***Приложение 2***

**НАЦИОНАЛЕН СТАТИСТИЧЕСКИ ИНСТИТУТ 2021**

**НИРД И ИНФОРМАЦИОННО ОБЩЕСТВО**

**ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ В ДОМАКИНСТВАТА И ОТ ЛИЦАТА ПРЕЗ 2021 ГОДИНА**

През 2021 г. 83.5% от домакинствата в България имат достъп до интернет в домовете си, което е с 4.6 процентни пункта повече в сравнение с предходната година. Мобилен достъп до интернет чрез мрежата на мобилните телефонни оператори използват 75.0% от домакинствата, а с фиксирана кабелна връзка разполагат 62.7%.

 **Фиг. 1. Относителен дял на домакинствата с достъп до интернет по видове връзки**



През 2021 г. с най-висок относителен дял на домакинства с достъп до интернет е Югозападният район (86.2%), а с най-нисък е Северозападният район - 73.5%.

От домакинствата, живеещи в градовете, 87.4% разполагат с интернет достъп, а при тези, живеещи в селата, относителният дял е 71.5%. Домакинствата с деца използват по-активно глобалната мрежа, като 96.7% от тях имат достъп до интернет при 80.0% за домакинствата без деца.

**Използване на интернет**

През 2021 г. 73.9% от **лицата на възраст между 16 и 74 навършени години** използват интернет всеки ден или поне веднъж седмично на работа, вкъщи или на друго място, а 61.4% се възползват от ресурсите на глобалната мрежа по няколко пъти на ден. Най-активни потребители на интернет са лицата с висше образование (92.7%), както и младите хора на възраст между 16 и 24 години - 92.9%. Мъжете използват интернет повече от жените - съответно 75.1 и 72.8%.

**Фиг. 2. Честота на използване на интернет от лицата по пол и възраст през 2021 година**



Най-предпочитаното устройство за достъп до интернет e мобилният телефон (смартфон), който се използва от 71.8% от лицата, следван от:

 лаптоп - 30.7%;

 настолен компютър - 25.6%;

 таблет - 10.8%;

 друго устройство (смарт телевизор, конзола за видеоигри, четец за електронни книги, смарт часовник) - 6.0%.

Потребителите най-често използват глобалната мрежа с цел комуникация, като 63.4% посочват, че извършват телефонни или видео разговори по интернет (чрез приложения като Viber, WhatsApp, Skype, FaceTime, Messenger, Snapchat), а 60.0% участват в социални мрежи (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok и др.).

**1. Относителен дял на лицата по цели на използване на интернет и**

**пол през 2021 година** проценти

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Цели**  | **Общо**  | **Мъже**  | **Жени**  |

|  |
| --- |
| **Комуникация**  |
| Телефонни или видео разговори по интернет  | **63.4**  | 64.5  | 62.4  |
| Участие в социални мрежи  | **60.0**  | 59.5  | 60.6  |
| Размяна на съобщения в реално време  | **56.5**  | 56.7  | 56.3  |
| Изпращане/получаване на имейли (е-поща)  | **43.5**  | 43.6  | 43.5  |
| **Достъп до информация**  |
| Четене на сайтове за новини онлайн, вестници, списания  | **54.4**  | 55.9  | 52.9  |
| Намиране на информация за стоки и услуги  | **45.7**  | 45.3  | 46.2  |
| Търсене на здравна информация  | **36.0**  | 29.5  | 42.3  |
| **Обществено и политическо участие**  |
| Изразяване на мнение по обществени или политически въпроси в уебсайт или в социалните медии  | **15.1**  | 15.4  | 14.9  |
| Участие в онлайн консултации, анкети или гласувания по обществени или политически въпроси  | **4.0**  | 4.0  | 4.0  |
| **Професионален живот**  |
| Търсене или кандидатстване за работа по интернет  | **6.7**  | 6.8  | 6.5  |
| **Други онлайн услуги**  |
| Интернет банкиране  | **14.9**  | 14.7  | 15.0  |
| Продажба на стоки и услуги чрез уебсайт или приложение  | **6.2**  | 7.2  | 5.2  |

**Взаимодействие с публични институции**

През последните 12 месеца 26.6% от лицата използват глобалната мрежа за взаимодействие с органите на държавната и местната власт с цел:

 получаване на информация от уебсайт или приложение на публична институция - 19.1%;

подаване онлайн на попълнени формуляри, декларации или отчети - 15.5%;

 изтегляне на официални документи, формуляри, декларации, отчети и др. - 13.4%.

При използването на предлаганите онлайн услуги от публични институции жените са по-активни от мъжете - съответно 27.8 и 25.3%.

**Електронна търговия**

Делът на лицата, които през последните три месеца пазаруват онлайн за лични цели, е 19.6%, като най-активни са лицата с висше образование (38.8%), както и хората във възрастовата група 25 - 34 години (34.3%). Жените пазаруват онлайн повече от мъжете - съответно 20.3 и 18.8%.

**Фиг. 3. Структура на лицата, които купуват стоки и услуги за лични цели**

**по интернет, по пол и възраст през 2021 година**



Стоките, които най-често пазаруват потребителите по интернет са:

 дрехи, обувки и аксесоари - 76.4%1;

 спортни стоки - 23.5%;

 мебели, стоки за дома, градински принадлежности - 22.2%;

услуги, свързани с настаняване (от хотели, туристически агенции, туроператори или от частни лица) - 19.4%;

 доставки от ресторанти, вериги за бързо хранене, кетъринг - 18.9%;

 козметика, продукти за красота и здраве - 18.8%.

От пазарувалите по интернет през последните три месеца, 96.1% купуват стоки и услуги от търговци от България, 29.7% от търговци от държави - членки на ЕС, а 16.5% пазаруват онлайн от други държави.

Основните причини, поради които лицата не пазаруват по интернет, са: предпочитание към пазаруването на място, лоялност към магазините или просто навик (31.4%); липса на необходимост за пазаруване онлайн (14.3%) и недостатъчни умения за пазаруване онлайн - 7.6%.

**Цифрови умения**

През 2021 г. 39.1% от лицата умеят да копират или преместват файлове, 27.9% могат да работят със софтуер за обработка на текст, а 25.0% се справят със сваляне и инсталиране на софтуер или приложения.

**2. Относителен дял на лицата, притежаващи цифрови умения**

**по образование през 2021 година (Проценти)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Цифрови умения**  | **Общо**  | **Основно или по-ниско образование**  | **Средно образование**  | **Висше образование**  |
| Копиране или преместване на файлове между папки, устройства или в облак  | **39.1**  | 17.3  | 34.9  | 72.5  |
| Използване на софтуер за текстообработка  | **27.9**  | 11.2  | 21.2  | 62.2  |
| Сваляне или инсталиране на софтуер или приложения  | **25.0**  | 11.6  | 21.6  | 47.6  |
| Създаване на файлове, съдържащи няколко елемента като текст, изображение, таблица, графика, анимация, звук  | **20.0**  | 8.9  | 14.2  | 46.3  |
| Промяна на настройките на софтуер, приложение или устройство  | **18.8**  | 8.4  | 15.7  | 37.4  |
| Редактиране на снимки, видео или аудио файлове  | **18.6**  | 9.6  | 17.2  | 31.6  |
| Използване на софтуер за електронни таблици  | **14.4**  | 5.3  | 8.3  | 39.2  |
| Писане на програмен код на език за програмиране  | **1.1**  | 0.1  | 0.6  | 3.4  |

През 2021 г. 38.1% от лицата посочват, че са срещали в новинарски сайтове в интернет или в социалните медии информация, която считат за невярна или съмнителна. От тях 41.7% проверяват нейната достоверност чрез:

 проверка на източниците или намиране на друга информация в интернет - 71.1%1;

1 Относителните дялове са изчислени на базата на броя лица, които проверяват достоверността на информацията в интернет.

 проследяване на коментарите или участие в обсъждане по интернет - 46.0%;

 обсъждане на информацията извън интернет с други лица или чрез използване на източници извън интернет - 41.8%.

**Поверителност и защита на личната информация в интернет**

През 2021 г. 47.1% от лицата извършват дейности, свързани с управлението на достъпа до тяхната лична информация в интернет, като:

 запознаване с декларациите за поверителност преди предоставяне на лична информация - 34.4%;

 ограничаване или отказване на достъпа до информация за географското местоположение - 19.7%;

 отказване от използването на лични данни с рекламна цел - 18.8%;

 ограничаване на достъпа до профил или до собствено съдържание в социални медии - 17.7%.

Притеснения, че дейностите в интернет се записват с цел показване на персонализирани реклами имат 37.3% от лицата, а 9.1% използват софтуер за ограничаване на възможността за проследяване на действията им в интернет.

Повече от половината от лицата (52.6%) са запознати с факта, че „бисквитките“ (cookies) могат да бъдат използвани за проследяване на уебсайтовете, които посещават, а 15.5% са променяли настройките на интернет браузъра си, за да ограничат броя на „бисквитките“, които се съхраняват на устройствата им.

**ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕДПРИЯТИЯТА ПРЕЗ 2021 ГОДИНА**

През 2021 г. 96.1% от **нефинансовите предприятия с 10 и повече заети лица** имат достъп до интернет. С фиксирана интернет връзка разполагат 85.7% от предприятията, като при 39.8% максималната скорост за сваляне на данни е по-висока от 100 Mbps. Близо две трети (63.4%) от предприятията с 250 и повече заети лица разполагат със скорост за сваляне на данни по-висока от 100 Mbps.

|  |
| --- |
|  **1. Относителен дял на предприятията с достъп до интернет по големина на предприятията и икономически дейности през 2021 година** (Проценти)  |
|  **Достъп до интернет**  | **Фиксирана връзка**  | **Скорост за сваляне на данни ≥ 100 Mbps**  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **Общо**  | **96.1**  | **85.7**  | **39.8**  |
| **По големина на предприятията**  |
| 10 - 49 заети лица  | 95.4  | 83.8  | 36.6  |
| 50 - 249 заети лица  | 99.3  | 94.2  | 53.3  |
| 250 и повече заети лица  | 100.0  | 97.7  | 63.4  |
| **По икономически дейности**  |
| Преработваща промишленост  | 96.9  | 85.1  | 38.0  |
| Електрическа и топлинна енергия, горива; води и управление на отпадъци  | 99.5  | 98.5  | 46.4  |
| Строителство  | 96.4  | 86.2  | 36.4  |
| Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети  | 96.0  | 86.6  | 36.8  |
| Транспорт, складиране и пощи  | 96.6  | 82.6  | 38.3  |
| Хотелиерство и ресторантьорство  | 89.7  | 77.6  | 32.1  |
| Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения  | 100.0  | 96.6  | 73.7  |
| Операции с недвижими имоти  | 100.0  | 89.8  | 23.0  |
| Професионални дейности и научни изследвания  | 99.8  | 93.3  | 58.5  |
| Административни и спомагателни дейности  | 93.9  | 78.8  | 44.8  |

 През 2021 г. 58.4% от предприятията предоставят на служителите си преносими устройства, даващи възможност за мобилна интернет връзка чрез мобилните телефонни мрежи, което е с 5.5 процентни пункта повече в сравнение с предходната година (фиг. 1).

**Фиг. 1. Относителен дял на предприятията, които предоставят на служителите си преносими устройства с мобилна интернет връзка, по големина на предприятията**



Относителният дял на заетите лица в предприятията, които разполагат с достъп до интернет, е 36.8%, а 17.6% използват преносими устройства с мобилна интернет връзка за служебни цели. Най-много заети лица използват интернет и преносими устройства с мобилна връзка в сектор „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения“ - съответно 92.3 и 54.6%.

**2. Относителен дял на заетите лица, които имат достъп до интернет**

 **и използват преносими устройства с мобилна интернет връзка, по големина на предприятията през 2021 година**

|  |
| --- |
|  (Проценти)  |
| **Големина на предприятията**  | **Заети лица с достъп до интернет**  | **Заети лица, използващи преносими устройства с мобилна връзка**  |
| **Общо**  | **36.8**  | **17.6**  |
| 10 - 49 заети лица  | 38.0  | 18.2  |
| 50 - 249 заети лица  | 35.7  | 17.7  |
| 250 и повече заети лица  | 36.6  | 16.9  |

**Използване на уебсайт**

През 2021 г. 51.9% от предприятията разполагат със собствен уебсайт, като най-голям е техният дял при фирмите с 250 и повече заети лица - 87.7%.

На своя уебсайт предприятията основно предоставят следните функционалности:

 информация за предлаганите стоки и услуги - 77.2%1;

 връзка или препратка към профила си в социална медия - 35.0%;

 възможност за онлайн поръчки или резервации на стоки и услуги - 24.1%;

 проследяване или проверка на статуса на направените поръчки - 14.9%.

**Използване на социални медии**

През 2021 г. 38.9% от предприятията използват различни видове социални медии, за да развиват дейността си и да разширяват своето присъствие в интернет, като относителният им дял се е повишил с 5.1 процентни пункта в сравнение с 2019 година. Най-популярни са социалните мрежи (Facebook, LinkedIn, Xing, Yammer и др.), в които 37.9% от предприятията поддържат свой профил, следвани от уебсайтовете за споделяне на мултимедия (YouTube, Instagram, Flickr, SlideShare, Pinterest, Snapchat и др.) - 11.9%.

**Фиг. 2. Относителен дял на предприятията, които използват социални медии**



**Използване на компютърни услуги в облак (cloud computing)**

През 2021 г. 12.8% от предприятията използват платени компютърни услуги в облак, за да оптимизират бизнес процесите си, като основни потребители са големите предприятия с повече от 250 заети лица (44.6%).

Основните цели, за които предприятията използват облачните решения, са:

 електронна поща - 79.7%1;

 съхранение на файлове - 67.7%;

 офис софтуер - 60.2%.

**Фиг. 3. Относителен дял на предприятията, които използват платени компютърни услуги в облак, по цели на използване през 2021 година**



**Интернет на вещите (Internet of Things)**

Интернет на вещите се отнася до взаимносвързани устройства, наричани още интелигентни или смарт устройства, които събират и обменят данни помежду си и могат да бъдат наблюдавани или контролирани дистанционно по интернет. През 2021 г. 15.0% от предприятията използват различни видове взаимносвързани устройства или системи с цел оптимизация на бизнеса.

**3. Относителен дял на предприятията, които използват взаимносвързани устройства, по цели на използване и големина на предприятията през 2021 година**

 (Проценти)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Цели на използване**  | **Общо**  | **10 - 49 заети лица**  | **50 - 249 заети лица**  | **250 и повече заети лица**  |
| **Общо**  | **15.0**  | **13.8**  | **19.8**  | **26.3**  |
| Управление на потреблението на енергия  | 2.4  | 1.7  | 4.6  | 11.9  |
| Сигурност на помещенията  | 11.4  | 10.5  | 15.1  | 18.7  |
| Наблюдение и автоматизиране на производствения процес  | 2.5  | 1.8  | 5.1  | 10.4  |
| Управление на логистиката  | 4.2  | 3.5  | 7.0  | 9.6  |
| Поддръжка, съобразена с конкретните условия  | 3.0  | 2.2  | 5.8  | 10.5  |
| Обслужване на клиенти  | 3.0  | 2.7  | 4.6  | 5.1  |

**Електронна търговия**

Електронната търговия представлява покупка или продажба на стоки и услуги по интернет и може да бъде осъществена чрез уебсайт, уебприложение или чрез автоматизиран обмен на данни (съобщения от тип EDI).

През предходната 2020 г. 11.8% от предприятията продават стоки и услуги онлайн, а реализираният оборот от електронна търговия възлиза на 6.2% от общия им оборот. Относителният дял на тези, които осъществяват уебпродажби чрез собствен уебсайт или приложение, е 8.4%, а на използващите електронни пазари за търговия със стоки и услуги по интернет като eBay, Booking.com, Amazon, Alibaba, eMAG и др. - 4.4%. Електронни продажби чрез съобщения от тип EDI извършват 2.0% от предприятията.

От предприятията, които осъществяват уебпродажби, 97.2% продават стоки и услуги на клиенти от България, 32.5% на клиенти от държави - членки на ЕС, а 21.4% имат клиенти от други държави.

За десетгодишен период относителният дял на предприятията, които продават стоки и услуги чрез електронна търговия, се е увеличил близо два пъти (фиг. 4).

**Фиг. 4. Относителен дял на предприятията, които продават стоки и услуги по интернет, по големина на предприятията**



**Влияние на COVID-19**

Пандемията от COVID-19 постави сериозни предизвикателства пред бизнеса и наложи предприемането на мерки за повишаване на гъвкавостта на работния процес. През предходната 2020 г. в предприятията са настъпили следните промени по отношение на отдалечения достъп:

 при 17.2% са се увеличили заетите лица, които имат отдалечен достъп до служебната електронна поща;

 при 14.7% са се увеличили заетите лица, които имат отдалечен достъп до ИКТ системите на предприятието (различни от електронна поща);

 при 23.3% се е увеличил броят на проведените отдалечени работни срещи.

При по-голямата част от предприятията тези промени са предизвикани изцяло от пандемията от COVID-19 (фиг. 5).

**Фиг. 5. Структура на предприятията, според степента на влияние на COVID-19 върху организацията на работния процес през 2020 година**

