

Електронна търговия

Изготвил: Пенка Куршумова

Учител Информатика и КМИТ

Тема: Въведение в електронната търговия – основни понятия, модели, технологии и влияние върху обществото

Цели на урока:

1. Да се дефинира понятието "електронна търговия" и да се разграничи от традиционната търговия.
2. Да припомни на учениците основните модели на e-commerce (B2B, B2C, C2C и др.) и да разпознават реални примери.
3. Да се анализират предимствата, недостатъците и рисковете, свързани с онлайн търговията.
4. Да се разгледат технологичните аспекти (платформи, плащания, сигурност) и бъдещето на сектора.
5. Да се дискутира социално-икономическото влияние на e-commerce.

1. Въведение в електронната търговия

А) Дефиниция на e-commerce

Е-commerce (електронна търговия) представлява цифрова икономическа система, при която се извършват:

- **Търговски транзакции** – покупко-продажба на стоки/услуги.
- **Размяна на информация** – ценови оферти, договори, клиентски ревюта.
- **Дигитални услуги** – софтуер, онлайн курсове, стрийминг.

Ключови характеристики:

Характеристика	Обяснение	Пример
Дигитална комуникация	Взаимодействието се осъществява изцяло онлайн (уебсайт, апликация, чатбот).	Чат поддръжка на Emag.
Автоматизация	Процесите са управлявани от софтуер (плащания, инвентар, логистика).	Автоматични имейли за потвърждение на поръчка.
Глобална достъпност	Няма географски ограничения (освен ако не са наложени от продавача).	Американски потребител купува от Zara България.

Б) Исторически контекст

Хронология на ключови събития:

- **1979:** Майкъл Алдрич изобретява прототипа на онлайн търговия – свързва телевизор с телефонна линия за поръчки.
- **1994:** Първата онлайн продажба – книга *"Fluid Concepts and Creative Analogies"* през NetMarket.
- **1995:** Основаване на Amazon (чрез Jeff Bezos) и eBay (чрез Pierre Omidyar).
 - Amazon започва като онлайн книжарница, днес е световен лидер.
 - eBay въвежда аукционния модел за C2C продажби.
- **1997–2001:** Дотком балонът – спекулативен растеж на интернет компании, последван от срив.
 - Причини: преоценени бизнес модели, липса на реални печалби.
 - Последици: фалит на над 50% от стартъпите, но остават компании като Amazon и eBay.

В) Сравнение с традиционната търговия

Критерий	Е-commerce	Традиционна търговия
Работно време	24/7	Ограничено от работното време на магазина
Разходи	Ниски (няма наем за физически магазин)	Високи (наем, персонал, комунални)
Достъпност	Глобална (с доставка)	Локална (зависи от местоположението)
Потребителско изживяване	Липса на физически контакт със стоката	Възможност за опитване/преглед

Въпрос за учениците: Кои отрасли са най-засегнати от e-commerce?

Най-засегнати сектори:

1. Книги и медии

1. Причина: Лесно се дигитализират (e-books, аудиокниги).
2. Пример: Фалитът на книжарница "Borders" (2011) поради конкуренцията с Amazon.

2. Мода и обувки

1. Предимство: Широк избор, възвращаемост (Zalando предлага 100-дневен срок за връщане).
2. Проблем: Висок процент на връщане (до 40% поради несъответствие с очакванията).

3. Електроника

1. Причина: Сравняване на цени и характеристики онлайн (пример: Pazaruvaj.com).
2. Ефект: "Showrooming" – потребители гледат стоки в магазин, но купуват онлайн.

4. Туризъм

1. Онлайн резервации (Booking.com, Airbnb) заменят туристически агенции.
2. Данни: 70% от хотелите в България получават резервации чрез онлайн платформи.

5. Хранителни стоки

1. Растеж на онлайн доставките (напр.: eBag, Happy).
2. Предимство: Спестяване на време, особено в градове.

Задача за учениците:

- Изберете отрасъл и аргументирайте как e-commerce го е променил (положително/отрицателно).

Допълнителни дискуссионни въпроси:

- Как бихте убедили малък бизнес да премине към онлайн продажби?
- Кои продукти НЕ могат да се продават ефективно онлайн и защо? (напр.: свежи цветя, луксозни часовници).

Заклучение:

Е-commerce не е просто алтернатива на традиционната търговия, а радикална трансформация на пазарните правила. Разбирането на нейните механизми е ключово за бъдещите бизнеси и потребители.

2. Основни модели на електронната търговия

1. B2B (Business-to-Business)

Определение: Търговски взаимоотношения между две или повече компании.

Ключови характеристики:

- Големи обеми сделки
- Дългосрочни договорни отношения
- Специфични ценови условия (отстъпки за големи количества)

Български примери:

1. **Булсатком** - предоставя телекомуникационни услуги на други бизнеси
2. **Технополис** - доставчик на офис оборудване за компании
3. **Нетинфо** - софтуерни решения за предприятия

Международни примери:

- Alibaba (платформа за търговия между фирми)
- Salesforce (CRM система за бизнеси)
- **Интересен факт:** В България B2B платформи като **eMag Business** предлагат специални условия за фирми.

2. B2C (Business-to-Consumer)

Определение: Продажба от бизнес към крайни потребители.

Ключови характеристики:

- Фокус върху потребителско изживяване
- Широк асортимент
- Маркетинг насочен към масовия потребител

Български примери:

1. eMAG.bg - най-големият онлайн магазин у нас

2. Zara.bg - онлайн магазин на модна марка

3. Aroma.bg - онлайн магазин за козметика

Международни примери:

- Amazon
- H&M Online

Тенденция: Българските B2C сайтове като **Pazaruvaj.com** позволяват сравняване на цени между различни магазини.

3. C2C (Consumer-to-Consumer)

Определение: Търговия между частни лица, обикновено чрез платформа.

Ключови характеристики:

- Вторичен пазар
- По-ниски цени
- Разнообразни стоки

Български примери:

1. **OLX.bg** - най-популярната платформа за обяви
2. **Bazar.bg** - традиционен онлайн пазар
3. **Vinted.bg** - платформа за втора употреба дрехи

Международни примери:

- eBay
- Facebook Marketplace
- **Специфика:** В България C2C платформите са особено популярни за продажба на автомобили и недвижими имоти.

4. B2G (Business-to-Government)

Определение: Търговия между частни компании и държавни институции.

Ключови характеристики:

- Строги регулации
- Обществени поръчки
- Дълги процедури

Български примери:

- 1. Портала за обществени поръчки** - всички държавни поръчки в България
- 2. Инфраструктурни компании** - изпълнители на обществени поръчки
- 3. Софтуерни фирми** - доставчици на решения за държавната администрация

Важно: В България всички обществени поръчки над 10 000 лева се обявяват задължително онлайн.

5. C2B (Consumer-to-Business)

Определение: Потребители предлагат продукти или услуги на компании.

Ключови характеристики:

- Обратен бизнес модел
- Краткосрочни ангажименти
- Гъвкави условия

Български примери:

- 1. Zaplata.bg** - платформа за фрилансъри
- 2. Фотографи** - продават снимки на медии
- 3. Блогъри** - сътрудничат с марки

Международни примери:

- Fiverr
- Shutterstock

Практическа активност: Разпределете компаниите по модели

Разпределете следните компании по бизнес модели (B2B, B2C, C2C, B2G, C2B):

1. **Technopolis.bg** (B2B и B2C)
2. **Telenor България** (B2C за частни клиенти, B2B за корпоративни)
3. **APIS.bg** (B2G - софтуер за общини)
4. **Български пощи** (B2C, B2G)
5. **Flickr.bg** (C2B - фотографи продават снимки)
6. **Mall.bg** (B2C)
7. **Сравни.bg** (B2B услуги за търговци)

3. Подробен анализ на предимствата и недостатъците на електронната търговия

I. Предимства на електронната търговия

1. За бизнесите:

- **Намалени оперативни разходи:**

- Няма нужда от скъпи магазинни площи
- Намаляване на персонала (касиери, продавачи)

Пример: Малък български онлайн магазин за ръчни занаяти може да работи само с 2-3 служители

- **Глобален пазарен обхват:**

- Възможност за продажби в цял свят без физическо присъствие

Пример: Българска винарна може да продава вина в Германия чрез своя уебсайт

- **Автоматизация на процесите:**

- Инвентарни системи
- Автоматични известия за поръчки

Пример: Shopify платформите автоматично генерират пратеници

I. Предимства на електронната търговия

2. За потребителите:

- **24/7 достъпност:**

- Пазаруване по всяко време, включително през празниците

Пример: Поръчки в midnight в emag.bg

- **Възможност за сравняване:**

- Сравнение на цени и характеристики с няколко клика

Пример: Използване на razarivaj.com за намиране на най-добра цена

- **Широк избор:**

- Достъп до продукти, които не се предлагат на местния пазар

Пример: Поръчка на специални кухненски уреди от чужбина

II. Недостатъци на електронната търговия

1. Рискове:

Измами и киберзащита:

- Фалшиви онлайн магазини
- Кражба на кредитни карти

Реален случай: Фалшив сайт, имитиращ Technopolis през 2022 г.

Проблеми с доставките:

- Забавяния
- Повредени стоки

Статистика: 15% от онлайн поръчките в България имат забавяния

Връщане на стоки:

- Висок процент на връщане (особено при дрехи)

Данни: До 35% от дрехите, купени онлайн, се връщат

II. Недостатъци на електронната търговия

2. Ограничения:

Продукти, трудни за продажба онлайн:

- Лекарства (изискват рецепта)
- Крехки стоки (стъклени изделия)
- Големи и тежки предмети (мебели)

Липса на физически контакт:

- Не може да се опита продукт преди покупка
- Разлики в цветовете на мониторите

III. Дискусия: Онлайн vs Офлайн пазаруване

Сценарии, когато онлайн е по-добър избор:

1. За стандартни продукти с ясни характеристики (книги, електроника)
2. Когато търсим рядък или специализиран продукт
3. При нужда от специфична марка, която не се предлага на местния пазар

Сценарии, когато офлайн е предпочитан:

1. За продукти, които изискват преглед (дрехи, обувки)
2. Когато е необходима незабавна употреба (храна, лекарства)
3. За луксозни продукти (бижутата, часовници)

Практическо упражнение:

Разпределете следните продукти в две колони - "Подходящи за онлайн продажба" и "Неподходящи":

- Смартфон
- Дамско рокля
- Хладилник
- Свежи плодове
- Учебник
- Диван

IV. Български специфики

Предимства в България:

- Бързо развиваща се куриерска мрежа
- Нарастващо доверие към онлайн плащанията
- Добри условия за връщане на стоки (14-дневен срок по закон)

Проблеми в България:

- Липса на доверие към непознати сайтове
- Високи цени на доставките за малки населени места
- Ограничени опции за плащане (някои магазини приемат само в брой при доставка)

Заключение:

Електронната търговия предлага значителни предимства, но изисква внимателност от страна на потребителите. В България секторът бързо се развива, но все още има предизвикателства за преодоляване.

5. Технологични аспекти на електронната търговия

1. Платформи за електронна търговия

Метод: Демонстрация на реални платформи + сравнителна таблица

А) Готови решения (за създаване на собствен магазин):

Платформа	Предимства	Недостатъци	Подходяща за	Български пример
Shopify	Лесна за употреба, интеграции	Месечни такси	Малки/средни бизнеси	Български магазин на Shopify
WooCommerce	Безплатна (на WordPress), гъвкава	Изисква технически знания	Бизнеси с IT поддръжка	WooCommerce магазин в BG
PrestaShop	Open-source, евтина	Остаряващ интерфейс	Търговци с ограничен бюджет	Използва се от малки български магазини

Б) Маркетплейси (за продажба чрез трети страни):

- **Международни:** Amazon, eBay, Etsy
- **Български:**
 - [eMAG Marketplace](#)
 - [BGMart](#)
 - [Ардес](#)

Кой избира какво?

- Маркетплейс: Бърз старт, но висока комисионна
- Собствен сайт: По-голям контрол, но изисква маркетинг

2. Системи за плащания

Интерактивна демонстрация: Показване на процеса на плащане в реални магазини

A) Традиционни методи:

Кредитни/дебитни карти (Visa, Mastercard)

- Stripe, Checkout.com - популярни в България

Наложен платеж

- Все още 60% от българските поръчки
- Проблем: Върнали при наложен платеж са 30%

Б) Дигитални портфейли:

Сервиз	Характеристики	Популярност в BG
PayPal	Международни транзакции	Висока сред интернет магазините
Revolut	Бързи преводи	Нарастваща
ePay.bg	Локално решение	Много висока

В) Криптовалути:

- Bitcoin, Ethereum
- Български примери:
 - Някои хотели приемат крипто
 - [NFT галерия в София](#)
- **Дискусия:** Защо наложеният платеж е все още толкова популярен в България?

3. Сигурност и регулации

Практическо упражнение: Проверка на SSL сертификати на любими сайтове

А) SSL сертификати:

Как се проверява:  в адресната лента + "https://"

Видове:

- Domain Validated (DV) - базов
- Extended Validation (EV) - високо ниво

Български случаи:

- 2023 г. - фалшив сайт без SSL имитирал онлайн банкиране

Б) GDPR и данни:

Какво се изисква:

- Политика за поверителност
- Съгласие за бисквитки
- Право на изтриване

Български специфика:

- КЗЛД налага глоби за нарушения

В) Други мерки:

- Двухфакторна автентикация
- Регулярни backup-и
- Защита срещу DDoS атаки

4. Интерактивен елемент: Анализ на реален сайт

Стъпки:

1. Изберете любим български онлайн магазин
2. Проверете:
 - Има ли SSL?
 - Какви методи за плащане предлага?
 - Има ли GDPR съгласие?
3. Споделете наблюденията

Примерен анализ на emag.bg:

- SSL: Да (Extended Validation)
- Плащания: Карти, наложен платеж, PayPal
- GDPR: Изчерпателна политика за поверителност

5. Бъдещи тенденции

- AI чатботове за поддръжка
- AR/VR за виртуални пробвания
- Социална търговия (Instagram Shop, TikTok Shopping)

Допълнителни ресурси:

- [Българска асоциация по електронна търговия](#)
- [Ръководство за GDPR за малки бизнеси](#)

6. Влияние на електронната търговия върху обществото

1. Икономически ефекти

А) Положителни въздействия:

Нови професии и бизнес модели:

- Курьерски услуги (Econt, Speedy)
- eCommerce специалисти (SEO, PPC мениджъри)
- Български примери: Растеж на фирми за дропшипинг

Стимулиране на иновациите:

- Развитие на платформи като [Growlio](#) (български маркетплейс)
- Възход на софтуерни компании за онлайн магазини

Б) Негативни последици:

Криза в търговските центрове:

- Затваряне на магазини в молове
- Пример: Намаляване на наемите в Paradise Center

Проблеми за малките бизнеси:

- Конкуренция с международни гиганти
- Данни: 30% от малките книжарници са затворили след 2020 г.

Дискусионен въпрос: Как може да се подпомогнат традиционните търговци?

2. Социални промени

Интерактивно упражнение: Анкета сред учениците

А) Поведенчески промени:

Пазаруване като социална активност:

- Live shopping стриймове
- Групи за споделени поръчки (напр. закупете.бг)

Нови форми на заетост:

- Дистанционна работа в eCommerce сектора
- Български фрилансъри в световни магазини

Б) Екологични аспекти:

Проблем	Решение	Български пример
Картонени отпадъци	Рециклиране на опаковки	Ekobottle.bg
CO2 емисии	Зелени доставки	Tesla камиони на Speedy
Връщане на стоки	Локални пунктове за връщане	Офис на Econt

Видео материал: [Клип за еко-доставки в България](#)

7. Заключение и рефлексия

1. Обобщение:

1. E-commerce е динамична индустрия с разнообразие от модели.
2. Технологиите и сигурността са критични за нейния растеж.

2. Въпрос за размисъл:

1. Как ще изглежда пазаруването след 10 години?

"E-commerce не е просто технология - то е културна революция, която вие ще оформите като бъдещи специалисти и потребители."

Домашна работа:

1. Проучване:

1. Намерете български стартъп в сферата на e-commerce и опишете неговия бизнес модел (1 стр.).

2. Творческа задача:

1. Направете презентация за един от рисковете при онлайн пазаруване (напр.: фалшиви сайтове).

Благодаря за вниманието!