

УДК 338.1:004.9

Хамраева С.Н. - доктор экономических наук, профессор

Заведующая кафедрой инновационная экономика,

Каршинский инженерно-экономический институт

Равшанова Н.У., магистрант 1-курса

Каршинский инженерно-экономический институт

Узбекистан, г.Карши

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Аннотация: Развитие услуг электронной коммерции открывает беспрецедентные возможности для стран. Появление глобальных коммуникационных сетей и, прежде всего, Интернета, привело к настоящей революции в области организации и осуществления деятельности электронной коммерции. В результате появились не только новые направления ведения бизнеса, но и кардинально изменились существующие направления. В данной статье отмечены значение и задачи электронной коммерции, возрастающая актуальность электронной коммерции и радиус развития электронной коммерции в цифровой экономике. При этом выделена оценка его возможностей и перспектив развития.

Ключевые слова. Цифровая экономика, цифровизация, электронная коммерция, электронная торговля.

Khamraeva S.N. - Doctor of Economic Sciences, Professor

Head of the Department of Innovative Economics,

Karshi Engineering and Economic Institute

Ravshanova N.U., 1st year master's student

Karshi Engineering and Economic Institute

Uzbekistan, Karshi

FEATURES OF DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

***Abstract:** The development of e-commerce services is opening up unprecedented opportunities for countries. The emergence of global communication networks and, above all, the Internet, has led to a real revolution in the organization and implementation of e-commerce activities. As a result, not only new areas of business have emerged, but existing areas have also radically changed. This article highlights the importance and objectives of e-commerce, the growing relevance of e-commerce and the development radius of e-commerce in the digital economy. At the same time, an assessment of its capabilities and development prospects is highlighted.*

***Keywords.** Digital economy, digitalization, e-commerce, e-commerce.*

Развитие и распространение информационных технологий положило начало глобальному доступу к цифровым ресурсам для ведения бизнеса. Симбиоз информационных технологий и бизнеса стал важным фактором развития цифровой экономики.

Электронная коммерция – это бум в современном бизнесе. Слово «электронная коммерция» означает «электронный» и, по сути, представляет собой процесс покупки и продажи товаров и услуг, а также ведения бизнеса через «электронную сеть».

Электронная коммерция включает в себя телемаркетинг, онлайн-рекламу, онлайн-покупки, продвижение бизнеса через социальные сети и многое другое. Это огромный деловой мир в Интернете, и с ростом технического прогресса перспективы электронной коммерции также постоянно растут.

Информационные технологии оказали большое влияние на будущее развитие «финансового сектора» и различные способы ведения бизнеса в разных странах мира. В такой развивающейся стране, как Бангладеш,

развитие бизнеса посредством электронной коммерции сталкивается с насущными проблемами страны.

Надо отметить, что электронная коммерция является основой цифровой экономики. Как упоминалось выше, электронная коммерция — это торговля и бизнес, осуществляемые в режиме онлайн через электронную сеть, и этот бизнес создает экономику, которая также существует в Интернете. Экономика, построенная на электронной коммерции и постоянно растущая, сама по себе является «цифровой экономикой». Таким образом, устанавливается прямая связь между электронной коммерцией и цифровой экономикой. Факторами, влияющими на оба этих онлайн-аспекта, являются цифровые медиа, цифровой банкинг, рост онлайн-сетей и т. д.

В мировой практике электронная коммерция является одним из основных средств поддержки малого и среднего бизнеса. Он обеспечивает равные условия для ведения хозяйственной деятельности с крупными компаниями. Малый бизнес не может позволить себе тратить большие деньги на рекламу своей продукции. Использование механизмов электронной коммерции по минимальным ценам дает им доступ ко всему рынку потенциальных клиентов. Однако электронная коммерция не обеспечивает автоматически всемирную аудиторию. Ведь международные службы доставки стоят дороже, чем внутрироссийские, а сама доставка занимает больше времени. Кроме того, сайт, занимающийся международной торговлей, может столкнуться с проблемами технической поддержки, связанными с его структурой и схемой работы. Исходя из докладов международных экспертов электронная коммерция «В 2021 году доля электронной коммерции в мировой розничной торговле составила 12,0%. Если обратиться к аналогичному показателю в США этот показатель составил 9,0 % и в Китае 27,5%» [4]. Это, в свою очередь, свидетельствует о том, что электронная коммерция приобретает значение совершенствование организационно-экономического механизма развития электронной коммерции в сфере услуг.

В научной литературе существует несколько определений термину “электронная коммерция” [3]. Наиболее распространенная - “электронная коммерция – это коммерческая деятельность, использующая информационные и телекоммуникационные технологии и системы в любой сфере бизнеса. Электронная коммерция предоставляет возможность покупать, продавать, предоставлять услуги и проводить маркетинговые мероприятия через Интернет”.

Основными факторами развития электронной коммерции в Узбекистане является: **во-первых**, географический фактор, то есть отдаленность региона от многих развитых стран мира. Узбекистан находится в центре Центральной Азии, к тому же республика одна из двух стран (Лихтенштейн), которые для выхода в открытое море должны пересечь две страны. Это в свою очередь затрудняет развитие макро экономической интеграции в стране; **во-вторых**, необходимость повышения уровня интеграции нашей страны в мировую информационную систему и международные процессы. В данное время для развития и повышения конкурентоспособности страны необходимо международная интеграция не только между отраслями в экономике, но и в сфере информационной системы; **в-третьих**, необходимость повышения конкурентоспособности наших национальных товаров на мировом рынке, снижения общих торговых и транзакционных издержек, улучшения управления экономическими процессами в торговой системе, в целях увеличения государственного бюджета, достижения необходимого уровня наблюдения за торговыми операциями финансовых органов и улучшения контроля

Но в тоже время в Узбекистане имеются предпосылки для развития электронной коммерции. В частности: **во-первых**, наличие средств и технических решений для обеспечения информационной безопасности и криптографической защиты участников торговых отношений; **во-вторых**, наличие необходимых разработок отдельных банковских технологий,

направленных на межбанковское и дистанционное обслуживание клиентов; **В-третьих**, динамичное развитие необходимой технической и технологической базы, включающей доступ к мировому информационному пространству.

Исходя из статических данных (1-таблица), объем валовой добавленной стоимости сектора информационной экономики и электронной коммерции увеличился в 2021 году по сравнению 2016 годом в 3,5 раза, а объем электронной коммерции в объеме валовой добавленной стоимости увеличился по сравнению с 2017 годом почти 389 раз, и составил более 3 трл сум. Еще одним из факторов, влияющих на развитие электронной коммерции это рост числа абонентов, пользующихся интернетом. Если число абонентов использующие интернет составлял в 2016 году 9,6 млн. человек, то в 2021 году число интернет пользователей превышал более 23 млн человек. [5]

1-таблица

Факторы, влияющие на электронную коммерцию в Узбекистане и их тенденция изменений

Годы	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Объём сектора информационной экономики и электронной коммерции, млрд.сум	4 967,7	6 377,8	7 934,0	8 701,4	11 121,8	17 455,5
Объём электронной коммерции, млрд.сум		10,1	107,3	264,7	602,0	3 944,5
Число интернет пользователей, млн. человек.	9,6	11,2	13,3	16,4	20,0	23,0
Средняя скорость интернета, мб/с.	0,057	0,76	8,57	18,92	32,39	43,01

Доля предприятий и организаций, подключенных к сети интернет, %.	25,9	27,2	27,5	26,2	21,1	17,5
--	------	------	------	------	------	------

Несмотря на реализацию ряда мер по развитию цифровой экономики в Узбекистане, по сравнению с развитыми странами и Республикой Казахстан, электронная коммерция республике недостаточно развита для полноценной интеграции в глобальном масштабе, а участие страны в мировом рынке электронной коммерции очень мало остаются очень низкими. “Доля электронной коммерции в структуре розничного товарооборота в Узбекистане составляет 0,515%, а на душу населения всего 0,87 долларов США. В мире доля электронной коммерции в структуре розничного товарооборота составляет 18%, в США – 13,6%, в Китае – 24,9%, а в Казахстане 2,6 %” [4].

Для развития электронной коммерции в Узбекистане правительством страны предпринимаются меры по ее развитию. В частности, был принят Закон «Об электронной коммерции» от 29.09.2022 г. № ЗРУ-792, Указ Президента Республики Узбекистан за №ПУ-6079 от 10 мая 2020 года «Об утверждении стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» и мерах по его эффективной реализации», Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-3724 от 14 мая 2018 года «О мерах по опережающему развитию электронной коммерции», Постановлении Кабинета Министров Республики Узбекистан №ПКМ - 825 от 13 октября 2018 года «О внесении изменений и дополнений в правила осуществления электронной коммерции» и другие нормативные правовые документы, относящиеся к этой сфере. В результате мероприятий, разработанных, согласно принятым нормативно-правовым документам, рост объема электронной коммерции с 2020 года 100,25 млн долларов США увеличился в 2021 году до 265 млн долларов США [5].

В заключении хотелось отметить, что электронная коммерция позволяет потребителю ускорить оборот капитала, значительно снизить транзакционные издержки, активизировать процессы реконструкции региональных хозяйственных комплексов. Развитие национальной электронной коммерции сокращает время подготовки и проведения торговых операций, положительно влияет на усиление конкуренции среди местных производителей, способствует снижению цен на товары и услуги, повышает качество товаров и услуг, создает новые рабочие места за счет разработок.

В целом в Республике Узбекистан необходимо обратить внимание на следующие аспекты при создании полноценного рынка электронного бизнеса и продвижении местных предприятий, производящих товары (услуги) на внешних рынках:

во-первых, привести существующую систему правового регулирования отношений в сфере электронного бизнеса в соответствии с быстрыми изменениями в развитии отрасли и, в свою очередь, обеспечить доступ к электронной коммерции для широких слоев населения и бизнеса;

во-вторых, полная конкуренция для местного бизнеса на внешних рынках, устранение устаревших бюрократических барьеров для экспорта товаров (услуг) через электронную коммерцию;

в-третьих, правильно реализовать процесс внедрения современных информационно-коммуникационных технологий, направленных на развитие электронного бизнеса;

в-четвертых, интеграция отечественных платежных систем с популярными зарубежными аналогами, влияние полноценного международного сотрудничества хозяйствующих субъектов страны с ведущими зарубежными организациями в сфере электронной коммерции, а также экспортный потенциал и конкурентоспособность внутреннего рынка;

в-пятых, популяризация возможностей и преимуществ электронной коммерции, в том числе безналичных расчетов за товары (услуги), особенно на

местах, что позволит предотвратить рост теневой экономики и сокращение налоговых поступлений в государственный бюджет;

в-шестых, действующая система налогообложения призвана стимулировать расширение деятельности хозяйствующих субъектов в сфере электронной коммерции, в том числе СМИ.

Список использованных источников

1. Application of digital ecosystems in transport insurance. Sergey Yekimov, Stanislava Kontsevaya, Rakhmatulla Ergashev and Sayyora Khamraeva. E3S Web of Conf., 389 (2023) 05034
2. Кобелев О. Электронная коммерция. – Litres, 2022.
3. Gulyamov S. S., Kh E. R., Khamraeva S. N. Digital economy //Tutorial. TDIU. – 2020.
4. Nasimovna K. S., Ilkhomovich O. I. Status and analysis of the development of world electronic trade service //World Economics and Finance Bulletin. – 2021. – Т. 1. – №. 1. – С. 9-11. Nasimovna X. S. Characteristics and Tendents of Development of Digital Economy in Uzbekistan and Abroad //Academic Journal of Digital Economics and Stability. – 2021. – С. 113-119.
5. Yan Peng, Jingjing Xue. (2023) The Path to Improving the Competitiveness of Small and Micro Cross-border E-commerce Enterprises in the Digital Trade Era. Journal of Humanities, Arts and Social Science, 7(8), 1594-1598
6. Маймина Э. В., Пузыня Т. А. Особенности и тенденции развития цифровой экономики //Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – №. 6. – С. 37-45.
7. Хамраева С. Н. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ //Теория и практика управления предпринимательскими структурами в современных условиях. – 2023. – С. 107-113.