

ПРЕДГОВОР

С изобретяването на Интернет и появата на персоналните компютри в началото на 70-те години на 20 в., се полагат основите на т.нар. дигитална революция или Трета индустриална революция, която в своята същност представлява преминаване от механична и аналогова електроника към цифрова електроника. С дигиталната революция се поставя началото на Информационната епоха. Цифровизацията бързо набира скорост и преобразуването на аналоговия запис на информация в цифрово въвеждане на данни и тяхното съхранение, разпространение и създаване на добавъчна стойност става новият стандарт в бизнеса и икономиката. Иновационните технологии се превръщат в катализатор на растежа. Половин век по-късно вече говорим не за дигитализация на икономиката, а за Четвърта индустриална революция, интелигентни решения и преобразуване на обществото от дигитално в умно, обърнато към хората, общество.

През първите 20 години на 21 век дигитализацията отбелязва бурен растеж. При търсене в Google, извършено при едни и същи условия на английски на 28 януари 2021 г., бяха открити общо 5.32 милиарда резултата за думата „цифров“, от които 511 милиона за термина „цифрова трансформация“, 664 милиона за „цифров бизнес модел“ и 1.08 милиарда за „цифрово предприемачество“. Очевидно цифровизацията е не само доминираща тема в индустрията и в академичните среди, но също така е от особена важност, когато става дума за трансформиране на бизнес модели в устойчива и кръгова икономика. Няма конференция, няма нов бизнес модел и няма политическа дискусия, в която да липсва препратка към думата „дигитален“ или към неговите често използвани „сестри“ – иновации 4.0, Индустрия 4.0, дигитална трансформация. Липсва обаче общо разбиране за различните термини, особено в академичните среди. Като допълнително обстоятелство, усложняващо дигиталната загадка, може да се посочи фактът, че цифровите термини и взаимовръзки се възприемат не само по различен начин в различните области на изследване, но също така и в рамките на специфични изследователски области, като тези на социалните науки или инженерството.

Същото се отнася и за различните интерпретации на думата на „дигитален“: Как тази дума може да бъде възприета в случаите, когато включва нови начини за идентифициране и обръщане към потребителите или в случаите, когато „дигитален“ се отнася не просто до технология или до създаване на нов бизнес модел? Всичко това се нуждае от уточнение. Без общо разбиране за взаимовръзки, корени, приложения и въздействия, устойчивите мерки трудно се обсъждат, разработват и изграждат (Vican, Brem, 2020). Ето защо е ключово да има общо разбиране за тези взаимовръзки, тъй като

това е предпоставка за обмен и изграждане на знания и в крайна сметка – за прилагане на „цифровото“ към устойчиви икономически и екологични дейности (Suddaby, 2010).

Настоящата монография се стреми да отговори на тази необходимост. При мултиметоден подход, базиран на преглед на текущата литература, са идентифицирани основните термини, свързани с цифровите технологии в рамките на управлението и икономическа литература, а именно: цифров бизнес модел, цифрови технологии, цифрова иновация, цифрова трансформация, дигитален маркетинг, дигитална реклама, електронна търговия и цифрово предприемачество, цифрово общество. Чрез анализ на предшестваща литература са изведени общо разбиране и дефиниция на тези термини, както и на техните потенциални взаимовръзки. Ето и някои примери:

- **Електронна търговия** – използването на Интернет за осъществяване на дигитални транзакции между организации и физически лица.
- **Електронен бизнес** – дигитално активирани транзакции и процеси в рамките на дадена фирма, използващи нейните информационни системи.
- **Интернет маркетинг** – използването на Световната глобална мрежа (*World Wide Web* – съкратено *WWW*) за реклама и продажба на стоки и услуги.
- **Маркетинг 4.0** – маркетингов подход, който съчетава онлайн и офлайн взаимодействие между компании и клиенти.
- **Невромаркетинг** – измерване на физиологични и невронни сигнали, за да се получи представа за мотивацията, предпочитанията и решенията на клиентите, които могат да помогнат за информиране на креативна реклама, разработване на продукти, ценообразуване и други маркетингови области.
- **Индустрия 4.0** – съвременна тенденция в развитието на автоматизацията и обмена на данни при технологиите на производство. Тази тенденция включва кибер-физични системи, Интернет на нещата и изчисления в облак.

Общество 5.0 — социално икономическа и културна стратегия за развитието на обществото, основана на използването на цифрови технологии във всички сфери на живота.

- **Интелигентен град** – градска зона, която използва различни видове електронни методи и сензори за събиране на данни

Анализът преминава през следните основни раздели на монографията:

Първи раздел: проследява развитието и основните характеристики на електронната търговия. Последователно са разгледани разликата между електронна търговия и дигитален бизнес, осемте основните характеристики

ки на електронната търговия, периодите на нейното развитие и основните бизнес модели в електронната търговия.

Втори раздел: разглежда основните аспекти на дигиталния маркетинг и дигиталната реклама. Последователно е проследен прехода от традиционния към дигиталния маркетинг, обърнато е специално внимание на Маркетинг 4.0, както и приложението на Маркетинг 4.0 в дигиталната икономика. Анализирани са ключовите инструменти на дигиталния маркетинг и иновативните подходи в дигиталната реклама като невромаркетинг.

Трети раздел: представлява задълбочен анализ на процеса на дигитализация на индустрията. Анализирани са важни етапи от индустриалната дигитализация, а именно Индустрия 4.0 и Индустрия 5.0. Специално внимание е отделено на прехода от Индустрия 4.0 към Индустрия 5.0, както и основните проблеми, възникващи пред Индустрия 5.0

Четвърти раздел запознава с внедряването на новите технологии в градовете и регионите и използването на тези технологии в инфраструктурата, социалните връзки, комуникациите, образованието, управлението, сигурността и прочее по пътя към така нареченото „умно общество“, известно още като „информационно“ или „комуникационно“, т.е. „основано на знанието общество“ и превръщането на градовете и регионите в интелигентни, обърнати към хората, свързани пространства и общности.

Пети раздел обобщава дълбоките промени, предизвикани от интензивното навлизане на иновативните технологии в икономиката и обществото, посочва проблемите, с които човек се сблъсква в опита си да се ориентира, адаптира и приеме тези промени и формулира изводите, до които се стига след четвърт век движение между реалното и виртуалното.

Двете приложения в края на монографията показват цифровата промяна в основните сфери на икономическия и обществен живот в България (приложение №1) и превръщането на град Бургас в умен град като град-партньор по европейската програма за интегрирани градове „Споделящи градове“ (приложение №2).

Основния обект на разглеждане в монографията е процесът на дигитализация, който в по-тесен обхват е свързан с откриването на Интернет, развитието на компютърните технологии, разработването на интелигентни решения – от Интернет на нещата до Интернет на хората, а в по-широк обхват – с цифровизация на бизнеса, дигиталния маркетинг, прехода към Индустрия 4.0 и Индустрия 5.0 и изграждането на „умно общество“.

Представената монография е необходима от изследователска гледна точка поради обобщенията на последните тенденции в дигиталния свят и може да бъде използвана като полезно четиво при изучаването на дисциплините „Дигитален бизнес“, Рекламен Мениджмънт“, „Икономика на предприятието“ и др.