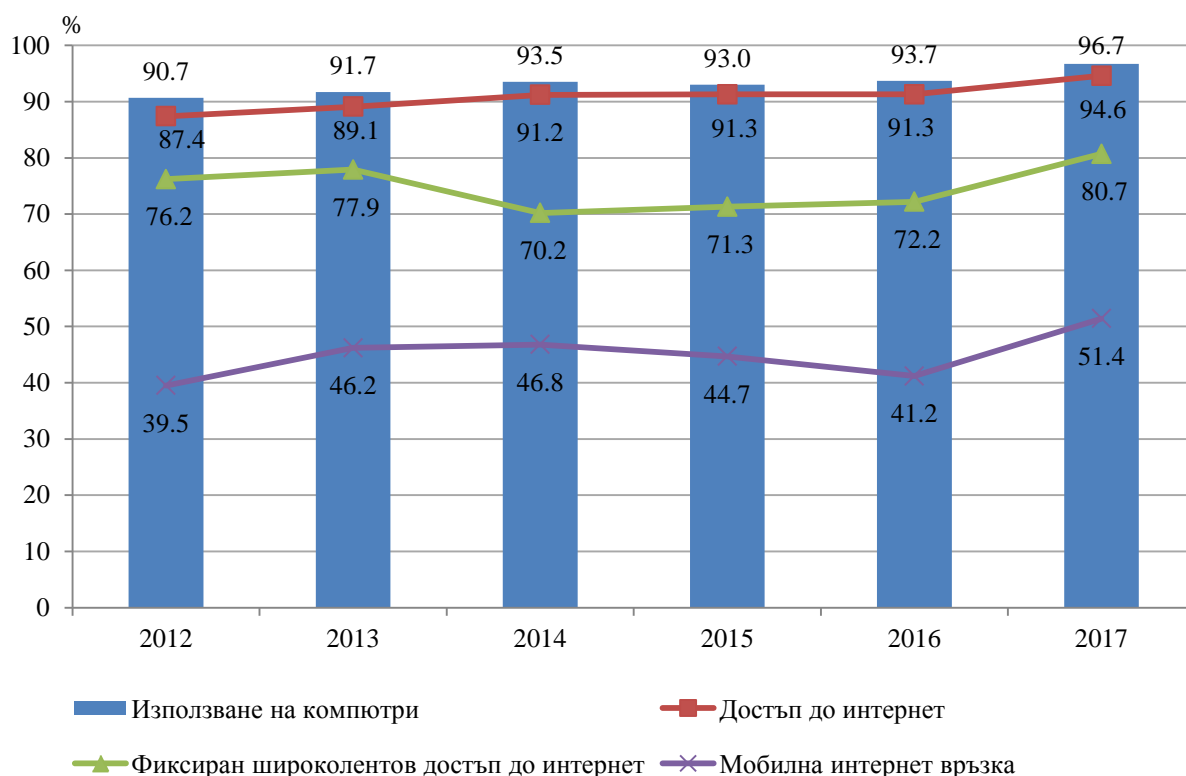


ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННОТО ОБЩЕСТВО В ПРЕДПРИЯТИЯТА ПРЕЗ 2017 ГОДИНА

Резултатите от проведеното през 2017 г. изследване сред предприятията с 10 и повече заети лица показват, че 96.7% от тях използват компютри¹, като при големите предприятия с 250 и повече заети лица относителният дял е 100.0%. Високоскоростният, надежден и непрекъснат интернет достъп е основна необходимост за предприятията и 94.6% от тях са били в постоянна връзка с глобалната мрежа през текущата година. Предприятията основно използват DSL или друг вид фиксирана широколентова интернет връзка (80.7%), а 51.4% от тях имат мобилна широколентова връзка (фиг. 1).

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

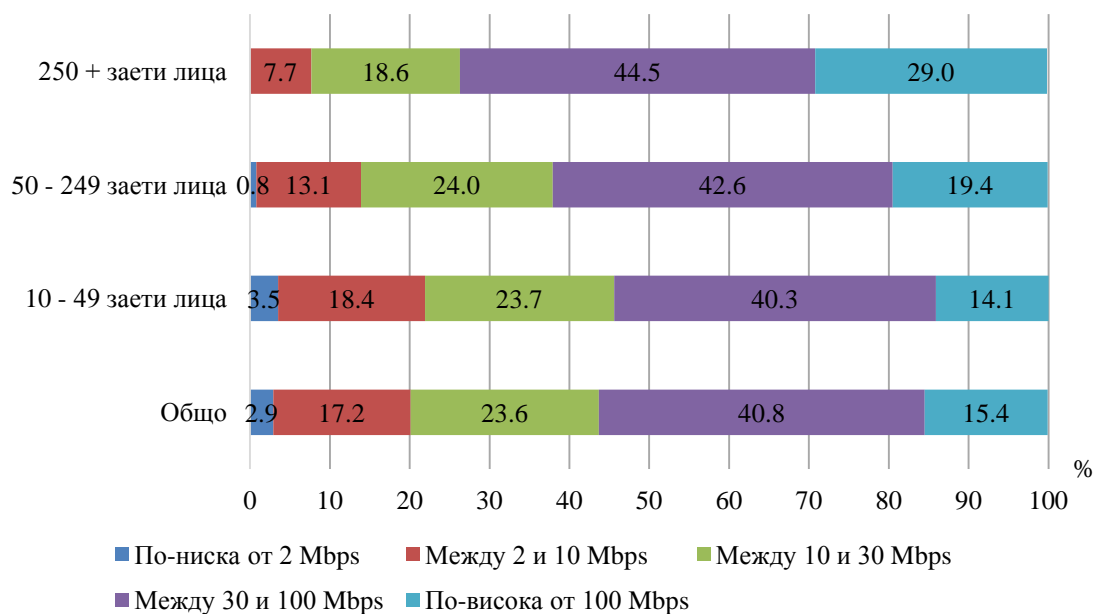


Данните от изследването показват, че 94.9% от предприятията, които използват фиксирана широколентова интернет връзка считат, че скоростта ѝ обикновено е достатъчна за реалните им нужди и повече от половината разполагат с максимална скорост за изтегляне на данни по-висока от 30 Mbps (фиг. 2).

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



Фиг. 2. Структура на предприятията с фиксирана широколентова връзка по максимална скорост за изтегляне на данни и големина на предприятията през 2017 година



През 2017 г. 30.2% от заетите лица в предприятията използват компютър ежедневно за изпълнение на служебните си задължения, а на 26.7% от работещите е осигурен достъп до интернет. Данните от проведеното изследване показват, че все повече предприятия предоставят преносими устройства на своите служители. През тази година 10.5% от заетите лица в предприятията са използвали преносими устройства за служебни цели, което е с 1.9 процентни пункта повече от предходната година.

Повече от половината от предприятията (50.8%) разполагат със собствен уебсайт, като най-голям е техният дял при компаниите с 250 и повече заети лица (84.7%). На своя уебсайт предприятията основно предоставят информация за предлаганите стоки и услуги (80.0%)¹, поставят връзка или препратка към профила си в социална медия (34.2%), както и предлагат възможност за онлайн поръчки или резервации на стоки или услуги (26.2%). Най-активно налагат своето присъствие в мрежата предприятията от секторите „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“ (88.8%) и „Професионални дейности и научни изследвания“ (76.8%), а най-малко се възползват от тази функционалност предприятията от сектор „Операции с недвижими имоти“ - 32.8% (фиг. 3).

¹ Относителните дялове са изчислени на база брой предприятия, които имат собствен уебсайт.



Фиг. 3. Относителен дял на предприятията, които имат собствен уебсайт, по икономически дейности през 2017 година

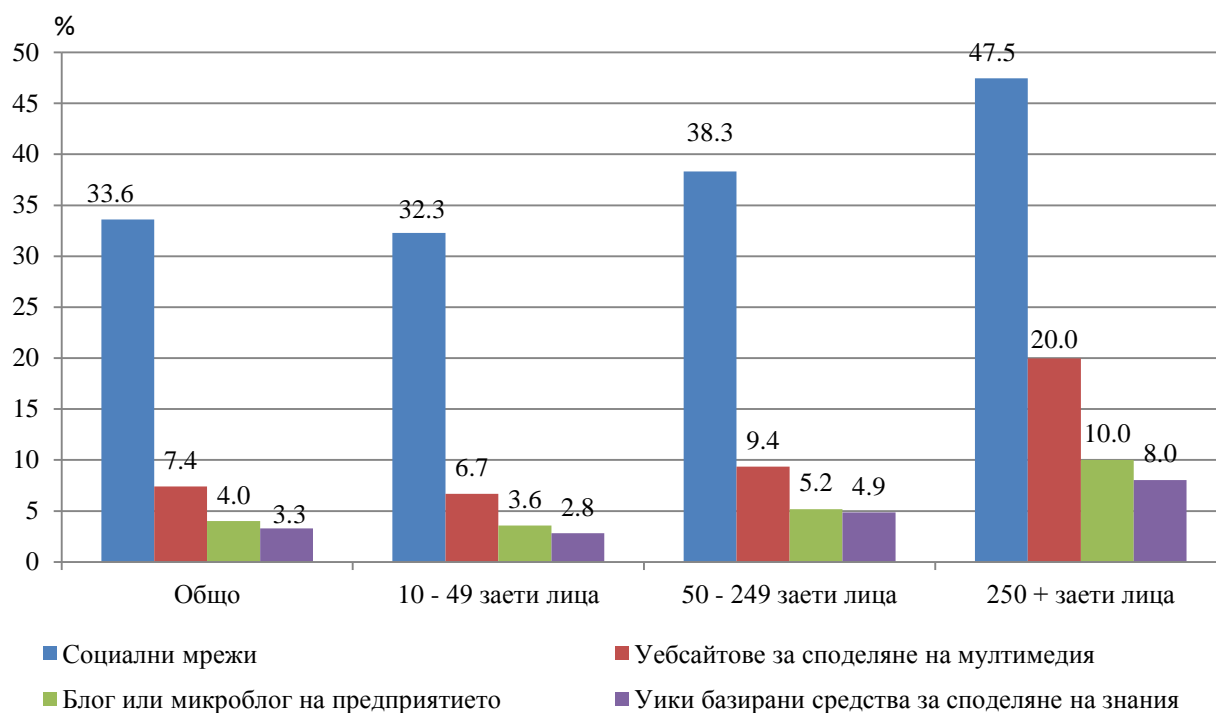


Използване на социални медии

През 2017 г. 34.4% от предприятията използват различни видове социални медии, за да развият дейността си и да разширяват своето интернет присъствие. Най-популярни са социалните мрежи (Facebook, LinkedIn, Xing, Google+, DotBulgaria и т.н.), в които 47.5% 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, Instagram, Flickr, SlideShare и т.н.) с дял от 20.0%, докато при малките предприятия с 10 - 49 заети лица относителният дял е едва 6.7% (фиг. 4).



Фиг. 4. Относителен дял на предприятията, които използват социални медии, по видове медии и големина на предприятията през 2017 година



Основните цели, за които предприятията използват социални медии, са подобряване на имиджа на предприятието или на пазарния продукт - например реклама, промоции (71.7%)¹, получаване и отговаряне на мнения, отзиви, въпроси от клиенти (61.2%) и сътрудничество с бизнес партньори или други организации (36.7%). Най-малък е дялът на предприятията, които включват своите клиенти в разработването или обновяването на стоките или услугите (17.3%).

Използване на „облачни“ технологии

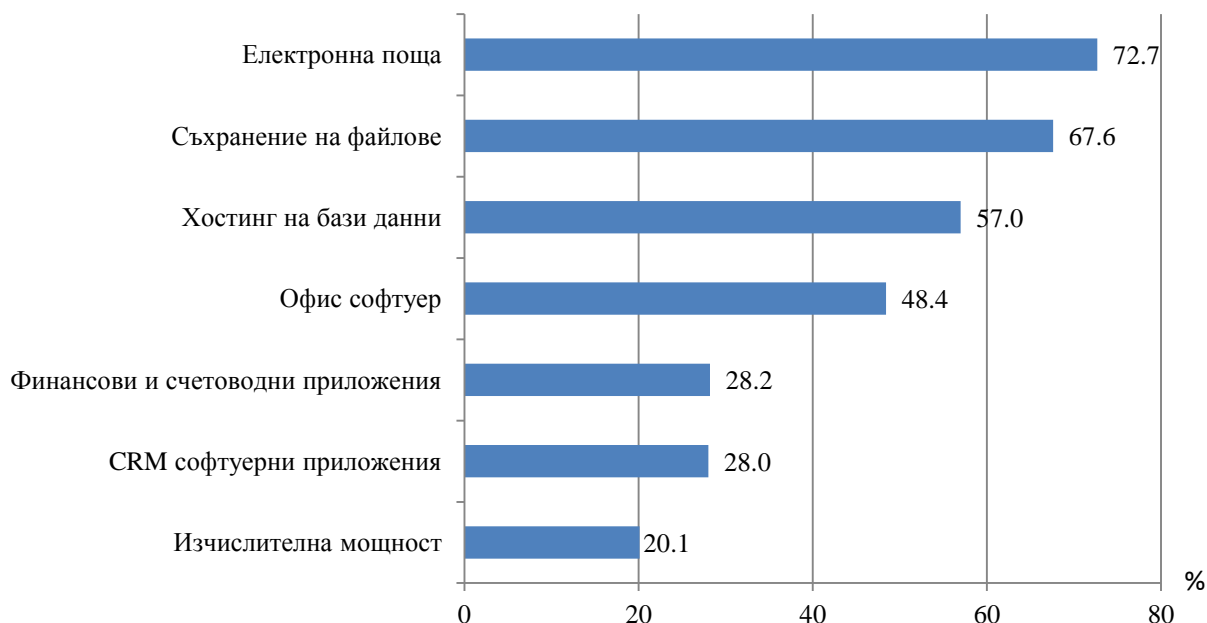
През 2017 г. 8.0% от предприятията се възползват от предимствата на „облачните“ технологии, за да оптимизират бизнес процесите си, като основни потребители са големите предприятия с повече от 250 заети лица (28.6%). Основните цели, за които предприятията използват облачните решения, са поддръжка на електронна поща (72.7%)², съхранение на файлове (67.6%) и хостинг на база данни (57.0%) (фиг. 5).

¹ Относителните дялове са изчислени на база брой предприятия, които използват социални медии.

² Относителните дялове са изчислени на база брой предприятия, които използват облачни услуги.



Фиг. 5. Относителен дял на предприятията, които използват облачни услуги, по цели на използване през 2017 година



Интеграция на бизнес процесите

През текущата година, за да осъществяват електронен обмен на информация в рамките на предприятието, 23.3% от тях използват ERP софтуер за организиране на дейностите и обмен на данни между различните функционални звена и 18.6% разполагат с CRM приложение за управление на информация за клиенти. 17.3% от предприятията осъществяват електронен обмен на информация с други предприятия (доставчици или клиенти) в системата за управление на веригата за доставки. Все повече предприятия се възползват от безхартиените технологии и през предходната календарна година 47.4% са изпращали или получавали електронни фактури в стандартизиран формат, подходящи за автоматизирана обработка.

ИКТ специалисти

През 2017 г. всяко пето предприятие (19.2%) има заети лица, чиято основна работа е да разработват, управляват или поддържат ИКТ системи и софтуерни приложения. Големите компании с 250 и повече заети лица предлагат най-много работни места за ИКТ кадри (63.4%), докато при малките предприятия с 10 - 49 заети лица относителният им дял е едва 15.6%. Електронните умения вече са задължително изискване за работещите, но едва 8.9% от работодателите осигуряват някакъв вид обучение, за да повишават квалификацията на служителите си в областта на ИКТ.



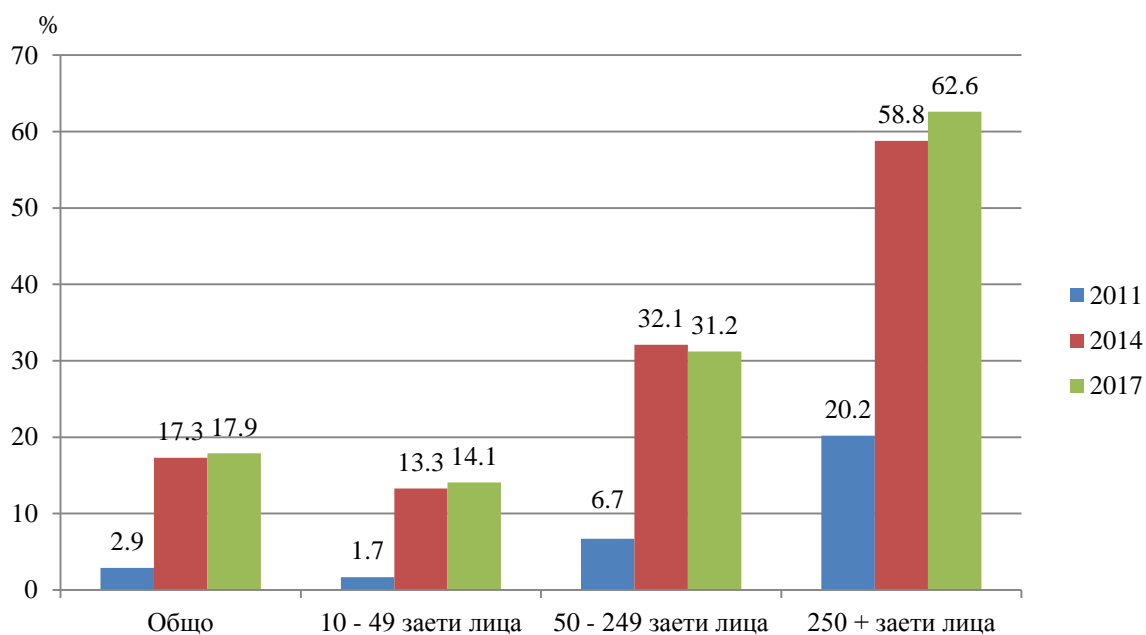
www.nsi.bg

През предходната 2016 г. 8.1% от предприятията са наели или са се опитали да наемат ИКТ специалисти, като почти половината от тях са изпитали трудности при намирането на подходящи кадри (48.2%).

Използване на технологии за радиочестотна идентификация

През 2017 г. в изследването беше включен специален модул за използването на технологии за радиочестотна идентификация. Технологията за радиочестотна идентификация (RFID) представлява метод за автоматично идентифициране и проследяване на обекти чрез използването на четци и тагове, които взаимодействат един с друг посредством радиовълни. Данните показват, че вече почти всяко пето предприятие използва технологии за радиочестотна идентификация (17.9%), докато през 2011 г. относителният дял е бил едва 2.9%.

Фиг. 6. Относителен дял на предприятията, които използват технологии за радиочестотна идентификация по големина на предприятията



Основните цели, за които предприятията използват средства за радиочестотна идентификация, са за разпознаване на лицата или контрол на достъпа (71.7%)¹, като част от процесите на производство и доставка (42.8%) и за идентификация и проследяване на продуктите след тяхното производство (27.3%).

¹ Относителните дялове са изчислени на база брой предприятия, които използват технологии за радиочестотна идентификация.

Електронна търговия

Електронната търговия представлява покупка или продажба на стоки или услуги, осъществена чрез компютърни мрежи, посредством методи, специално предназначени за целите на получаване или изпращане на поръчки. Нейното развитие е основна предпоставка за намаляване на разходите, разрастване на пазара и оптимизиране на бизнес процесите. Онлайн търговията може да бъде осъществена чрез уеббазирани технологии (напр. уебсайт, интернет магазин, уебприложение) или автоматизиран обмен на данни (съобщения от тип EDI).

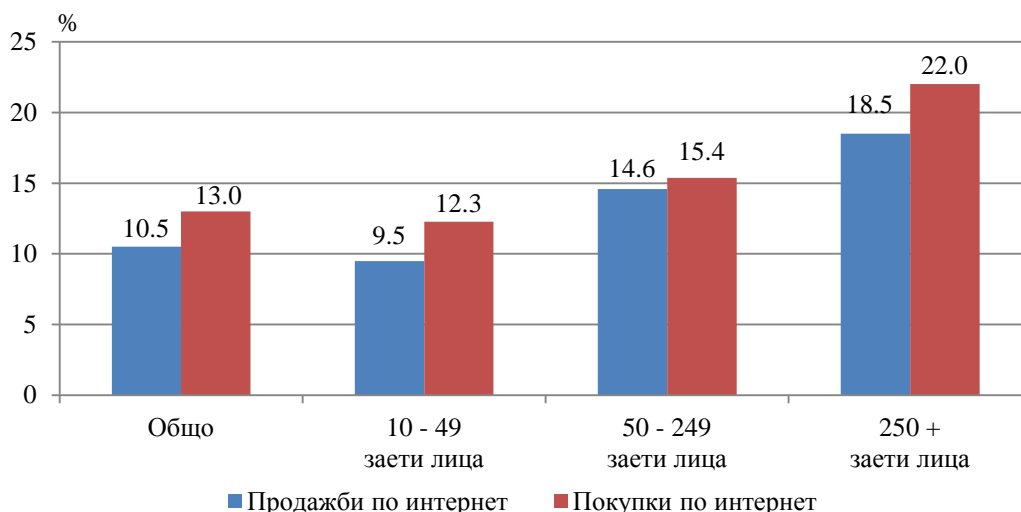
През предходната календарна година 10.5% от предприятията продават своите продукти и услуги онлайн, а реализираният оборот от електронна търговия възлиза на 5.4% от общия оборот на предприятията. Относителният дял на тези, които осъществяват уеб-продажби, е 8.9% при едва 2.1% предприятия, използващи съобщения от тип EDI.

По-голямата част от предприятията, които продават чрез уеб, осъществяват онлайн продажби чрез собствен уебсайт, интернет магазин или уебприложение (88.6%), а 26.9% използват платформи за електронна търговия като eBay, Amazon, Booking.com, eMAG. Най-много продажби са осъществени към клиенти от България (95.4%), но немалко предприятия предлагат своите продукти и услуги на клиенти от други европейски държави (34.5%) или от други страни извън ЕС (19.0%).

Увеличение се наблюдава в относителния дял на предприятията, осъществили покупки онлайн, като през 2016 г. 13.0% от тях са закупили стоки или услуги чрез уебсайт, уебприложения или съобщения от тип EDI, което е с 2.3 процентни пункта повече в сравнение с предходната 2015 година.

Най-активни при използването на електронна търговия са големите предприятия, 22.0% от които извършват покупки по интернет, а 18.5% продават стоки или услуги онлайн (фиг. 7).

Фиг. 7. Относителен дял на предприятията, осъществили покупки и продажби на стоки и услуги по интернет, по големина на предприятията през 2016 година





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 въпросник, за попълването на който предприятията получават покана по електронната поща, или чрез персонално интервю с анкетър, служител на НСИ. Анкетната карта за 2017 г. съдържа няколко модула, чрез които се събира информация за наличието и използването на компютри и интернет от предприятията, използването на облачни технологии, социални медии, автоматизиран обмен на данни, електронна търговия, технологии за радиочестотна идентификация 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).

ERP (Enterprise Resource Planning) е софтуерно приложение, което се използва за управление на ресурсите на предприятието чрез споделяне на информация (вътрешен обмен на информация) между различните функционални звена (напр. счетоводство, планиране, производство, маркетинг и т.н.). ERP обединява всички звена и дейности в предприятието в единна интегрирана информационна система.

CRM (Customer Relationship Management) е софтуерно приложение за управление на информация за бизнес клиенти (управление на взаимоотношенията на предприятието с потребители, клиенти). Това е комбинация от софтуерни решения и аналитичен подход, който даденото предприятие използва, за да следи и организира контактите със своите клиенти.

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 2017 г., могат да бъдат намерени на сайта на НСИ: <http://www.nsi.bg/bg/node/2841> и в Информационна система „Инфостат“.