

УДОБСТВА И РИСКОВЕ ПРИ ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ ЗА ЛИЧНИ ЦЕЛИ

Аделина Балиева

Висше училище по телекомуникации и пощи

Резюме. Ежедневното използване на интернет дава възможност на хората да се възползват от предимствата на голям брой онлайн услуги, като извършват определени дейности през мрежата вместо по традиционен начин. Целта на текста е да се разкрият удобствата и рисковете при използване на интернет за постигане на лични цели от индивидуалните потребители; да се разграничат различните видове лични цели, за които индивидуалните потребители използват интернет услуги; да се направи динамичен анализ и тренд на развитие на ползването на интернет за лични цели от потребителите в България; разкриване на удобствата и рисковете при използване на интернет.

В заключение се дават препоръки относно намаляване на рисковете.

Keywords: communication, selling products and services, internet banking

Въведение. През изминалите няколко десетилетия секторът на куриерските услуги в световен мащаб преминава през коренни промени, като се превърна в посредник, способстващ размяната на стоки и съобщения в настоящата ера на глобална обвързаност и масов интернет.

„Социалната мрежа е социална структура от хора (или организации), свързани в специфични за дадена мрежа типове отношения, като приятелство (роднинство), идеи, виждания, традиции, финансови отношения, хипервръзки и други“⁽²⁾.

Социалните мрежи са сайтове, които позволяват създаването на персонален профил за осъществяването на контакти, споделяне на информация, информираност, търговия. Някои от тях са Facebook, Twitter, YouTube, е-поща, онлайн финансова търговия и много други. Към настоящия момент социалните мрежи са изключително динамични, предлагат извършването на ежедневни дейности по по-лесен начин, без загуба на време. Вече само чрез компютър хората могат да пазаруват, да извършват плащания, да се информират за събития от всяка точка на света.

В интернет пространството съществуват различни типове информация, някои от които са: комуникация, различни видове търговия, разплащания, споделяне на лични данни, реклама.

Интернет е добра възможност за фирми, които желаят дейността им да придобие повече популярност. Благодарение на различните сайтове и блогове те привличат бързо и безплатно посетители на страниците си. Фирмите предлагат своя продукт или услуга онлайн, като привличат вниманието на клиентите си, което подпомага тяхната конкурентоспособност.

Освен удобствата, които предлагат социалните мрежи, те крият и доста рискове. Предоставянето на лична информация (име, телефон, адрес, e-mail, снимки) чрез регистрация, приемане на общите условия в различните сайтове създава риск за злоупотреба с лични данни.

Възможности за използване на интернет за лични цели на хората. Известно е, че потребителите предимно използват интернет за комуникация. Най-вече за разговори или видеоразговори (чрез уеб камера) през интернет. Други предпочитани услуги са изпращане и получаване на електронна поща. Хората все повече търсят и намират информация и услуги благодарение на интернет. Това е напълно естествено за развитието на т.нар. „информационно общество“. Вече всеки може да потърси отговор на въпросите и интересуващата го информация във виртуалното пространство. Друг проблем са достоверността и качеството на откритата информация. Нейното отсяване е част от работата на най-известните търсачки. Например Google усъвършенства непрестанно подбора на сайтовете, излизаци на първите позиции, именно на базата на тяхното съдържание. Хората, използващи интернет за лични цели, взимат участие в социални мрежи (създаване на профил, публикуване на съобщения и др. дейности във Facebook, Twitter и др.), чатове, блогове, форуми. Голяма част от обществения и публичния живот преминава именно в социалните портали. Това е най-добрият начин за достигане до повече хора за по-малко време, независимо дали става въпрос за идея, новина, събитие, бизнес или друго. Някои хора използват интернет за забавления, като играене или изтегляне на игри, снимки, филми или музика. Българските онлайн потребители са повишили значително е-уменията си и за пазаруване по интернет. Вече почти всеки потребител поръчва нещо от интернет – дрехи, техника, обзавеждане и др. От своя страна, фирмите, търгуващи стоки и услуги във виртуалното пространство, предлагат различни допълнения към стоките си, като например безплатна доставка или подарък към закупената вещ.

Използването на интернет за лични цели разкрива значението на достъпа до информация за онлайн потребителя. Друго предимство на интернет е, че мрежата е средство за забавление, творчество и дори улеснява достъпа до здравни и други услуги. Тя се е превърнала в част от ежедневието на хората неслучайно. Независимо дали се признава, или не, тя играе огромна роля във всяка сфера на човешкия живот. Всеки може да се възползва от възможности-

те ѝ, а за тези, които искат да бъдат известни на определен кръг от хора с идеята си, каузата си, услугите си или просто смятат да присъстват в живота на хората по един или друг начин, това е задължително.

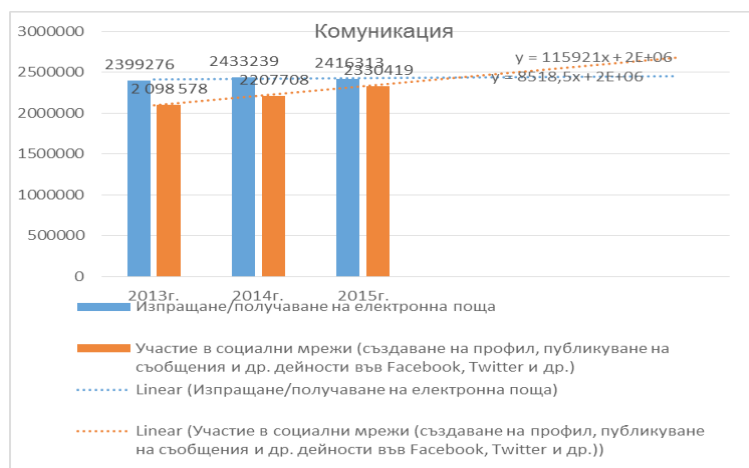
Анализ на използване на интернет за лични цели.

Използване на интернет за комуникация. На таблица 1 е направен динамичен анализ на използването на интернет за комуникация от българските потребители по данни на Националния статистически институт⁴⁾.

Таблица 1. Динамичен анализ на променлива база на използването на интернет за комуникация за периода 2013 г. – 2015 г.

Комуникационни интернет услуги	2013 г. Брой	2014 г. Брой	2015 г. Брой	Относителен дял в % 2014 г./ 2013 г.	Относителен дял в % 2015 г./ 2014 г.
Изпращане/получаване на електронна поща	2399276	2433239	2416313	101%	99%
Участие в социални мрежи (създаване на профил, публикуване на съобщения и др. дейности във Facebook, Twitter и др.)	2 098 578	2207708	2330419	105%	106%

Фигура 1 показва тенденцията на използване на двата вида комуникационни услуги.



Фигура 1. Тенденция на използване на интернет за комуникация

„Изпращане и получаване на електронна поща“ е първата интернет услуга, която се разглежда. От таблица 1 се вижда, че относителният дял се е увеличил с 1% за 2014 година спрямо 2013 година, тъй като хората все по-често използват електронната поща за кореспонденция. Относителният дял през 2015 година спрямо 2014 година е 99%, където се наблюдава лек спад с 1% спрямо предходната година.

Следващата предпочитана услуга за комуникации за потребителите е „Участие в социалните мрежи (създаване на профил, публикуване на съобщения и др. дейности във Facebook, Twitter и др.)“. Нейният относителен дял за 2014 година спрямо 2013 година е 105%, а за 2015 година спрямо 2014 година – 106%. Вижда се от таблица 1, че относителният дял нараства съответно с 5% и 6% през двата анализирани периода. Обществото ежедневно използва Facebook, Twitter и др. социални мрежи за комуникация, споделяне на снимки, кореспонденция.

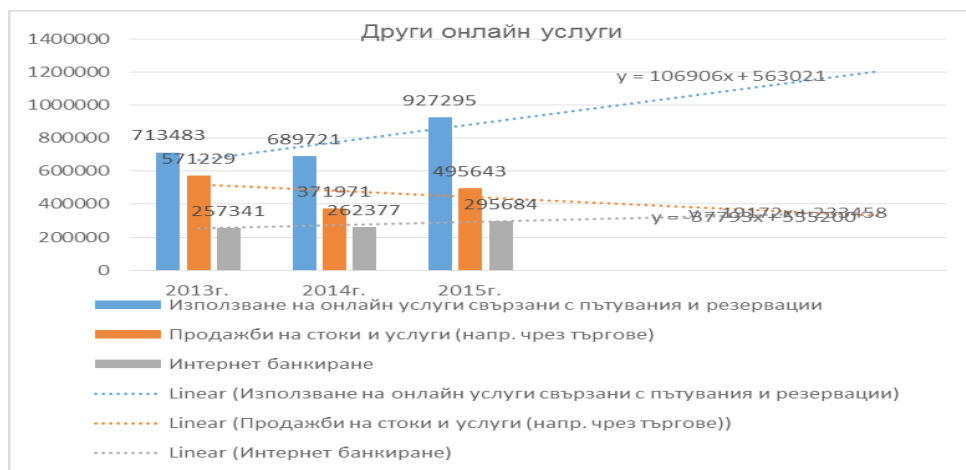
Двете тенденции отчитат нарастване на използването на комуникационни услуги от българските потребители (фигура 1).

Използване на други онлайн услуги. На таблица 2 е направен динамичен анализ на използването на интернет за пътувания и резервации, банкови услуги и продажби на стоки или услуги от българските потребители по данни на Националния статистически институт⁴⁾.

Таблица 2. Динамичен анализ на променлива база на използването на интернет за комуникация за периода 2013 – 2015 г.

Други онлайн услуги	2013 г. Брой	2014 г. Брой	2015 г. Брой	Относителен дял в % 2014 г./ 2013 г.	Относителен дял в % 2015 г. / 2014 г.
Използване на онлайн услуги, свързани с пътувания и резервации	713483	689721	927295	97%	134%
Продажби на стоки и услуги (напр. чрез търгове)	571229	371971	495643	65%	133%
Интернет банкиране	257341	262377	295684	102%	113%

Фигура 2 показва тенденцията на използване на услуги, свързани с туристически резервации, банкови услуги и продажби през интернет.



Фигура 2. Тенденция на използване на други услуги през интернет

„Използване на онлайн услуги, свързани с пътувания и резервации“ е един от предметите на изследване. В таблица 2 се вижда, че в относителния дял за 2014 година спрямо 2013 година е намаляло търсенето на информация за пътувания и резервации с 3%, което се дължи на по-слабия летен туристически сезон през 2014 г. вследствие на лошите климатични условия и наводненията по черноморското крайбрежие. През 2015 година спрямо 2014 година се наблюдава увеличение на относителен дял с 34%, което може да се обясни с повечето резервации, направени през зимния сезон в планинските курорти и историческите туристически центрове, като Велико Търново, Пловдив и др.⁶⁾

В „Продажба на стоки и услуги (напр. чрез търгове)“ се наблюдава спад с 35% за 2014 година спрямо 2013 година, който се компенсира от ръст на търсенето с 33% за 2015 година спрямо 2014 година, но увеличението не е достатъчно, за да промени тенденцията, която е намаляваща (фигура 2).

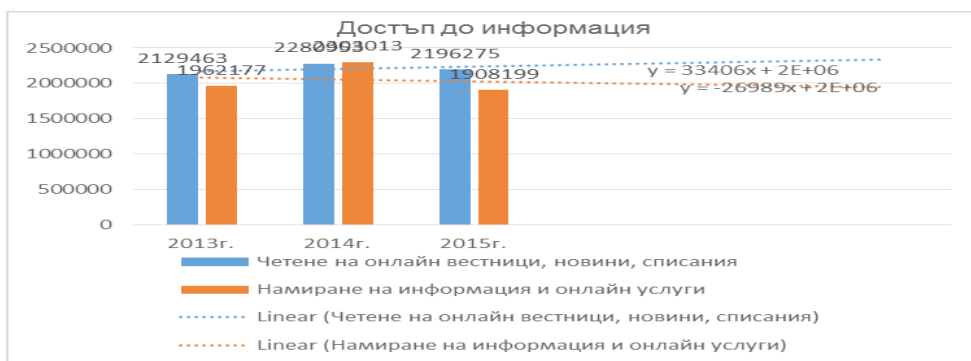
При услугата „Интернет банкиране“ се наблюдава повишаване на използването ѝ с 2% за 2014 година спрямо 2013 година и 13% за 2015 година спрямо 2014 година.

Използване на услуги за достъп до информация. В таблица 3 е направен динамичен анализ на използването на интернет услуги за достъп до информация от българските потребители по данни на Националния статистически институт⁴⁾.

Таблица 3. Динамичен анализ на променлива база на използването на услуги за достъп до информация за периода 2013 г. – 2015 г.

Достъп до информация	2013 г. Брой	2014 г. Брой	2015 г. Брой	Относителен дял в % 2014 г. / 2013 г.	Относителен дял в % 2015 г. / 2014 г.
Четене на онлайн вестници, новини, списания	2129463	2280993	2196275	107%	96%
Намиране на информация и онлайн услуги	1962177	2303013	1908199	117%	83%

Фигура 3 показва тенденцията на използване на услуги за достъп до информация през интернет.



Фигура 3. Тенденция на използване на услуги за достъп до информация

„Четене на онлайн вестници, новини, списания“ за 2014 година спрямо 2013 година се предпочита от 7% повече потребители. Увеличават се интернет сайтовете, които предлагат свободен и платен достъп до литература с различен характер (художествена, развлекателна, научна и др.), като: BooksBG.org, Моята библиотека (Chitanka), порталът LiterNet, Столична библиотека и др. Леко понижение се наблюдава за 2015 година спрямо 2014 година – 4%.

„Намиране на информация и онлайн услуги“ има относителен дял 117% за 2014 година спрямо 2013 година, което се обяснява със засилено ползване на системи за информация. В сравнение с предходната – 2015 година, спрямо 2014 година относителният дял е 83%; което е намаление със 17%.

Удобства и рискове при използване на интернет за лични цели

Интернет съпътства ежедневието. Използва се за различни цели: получаване и споделяне на информация, забавления, комуникация и още много полезни дейности, които са необходими всеки ден. Без да се осъзнава обаче, в интернет се крият немалък брой рискове, които може да не са благоприятни.

Удобства

Онлайн обучение – ежедневно увеличаване на публикуваната научната информация изисква достатъчен темп за въвеждане на съвременни технологии, свързани с разширяване на методите, използвани в образователния процес.

От начина на предаване на информацията зависи как тя ще се възприеме. Доказано е, че нагледното предаване на научната информация се възприема много по-бързо от хората. Мултимедийната технология е добро средство, спомагащо за възприемане на действителността, и има напредък в представянето на необходимата информация.

Нагледното обучение насърчава мисленето на обучаваните. Въвежданият нов учебен материал, онагледен чрез картини, схеми, диаграми, повишава любознателността, стимулира ученето и подпомага практиката. Нагледно показваните данни помагат за по-лесно запомняне на факти, понятия и стимулират творческия процес на възприемане.

Чрез информационните технологии всеки, който се обучава, има достъп до публикуваните на даден сайт учебни материали. Качените материали са предварително обработени, така че да съответстват на държавните образователни изисквания за придобиване на професионална квалификация. От електронните учебни сайтове обучаемият може да се самоподготви и чрез публикувани тестове в интернет да се самооцени, като системата показва дали има успеваемост, или не.

Интернет търговия – през последните над десет години сме свидетели на т.нар. пазаруване по интернет, т.е. стотици хиляди различни корпорации, големи и малки фирми или просто хора, които искат да продадат нещо, предлагат online стоки и услуги. Този вид пазаруване наподобява на традиционната търговия – има същите елементи, същите участници и същата функционалност³⁾.

Пазаруването през порталите в интернет е удобство за клиентите. Те избират необходимия си продукт или услуга, без да губят време за ходене до магазина и без да се съобразяват с работното време на необходимия им магазин. От своя страна, за „продавачите“ също е удобство, тъй като не плащат наем за помещение и работна заплата на персонал. „Продавачите“ имат и друго удобство – чрез предлагане онлайн не се налага те да търсят клиенти, а клиентите търсят тях.

Най-разпространеният начин за приемане на поръчки от клиентите е чрез попълване на електронен формуляр. Електронната бланка изисква посочване на желаната стока, адрес за доставка, начин на заплащане. Клиентът не губи много време – влиза в сайта, разглежда, пазарува и напуска сайта. Все повече хора предпочитат описания начин на пазаруване, защото в забързаното ежедневие почти не им остава време за посещение на магазини.

Рискове

Основните рискове в социалните мрежи предимно са свързани с незаконното използване на лична информация от трети страни. В повечето случаи злоупотребата с лични данни се прави с цел лична изгода на трети лица.

Кражба на самоличност – представлява форма на кражба на чужда самоличност, при която човек се представя за някой друг, като приема чужда самоличност. Обикновено често този подход се използва, за да се получи достъп до ресурси или да се получи кредит и други облаги от името на оригиналния титуляр на самоличността⁵⁾. Установява се въз основа на откраднатата самоличност (ЕГН, имена, номер на лична карта) с цел извършване на измама или престъпление.

Онлайн тормоз – агресивно тормозещо поведение, което е умишлено, повтаря се във времето и включва неуравновесено използване на интернет, мобилен телефон или друг вид цифрови технологии. Сред формите на тормоз са: изпращане на текстови съобщения, електронни писма или съобщения в реално време с обидно съдържание; публикуване на неприлични снимки или съобщения за други лица в блогове, профили или web сайтове; разпространяване на слухове или лъжи за някого другото под чуждо име (открадната самоличност); телефонен тормоз; обидни устни съобщения⁷⁾.

Киберпреследване – заплашително поведение от страна на лице, което постоянно се свързва с жертвата с помощта на електронни средства (електронна поща, програма за съобщения в реално време и др.)⁸⁾.

Заключение. В чужбина социалните мрежи са обект на особено уважение от страна на повечето големи и известни корпорации за разлика от използването им в България. Известни корпорации търсят различни методи, за да попадат на първа страница, особено на водещите социални мрежи. Те отдавна са разбрали силата на социалните мрежи и ползите, които могат да извличат от тях.

Въпреки че социалните мрежи предоставят безплатно ценни възможности, за безопасността в интернет потребителите трябва да знаят как те работят и какви рискове крие тяхното използване. Хората трябва да бъдат по-внимателни при регистрация и предоставяне на лични данни в онлайн сайтове, за да се намалят рисковете от злоупотреба с техните данни.

Анализът от настоящия доклад показва, че услугите – онлайн резервации и пътувания, интернет банкиране, търсене на информация, четене на онлайн публикации, се предпочитат от българските потребители и тенденцията е за увеличение на тяхното потребление през следващите три години след 2016 година.

NOTES / БЕЛЕЖКИ

1. Авторът е студент във Висше училище по телекомуникации и пощи.
Консултант при разработване на настоящия текст е ас. Ваня Иванова, катедра „Мениджмънт в съобщенията“, Факултет по телекомуникации и мениджмънт, Висше училище по телекомуникации и пощи. E-mail: v.ivanova@utp.bg
2. Социална мрежа, Уикипедия,
https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0_%D0%BC%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0
3. Дефиниране на понятието е-бизнес, Факултет по математика и информатика на СУ, <http://www-it.fmi.uni-sofia.bg/courses/BonI/chapter2.html>
4. Лица, използващи интернет за лични цели, Национален статистически институт, <http://www.nsi.bg/bg/content/2822/%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%B0-%D0%B8%D0%B7%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D1%89%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8-%D1%86%D0%B5%D0%BB%D0%B8>
5. Кражба на самоличност, Уикипедия,
https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B1%D0%B0_%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82
6. 2014 г. – трудни времена за българския туризъм, <http://www.investor.bg/analizi/85/a/2014-g-trudni-vremena-za-bylgarskiia-turizym-185885/>
7. Онлайн тормоз, официален сайт за борба с компютърните престъпления, www.cybercrime.bg/bg/cyberbullying
8. Сталкинг, Уикипедия, <https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B3>

CONVENIENCES AND RISKS OF USING INTERNET FOR PERSONAL PURPOSES

Abstract. Daily use of internet enables people to take advantage of the benefits of a large number of online services by carrying out certain activities in the network. The aim

of the text is to reveal the conveniences and risks of using internet for achieving personal goals; to differentiate the types of usage of individual internet users; to make dynamic analysis and trend of private internet use in Bulgaria; to reveal benefits in using internet.

As a conclusion are given recommendations on reducing the risk.

✉ **Ms. Adelina Balieva**

University of Telecommunications and Post
Sofia, Bulgaria

E-mail: adelin4eto.95@abv.bg