Електронна търговия
Законова уредба в България

проф. д-р инж. Венета Алексиева

Изпит задочно обучение

- Време за работа:
  - 90 минути
- Формат:
  - Тестът съдържа 50 въпроса.
  - Въпросите са с един или няколко отговора.
  - Навигацията е само напред и не може да се връща към преминат въпрос, независимо дали е посочен отговор или не.
- Оценяване:
  - До 100 точки от изпита
- Конспект и презентации:
  - На cs.tu-varna.bg
- Консултации:
  - Обявени пред 207-4Е

Изпит редовно обучение

- Време за работа:
  - 40 минути
- Формат:
  - Тестът съдържа 20 въпроса.
  - Въпросите са с един или няколко отговора.
  - Навигацията е само напред и не може да се връща към преминат въпрос, независимо дали е посочен отговор или не.
- Оценяване:
  - До 60 точки от текущ контрол от упражнения
  - До 40 точки от изпита
- Конспект:
  - На cs.tu-varna.bg
- Консултации:
  - Обявени пред 207-4Е

Упражненията

Текущ контрол:

- Изработване на е-магазин

с Open Cart на VM в ТУ

- Общо – до 60 т.

(критериите са на следващия слайд)

Технически университет – Варна
Катедра "Компютърни науки и технологии"

Венета Панайотова Алексиева
Христо Георгиев Вълчанов
Елизар Мартинов Атанасов

ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ

Ръководство за лабораторни упражнения

Варна
2019

Критерии за оценка на е-магазин:

(6т.) Сравнение в таблица на 3 сайта със същия предмет на дейност и комплексни оценки с изводи

(4т.) Смяна на тема (темплейт)

(2т.) Изработване и поставяне на лого

(1т.) Смяна на име на администратора (от John Doe с Вашите 2 имена)

(9т.) Каталог с продукти/услуги - поне 3 категории, с подкатегории и във всяка подкатегория поне по 3-4 продукта – снимки, данни, описание

(2т.) Предложения за съпътстващи (свързани) продукти - "аксесоари“

(2т.) Търсене по зададен критерий, различен от цена и наименование (от search)

(4т.) Филтри за категория: поне 2 типа филтри -диапазон на цени, цвят, гаранционен срок...

(4т.) Филтри за продукти в подкатегория: поне 2 типа филтри

(4т.) Система за поръчки и проследяване статуса на поръчката

(4т.) Система за отстъпки/промоции – с купони/ваучери, за период, за количество

(4т.) Система за онлайн разплащания – ePay, Easypay, PayPal…

(4т.) Система за маркетинг чрез ел.писма до всички, до група, индивидуални –реклами и т.н.

(4т.) Система за обратна връзка. Форум за потребители- Чат с клиенти- chatra,...

(6т.) Презентация за направения магазин - за всяко от изискванията - от къде в администраторския панел е направено (стъпки) и какъв е резултатът с коментари, с екрани от PC и екрани от мобилната версия (дали е центрирано логото и т.н.), доказващи работоспособността на всяка една функционалност

Основни моменти

- Дефиниции
- Предимства и недостатъци на Е-търговията
- Правни аспекти на електронната търговия
- Българска законова уредба за електронната търговия, електронните разплащания и договорите в Интернет
- Рискове и начини за преодоляването им
- Авторски права. Цифрови copyrights

Защо “Е-”каквото и да е?

Динамиката на съвременния живот налага изисквания за лесна комуникация, бързина на обслужването, неограничен достъп до информация, бърза адаптация към променящите се бизнес условия, минимизация на вложените средства....

...А това се постига с използване на съвременните информационни и комуникационни технологии (ИКТ).

Така бизнесът намира по-добра алтернатива в **Е-бизнес.**

Успешен бизнес без притежание

- Uber – таксиметрова компания, която не притежава нито един автомобил
- Facebook- социална медия, която не произвежда новини
- Alibaba- компания за продажби на дребно без нито един склад

- Биткойн – криптовалута без централен емитент- отнема монополното право на централните банки да емитират пари (вече са над 1800 криптовалути в света, не всички с дълъг живот на пазара)

Тенденциите

eurostat

Internet purchases by individuals (until 2019)

Last update: 15-04-2020

Table Customization show

TIME | GEO

Individual type: All Individuals

Unit of measure: Percentage of individuals

GEO \ TIME	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
European Union - 27 countries (from 2020)	27	29	31	33	36	38	41	44	46	49
European Union - 28 countries (2013-2020)	31	33	35	38	41	43	45	48	50	53
European Union - 27 countries (2007-2013)	31	33	35	38	41	43	46	48	50	:
European Union - 25 countries (2004-2006)	33	:	:	:	:	:	:	:	:	:
European Union - 15 countries (1995-2004)	36	39	40	44	46	49	51	53	55	:
Euro area (EA11-1999, EA12-2001, EA13-20(	30	33	35	37	40	42	44	48	49	52
Belgium	27	31	33	36	41	42	46	49	49	55
Bulgaria	3	5	6	8	10	12	11	11	13	14
Czechia	15	16	18	21	25	26	29	34	37	43
Denmark	54	57	60	65	66	67	71	69	73	74
Germany (until 1990 former territory of the	48	54	55	60	61	64	64	66	68	71
Estonia	13	16	17	16	37 (b)	46	45	46	51	56
Ireland	28	34	35	37	43	44	41	44	52	59
Greece	9	13	16	17	20	24	23	26	30	32
Spain	17	19	22	23	28	32	35	40	43	47
France	40	40	42	44	49	49	52	54	55	58
Croatia	9	11	16	19	22	26	25	21	27	35
Italy	9	10	11	14	15	18	20	23	26	28
Cyprus	14	16	17	20	23	19	22	24	20	31
Latvia	8	10	18	21	24	27	31 (b)	33	33	34
Lithuania	7	10	14	19	19	22	24	29	34	38
Luxembourg	47	52	57	59	62	63	69	69	60 (b)	63
Hungary	10	12	15	17	20	23	27	26	29	35
Malta	32	35	37	39	42	44	42	43	46	50
Netherlands	52	53	52	55	59	59	63	68	70	70
Austria	32	35	39	46	43	46	48	53	53	54
Poland	20	20	21	23	24	24	31	33	37	41
Portugal	10	10	13	15	17	23	23	25	27	28
Romania	2	4	3	5	6 (b)	8	8	11	13	15
Slovenia	17	20	22	25	26	28	30	35	39	45
Slovakia	19	23	30	30	31	35	41	46	44	47
Finland	41	45	47	49	53	49	48	58	51	55
Sweden	50	53	58	57	62	56	63 (b)	67	64	70
United Kingdom	60	64	64	71	72	75	78	78	77	80
Iceland	29	31	35	34	48	:	:	56	59	59
Norway	53	57	62	56	60	61	61	62	64	67
Switzerland	:	:	:	:	62	:	:	72 (b)	:	75
Montenegro	:	:	4	:	:	:	:	8	8	12
North Macedonia	2	:	3	4	7	8	11	10	19	22
Albania	:	:	:	:	:	:	:	:	3	:
Serbia	:	:	:	:	:	15	:	21	23	27

Retail Ecommerce Sales Worldwide, by Region, 2020

billions

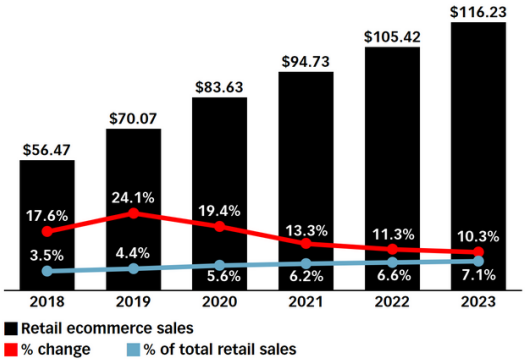
Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice goods sales; total retail ecommerce spending worldwide=$3.914 trillion

Source: eMarketer, May 2020

T11092 www.eMarketer.com

Retail Ecommerce Sales in Latin America, 2018-2023

billions, % change and % of total retail sales

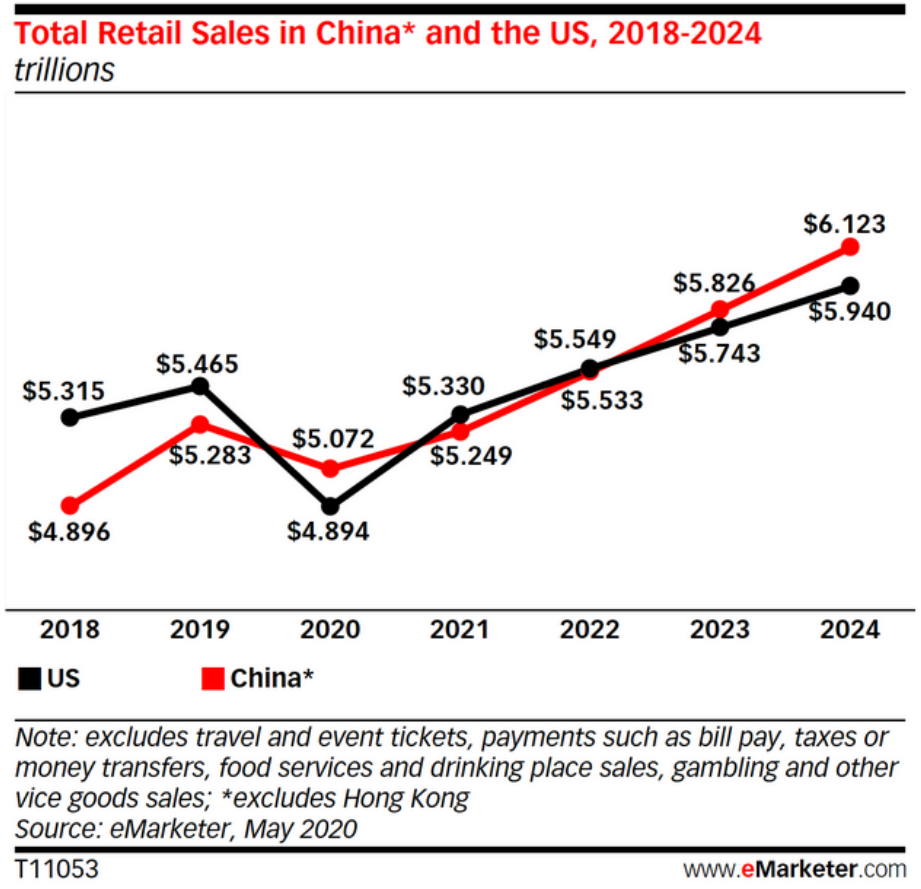


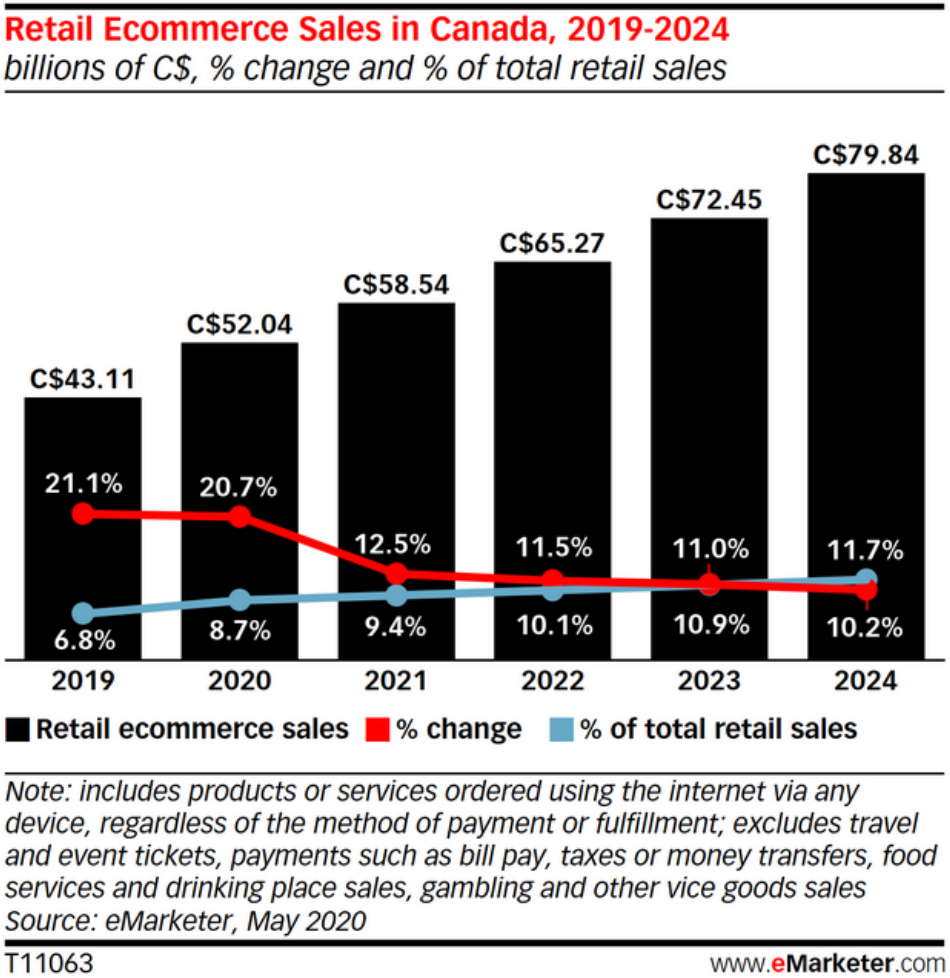
Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice goods sales

Source: eMarketer, May 2020

T11070 www.eMarketer.com

Тенденциите





Е-правителство - тенденции

eurostat

E-government activities of individuals via websites

Last update: 15-04-2020

Table Customization show

TIME

GEO

Unit of measure

Percentage of individuals

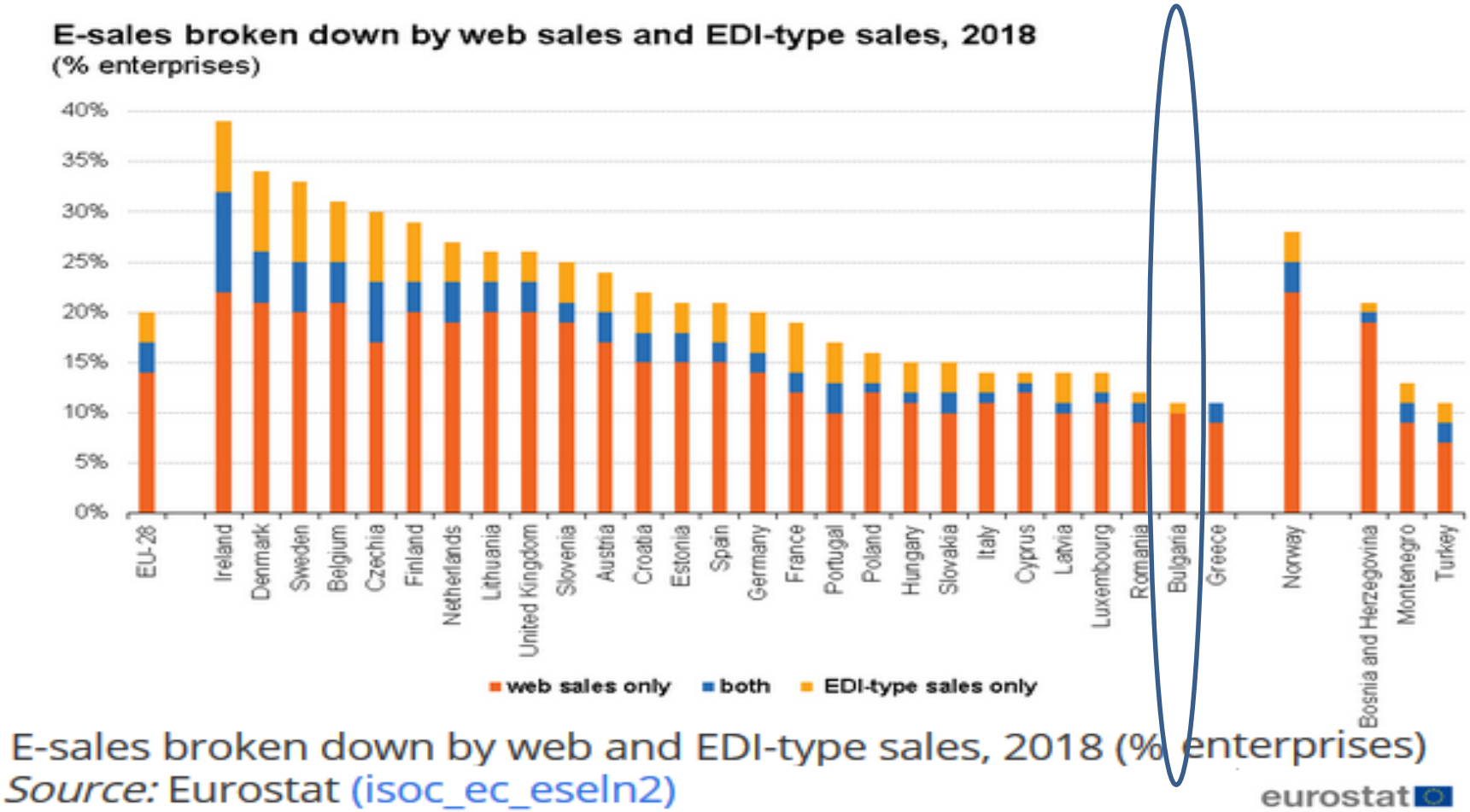
Individual type

All Individuals

GEO \ TIME	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
European Union - 27 countri	40	41	44	42	46	46	48	49	51	53
European Union - 28 countri	41	41	44	41	47	46	48	49	52	55
European Union - 27 countri	41	41	44	42	47	46	48	49	52	:
European Union - 25 countri	43	:	:	:	:	:	:	:	:	:
European Union - 15 countri	45	44	47	47	51	51	53	53	57	:
Euro area (EA11-1999, EA12	43	44	46	46	50	50	52	53	55	57
Belgium	45	47	50	50	55	52	55	55	56	59
Bulgaria	24	25	27	23	21	18	19	21	22	25
Czechia	23	42	31	29	37	32	36	46 (b)	53 (b)	54
Denmark	78	81	83	85	84	88	88	89	92	92
Germany (until 1990 former	50	50	51	49	53	53	55	53	57	59
Estonia	50	53	54	48	51 (b)	81	77	78	79	80
Ireland	37	44	49	45	51	50	52	55	54	61
Greece	16	27	34	36	45	46	49	47	50	52
Spain	38	38	44	44	49	49	50	52	57	58
France	57	57	61	60	64	63	66	68	71	75
Croatia	19	17	26	25	32	35	36	32	36	33
Italy	23	22	19	21	23	24	24	25	24	23
Cyprus	25	29	30	30	41	34	38	42	42	50
Latvia	40	41	47	35	54	52	69 (b)	69	66	70
Lithuania	24	29	36	34	41	44	45	48	51	55
Luxembourg	67	60	61	56	67	70	76	75	63 (b)	60
Hungary	34	38	42	37	49	42	48	47	53	53
Malta	37	37	41	32	41	42	45	46	47	50
Netherlands	64	62	67	79	75	75	76	79	82	81
Austria										

BG - Bulgaria

Е-продажби 2018



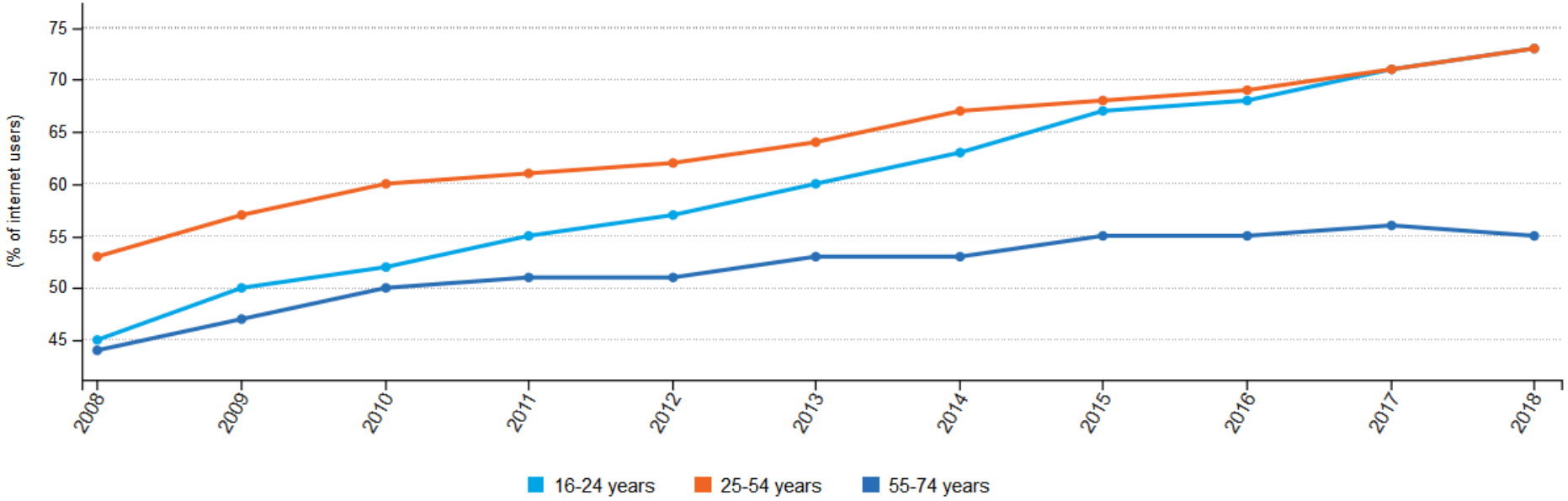
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics

В Европа

Tweet 69 % of internet users in the EU shopped online in 2018.

Tweet In 2018, 36 % of e-buyers made purchases from sellers in other EU countries, compared with 26 % in 2013.

Internet users who bought or ordered goods or services for private use in the previous 12 months by age group, EU-28, 2008-2018



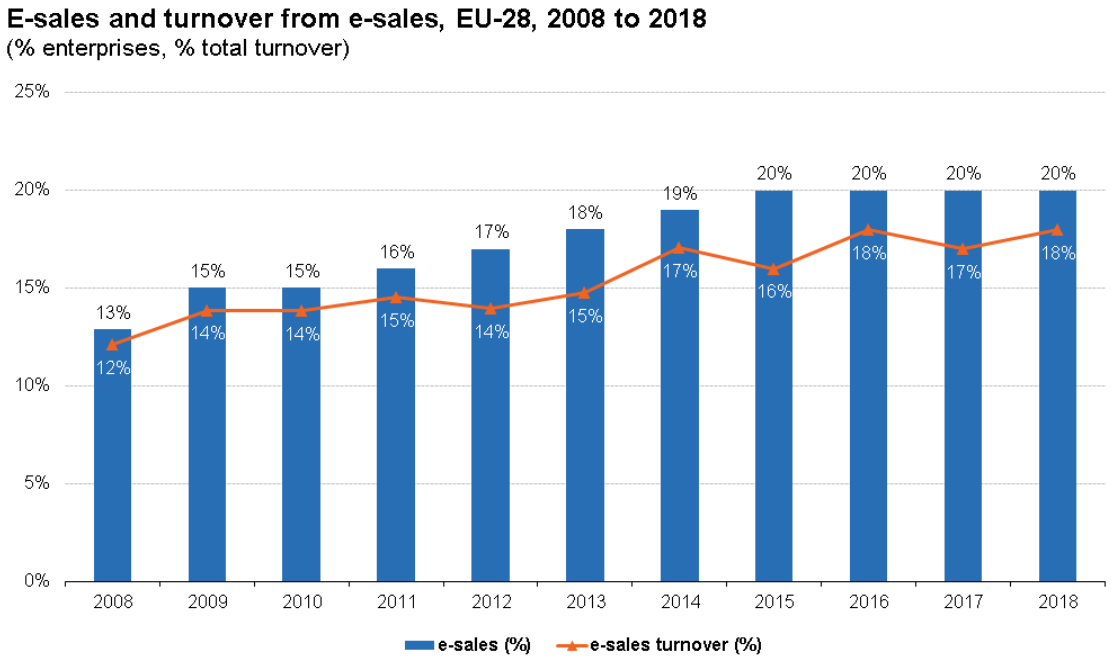
- В България - 20.8% пазаруват online, най-активни са потребители между 16 и 24 години

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals#Most_popular_online_purchases

Защо статистиките са от 2018

File:E-sales and turnover from e-sales, EU-28, 2008 to 2018 (% enterprises, % total turnover).png

File File history File usage



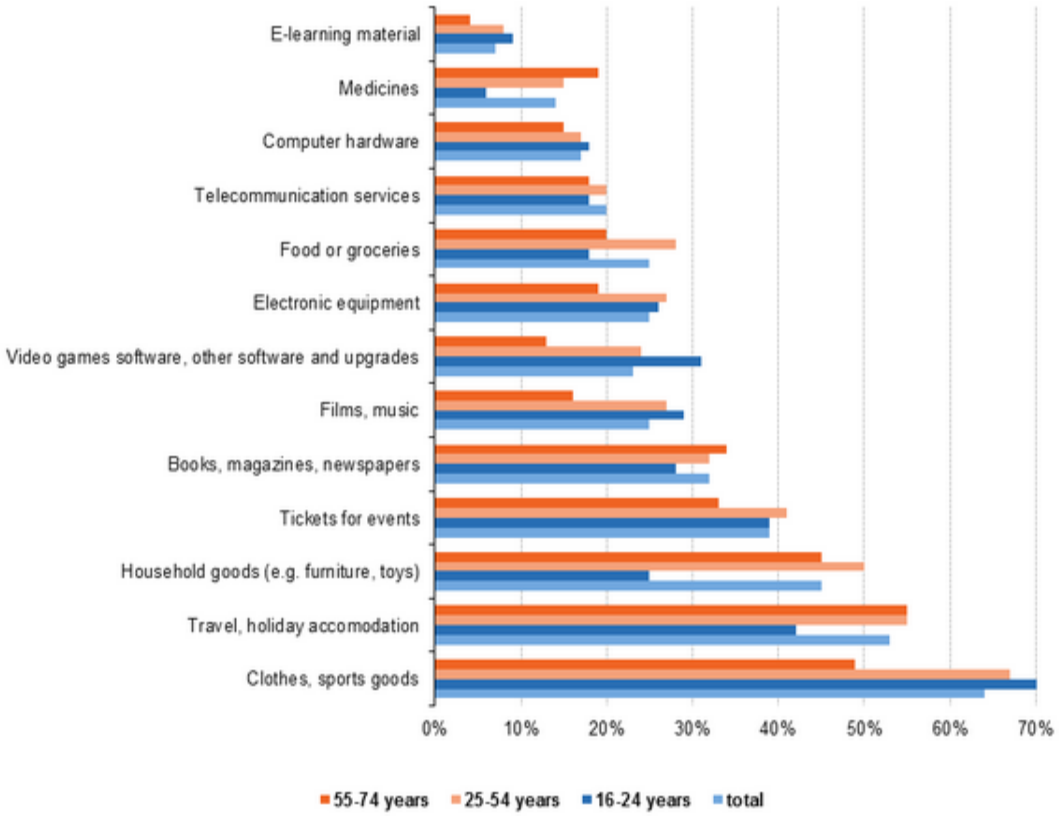
Световната тенденция: 20%

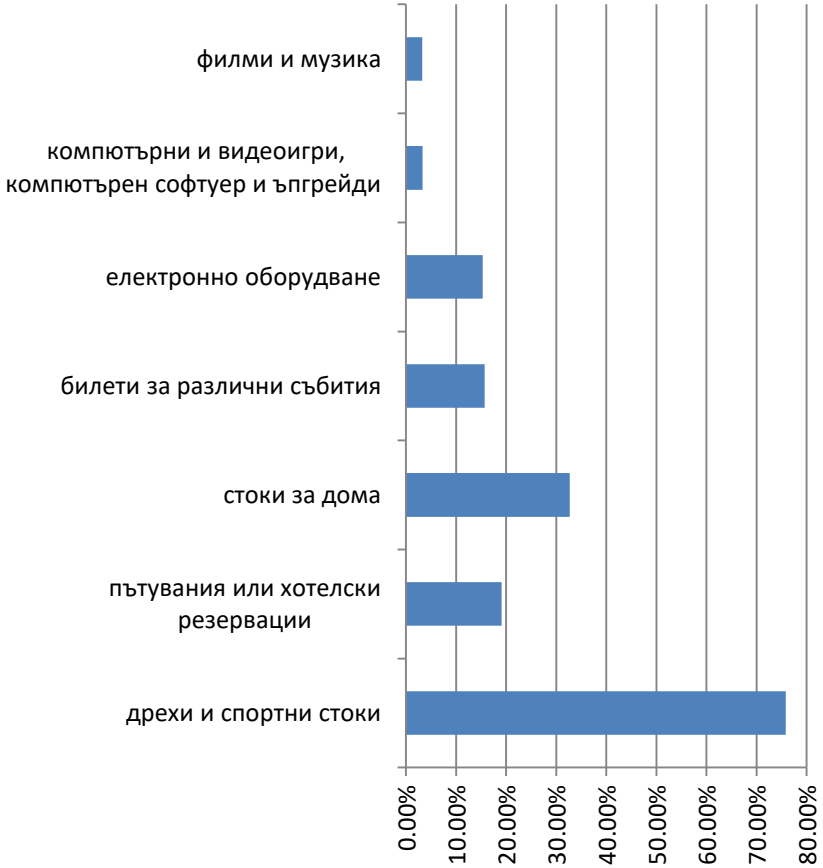
В България: 20%

Европа

България

Online purchases, EU28, 2018 (% of individuals who bought or ordered goods or services over the internet for private use in the previous 12 months)





В България- фактори за тези различия

- Стандарт на живот
- Покупателна способност на населението
- Ръст на потреблението
- Ръст на инвестициите по географски региони
- Интернет покритие - широколентов и безжичен достъп
- Ниво на компютърна и Интернет грамотност
- Подобряване качеството на услугите
- Развитие на силни брендове
- Подобряване на доставките
- Осезаемо по-ниски цени в Интернет на алтернативни стоки

ЛИЦА, КОИТО СА КУПУВАЛИ СТОКИ И УСЛУГИ ПО ИНТЕРНЕТ ЗА ЛИЧНИ ЦЕЛИ

(Проценти)

	2019
Общо	**21.7**
По местоживеене	
В градовете	24.7
В селата	13.0
По пол	
Мъже	20.6
Жени	22.7
По статистически райони	
Северозападен	25.4
Северен централен	14.5
Североизточен	22.7
Югоизточен	21.9
Югозападен	24.3
Южен централен	19.1

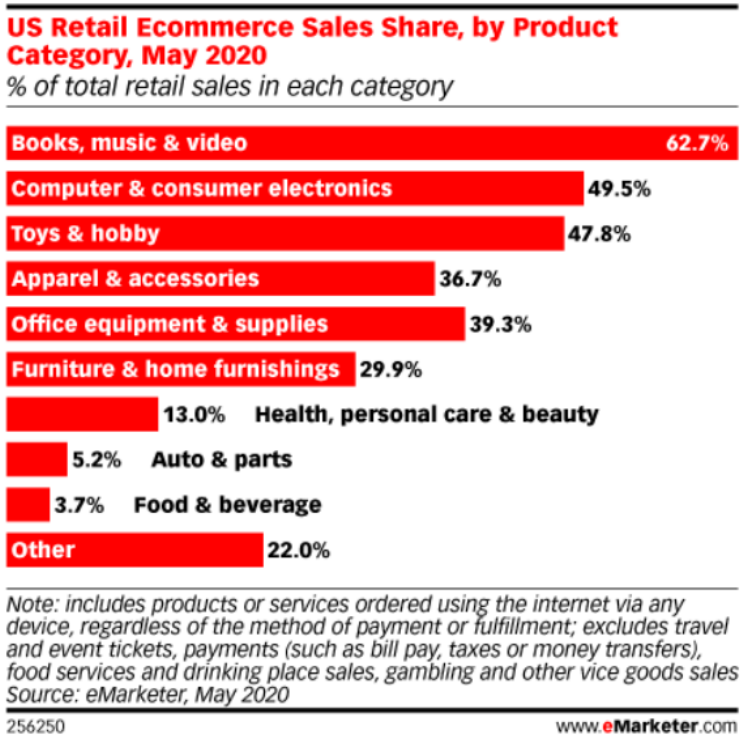
06.12.2019

Забележка: Данните се отнасят за последните 12 месеца преди интервюто.

https://www.nsi.bg/bg/content/2831/%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%B0-%D0%BA%D0%BE%D0%B8%D1%82%D0%BE-%D1%81%D0%B0-%D0%BA%D1%83%D0%BF%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8-%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%B8-%D0%B8-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%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

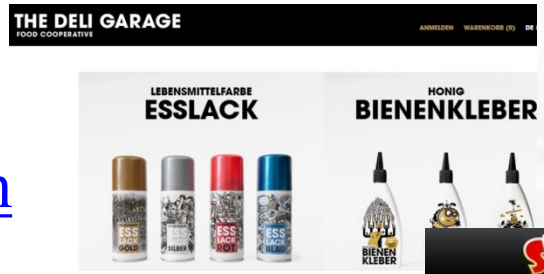
Най-популярни сфери

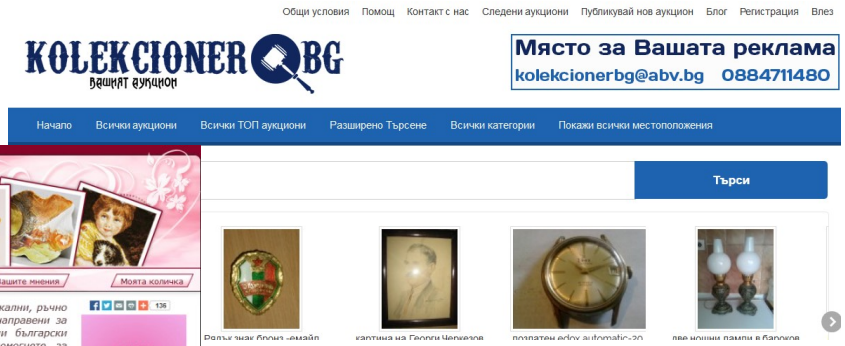
- Продажби на самолетни билети
- Туристически услуги
- Битова електроника
- Необичайни стоки –колекционерски или луксозни стоки

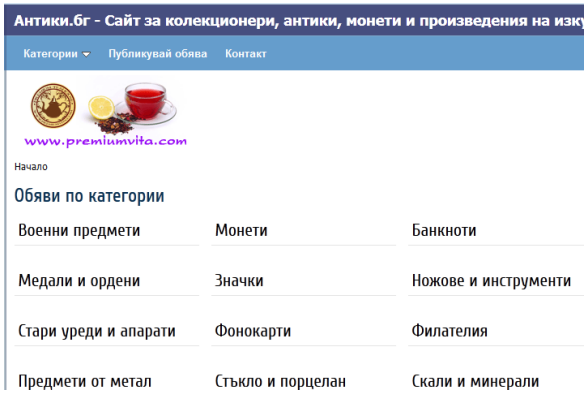


Е-търговия с необичайни стоки

- Арт боклук -http://nycgarbage.com/
- Антики - http://www.antiki.bg, http://kolekcioner.bg/
- Изкуство- http://bg-artmagic.com/
- Суши - http://www.sushipopper.com
- Златна боя за храна - https://www.laux-feinkost.de/produktsortiment/the-deli-garage/







Е- бизнес

Е- бизнес – осъществяване на основните бизнес дейности с използване на съвременни ИКТ и Интернет.

Състои се от:

- **Е-търговия –** най-голям дял
- **Е-банки** (виртуални банки)
- **Е-хазарт**
- **Е-обучение**
- **Е-поща**
- **Е-маркетинг**
- **Е-мениджмънт**
- **Е-здравеопазване**
- **Е-правителство**
- **Е-административни услуги** (Е-справки)
- **Е-франчайзинг** (вид Е- договор)

E –commerce

Електронна комерсиална дейност (e –commerce)**-** включва в себе си бизнес процеси, свързани с провеждане на финансови и търговски транзакции, осъществявани с помощта на ИКТ. Включва:

- Електронен **обмен на данни** (Electronic Data Interchange, EDI),
- Електронни **съобщения** (Electronic Messaging Systems)
- Електронно **движение на капитала** (Electronic Funds Transfer, EFS),
- Електронна **търговия** (e-trade),
- Електронни **пари** (e-cash),
- Електроннен **маркетинг** (e-marketing),
- Електронно **банкиране** (e-banking),
- Електронно **застраховане** (e-insurance).

Е-търговия (E-trade)

- **Търговия** - процес на обмяна на стоки и пари между продавач и купувач.
- **Електронна търговия:**
  - предоставяне на услуги на информационното общество (по смисъла на закона за Е-търговия).
  - процес на покупко- продажба на стоки или услуги (или цялата търговско-финансова транзакция, или нейна част), която се осъществява по електронен начин с използване на ИКТ. Е-търговията е основният раздел на Е-бизнеса.
- **Интернет търговия** = Е-търговия

М- търговия (M-commerce)

- Фразата "мобилна търговия" се чува през 1997 г. от Кевин Дъфи в началото на форума "Глобална мобилна търговия“.
- М-търговия означава предоставяне на възможности за електронна търговия директно в ръцете на потребителя, навсякъде чрез безжична технология.
- Walmart оценява, че 40% от всички посещения на сайтове за пазаруване по Интернет през декември 2012 г. са от мобилно устройство.
- Според BI Intelligence през януари 2013 г. 29% от мобилните потребители вече са направили покупка с телефоните си.
- Според ComScore през февруари 2017 г. М-търговията е нараснала с 45% спрямо декември 2016 г.
- През 2017 г. световната М-търговия възлиза на 700 милиарда щатски долара.

Услуги на информационното общество

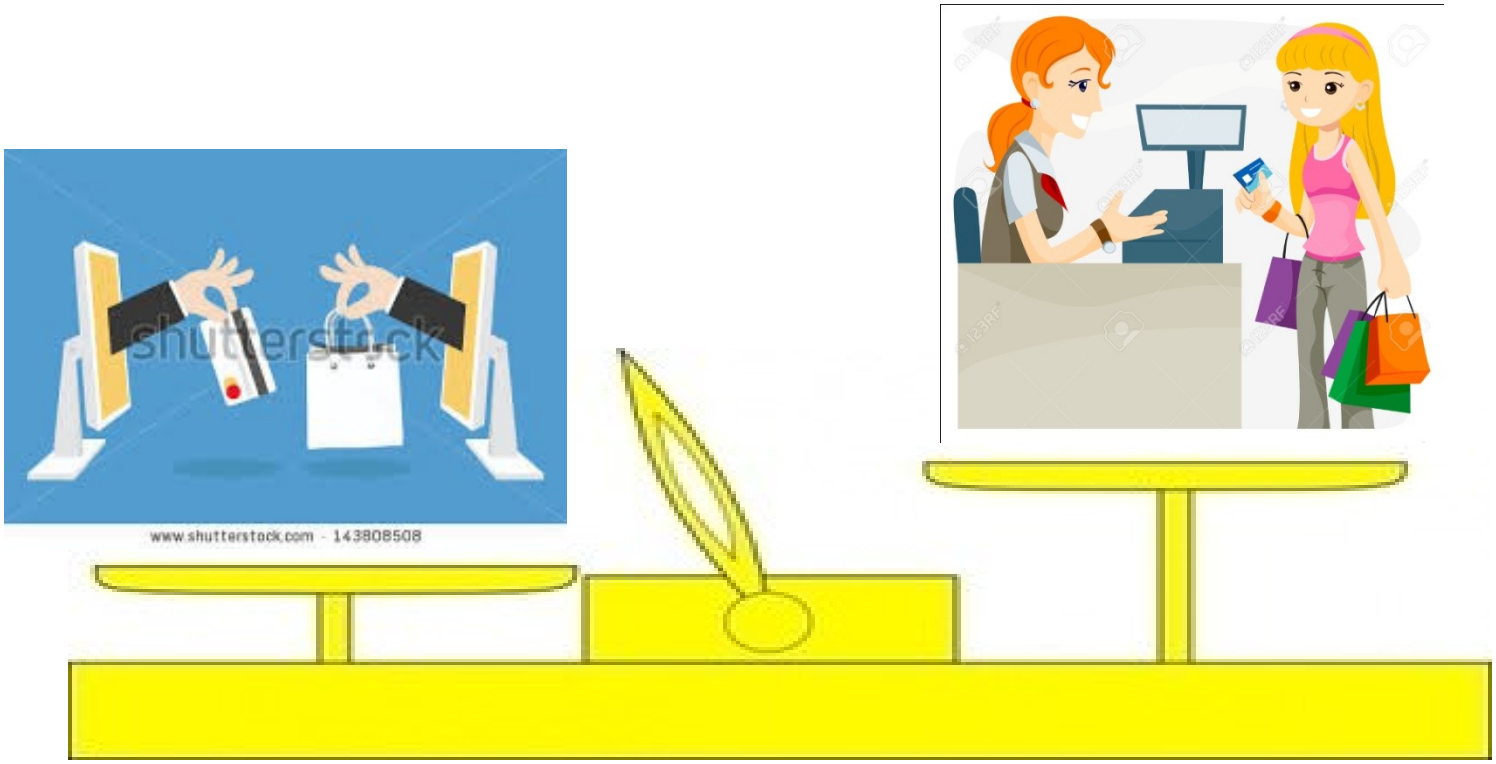
- Това са такива услуги, включително предоставяне на търговски съобщения, които **обикновено са възмездни** и се предоставят **от разстояние** чрез използването на електронни средства след **изрично изявление от страна на получателя** на услугата.
- Не включват следните услуги:
  - установяване и събиране на публичните вземания;
  - защитата на личните данни, включително в областта на електронните съобщения;
  - споразуменията, решенията и съгласуваните практики по смисъла на чл. 9 от Закона за защита на конкуренцията;
  - нотариалната дейност и други професионални дейности, свързани с осъществяване на публични функции;
  - процесуалното представителство;
  - хазартните игри (касае български сайтове).

Характеристики на“Е-”каквото и да е

- **Глобализация** (преодолява административни граници)
- **Непрекъснатост** на работата
- **Достъпност** 24/7
  - Равен достъп на всички, без дискриминиране на хора в неравностойно положение

- **Удобство**
- **Бързина**
- **Гъвкавост и адаптивност** към промените на средата (законова уредба, промени в пазара на труда, природни бедствия...)
- **Ниска цена на поддръжка**
  - Оптимизиране на персонала – друг тип квалификация
  - Не се наемат търговски площи
- **Минимизиране на субективността** при обслужване на контрагенти
- **Сигурен и надежден достъп** до информация
- **Бърза обратна връзка**

Търговия → Е-търговия



Предимства на Е-търговията (1)

- **Повече възможности за маркетинг -** много повече комуникационни канали, организиране на промоции и рекламни кампании
- **По-лесен старт за нови компании -** Съществуват готови решения за електронна търговия, с които се дава възможност за лесен и бърз старт на онлайн продажбите без да се налага наемането на ИТ специалисти.
- **По-лесно управление на бизнеса -** процесът на продажби е автоматизиран, внедрена е отчетност, по-лесен е мониторинга на целия търговски процес.
- **Глобално присъствие независимо от обема на бизнеса-** мощно средство за продажби в чужбина, без да се налага да инвестират в откриване на чуждестранни представителства.
- **Рекламата в Интернет** – по-евтина от радио, ТВ, печат...

Предимства на Е-търговията (2)

- **Оптимизиране на персонала –** автоматизирани са почти всички дейности, свързани с процеса на продажби
- **Съкращаване на разходите**
- **Удобство за потребителите -** много по-лесен достъп до голям асортимент артикули
- **Разширяване обхвата на продажбите –** откриват се нови клиенти, доставчици или партньори във всяка точка на света
- **По-бърз оборот**
- **Не се наемат и поддържат складови пространства** – стоките може да се закупят от борсите на едро след като вече клиентите са ги поръчали и заплатили.
- **Доставяне на нематериални продукти и услуги в момента на заплащането** (софтуер, музика, развлекателни програми и т. н.) - икономии на разходи за транспорт, дистрибутори и др.

Недостатъци на Е-търговията

- **Потенциална уязвимост на системите -** намалява доверието в електронните транзакции.
- **Законите,** действащи в държавата на продавача, се различават от тези, които се прилагат в страната на купувача.
- Невъзможност на посетителя да осъществи **пряк контакт** със стоката.
- Недостатъчна актуалност на **асортимента.**
- Проблеми относно срок, цена и начин на **доставката.**

Директива на Европейската комисия за Е-търговия

- Приета през 8 юни 2000г.
- Осигурява **правна сигурност** за бизнеса и за потребителите
- Установява хармонизирани **правила** по въпроси като:
  - изискванията за **прозрачност и информация за доставчиците** на онлайн услуги
  - **търговските съобщения**
  - **електронните договори**
  - ограничения на **отговорността на доставчиците** на междинни услуги
- Обхваща следните услуги: онлайн **услуги** (като онлайн вестници), онлайн **продажба** на продукти и услуги (книги, финансови услуги и туристически услуги), онлайн **реклама**, **професионални услуги** (адвокати, лекари, брокери на недвижими имоти), **развлекателни услуги** и основни посреднически услуги (достъп до Интернет и предаването и приемането на информация), услуги, предоставяни безплатно на получателя и **финансирани чрез реклама или спонсорство**.

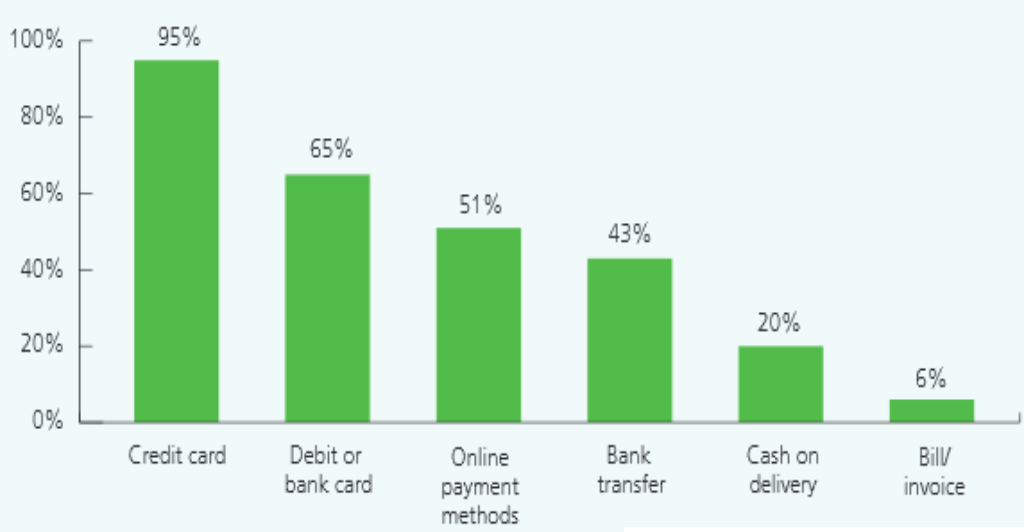
Многоезичност на сайтовете

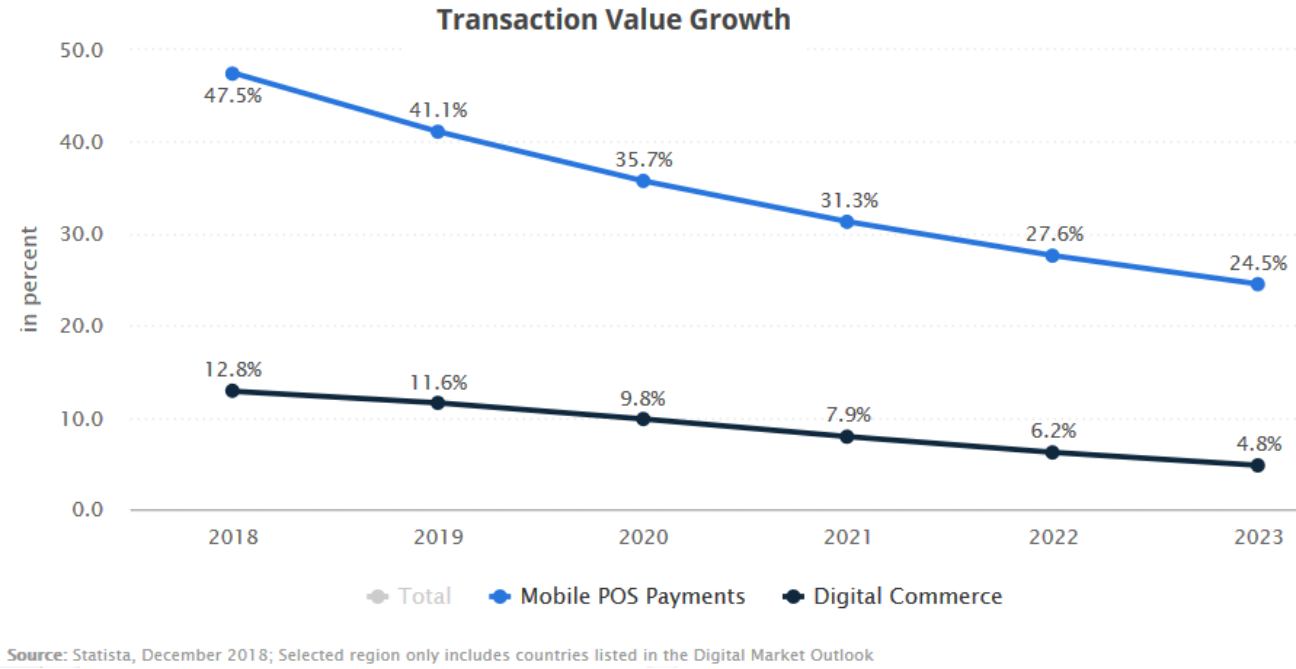
	2003	2011
Едноезични сайтове за е-търговия	76%	39%
Няколкоезични сайтове за е-търговия	24%	61%

Top Ten Languages Used in the Web - December 31, 2017
(Number of Internet Users by Language)

TOP TEN LANGUAGES IN THE INTERNET	World Population for this Language (2018 Estimate)	Internet Users by Language	Internet Penetration (% Population)	Internet Users Growth (2000 - 2018)	Internet Users % of World (Participation)
English	1,462,008,909	**1,055,272,930**	72.2 %	649.7 %	25.4 %
Chinese	1,452,593,223	**804,634,814**	55.4 %	2,390.9 %	19.3 %
Spanish	515,759,912	**337,892,295**	65.5 %	1,758.5 %	8.1 %
Arabic	435,636,462	**219,041,264**	50.3 %	8,616.0 %	5.3 %
Portuguese	286,455,543	**169,157,589**	59.1 %	2,132.8 %	4.1 %
Indonesian / Malaysian	299,271,514	**168,755,091**	56.4 %	2,845.1 %	4.1 %
French	412,394,497	**134,088,952**	32.5 %	1,017.6 %	3.2 %
Japanese	127,185,332	**118,626,672**	93.3 %	152.0 %	2.9 %
Russian	143,964,709	**109,552,842**	76.1 %	3,434.0 %	2.6 %
German	96,820,909	**92,099,951**	95.1 %	234.7 %	2.2 %
TOP 10 LANGUAGES	5,135,270,101	**3,209,122,400**	62.5 %	1,091.9 %	77.2 %
Rest of the Languages	2,499,488,327	**950,318,284**	38.0 %	935.8 %	22.8 %
WORLD TOTAL	7,634,758,428	**4,159,440,684**	54.5 %	1,052.2 %	100.0 %

Методи на разплащане





Българска Асоциация за Електронна Търговия (БАЕТ)

- Учредена на 25.02.2007, създадена във връзка със спорния член 53 от Закона за защита на потребителите (от 10.06.2006г., посл. изм. 25.07.2014 г.)
- Учредители на асоциацията са 17 електронни магазина
- БАЕТ (http://www.baet.bg/) има:
  - Устав
  - Правилник
  - Етичен кодекс
  - Етична комисия към БАЕТ

Закон за Е-търговия

- В сила от 24.12.2006 г., посл.изм. 26.02. 2019г.
- Обхваща:
  - Дефиниции за е-търговия
  - Задължения за предоставяне на информация
  - **Задължения на доставчиците** при сключване на договори чрез електронни средства
  - **Отговорност на доставчиците** на услуги на информационното общество- достъп, пренос, автоматизирано търсене, кеширане, хостинг, линкинг...
  - Приложимо право при предоставяне на услуги на информационното общество
  - **Контрол** от Комисията за защита на потребителите
  - **Спорове между страните** и административно-наказателни разпоредби

Закон за предоставяне на финансови услуги от разстояние

- В сила от 01.01.2007 г, посл. изм. 06.03.2018 г.
- Цел: да осигури защитата на потребителите при предоставяне на финансови услуги от разстояние
- Обхваща:
  - Договор за предоставяне на **финансови услуги от разстояние**
  - **Предоставяне на информация** на потребителите за доставчика
  - Право на **отказ** от договора
  - Право на **прекратяване** на договора
  - **Изисквания към търговските съобщения** от доставчика
  - Потребителски **спорове** и жалби
  - **Контрол** от Комисията за защита на потребителите
  - Административно-наказателни разпоредби

Закон за електронните съобщения

- В сила от 22.05. 2007г, посл. изм. 14.07. 2020г.
- **Не се прилага по отношение на съдържанието** на пренасяните електронни съобщения
- **Касае пренасяне, излъчване, предаване или приемане на съобщения** от всякакъв вид чрез проводник, радиовълни, оптична или друга електромагнитна среда.
- Обхваща:
  - Предаване на съобщения или електронна поща, предназначени за директен маркетинг и реклама, се прави само след:
    - изрично писмено съгласие на абонатите на услугата.
    - предварително получено съгласие на потребителя. Съгласието може да бъде оттеглено по всяко време.

Регламент (ЕС) №910/2014

- От 17.11.2016г. е въведен Регламент (ЕС) №910/2014 относно електронната идентификация и удостоверителните услуги при електронни транзакции на вътрешния пазар.
- Съгласно този регламент е изменен законът за електронния документ и електронния подпис.

Закон за електронния документ и електронния подпис

- В сила от 06.10.2001 г, посл.изм. 23.07.2019г.
- Не се прилага:
  - относно сделки, за които законът изисква квалифицирана писмена форма;
  - когато държането на документа или на екземпляр от него има правно значение (ценни книжа, товарителници и други).
- Обхваща:
  - **Е-документ, е-изявление и е-подпис**
  - **Квалифициран е-подпис**
  - **Доставчици на удостоверителни услуги**
  - Удостоверения за квалифициран електронен подпис
  - Правомощия на Изпълнителна агенция "Българска служба за акредитация" по отношение на доставчиците
  - Акредитация на доставчиците на удостоверителни услуги
  - Установяване на нарушенията, съставяне на актове и издаване на наказателни постановления

Закон за електронното управление

- В сила от 13.06.2008 г., посл.изм. 31.12.2019г.
- Не се прилага при работата с електронни документи, които съдържат класифицирана информация.
- Обхваща:
  - работа с електронни документи, **предоставянето на административни услуги по електронен път** и обмена на електронни документи между административните органи.
  - Предоставяне на електронни административни услуги
  - Подаване, приемане, изпращане и съхраняване на е-документи
  - Оперативна съвместимост и информационна сигурност
  - Контрол и административно-наказателни разпоредби

Закон за хазарта

- В сила от 30.03.2012 г., посл.изм. 18.02.2020г.
- Обхваща:
  - Организиране на хазартни игри
  - Лиценз за онлайн залагания (от 01.01.2014г.)
  - игрите, които се организират онлайн или чрез друго електронно съобщително средство (от 01.01.2014г.)

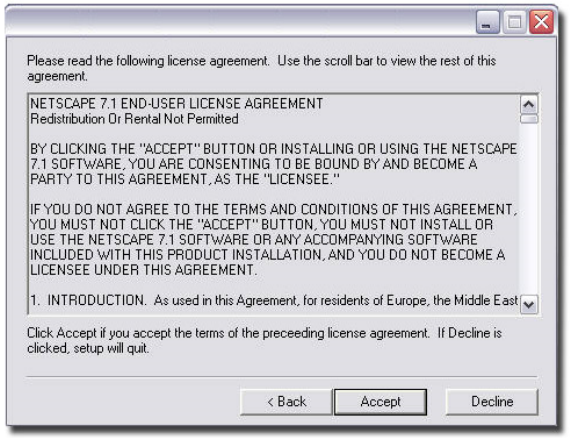
Други нормативни актове

- Граждански процесуален кодекс
- Закон за защита на потребителите
- Закон за далекосъобщенията
- Закон за авторското право и сродните му права
- ....

Видове договори при е-търговия

- **Shrinkwrap**

- **Clickwrap**



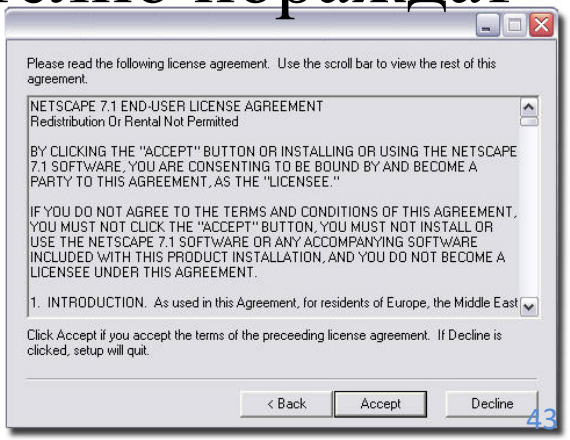
- **Browsewrap**

Видове договори при е-търговия- **Shrinkwrap**

- Лицензионните условия не са приложими онлайн, а са опаковани заедно с продукта и могат да бъдат прочетени едва след отварянето му.
- Терминът идва именно от английската дума за опаковката на кутията със софтуер (shrinkwrap).
- Проблем: В България за да бъде сключен един договор трябва да има предложение и неговото приемане. Валидността на такъв тип договори от гледна точка на изразяването на съгласие за сключване на договора от страна на ползвателя обаче е не напълно изяснена в законовата уредба.

Видове договори при е-търговия- **Clickwrap**

- При clickwrap договорите, съгласието обикновено се изразява онлайн чрез поставяне на отметка, натискане на бутон (click) и т.н. в края на текста на договора (обикновено: “I agree” или “OK”).
- Проблем: В България тяхната валидност също е донякъде спорна, но се счита, че ползвателят има възможност да прочете условията на договора преди да се съгласи с тях и следователно пораждат действие за страните.



Видове договори при е-търговия- **Browsewrap**

- Договор, който най-общо урежда въпросите относно ползване на сайт или на продукт, който може да бъде изтеглен от сайта (download) и не се предвижда възможност за изрично изразяване на съгласието, което бива дадено единствено чрез браузване през сайта.
- Въпреки че има разнопосочна практика относно browsewrap договорите, може да се приеме, че при наличие на определени условия те са валидни.
- Проблем: Трудно се доказва даденото съгласие и момента, в който това се е случило.

Рискове и начини за преодоляването им(1)

- Сигурността на извършените транзакции
  - Надеждно удостоверяване
  - Поверителност
  - Цялостност
  - Недопускане на отхвърляне на процедури
  - Гаранции за недостъпност на други до транзкцията
- Сигурността на информацията за клиентите
  - Криптиране на съхранената информация
  - Декларация за конфиденциалност на информацията

Рискове и начини за преодоляването им(2)

- Проблеми с внедряване на е-финансови услуги- липса на личен контакт с клиентите (намалява контролът над тях)
  - Прилагане на многоканален мениджмънт
  - Иновативни услуги, които не се предоставят “на гише” – с по-къси срокове, по-добро качество, по-добра цена
- Законодателни проблеми – признават се предимно документи на хартиен носител
  - Признаване на е-сертификати, е-договори, е-подпис
  - Универсално банкиране - премахване регулаторните бариери между банково дело, застраховане, бизнес с ценни книжа

Общи рискове

- **Фишинг** – с фалшиви имейли с подвеждащи линкове и фалшиви сайтове се събира лична информация – UserID, Password, PIN, номера на кредитни/дебитни карти...
- **Подвеждащи имена на домейни** – URL към фалшифициран сайт
- **Вишинг** = VoIP фишинг – по телефон или с е-поща
- **Фарминг** – преадресиране от валиден URL адрес към криминален чрез заразяване на локалния DNS сървър или Hosts файла на клиента
- **Троянски коне**
- **Шпионски софтуер**
- **Прихващане на натиснати клавиши**
- **Кражба на самоличност-** продажба на събраните лични данни по неправомерен начин
- **SQL injection атаки** – използват се полетата на уеб форма или URL параметър, за да се получи достъп до базата данни с цел кражба или манипулация

Общи методи за защита

- **Автентикация**- съгласно степента на риск, се избира един от следните методи:
  - Пароли и ПИН-ове
  - Цифрови сертификати с публичен ключ
  - Базирани на микрочип устройства в смарт карти или токъни
  - Биометрични идентификатори – пръст, ухо, ирис
- **Авторизация** – даване на разрешение на някого да предприеме действие или получи нещо.

Авторско право

- В закона има **презумция за авторството на почти всеки един обект** на авторското право.
- **Периода на защита** на авторското право е **докато авторът е жив и седемдесет години след неговата смърт.**
- **Самият сайт също е обект на авторското право** и като такъв неговите собственици указват чрез изписване на подробни условия за ползването му правата, които имат посетителите, върху съдържаща се в сайта информация. Ако няма изписани такива права или знак ©, Copyright и др. това не означава че авторството върху защитени обекти не съществува.

Кое съдържание се ползва свободно

- Нормативни актове
- Идеи и концепции, които не са патенти, търговски марки и т.н.
- Фолклорни творби
- Творби с изтекло авторско право
- Новини, факти, сведения за актуални събития
- Цитати при посочване на източника и автора

Цифрови copyrights (©)

- **Обект на авторското право** е всяко произведение на литературата, изкуството и науката, което е **резултат на творческа дейност** и е изразено по какъвто и да е начин и в каквато и да е **обективна форма**.(съгласно Закона за авторското право и сродните му права)
- Обектите в глобалната мрежа са:
  - **компютърни програми, уеб сайтове, бази от данни,**
  - **дизайни, снимки, текстове, графики,**
  - **търговски концепции...**
- Copyright(©) е символ на защита на авторското право в международен план.
- ©2020 означава, че авторските права са възникнали 2020г.
- 2007-2020 означава, че сайта е публикуван за първи път 2007 и е актуализиран последно 2020г.

Доказване на авторско право за сайт

- Документация, която да дава права на собственика на сайта да претендира авторски права за:
  - Собственост на сайта (ако е създаден в трудови правоотношения, е собственост на работодателя; ако е с договор за поръчка на сайта, е собственост на дизайнера на сайта)
  - Авторство на произведенията и съдържанието в сайта
- Доказва се с дата на хостване на сайта
- За сайт, създаден с “готова платформа” собственика на сайта не може да претендира авторски права за сайта

Авторско право на съдържание в сайта

- Обект на авторско право са:
  - Специализирана техническа литература
  - Представяне на технически и промишлени стоки или услуги, технически методи и технологии
  - Публицистични сайтове с литературни текстове (не и он-лайн вестници)
- Доказва се с договори с външни автори за създаване на текст, за фотографии и авторски произведения, част от сайта

Мерки при нарушение на авторските права

- За да се докаже, че авторкото съдържание е взаимствано неправомерно:
  - Записва се адреса на сайта-крадец
  - Прави се скрийншот на сайта-крадец с откраднатото
  - Разпечатва се или се съхранява HTML кода на сайта-крадец (ако кражбата е на код)
  - Открива се собственика на сайта-крадец (от “контакти”)
- В официално писмо се излагат авторските претенции към собственика на сайта-крадец, подкрепени с доказателствените документи – може имейл, но е по-добре по стандартната поща (клеймото е доказателство за датата на уведомяване)
- В официално писмо се уведомява хостинг компанията на сайта нарушител с молба за проверка на твърденията, посочени с доказателствата и при доказване да се свали сайта от сървъра, ако не се отстрани краденото съдържание
- Сезира се прокуратурата за престъпление по чл.172аНК
- Завежда се граждански иск по чл.94 от ЗАПСП

Технически мерки

- Поставяне на информация в коментарните тагове на HTML кода за авторските права на незабележими при повърхностно преглеждане на кода места
- Кодиране на сайта с Javascript (не е добре за бързодействието при зареждане на сайта)
- Поставяне на воден знак върху изображенията
- Целият сайт да е Flash (не е добре за рейтинга на сайта в търсачките)

Как се открива нарушение на авторското право

- Метод “от уста на уста”- от колеги, клиенти, рекламодатели се разбира, че част от съдържанието на сайта се ползва и на други места
- Метод “търсене по уникална част от текста в кавички”
- Метод “търсене по името на графичен файл” например в http://images.google.com
- Негативи – авторскоправни и технически (влияе негативно на рейтинговането на търсачките; на репутацията на сайта – потребителят не знае кой е оригинала)

Авторски права в социалните мрежи

- Декларация за права и отговорности- регламентира ползването на авторското съдържание от сайта- снимки и клипове
  - “Фейсбук” изисква в общите условия предостъпване на неизключителен лиценз за целия свят
  - Литературни и музикални произведения и части от тях не са предмет на този лиценз
  - “YouTube” притежават специален софтуер, с който притежателите на сайта се известяват за нарушаване на авторските права
  - “MP3tunes” използва алгоритъм “Content”, който въз основа на последователност от данни в музикален файл създава уникален “hash tag”, който отхвърля качване в БД на една и съща песен повече от 1 път . Той следи и “шкафчетата” на потребителите – всяка песен в шкафчето от къде е копирана

Авторски права в AppStore

- Това са онлайн приложения за комерсиално разпространение в е-магазина App Store на Apple за iOS (iPhoneOS) – от създаването й през 2007г досега са над 500 000 приложения за iOS.
- “App”-а е средство за реклама, за кумулиране на нови клиенти, на нови бизнес партньори, за събиране на статистически данни за потребителското търсене и това е упоменато в лицензионното споразумение
- Обект на авторско право са- кодът, графични и аудио произведения, текстът на инсрукцията, видеосъдържанието на “App”-а
- Общите условия определят, че потребителят не може да копира, декомпилира, променя кода, да създава производни продукти на това приложение (или част от него)
- Добре е да се регистрира търговска марка на “App”-а- българска или европейска (която съдържа в себе си и българската) – на наименованието и на иконата на “App”-а

Име на домейн и търговска марка

- Името на домейн служи за бизнес идентификатор
- Кибернастаняване (cybersquatting) –регистриране или насочване на трафик чрез използване на домейн без регистрантът да има право върху него с цел облагодетелстване от популярността на това наименование:
- Засегнатият сайт трябва да сложи директория на началните си страници с анотирани връзки, които обясняват “объркването”

Кибернастаняване

- Чрез привличане на трафик от посещения към този сайт
  - Пренасочва се трафикът към бизнес, свързан с техни собствени сайтове, заблуждавайки посетителя, че притежават права върху тази търговска марка

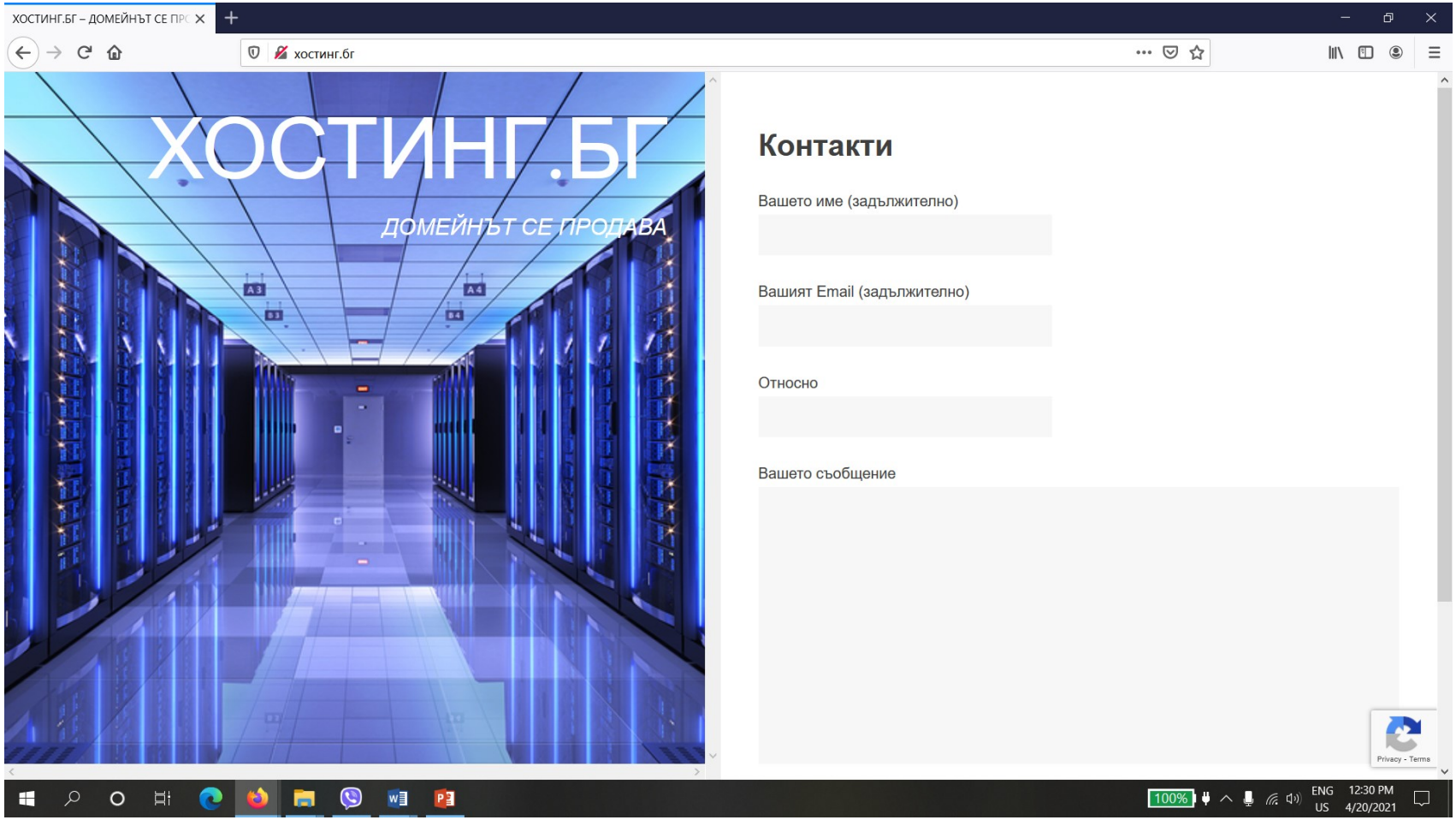
- Практика – на cybercrime.bg всеки потребител може да сезира ГДБОП за посегателства върху интелектуална собственост в мрежата

Кибернастаняване

- Чрез предлагане на домейна за продажба на законния му собственик на изкуствено завишена цена
  - Регистрират се домейни, съвпадащи със световноизвестни търговски марки, предприятия или личности и после ги продават на търг или на маркопритежателя на цени, надхвърлящи регистрационната цена
- Практика – ICANN има процедура за решаване на спорове за имена на домейни от първо ниво: .com, .org, .net… а в България е Регистър.бг

Кибернастаняване

- Чрез предлагане на домейна за продажба на изкуствено завишена цена



Кибернастаняване

- Регистриране на домейни с имена на търговски дружества с цел събиране на повече клиенти или злепоставяне на преки конкуренти:

  <META NAME=“KEYWORDS” CONTENT=“името на конкурента”>

  Принуждава търсачката да се върне към този сайт, когато потребителят потърси маркопритежателя. (В момента не е незаконно.)

- Например създава илюзия, че X е оторизиран сервиз за HP за България

Typosquatting

- Регистриране на домейни в различни варианти, представляващи аналог на известни търговски марки – грешки при въвеждането на ключова дума ще отведат потребителите на атакувания домейн
- Цел – продават продукти с висока печалба, стартиране на е-бизнес, печалба от реклами, отдаване на франчайз и др.
- Практика – запазват се всички сходни имена, включващи и правописни грешки

- Например www.cisco.com и www.sisko.com

Закупуване на домейни с изтекла регистрация

- Следи се със софтуер кога изтича срокът на регистрацията на желания домейн и в случай че собственикът не извърши пререгистрацията навреме, се закупуват от зложелателя.
- Така придобиват недължима облага чрез изнудване на бившия собственик да откупи домейна
- Например Белият дом завежда дело срещу whitehouse.com и whitehouse.org

Избор на име на домейн за е-търговия

1. Избор на домейн – по територията, на която основно се провежда бизнеса

   Ако потребителите са в България, за предпочитане е .bg пред .me, .com, .biz, .org

2. Дължина на името от 2 до 63 символа
3. Име на компанията или направление на бизнеса:

   http://www.denta-clinic.com/ (търсачката ги рейтингова напред по ключови думи) или http://www.unicreditbulbank.bg (известният бранд не се нуждае от пояснения)

4. Благозвучност и лесно запомняне на името:

   Да не е съкращение, което не е популяризирано (http://www.4dpr.ru/ или http://www.bana-bg.org/)

5. Регистриране на близкозначни имена – tur.bg, Typ.bg, tup.bg…
6. Първата буква е важна за азбучното подреждане на резултата на търсачките

   http://www.1eg.eu/ е пред останалите при търсене “Първа езикова гимназия”

7. Домейнът да се регистрира на компанията, а не на неин служител, който може да напусне

Въпроси ?

Благодаря за вниманието !