартфони.</i>	<b>Преминете на C10</b>	
<b>C7.</b>	Чрез кои от следните <b>преносими устройства</b> Вашето предприятие използва мобилна широколентова интернет връзка?	Да	Не
	a) Чрез <u>преносими компютри</u> , използващи мобилните телефонни мрежи (3G или 4G) <i>Например ноутбук, нетбук, лаптоп, таблет и др.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b) Чрез <u>други преносими устройства</u> , като смартфони, използващи мобилните телефонни мрежи (3G или 4G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>C8.</b>	Колко от заетите лица във Вашето предприятие използват предоставено от предприятието преносимо устройство за служебни цели, което позволява интернет връзка чрез мобилните телефонни мрежи?  <i>Например преносими компютри, планшети или други преносими устройства, като смартфони.</i>	<div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p><b>(брой)</b></p>	
	<b>Ако не предоставяте мобилни устройства, моля въведете „0“ и преминете на C10.</b>		
<b>C9.</b>	Предоставя ли Вашето предприятие на заетите си лица преносими устройства за служебни цели, които позволяват мобилна интернет връзка и могат да се използват за:	Да	Не
	a) достъп до системата за електронна поща на предприятието?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b) достъп и промяна на документи на предприятието?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c) използване на специализирани софтуерни приложения? (напр. за управление на поръчки или продажби, ERP (Enterprise Resource Planning) и др.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Използване на уебсайт</b>			
<b>C10.</b>	Има ли Вашето предприятие <b>уебсайт</b> ?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
		<b>Преминете на C12</b>	
<b>C11.</b>	Притежава ли уебсайтът на Вашето предприятие някоя от изброените функционалности?	Да	Не
	a) Описание на стоки или услуги, ценови листи	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b) Онлайн поръчки или резервации, напр. клиентска кошница	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c) Възможност потребителите да оформят по свое предпочитание или да проектират онлайн продуктите или услугите	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d) Проследяване или проверка на статуса на направените поръчки	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	e) Персонализирано съдържание на уебсайта за редовни потребители	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	f) Връзки или препратки към профилите на предприятието в социалните медии	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	g) Обяви за свободни работни места или онлайн кандидатстване за работа	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Използване на социални медии</b> <i>За предприятия, използващи социални медии, се считат тези, които притежават потребителски профил, акаунт или лиценз на потребителя, в зависимост от изискванията и вида на социалната медия.</i>			
<b>C12.</b>	Използва ли Вашето предприятие някои от следните <b>социални медии</b> ? (не само, за да публикува платени обяви)		
	<i>Ако предприятието използва социални медии само, за да публикува платени обяви (реклами) се отбелязва отговор „Не“.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
	a) Социални мрежи (напр. Facebook, LinkedIn, Xing, Google+, DotBulgaria и т.н.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b) Блог на предприятието или микроблогове (напр. Twitter, Svejo.net, Dao.bg, Present.ly и т.н.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c) Уебсайтове за споделяне на мултимедия (напр. VBox7, YouTube, Flickr, Picassa, SlideShare и т.н.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d) Уики-базирани средства за споделяне на знания	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Използване на интернет за други цели</b>			
<b>C13.</b>	Имат ли някои от заетите лица във Вашето предприятие <b>отдалечен достъп</b> до електронна поща, документи или приложения на предприятието?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
<b>C14.</b>	Заплаща ли Вашето предприятие, за да рекламира в интернет? <i>Например реклами в търсачки, социални медии, на други сайтове и т.н.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Преминете на D1</b>
<b>C15.</b>	Заплаща ли Вашето предприятие, за да рекламира в интернет, като използва някои от следните методи за <b>позиционирана реклама</b> ?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
	a) Базирани на съдържанието на уеб страниците или на ключови думи търсени от потребителите	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b) Базирани на проследяването на предишни действия или профила на потребителите	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c) Базирани на геолокацията на интернет потребителите	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d) Друг метод на позиционирана реклама в интернет, който не е посочен по-горе	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Модул D: Използване на „облачни“ технологии (cloud computing)</b> <i>„Облачните“ технологии представляват ИКТ услуги за мрежов достъп до споделени ресурси като интернет мрежи, сървъри, изчислителна мощ, пространство за съхранение на данни, софтуерни приложения и др. „Облачните“ услуги се предоставят по заявка на потребителя и при дефинирани от него период от време и параметри на ползване и са платени (за всеки потребител или според използвания капацитет). Ползването на безплатни „облачни“ услуги се изключва. Използването на „облачни“ технологии може да включва връзки чрез виртуални частни мрежи (VPN).</i>			
<b>D1.</b>	<b>Купува</b> ли Вашето предприятие „облачни“ услуги, използвани по интернет? <i>Моля, приложете дадената по-горе дефиниция за „облачни“ услуги, като изключите използването на безплатни услуги.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Преминете на E1</b>
<b>D2.</b>	<b>Купува</b> ли Вашето предприятие някои от следните „облачни“ услуги, предлагани в интернет? <i>Моля, приложете дадената по-горе дефиниция за „облачни“ услуги, като изключите използването на безплатни услуги.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
	a) Електронна поща (като „облачна“ услуга)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	b) Офис софтуер (като „облачна“ услуга) (напр. текстообработващи програми, електронни таблици и др.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c) Хостинг на бази данни на предприятието (като „облачна“ услуга)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d) Съхранение на файлове (като „облачна“ услуга)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	e) Финансови или счетоводни софтуерни приложения (като „облачна“ услуга)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	f) CRM софтуерно приложение за управление на информация за клиенти (като „облачна“ услуга)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	g) Изчислителна мощност за изпълнение на собствения софтуер на предприятието (като „облачна“ услуга)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>D3. Купува</b> ли Вашето предприятие „облачни“ услуги, предоставяни чрез:  <i>Моля, приложете дадената по-горе дефиниция за „облачни“ услуги, като изключите използването на безплатни услуги.</i>	Да	Не
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	a) <b>споделени сървъри</b> на доставчици на услуги?	<input type="checkbox"/>
b) <b>сървъри</b> на доставчици на услуги, <b>предназначени единствено за Вашето предприятие?</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Модул Е: Анализ на „големи данни“ (big data)**

**„Големите данни“** са генерирани от дейности, които се извършват електронно и чрез автоматичен обмен на информация между машини и устройства (напр. данни, получени от дейности в социални медии, от производствени процеси и др.).

„Големите данни“ имат следните характеристики:

- **Значителен обем**, т.е. огромни количества данни, генерирани с течение на времето;
- **Разнообразие**, т.е. различен формат на комплексни данни, структурирани или неструктурирани (напр. текст, видео, изображения, глас, документи, данни от сензори, регистри на дейността, click потоци, координати и др.);
- **Скорост**, т.е. голяма бързина, с която данните се генерират, обработват, стават достъпни и се променят във времето.

Анализът на „големи данни“ се отнася до използването на техники, технологии и софтуерни инструменти за анализ на данни, генерирани в рамките на едно предприятие или от други източници на данни.

<b>E1.</b> Извършвало ли е Вашето предприятие анализ на „големи данни“, получени от някои от следните източници на данни през 2015 година?	Да	Не
<i>Моля, приложете дадената по-горе дефиниция за „големи данни“; включва се и анализът на данни, извършен от външни доставчици.</i>		
a) Данни на предприятието от смарт устройства или сензори (напр. автоматичен обмен на информация между машини и устройства, цифрови сензори, радиочестотни идентификатори (RFID) и др.) <i>(в контекста на „големи данни“)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Данни за местоположението от използването на преносими устройства (напр. преносими устройства, използващи мобилната телефонна мрежа, безжични връзки, GPS) <i>(в контекста на „големи данни“)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Данни генерирани от социални медии (напр. социални мрежи, блогове, уебсайтове за споделяне на мултимедия и др.) <i>(в контекста на „големи данни“)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Други източници на данни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Моля, посочете какви:.....</i>		

**На въпрос E2 трябва да се отговори, ако на въпрос E1 има поне един отговор „Да“, иначе преминете на F1.**

<b>E2.</b> Кой е извършвал анализ на „големи данни“ за Вашето предприятие през 2015 година?	Да	Не
a) Собствени служители (вкл. от предприятието майка или филиал)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Външен доставчик	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Модул F: Фактуриране**

Фактурите могат да бъдат в електронен формат или на хартиен носител. Съществуват два типа електронни фактури:

- Електронни фактури в стандартизиран формат, подходящи за автоматизирана обработка (напр. EDI, UBL, XML). Те се обменят между доставчици и клиенти директно, чрез оператори на услуги или чрез система за електронно банкиране;
- Фактури в електронен формат, които не са подходящи за автоматизирана обработка (напр. имейли, прикачени PDF файлове към имейл, изображения в различни формати като TIF, JPEG и др.).

<b>F1.</b> Издавало ли е Вашето предприятие <b>фактури</b> в електронен формат или на хартиен носител през 2015 година на следните контрагенти:	Да	Не
a) други предприятия	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) публични институции	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) физически лица	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Ако на въпрос F1 има отговор „Да“ на а) или б) тогава продължете с F2, иначе преминете на F3.**

<b>F2.</b>	От всички фактури, които предприятието Ви е <u>изпращало на други предприятия или публични институции</u> през 2015 година, какъв процент бяха <u>издадени</u> като:	(%)	
	a) електронни фактури в стандартизиран формат, подходящ за автоматизирана обработка? (напр. EDI, UBL, XML)	_ _ _ %	
	b) електронни фактури, които не са подходящи за автоматизирана обработка? (напр. имейли, прикачен файл към имейл в PDF формат, изображение в TIF, JPEG или друг формат)	_ _ _ %	
	c) фактури само на хартиен носител?	_ _ _ %	
	<b>Общо:</b>	<b>1 0 0%</b>	
<b>F3.</b>	От всички <u>фактури, които предприятието Ви е получило</u> през 2015 година, какъв процент бяха <u>получени</u> като:	(%)	
	a) електронни фактури в стандартизиран формат, подходящ за автоматизирана обработка? (напр. EDI, UBL, XML)	_ _ _ %	
	b) фактури на хартиен носител или електронни фактури, които не са подходящи за автоматизирана обработка? (напр. имейли, прикачен файл към имейл в PDF формат, изображение в TIF, JPEG или друг формат)	_ _ _ %	
	<b>Общо:</b>	<b>1 0 0%</b>	
<p><b>Модул G: Електронна търговия</b>  <i>Електронна търговия означава покупката или продажбата на стоки или услуги, осъществена чрез компютърни мрежи, посредством методи, специално предназначени за целите на получаване или изпращане на поръчки. Плащането и доставката на стоките или услугите, поръчани чрез тези методи, не се извършват непременно онлайн.</i>  <i>Електронната търговия <b>не включва</b> поръчките, направени чрез ръчно написани съобщения по електронна поща, факс или телефон.</i></p>			
<b>Продажби чрез е-търговия</b>			
<p><b>Продажби чрез уеб (уеб продажби)</b>  <i>Включват се продажби чрез онлайн магазин (интернет магазин), чрез уеб-базирани формуляри на екстранет или уебсайт на Вашето предприятие или чрез уеб приложения.</i></p>			
<b>G1.</b>	Получавало ли е Вашето предприятие <u>поръчки за продажби</u> на стоки или услуги чрез уебсайт или уеб приложения през 2015 година?  <i>Изключват се поръчки, чрез ръчно написани писма по електронна поща.</i>	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Преминете на G5</b>
<b>G2.</b>	Моля, отбележете размера на <b>оборота</b> , реализиран от поръчки, получени <b>чрез уебсайт или уеб приложения</b> през 2015 година:  a) <b>стойност на оборота</b> , реализиран от поръчки получени чрез уебсайт или уеб приложения (в хил. лева, без ДДС)  <b>Ако стойността е по-малка от хиляда лева, моля въведете „1“.</b>  b) в <b>процент</b> , като съотношение към общия оборот* на предприятието  <i>* Оборотът включва бруто приходи от продажби, вкл. акцизи, без ДДС и приходи от продажби на суровини и материали (код 15500 + код 15420 от Годишния отчет за дейността (ОПР))</i>	<div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">(Хил.лв)</p>	
		_ _ _ %	
<b>G3.</b>	Моля, разпределете оборота, реализиран от поръчки получени чрез уебсайт или уеб приложения през 2015 година, по видове клиенти:	(%)	
	a) Продажби на физически лица и клиенти (B2C)	_ _ _ %	
	b) Продажби на други предприятия (B2B) и продажби на държавни институции (B2G)	_ _ _ %	
	<b>Общо:</b>	<b>1 0 0%</b>	

<b>G4.</b> Кои от следните <b>начини за плащане</b> приема Вашето предприятие за продажбите чрез уебсайт или уеб приложения?	Да	Не
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>G5.</b> Моля, посочете коя от следните причини ограничава или възпрепятства Вашето предприятие от извършване на <b>продажби чрез уебсайт или уеб приложения</b> :	Да	Не
a) Продуктите или услугите не са подходящи за продажба по интернет	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Проблеми свързани с логистиката (доставката на стоки или услуги)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Проблеми свързани с плащанията	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Проблеми свързани с информационна сигурност или защита на данните	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Проблеми свързани със законовата уредба	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Разходите по внедряване на уеб продажби биха били прекалено високи в сравнение с ползите	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Продажби от тип EDI</b> <i>Продажби, осъществени посредством съобщения от тип EDI (електронен обмен на данни) в договорен или стандартен формат, подходящ за автоматизирана обработка (напр. EDIFACT, EANCOM, UBL, XML, eXite, ECOD). Изключват се ръчно написаните съобщения по електронна поща.</i>		
<b>G6.</b> Получавало ли е Вашето предприятие <u>поръчки за продажби</u> на стоки или услуги чрез съобщения от тип EDI през 2015 година?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Преминете на G8</b>
<b>G7.</b> Моля, отбележете размера на <b>оборота</b> , който сте реализирали от поръчки, получени <b>чрез съобщения от тип EDI</b> през 2015 година:	<div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;"><i>(Хил.лв)</i></p>	
a) <b>стойност на оборота</b> , реализиран от поръчки, получени чрез съобщения от тип EDI (в хил. лева, без ДДС)		
<b>Ако стойността е по-малка от хиляда лева, моля въведете „1“.</b>		
b) в <b>процент</b> , като съотношение към общия оборот* на предприятието	_ _ _ %	
<i>* Оборотът включва бруто приходи от продажби, вкл. акцизи, без ДДС и приходи от продажби на суровини и материали (код 15500 + код 15420 от Годишния отчет за дейността (ОПР))</i>		
<b>Покупки чрез е-търговия</b> <i>Покупки чрез е-търговия са покупки, осъществени чрез някои от следните начини:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- чрез онлайн магазин (интернет магазин), чрез уеб-базирани формуляри на уебсайт или екстранет на друго предприятие или чрез уеб приложения;</li> <li>- чрез съобщения тип EDI (електронен обмен на данни), което означава съобщения в стандартизиран или договорен формат, позволяващ тяхната автоматизирана обработка (напр. EDIFACT, UBL, XML), като се изключват ръчно написаните съобщения.</li> </ul> <i>Покупката на стоки или услуги включва стойността на всички стоки и услуги, закупени през отчетния период с цел препродажба или потребление в производствения процес, с изключение на капиталови стоки, чиято употреба се отчита по реда на амортизацията.</i>		
<b>G8.</b> Поръчвало ли е предприятието Ви стоки или услуги чрез уебсайт, уеб приложения или системи от тип EDI през 2015 година?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/> <b>Край на анкетата</b>
<b>G9.</b> Поръчвало ли е предприятието Ви стоки или услуги <b>чрез уебсайт или уеб приложения</b> през 2015 година?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
<b>G10.</b> Поръчвало ли е предприятието Ви стоки или услуги <b>чрез системи от тип EDI</b> през 2015 година?	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>
<b>G11.</b> Размерът на поръчките, които е направило предприятието Ви по електронен път през 2015 година бил ли е <b>равен или по-голям от 1%</b> от общата стойност на покупките? (в парично изражение, без ДДС)	Да <input type="checkbox"/>	Не <input type="checkbox"/>

**Край на анкетата. Благодарим Ви за съдействието!**



**ИНСТРУКЦИИ ЗА ПОПЪЛВАНЕ  
НА АНКЕТНАТА КАРТА ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ  
„ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИКТ И ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ В ПРЕДПРИЯТИЯТА“  
ПРЕЗ 2016 ГОДИНА**

Първо се попълва идентификационният номер по Булстат на предприятието, името на лицето, предоставящо информацията и координатите за връзка.

Анкетната карта се състои от следните модули:

- A – Използване на компютри;
- B – ИКТ специалисти и умения;
- C – Достъп и използване на Интернет;
- D – Използване на „облачни“ технологии (cloud computing);
- E – Анализ на „големи данни“ (big data);
- F – Фактуриране;
- G – Електронна търговия.

### **МОДУЛ А - Използване на компютри**

#### **Въпрос А1**

Отнася се за използването на компютри в предприятието. Ако предприятието не използва компютри, *анкетирането се прекратява.*

#### **Въпрос А2**

Събира информация за броя на заетите лица в предприятието, които реално използват компютри по време на работа за служебни цели.

### **МОДУЛ В - ИКТ специалисти и умения**

#### **Въпрос В1**

**ИКТ специалисти** са професионалисти в областта на ИКТ (напр. специалисти по бази данни, системни администратори, специалисти по поддръжка на ИКТ и т.н.), чиято основна работа е свързана с разработване, обслужване и поддържане на ИКТ системи и приложения. В отговора се отчитат само ИКТ специалистите, наети в рамките на предприятието, като се изключват такива, които предоставят услугите си от името на друго предприятие или като самонаети.

#### **Въпрос В2**

Целта на този въпрос е да се идентифицират предприятията, които предоставят **обучение, свързано с ИКТ умения**, на заетите лица, както вътрешно, така и чрез външни лектори.

а) Тази опция се отбелязва ако предприятието е осигурило обучение на заетите **ИКТ специалисти**, за усъвършенстване на техните умения за разработване, експлоатиране или поддържане на ИКТ системи или приложения, както и за проектиране, инсталиране, поддържане, управление, оценка или извършване на изследователски дейности;

б) Положителен отговор дават предприятия, които предоставят обучение в областта на ИКТ **за други заети лица**. Обучението цели да повиши квалификацията и уменията на служителите при използването на системи в помощ на собствената им работа, за използването на софтуерни инструменти с широко приложение или използването на специализирани средства, подпомагащи бизнес функциите в предприятието.

*Може да бъде посочен повече от един положителен отговор.*

#### **Въпрос В3**

Целта на този и следващия въпрос е да се идентифицира недостигът на ИКТ специалисти на пазара на труда в случаите, когато предприятието наема или се опитва да наеме персонал за работа, изискваща умения на ИКТ специалисти, както и несъответствието между компетентностите на търсещите работа и изискванията или очакванията на работодателите. *Ако отговорът е отрицателен, се преминава на въпрос В5.*

#### Въпрос В4

Отнася се за предприятията, които са изпитали трудности при наемането на служители за свободните работни места, изискващи умения на ИКТ специалисти. Трудностите могат да бъдат в следствие на:

- липса на кандидати или прекалено малък брой кандидати с умения на ИКТ специалисти;
- ИКТ специалисти с необходимата квалификация не са налични или не са напълно подходящи за съответната позиция;
- липса на професионален опит на кандидатите в областта на ИКТ;
- поисканото възнаграждение от кандидата е повече от това, което предприятието може да си позволи или от това, което предприятието му е предложило.

#### Въпрос В5

Целта на този въпрос е да идентифицира, кой основно е извършвал различни ИКТ дейности в съответното предприятие през предходната календарна година. За всяка дейност се посочва една от трите възможни опции: предимно собствени служители (вкл. наети от предприятието майка или филиал); предимно външен доставчик (изключват се предприятия филиали); и не приложимо (в случай, че в предприятието не се изпълнява съответната функция).

### МОДУЛ С - Достъп и използване на Интернет

#### Въпрос С1

Отнася се до достъпа на предприятието до интернет, независимо от технологията на достъп и начина на използване на интернет връзката. Терминът „интернет достъп“ означава връзка с глобалната мрежа чрез интернет доставчик. *Ако предприятието няма достъп до интернет, се преминава на въпрос Е1.*

#### Въпрос С2

Събира информация за броя на заетите лица, които имат достъп до интернет от работното си място или от компютър, до който имат свободен достъп.

#### Въпрос С3

Събира информация за използването на **фиксирана широколентова интернет връзка** за служебни цели. Фиксираната широколентова интернет връзка може да включва:

- **Достъп чрез xDSL** (ADSL, SDSL, VDSL или HDSL) - връзката се осъществява чрез цифров стационарен телефон (цифрова връзка по традиционната телефонна мрежа);
- **Достъп чрез влакнесто-оптични мрежи за пренос на данни (FTTx)** – има три типа архитектури:
  - **FTTN достъп**, при който оптичното влакно се използва като преносна среда непосредствено до потребителя;
  - **FTTB достъп**, при който оптичното влакно стига до общите части на многофамилна сграда. Сградното окабеляване от общите части на сградата до помещенията на крайния потребител се реализира чрез усукана метална двойка;
  - **FTTC/FTTN достъп**, при който оптичното влакно стига до междинна точка на мрежата за достъп.
- **CATV достъп** чрез мрежите за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, базирани на коаксиални кабели или на хибридна оптичнокоаксиална (HFC) технология;
- **LAN достъп** чрез локални мрежи за пренос на данни (LAN), изградени на базата на UTP/FTP кабел и Ethernet протокол, което е най-разпространеният начин за предоставяне на широколентов достъп до интернет в България;
- **Специално организиран достъп** - техническо решение, което се реализира конкретно за нуждите на крайни потребители, търсещи неограничен високоскоростен достъп до интернет. Обичайно такъв достъп се осигурява чрез оптична свързаност, изградена от доставчика на широколентовия интернет достъп, или чрез линии под наем и се предоставя на големи корпоративни клиенти, които изискват високо качество на предлаганите им услуги;
- **RLAN достъп** - реализира се чрез локални мрежи за пренос на данни, базирани на безжични технологии за пренос, и е известен също като WLAN;
- **Широколентов безжичен достъп (BWA)/неподвижен безжичен достъп (FWA)** - използва се WiMAX-базирана технология. WiMAX е технология за безжичен достъп, дефинирана във фамилията стандарти IEEE 802.16 като безжична MAN мрежа за достъп;
- **Достъп чрез спътникови мрежи** - включва реализацията на двупосочен достъп чрез използване на комуникационен спътник, разположен на геостационарна орбита.

*Ако отговорът на въпрос С3 е отрицателен, се преминава на въпрос С5.*

#### Въпрос С4

Отбелязва се максималната скорост за сваляне на данни, записана в договора, сключен между предприятието и интернет доставчика. Моля, да обърнете внимание, че въпросът не се отнася за реалната скорост на интернет връзката, която може да се различава от договорената в зависимост от различни фактори. Предложените пет възможности за отговор са измерени в Mbps (Mbit/s или Mb/s), което означава мегабита в секунда и е мярка за измерване на скоростта на пренос на данни през даден комуникационен канал. *Посочва се само един отговор.*

#### Въпрос С5

Събира информация за причините, поради които предприятието не използва фиксирана широколентова връзка. Ако не сте сигурни какъв е видът на интернет връзката, която използва предприятието, моля потърсете съдействие от отговорните ИТ специалисти във Вашето предприятие!  
*Може да бъде посочен повече от един отговор.*

#### Въпрос С6

Отнася се до използването на **мобилна интернет връзка** за служебни цели, чрез преносими устройства, посредством мобилните телефонни мрежи. Мобилната връзка включва:

- **Достъп чрез мобилни мрежи от трето поколение (UMTS/HSPA+)** - стандарт UMTS осигурява възможност за пренос на данни през мобилни мрежи от трето поколение (**3G**), като скоростите на пренос в посока към крайния потребител и в посока към мрежата, достигат 384 Kbps. Чрез използване на технологии HSPA и HSPA+ теоретично е възможно постигането на значително по-високи скорости на пренос в мобилната мрежа - до 42,2 Mbps;
- **Достъп чрез мобилни мрежи от четвърто поколение (LTE)** - LTE е стандарт за високоскоростен безжичен пренос на данни в мобилните мрежи от четвърто поколение (**4G**), който се използва за комуникация от мобилните телефони и терминали за данни и се счита, че е наследник на технологията за пренос на данни в мобилните мрежи от трето поколение (3G).

Използването на безжична интернет връзка (Wi-Fi, Bluetooth, WiMax) е изключено от обхвата на въпроса, т.е. ако преносимите устройства на предприятието се свързват с интернет единствено чрез безжична връзка (напр. Wi-Fi), се отбелязва отговор „Не“.

#### Въпрос С7

В този въпрос се отбелязва видът на преносимите устройства, чрез които предприятието осъществява мобилна интернет връзка. *Може да бъде посочен повече от един отговор.*

#### Въпрос С8

Събира информация за броя на заетите лица, които използват преносими устройства за връзка с интернет чрез мобилните телефонни мрежи за служебни цели. Преносимите устройства са предоставени от предприятието и то заплаща разходите за употребата им.

#### Въпрос С9

Този въпрос се отнася за целите, за които заетите лица използват предоставените преносими устройства. а) и б) Изискват се специфични права за достъп, но не е необходимо наличието на специализиран софтуер за използването на корпоративна електронна поща или за достъп и промяна на документи на предприятието. Използването на „облачни“ технологии (софтуерни приложения, съхранение на документи) за достъп и промяна на документи е включено в обхвата на въпроса.;

с) При този отговор освен специфични права за достъп се изисква и наличието на специализиран софтуер, напр. за управление на поръчки и продажби, ERP приложения, CRM, приложения за издаване на фактури и т.н.

*Може да бъде посочен повече от един положителен отговор.*

#### Въпрос С10

Филтриращ въпрос, който събира информация за наличието на уебсайт на предприятието. Целта е да бъде отчетено използването на уебсайт от предприятието за представяне на неговата дейност, като се включва не само уебсайт, разположен на сървър на предприятието, но и наличието на уебсайт, стопанисван от предприятие-майка или филиал. *При отрицателен отговор се преминава на въпрос С12.*

#### Въпрос С11

Попълва се от предприятията, които имат уебсайт и се отбелязват предоставяните там услуги за потребители. *Може да бъде посочен повече от един положителен отговор.*

### Въпрос С12

Събира информация за използването на социални медии от предприятието, за да затвърди своето присъствие на пазара, да разшири обхвата на дейността си, да сътрудничи с клиенти и бизнес партньори или да рекламира своите продукти, по видове социални медии. Ако предприятието не е използвало социална медия или я е използвало само за да публикува платени реклами, се отбелязва отговор „Не“ на всички опции и *се преминава на въпрос С13*.

Предприятия, които притежават потребителски профил, акаунт или лиценз, но не го използват, също отбелязват отговор „Не“.

### Въпрос С13

Събира информация дали предприятието предлага на служителите си отдалечен достъп чрез интернет до е-поща, документи или приложения на предприятието. Данните ще предоставят информация за готовността на предприятията да предоставят на служителите си възможност за работа извън рамките на предприятието - без да се налага физически да присъстват на работното си място.

### Въпрос С14

Отнася до предприятия, които публикуват платени реклами в интернет с цел да рекламират стоките или услугите си. Например предприятието може да заплаща, за да се появява негова реклама на първите места при резултати от търсене в различни търсачки, на социални медии, банери и други.

### Въпрос С15

Отнася се конкретно до методите за **позиционирана реклама**, които използва предприятието. Т.е. ако предприятието заплаща за да рекламира в интернет, но не използва нито един от изброените методи за позиционирана реклама, то се посочва отрицателен отговор на всички опции.

**а)** Включва използването на технологии, които обвързват рекламното послание със съдържанието на съответния уебсайт, където то се появява (контекстуална реклама). На потребителя се показват реклами, специално избрани от автоматизирана система в зависимост от съдържанието на уебсайта, който той разглежда или на базата на ключови думи, които потребителят е търсил в интернет;

**б)** Отнася се до използването на технологии, които събират информация за дейностите на потребителите в интернет (поведенческа реклама). Предприятието използва „бисквитки“ (малки текстови файлове, които се съхраняват на компютъра на потребителя) за да се създаде профил на потребителя в зависимост от това кои уебсайтове посещава, колко време прекарва в тях и др. Целта е на всеки потребител да се показват реклами, които да отговарят на неговите интереси, предпочитания и предишни дейности;

**в)** Отнася се до използването на технологии, чрез които на потребителя се показват реклами базирани на географското му местоположение (напр. хотели, ресторанти в близост);

**д)** Включват се други методи за доставяне на маркетингови съобщения до потребителите, които не са описани по-горе. Например реклами в определени уебсайтове, които по принцип се посещават от по-млади или по-възрастни хора, мъже или жени и т.н.

*Може да бъде посочен повече от един положителен отговор.*

## МОДУЛ D – Използване на „облачни“ технологии (cloud computing)

### Въпрос D1

Целта на този въпрос е да измери внедряването на „облачните“ ИТ услуги, независимо дали са частни или публични. Предприятията, чиято основна дейност е предоставянето на „облачни“ услуги, както и тези които използват собствен „облак“, следва да отбележат отговор „Не“. В този случай, както и ако предприятието не използва „облачни“ технологии се преминава към въпрос E1.

### Въпрос D2

Едно предприятие се счита за използващо някои от изброените услуги, само ако са налице всички характеристики на „облачните“ технологии, упоменати в уводната част на модула. Например предприятие, използващо е-поща като „облачна“ услуга, следва да използва сървърите на доставчика на услугата, добавянето на имейл адреси и увеличаването на капацитета за съхранение на пощенската кутия да става лесно и услугата да е платена на база брой имейл адреси и капацитет за съхранение (или предплатена за определен брой адреси и респективно капацитет).

Примери за конкретни „облачни“ услуги, предлагани в интернет:

**а) Е-поща** – Gmail Enterprise®, Microsoft® Exchange Online/Office 365 и др.;

**б) Офис софтуер** – Microsoft® Office Cloud;

**с) Хостинг на базата данни на предприятието** – *EnterpriseDB®*, *LongJump®*, *Elastra®* и др. Тази опция включва и съответните функционалности на базата данни за съхранение, търсене, извличане на информация;

**д) Съхранение на файлове** - *Dropbox®*, *Amazon® S3*, *EMC Mozy®*, *Acronis® Online*, *Diind®*. Опцията включва съхранение на всякакъв тип файлове, съхранение на резервни копия на файлове (backup) и възстановяването им, ако е необходимо;

**е) Финансови или счетоводни софтуерни приложения** - *StepStone®*, *Hubwod®*, *SAP® Business ByDesign*, *Twinfield®*, *Concur®*, *Netsuite®*;

**ф) Customer Relationship Management (CRM, софтуерно приложение за управление на информация за потребители, клиенти)** - *salesforce.com®*, *Oracle® CRM On Demand* и т.н.

**г) Изчислителна мощност за изпълнение на собствения софтуер на предприятието** - *Amazon® EC2*, *Flexiscale®*, *Joyent®*. Използването на тази услуга представлява използване на софтуерно приложение, което е разработено и достъпно през браузър, и е възможно допълнително контролиране на софтуерната среда, напр. добавяне на нови модули към приложението. Тази опция е с по-широк обхват, въпреки че на места се припокрива с някои от по-горе изброените, тъй като засяга предприятия, които изпълняват собствения си софтуер чрез мощността на „облака“. Например на тези предприятия не се налага да купуват сървъри, да ги поддържат и т.н.

*Може да бъде посочен повече от един положителен отговор.*

### **Въпрос D3**

Събира по-конкретна информация относно публичните и частните „облачни“ услуги, като разликата се състои в начина на предоставяне на услугите – дали са споделени или предназначени единствено за предприятието, или предприятието ползва и двата вида.

### **МОДУЛ Е – Анализ на „големи данни“ (big data)**

Модулът съдържа два основни въпроса имащи за цел събирането на информация дали предприятието е извършвало анализ на „големи данни“. Като цяло всички дейности, които се извършват електронно (през интернет) произвеждат „големи данни“. Понятието „големи данни“ предполага работа с информация с огромен обем и разнообразен състав, която се обновява често и се получава от различни източници, като целта е създаване на нови продукти и повишаване на ефективността и конкурентоспособността.

### **Въпрос E1**

Понятието „големи данни“ предполага анализ на информация с огромен обем и разнообразен състав, която се обновява често и се получава от различни източници, като целта е създаване на нови продукти и повишаване на ефективността и конкурентоспособността. Източниците на „големи данни“, които може да използва предприятието са структурирани в четири възможни опции:

а) Обхваща машинно генерирани данни от смарт устройства или сензори на предприятието. Смарт устройствата са електронни устройства, които са свързани към други устройства или мрежи и до известна степен могат да работят интерактивно и автономно. Сензорите са интегрирани в различни устройства, като електромери, електроуреди, автомобили и т.н.

б) Отнася се до използването на „големи данни“, идващи от преносими устройства, свързани с географското им положение (геолокация). В зависимост от възможностите на преносимите устройства, може да се използват мобилните телефонни мрежи, безжични връзки или GPS.

с) Обхваща данни, генерирани в резултат на взаимодействието на предприятието с бизнес партньори, клиенти и други организации чрез социалните медии. Включват се и случаите, в които предприятието използва социални медии за вътрешна комуникация и сътрудничество. Не се включват данни, които са събрани от уебсайта на предприятието.

д) Ако предприятието използва други източници на „големи“ данни, които не са описани по-горе, *моля посочете какви*. Може да се включват данни от финансови пазари, данни за валутни курсове, облигации, фючърси, акции, борсови индекси, цени на суровини и др.; данни от интернет търсачки (напр. ключови думи, Google Trends) и т.н.

*Може да бъде посочен повече от един отговор.*

### **Въпрос E2**

Целта на този въпрос е да идентифицира кой основно е извършвал анализ на „големи данни“ в съответното предприятие през предходната календарна година. Анализът може да бъде извършен от собствени служители (вкл. от предприятието майка или филиал) или от външен за предприятието доставчик.

## МОДУЛ F - Фактуриране

### Въпрос F1

Събира информация за това дали предприятието е издавало и изпращало фактури от всякакъв вид **до други предприятия, публични институции или физически лица** през 2015 година. Ако предприятието отговори с „Да“ на опции а) и/или б) се продължава с въпрос F2, във всички останали случаи се преминава на въпрос F3.

### Въпрос F2

Посочва се процентното разпределение на различните видове фактури, които предприятието е изпращало на други предприятия или публични институции през 2015 година (общият сбор е 100%). Предложените възможни отговори включват двата типа електронни фактури – във формат, подходящ за автоматизирана обработка и във формат, който не е подходящ за автоматизирана обработка, както и обикновени фактури на хартиен носител. Основната разлика между двата типа електронни фактури е в необходимостта от ръчна намеса при издаването им.

### Въпрос F3

Събира информация за процентното разпределение на фактурите, получени от предприятието през 2015 година. Предложени са две възможни опции, които включват електронни фактури в стандартизиран формат, подходящ за автоматизирана обработка и фактури на хартиен носител или електронни фактури, които не са подходящи за автоматизирана обработка, като общият сбор е 100%.

## МОДУЛ G – Електронна търговия

Модулът обхваща както **получените поръчки (продажби)**, така и **изпратените поръчки (покупки)**, които са осъществени чрез интернет, но също така и чрез други компютърни мрежи. Въпросите са разделени на две части - продажби чрез е-търговия и покупки чрез е-търговия.

### *Продажби чрез е-търговия*

Въпросите за продажбите чрез е-търговия са разделени на два подмодула:

- *Продажби чрез уеб базирани мрежи (въпроси от G1 до G5);*
- *Продажби чрез системи от тип EDI (въпроси G6 и G7).*

### Въпрос G1

Предприятието посочва дали е получавало поръчки за **продажба на стоки или услуги чрез уебсайт или уеб приложения** през 2015 г. (поръчките, направени по електронната поща се изключват). Уеб приложенията представляват уеб-базиран софтуер, който се изпълнява чрез уеб браузър или е инсталиран директно на устройството (например на смартфон или таблет). *Ако не са получавани такива поръчки, се преминава към въпрос G5.*

### Въпрос G2

Посочва се размера на оборота, реализиран през уебсайт или уеб приложения през 2015 година като конкретна стойност (в хил. лева, без ДДС) и като процент от общия оборот на предприятието.

### Въпрос G3

Попълва се от респондентите, които са получавали поръчки чрез уебсайт или уеб приложения и събира информация за процентното разпределение на оборота от получените поръчки през 2015 година по видове клиенти – физически лица, други предприятия или публични институции. Общият сбор е 100%.

### Въпрос G4

Предоставя се информация за това дали плащането на стоки и услуги, поръчани чрез уебсайт или уеб приложения, е извършено онлайн или офлайн. За онлайн плащане се счита само това, което е интегрирано в самия процес на поръчване на стоката или услугата. Например, ако плащането е извършено чрез банков трансфер след като процеса на онлайн поръчката е приключил, то не се счита за онлайн плащане в контекста на въпроса. *Може да бъде посочен повече от един положителен отговор.*

### Въпрос G5

Събира информация за причините, които ограничават или възпрепятстват предприятието от извършване на уеб продажби. Важно е да се има предвид, че въпросът се отнася за конкретен тип електронна търговия, а именно продажби чрез уебсайт или уеб приложения. *Може да бъде посочен повече от един положителен отговор.*

### **Въпрос G6**

Предприятието посочва дали е получавало поръчки за **продажба на стоки или услуги чрез съобщения от тип EDI** през 2015 година. EDI (Electronic Data Interchange) е система за предаване на данни по електронен път с минимална човешка намеса, на базата на приет стандарт за съобщения. Предназначена е за автоматично предаване на търговска информация от една компютърна система на друга. Обикновено електронната търговия чрез съобщения от тип EDI се осъществява между предприятия (B2B). *При отрицателен отговор се преминава на въпрос G8.*

### **Въпрос G7**

Посочва се размера на оборота, реализиран чрез съобщения от тип EDI през 2015 година като конкретна стойност (в хил. лева, без ДДС) и като процент от общия оборот на предприятието.

### ***Покупки чрез е-търговия***

### **Въпрос G8**

Посочва се дали предприятието е правил поръчки с цел закупуване на продукти или услуги чрез уебсайт, уеб приложения или съобщения от тип EDI през 2015 година. Изключват се поръчките, направени по електронната поща. *Ако отговорът е отрицателен анкетиранието се прекратява.*

### **Въпрос G9 и G10**

Уточнява се начинът, по който са осъществени покупките на предприятието по електронен път – чрез уебсайт или уеб приложения (**G9**) или чрез системи от тип EDI (**G10**).

### **Въпрос G11**

Изисква предприятието да направи оценка в проценти на стойността на покупките (поръчките), реализирани по електронен път през 2015 година и да определи дали тя е равна или по-голяма от 1% от общата стойност на покупките за същия период.