



МОНИТОРИНГ НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ В БЪЛГАРИЯ

МАЙ 2002

Съдържание

1. МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО
2. ДОСТЪП ДО КОМПЮТЪР
3. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ
4. СТРУКТУРА НА ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ИНТЕРНЕТ

МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Основната цел на провеждания от Витоша Рисърч мониторинг на новите информационни технологии е системното периодично наблюдение на разпространението и използването на персонални компютри и Интернет от българското население. Анализът на резултатите от проведените мониторинг се основава на данни от национални представителни изследвания, проведени от Витоша Рисърч в периода 2000 – 2002 г. Методът на набиране на информация е персонално стандартизирано интервю. Във всички проведени изследвания е използван моделът на случайна, двустепенна гнездова извадка, представителна за пълнолетното българско население. Размерът на извадката на проведените изследвания е както следва:

- *Април 2000: N=1161;*
- *Септември 2000: N=1158;*
- *Юни 2001: N=1066;*
- *Октомври 2001: N=971;*
- *Май 2002: N=1170.*

Основните наблюдавани индикатори са следните:

1. **ДОСТЪП ДО КОМПЮТЪР:** оценява дела на хората, имащи достъп до персонален компютър и местата за ползване на компютър.
2. **ПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ:** измерва дела на ползващите Интернет сред пълнолетното българско население и сред имащите достъп до компютър.
3. **СТРУКТУРА НА ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ИНТЕРНЕТ:** оценява честотата на използване на Интернет и електронна поща, както и целите, за които се използва Интернет.

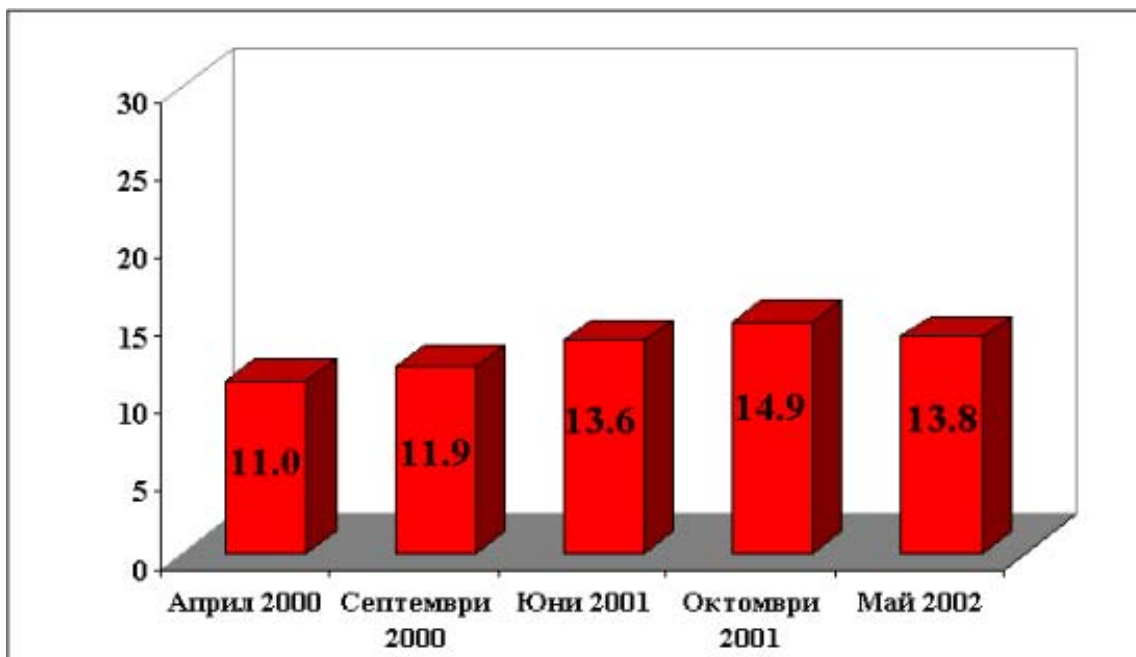
1. ДОСТЪП ДО КОМПЮТЪР

Степента на навлизане на информационните технологии във всекидневния живот на българите може да бъде оценена като относително ниска (*Фигура 1.1*). Приблизителният брой на ползвателите на персонални компютри над 18г. към май 2002 г. е около 886 000 души¹ (13,8% от пълнолетното население на страната).

1

¹ Тази оценка се базира на данните от преброяването на населението (март 2001 г.), на основата на което общият брой на населението над 18 г. е 6 417 869, а 1% от извадката съответства на 64 180 души. [Back](#)

ФИГУРА 1.1. ДОСТЪП ДО КОМПЮТЪР (%)



Източник : Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000-2002)

База: Всички респонденти (Април 2000: N=1161; Септември 2000 : N=1158; Юни 2001: N=1066; Октомври 2001: N=971; Май 2002: N=1170)

Социално-демографската структура на хората, имащи достъп до компютър, очертава няколко специфични особености (Таблица 1.1):

- Най-висок е дялът на имащите достъп до компютър сред хората с висше образование – през май 2002 достъп до компютър имат 49% от представителите на тази група.
- Групата на 18-40 годишните е тази, която в най-голяма степен ползва компютри.
- Докато през 2000 г. практически не съществува разлика в достъпа до компютри между мъжете и жените, то през май 2002 г. дялът на жените с достъп до компютър е почти 5% по-висок от този на мъжете.
- Достъпът до компютри е съсредоточен в големите градове и главно в София.

ТАБЛИЦА 1.1. ДОСТЪП ДО КОМПЮТЪР ПО СОЦИАЛНО-ДЕМОГРАФСКИ ГРУПИ (%)

	Април 2000	Септември 2000	Юни 2001	Октомври 2001	Май 2002
Пол					
Мъже	11,1	11,8	13,8	14,9	11,9
Жени	10,8	11,8	13,4	15,0	15,7
Образование					
Основно и по-ниско	1,2	0,5	1,5	1,8	1,6
Средно	8,4	11,1	15,6	15,0	12,3
Полувисше	20,2	13,6	12,0	15,1	19,1
Висше	42,7	51,7	46,1	45,3	49,0
Възраст					
18-19	28,5	26,8	46,7	47,4	36,4
20-29	19,4	17,4	27,2	27,1	23,0
30-39	14,9	20,2	19,5	22,4	22,0
40-49	17,5	14,5	18,2	27,4	16,1
50-59	8,0	9,8	8,5	9,2	13,3
60-69	2,6	3,2	1,7	3,7	1,7
70-79	0,0	1,4	0,0	1,5	0,8
80 и повече	2,5	0,0	0,0	0,0	2,3
Размер на населеното място					
До 999	n/a	0,5	0,5	n/a	1,8
1000-4999	n/a	2,1	0,7	n/a	5,6
5000-19 999	n/a	8,1	5,5	n/a	9,7
20 000-99 999	n/a	12,0	16,4	n/a	12,8
100 000-499 999	n/a	17,6	21,1	n/a	21,5
София	n/a	30,4	34,0	n/a	33,3
База (всички респонденти)	1161	1158	1066	971	1170

Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

В Таблица 1.2 са представени местата, където българските граждани имат достъп до компютър:

- Най-голяма част от изследваните имат достъп до компютърна техника на работното си място.

- Със стабилен темп нараства и дялът на хората, които ползват компютър вкъщи в периода 2000-2001г. Тази тенденция е преустановена през 2002г.

ТАБЛИЦА 1.2. МЯСТО НА ДОСТЪПА ДО КОМПЮТЪР (%)

	Април 2000	Септември 2000	Юни 2001	Октомври 2001	Май 2002
В къщи	2,6	4,4	5,3	7,5	4,8
На работа	6,3	7,5	7,2	7,0	9,1*
На друго място (училище, обществени места, приятели и т.н.)	3,1	2,1	6,5	4,1	2,5
База (всички респонденти):	1161	1158	1066	971	1170

Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

* Стойността за май 2002г. отразява дела на хората, имащи достъп до компютър на работното място и/или в учебно заведение.

2. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ

Въпреки че използването на Интернет като цяло нараства, дялът на потребителите спрямо цялото население на България все още остава относително нисък. Към май 2002 г. само 8,9% от пълнолетното население използва Интернет (*Графика 2.1*). В сравнение с април 2000 г. обаче, броят на Интернет потребителите почти се е удвоил и достига близо 600 000 души.

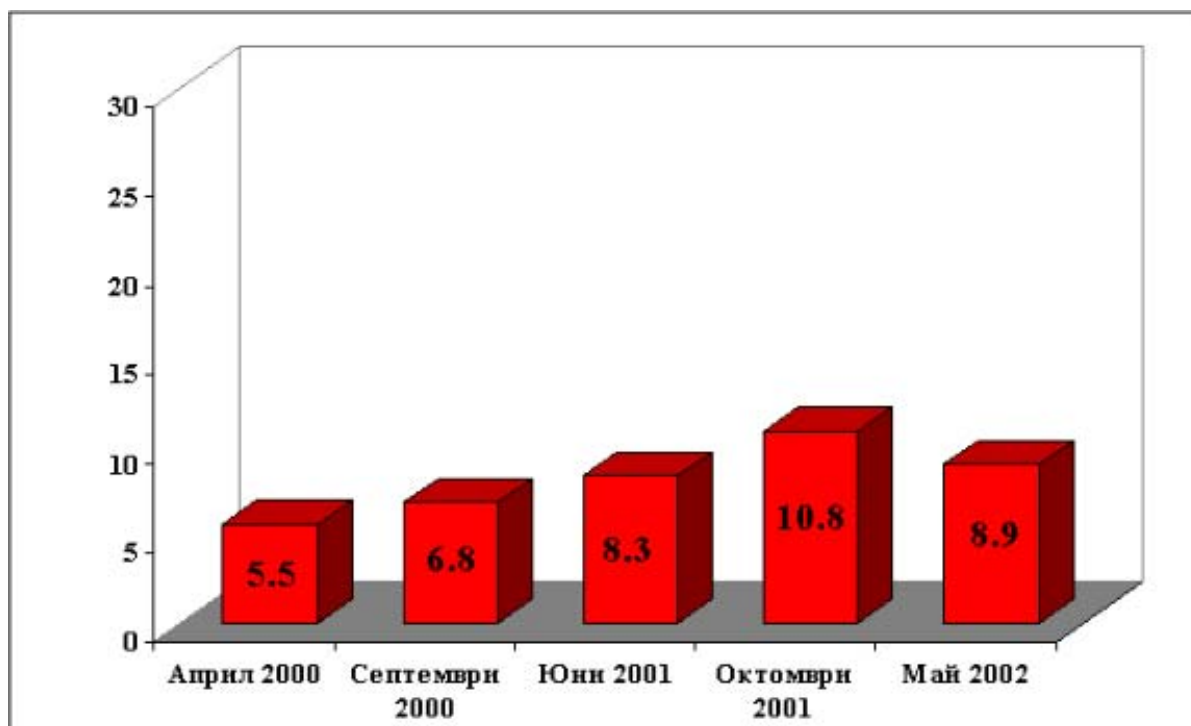
Степента на използване на Интернет в България може да бъде оценена по-адекватно, ако се сравни с броя и дела на Интернет ползвателите в някои страни (*Таблица 2.1*):

ТАБЛИЦА 2.1. ПОЛЗВАТЕЛИ НА ИНТЕРНЕТ В НЯКОИ ДЪРЖАВИ

Държава	Население	Интернет потребители (източник)	Интернет потребители (% от населението)
Великобритания	59.6 млн.	33.0 млн. (<i>Jupiter MMXI</i>)	55.4%
Германия	83 млн.	26 млн. (<i>Forsa</i>)	31.3%
Гърция	10.6 млн.	1.3 млн. (<i>VPRC</i>)	12.3%
Полша	39.0 млн.	4.9 млн. (<i>Zycie</i>)	12.6%
САЩ	278 млн.	149 млн. (<i>Computer Industry Almanac</i>)	53.6%
Турция	66.5 млн.	3.7 млн. (<i>IBS</i>)	5.6%
Унгария	10.1 млн.	730,000 (<i>NetSurvey</i>)	7.2%
Хърватско	4.3 млн.	300,000 (<i>IDC</i>)	7.0%
Чехия	10.2 млн.	2.2 млн. (<i>GfK</i>)	21.6%

Източник: "Cyber Atlas", 21 март, 2002 г.

**ГРАФИКА 2.1. ОТНОСИТЕЛЕН ДЯЛ НА ПОЛЗВАЩИТЕ ИНТЕРНЕТ
(% ОТ НАСЕЛЕНИЕТО НА СТРАНАТА НАД 18 ГОД.)**



Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

База: Всички респонденти (Април 2000: N=1161; Септември 2000 : N=1158; Юни 2001: N=1066; Октомври 2001: N=971; Май 2002: N=1170)

Социално-демографските характеристики на ползващите Интернет са сходни с тези на имащите достъп до компютър (Таблица 2.2).

ТАБЛИЦА 2.2. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ ПО СОЦИАЛНО-ДЕМОГРАФСКИ ГРУПИ (%)

	Април 2000	Септември 2000	Юни 2001	Октомври 2001	Май 2002
Пол					
Мъже	6,0	7,4	9,4	12,3	8,0
Жени	5,1	6,3	7,3	9,6	9,7
Образование					
Основно и по-ниско	0,7	0,5	0,7	1,5	1,3
Средно	5,0	6,0	9,7	10,0	6,7
Полувисше	5,4	6,1	8,0	7,5	10,6
Висше	20,6	31,9	28,1	35,8	35,9
Възраст					
18-19	17,9	23,6	33,3	42,1	33,3
20-29	13,7	11,9	21,0	21,8	18,7
30-39	7,2	9,9	12,6	17,5	13,4
40-49	6,6	9,0	7,7	17,8	8,5
50-59	2,9	3,8	4,8	5,7	5,7
60-69	1,6	1,6	0,0	1,6	1,7
70-79	0,0	0,7	0,0	1,5	0,0
80 и повече	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Размер на населеното място					
До 999	n/a	0,5	0,0	n/a	0,9
1000-4999	n/a	1,6	0,0	n/a	2,5
5000-19 999	n/a	3,4	1,6	n/a	3,6
20 000-99 999	n/a	6,1	8,7	n/a	9,5
100 000-499 999	n/a	9,3	16,1	n/a	13,5
София	n/a	20,2	20,8	n/a	24,1
База (всички респонденти):	1161	1158	1066	971	1170

Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

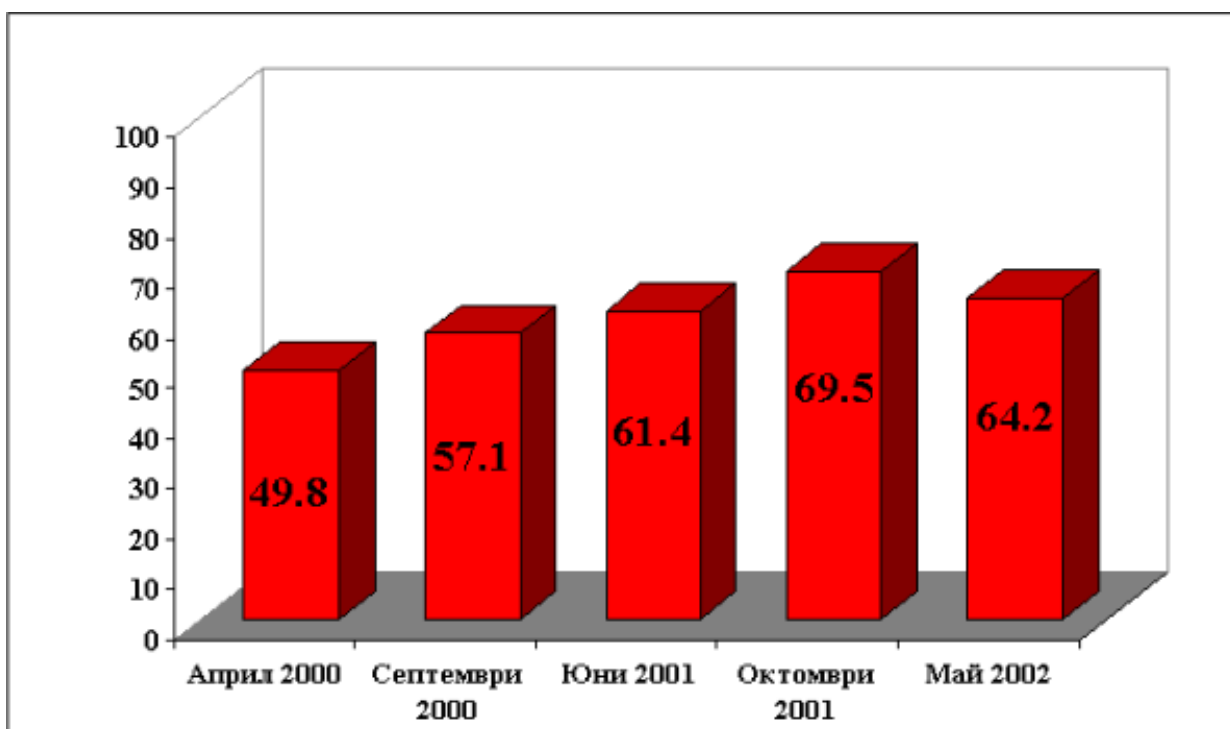
Анализът на данните води до следните основни изводи:

- По отношение броя на използващите Интернет не се наблюдават значими различия сред мъжете и жените;
- Хората с висше образование са най-активните потребители на Интернет.

- Интернет се използва главно от младите хора – над половината от имащите достъп до компютър и ползващи Интернет са на възраст 18-30 години.
- По-голямата част от използващите Интернет са съсредоточени в големите градове и най-вече в София, където са концентрирани една четвърт от ползващите Интернет.

В периода април 2000 г. – май 2002 г. дялът на Интернет ползвателите сред имащите достъп до компютър е нараснал с около 20% (Фигура 2.2).

ФИГУРА 2.2. ДЯЛ НА ПОЛЗВАЩИТЕ ИНТЕРНЕТ СРЕД ОТ ИМАЩИТЕ ДОСТЪП ДО КОМПЮТЪР (%)



Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

База: Хора, които имат достъп до компютър
 (Април 2000: N=127; Септември 2000: N=136; Юни 2001: N=145;
 Октомври 2001: N=145; Май 2002: N=162)

3. СТРУКТУРА НА ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ИНТЕРНЕТ

Типичният потребител на Интернет посещава виртуалното пространство поне веднъж седмично (Таблица 3.1). Постоянно, макар и с ниски темпове, се увеличава и делът на най-активно ползващите Интернет (тези, които използват световната мрежа няколко пъти дневно).

ТАБЛИЦА 3.1. ЧЕСТОТА НА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ (%)

	Април 2000	Септември 2000	Юни 2001	Октомври 2001	Май 2002
Няколко пъти дневно	0,4	0,9	0,9	1,4	1,3
Най-малко един път дневно	1,0	1,4	2,5	1,9	1,4
Най-малко един път седмично	2,2	1,6	3,2	3,8	3,8
Най-малко един път месечно	0,9	0,8	1,0	1,1	0,8
По-рядко	1,0	2,1	0,7	2,6	1,6
Общо	5,5	6,8	8,3	10,8	8,9
База (всички респонденти):	1161	1158	1066	971	1170

Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

Честотата на използване на електронна поща е аналогична с тази на Интернет потреблението (Таблица 3.2). Като цяло нараства групата на хората, за които ползването на световната информационна мрежа (Интернет като цяло и в частност на електронната поща) се превръща в ежедневна практика.

ТАБЛИЦА 3.2. ЧЕСТОТА НА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЕЛЕКТРОННА ПОЩА (%)

	Април 2000	Септември 2000	Юни 2001	Октомври 2001	Май 2002
Няколко пъти дневно	0,7	1,0	0,8	1,0	1,1
Най-малко един път дневно	1,1	1,4	1,3	1,8	1,2
Най-малко един път седмично	2,0	1,8	2,3	3,2	3,0
Най-малко един път месечно	0,3	0,5	1,0	0,7	1,1
По-рядко	1,2	1,3	1,4	2,6	1,3
Общо	5,3	6,0	6,8	9,3	7,7
База (всички респонденти):	1161	1158	1066	971	1170

Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

Българският Интернет потребител посещава виртуалния свят по три основни причини (Таблица 3.3):

- **Първо, като източник на информация.** Водещ мотив за значителна част от ползващите световната мрежа е търсенето на различни типове информация (справки, новини, преглед на актуални събития и др.).
- **Второ, като средство за забавление.** Нараства дялът на хората, за които Интернет е начин за забавление и развлечение (чат, дискуссионни групи, игри, други развлечения). Виртуалното пространство предоставя огромни възможности за разнообразяване на ежедневието. Те са популярни, изключително лесни за ориентация и не на последно място – сравнително евтини.
- **Трето, във връзка с работата и обучението.**

ТАБЛИЦА 3.3. СТРУКТУРА НА ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ИНТЕРНЕТ (%)

	Април 2000	Септември 2000	Юни 2001	Октомври 2001	Май 2002
Развлечения/ игри	1,7	1,9	3,6	3,2	3,0
Проучване, изследвания	2,7	3,3	4,0	5,5	4,0
Новини	1,9	3,1	3,8	4,5	3,9
Инвестиции	0,7	0,4	0,5	1,5	0,4
Дейности, свързани с работата	2,9	5,1	4,1	6,8	5,6
Пазаруване	0,0	0,1	0,3	0,5	0,2
Разговори (“чат”, дискуссионна група)	1,8	1,9	3,5	4,2	3,6
Търсене на информация и справки	4,5	5,1	6,6	8,2	7,5
Друго	0,0	0,4	n/a	2,3	0,1
База (всички респонденти):	1161	1158	1066	971	1170

Източник: Омнибусни изследвания на Витоша Рисърч (2000 - 2002)

Българските потребители все още използват много ограничено възможностите на новите технологии в Интернет: извършване на финансови операции и “он-лайн” пазаруване. Надеждността на връзката, ниската степен на информираност и недоверието в електронното банкиране са сред основните причини за това. Освен това, само три от функциониращите в страната търговски банки (ОББ, ПИБ, Юнион Банк) предоставят възможност за финансови трансфери по Интернет.