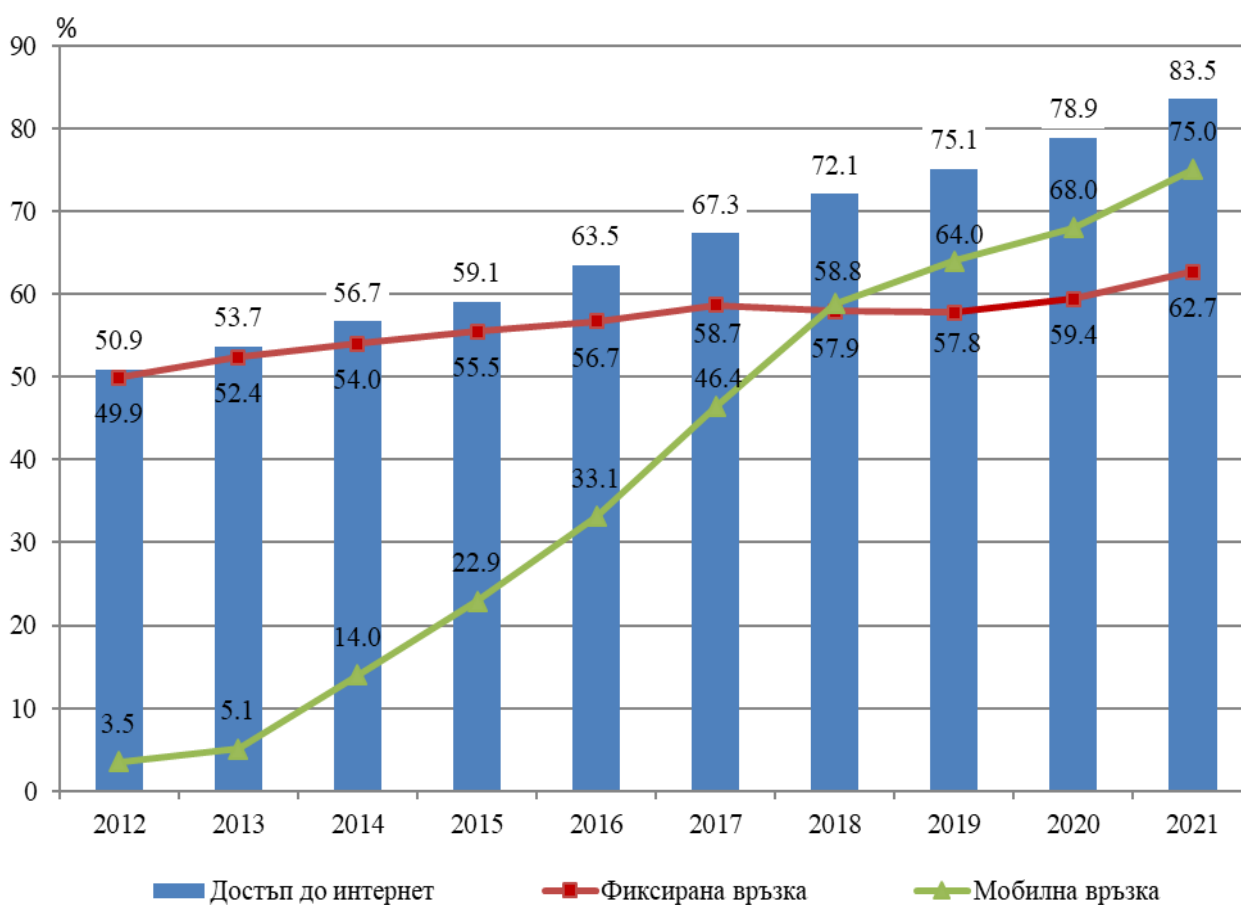


ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ В ДОМАКИНСТВАТА И ОТ ЛИЦАТА ПРЕЗ 2021 ГОДИНА

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



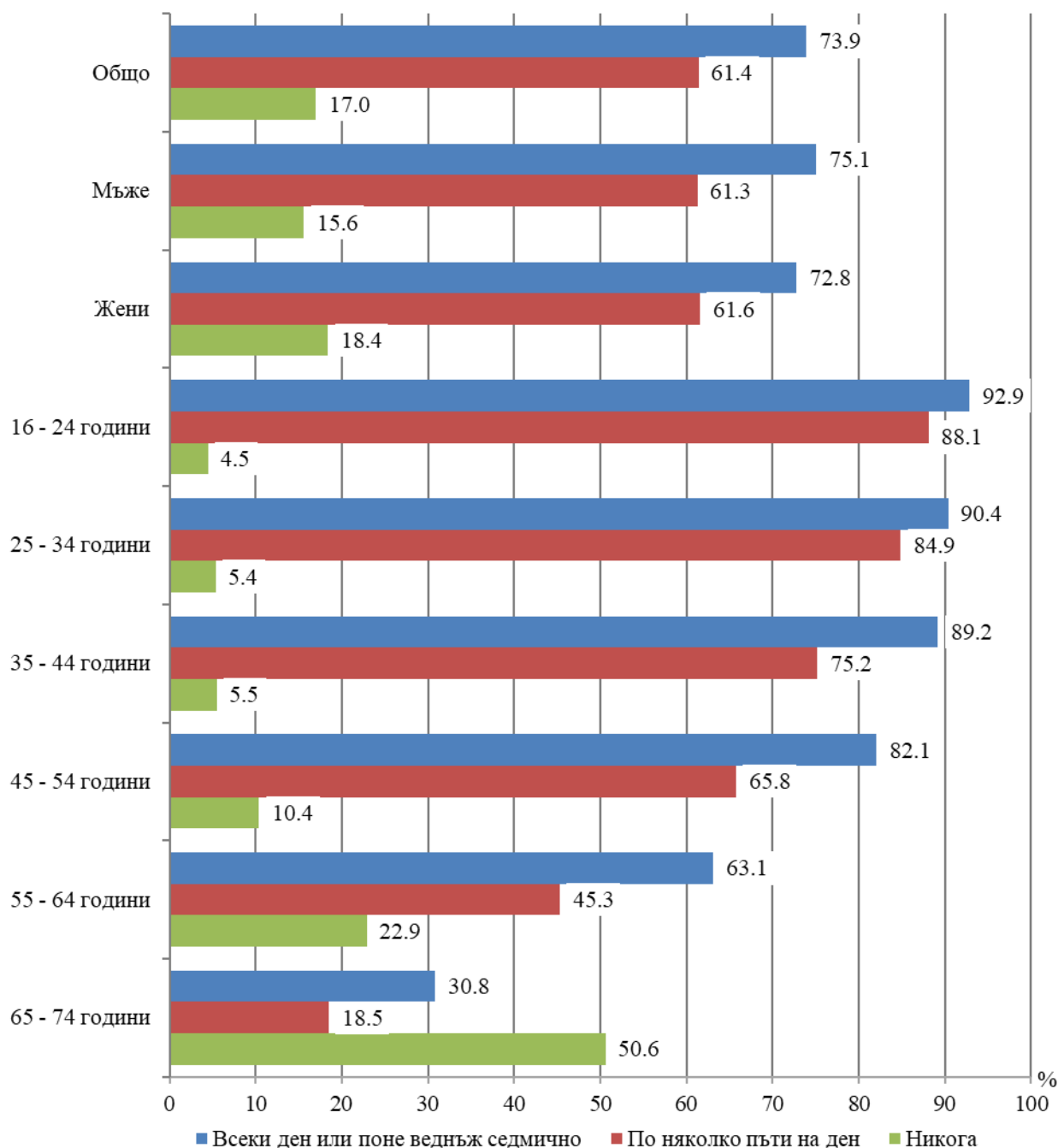
През 2021 г. с най-висок относителен дял на домакинства с достъп до интернет е Югозападният район (86.2%), а с най-нисък е Северозападният район - 73.5%.

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 е 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

Цели	(Проценти)		
	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%;

www.nsi.bg

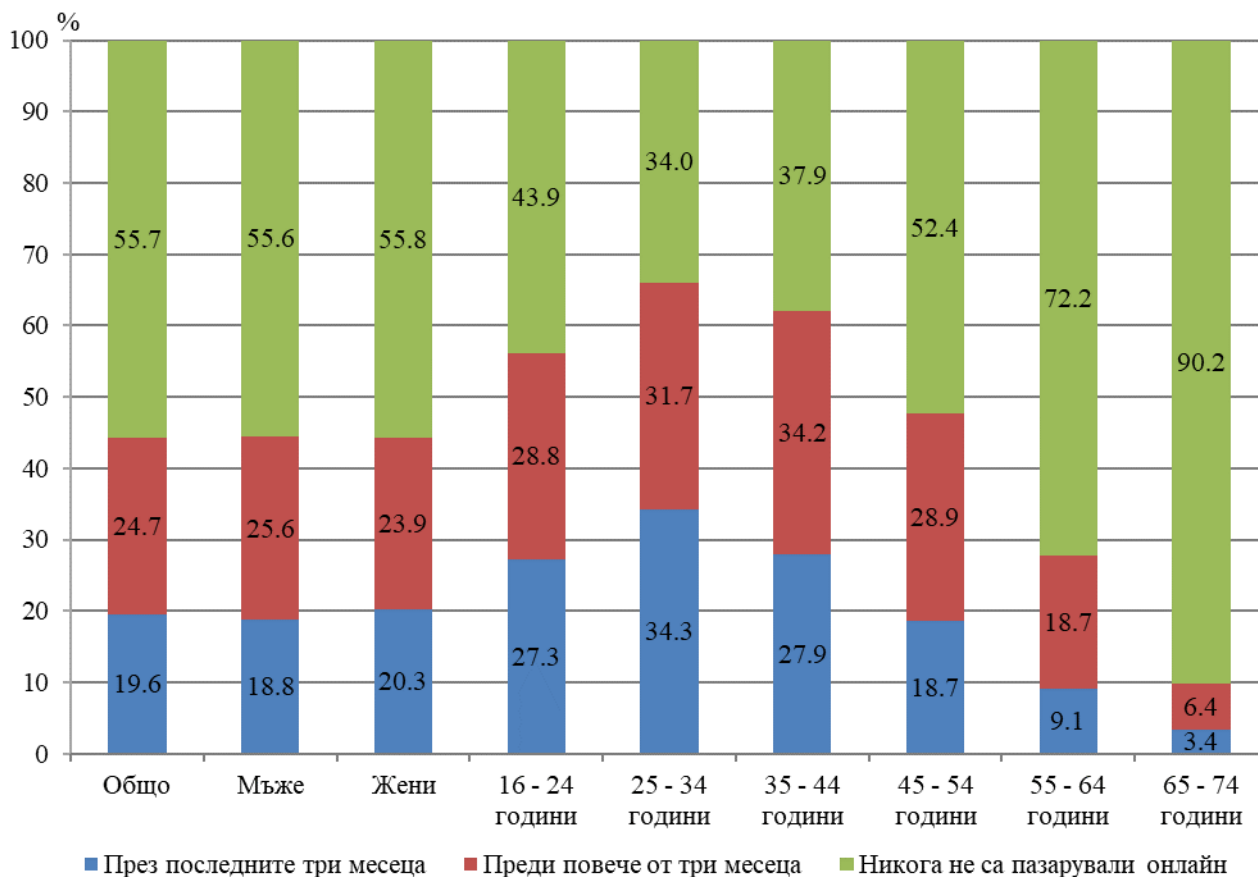
- подаване онлайн на попълнени формуляри, декларации или отчети - 15.5%;
- изтегляне на официални документи, формуляри, декларации, отчети и др. - 13.4%.

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%;

¹ Относителните дялове са изчислени на базата на броя лица, които купуват стоки и услуги през последните три месеца.

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

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

www.nsi.bg

- 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.

Методологични бележки

Изследването за използване на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) в домакинствата и от лицата е част от Европейската статистическа програма и се провежда ежегодно в България съгласно Регламент за изпълнение (ЕС) 2020/1013 на Европейската комисия. Изследването се финансира съвместно от НСИ и Европейската комисия съгласно подписано споразумение между двете институции. Основната му цел е получаване на надеждни сравними данни, които да отразяват разпространението и използването на ИКТ на национално и европейско ниво.

Обект на изследването са домакинствата и лицата в домакинствата. Единица на наблюдение са **всички обикновени домакинства и лицата в тях на възраст от 16 до 74 навършени години**. През периода април - юни 2021 г. са анкетирани 4 091 домакинства, избрани на случаен принцип, и 8 796 лица в тези домакинства на възраст от 16 до 74 години. Методът на анкетиране е персонално интервю, проведено от анкетатор, служител на НСИ. Анкетната карта за 2021 г. съдържа няколко модула, които събират информация за наличие и използване на интернет от домакинствата и лицата, електронно правителство, електронна търговия, е-умения, поверителност и защита на личната информация в интернет и др., както и въпроси, свързани със социално-демографските характеристики на домакинствата и лицата. По време на изследването са събрани данни за три времеви интервала: към момента на интервюто; за последните три месеца преди интервюто и за последните 12 месеца преди интервюто.

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

Под **мобилна връзка** се разбира интернет връзка чрез мобилната телефонна мрежа (поне 3G), чрез използване на SIM карта или флашка за мобилен интернет, мобилен телефон или смартфон като точка за достъп.

„Бисквитките“ (cookies) представляват малки текстови файлове, които даден уебсайт запазва на устройството на потребителя. Целта им е да съхранят информация, свързана с предпочитанията и поведението на потребителя при използване на уебсайта.

Повече информация и данни от изследванията за използването на информационни и комуникационни технологии в домакинствата и от лицата, както и анкетна карта за изследването през 2021 г., могат да се намерят на сайта на НСИ (<http://www.nsi.bg/bg/node/2805>) и в Информационна система ИНФОСТАТ (https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/module.jsf?x_2=240).