

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: РЕВОЛЮЦИЯ В МИРЕ БИЗНЕСА.

Махамедова М.А.

*Студент факультета цифровой
экономики и информационных технологий*

Специальность: Цифровая Экономика

Ташкентский государственный экономический университет

E-mail: maxamedovamunisaxon@gmail.com

Научный руководитель: Абсаламова Д.Б.

Ассистент кафедры Искусственный интеллект

Ташкентский государственный экономический университет

E-mail: absalamovadiyora@gmail.com

Аннотация: Электронная коммерция стала одним из ключевых элементов современной экономики, оказывая влияние на способы ведения бизнеса и привычки потребителей. За последние несколько десятилетий электронная коммерция претерпела значительные изменения, что сделало онлайн-покупки неотъемлемой частью повседневной жизни. Электронная коммерция охватывает все виды онлайн-транзакций, включая покупки, продажи и денежные переводы, а также другие финансовые операции. Это включает в себя все процессы торговли и финансовых операций, которые происходят в интернете. По сути, электронная коммерция охватывает все онлайн-площадки, где проводятся сделки. В данной статье рассматриваются основные принципы электронной коммерции, ее преимущества и недостатки, а также тенденции развития этой отрасли. Изучение данной темы позволит понять, как электронная коммерция изменяет традиционные бизнес-модели, способствует глобализации рынка и обеспечивает удобство для потребителей.

Ключевые слова: электронная коммерция, маркетплейс, онлайн-покупки, коммерческие операции, международные транзакции.

Abstract: E-commerce has become a key element of the modern economy, influencing the way business is done and consumer habits. Over the past few decades, e-commerce has undergone significant changes that have made online shopping an accepted part of everyday life. E-commerce considers all types of online transactions, including purchases, sales and good transfers, as well as other financial transactions. This includes all trading and financial transactions that take place online. For example, sending money to your grandmother for medicine, donating to charity, or ordering a passport through online services of government agencies. Essentially, e-commerce covers all online platforms where transactions are carried out. This article

(3rd international scientific and practical conference)

discusses the basic principles of e-commerce, its advantages and disadvantages, as well as development trends in this industry. Studying this topic will provide insight into how e-commerce is changing traditional business models, promoting market globalization, and providing convenience to consumers.

Keywords: *e-commerce, marketplace, online shopping, commercial transactions, international transactions.*

Электронная коммерция играет все более важную роль в современной экономике, оказывая значительное влияние на то, как компании ведут бизнес, а потребители делают покупки. За последние десятилетия эта область претерпела радикальные изменения, что сделало онлайн-покупки повседневной частью жизни для многих людей. Она не только упростила процесс покупок для потребителей, но и открыла новые горизонты для предпринимателей. Этот вид торговли позволяет компаниям и частным лицам проводить коммерческие операции через интернет, не прибегая к традиционным методам покупки и продажи. Электронная коммерция — это совокупность разных видов предпринимательской деятельности в интернете, например, распространение, реклама, продвижение и продажа товаров и услуг. [1]

С развитием технологий и расширением доступа к интернету, электронная коммерция пережила беспрецедентный рост. Такие компании, как Amazon, Alibaba, eBay и другие, превратились в глобальных гигантов, предлагающих потребителям широкий ассортимент товаров и услуг. Этот рост ускорился в связи с пандемией COVID-19, когда многие физические магазины были вынуждены закрыться или сократить часы работы, что привело к увеличению спроса на онлайн-покупки.

История электронной коммерции берёт своё начало с 60-х годов прошлого века. Американские компании такие как American Airlines и IBM приступают к созданию системы автоматизации процедуры резервирования мест на авиарейсы. За счёт системы SABRE снизилась стоимость услуг и выросли пассажироперевозки. Это один из первых примеров электронной коммерции. Далее в 1979 году Майкл Олдрич демонстрирует первую систему онлайн-покупок, после французская система Minitel для онлайн-заказов. В 1995 году появляется компания Amazon и eBay, спустя 4 года Alibaba.[2]

Преимуществами э-коммерции являются:

-Удобство и доступность. Покупки совершаются в любое время, где угодно, только нужен интернет.

-Широкий выбор. Ассортимент товаров превышает выбор в традиционных магазинах.

- Снижение издержек: компании могут снизить расходы на аренду и персонал, что часто ведет к снижению цен для потребителей.

- Глобальный охват: электронная коммерция позволяет компаниям продавать товары и услуги по всему миру.

Несмотря на множество преимуществ, электронная коммерция сталкивается с некоторыми проблемами:

- Безопасность. Поскольку мошенничество и кибератаки становятся все более распространенными, обеспечение безопасности онлайн-транзакций остается ключевой проблемой.

- Приватность. Сбор данных о потребителях вызывает опасения относительно конфиденциальности.

- Логистика. Доставка товаров может быть сложной, особенно для международных транзакций.

- Конкуренция. Высокая конкуренция в сфере электронной коммерции требует от компаний инновационных стратегий, чтобы выделиться.

Самыми популярными видами электронной коммерции являются B2B и B2C:

Business-to-business- продажа товаров и услуг между компаниями. Предприниматели заключают друг с другом взаимовыгодные сделки и развивают свой бизнес.

Business-to-consumer- продажа товаров и услуг от бизнеса к потребителю. То есть компания продает свой товар потребителю с помощью интернета.

В нашей стране электронная коммерция начала рост начиная с 2004 года. 29 апреля 2004 года №613-11 был принят Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции». Целью этого закона является регулирование отношений в области электронной коммерции. Основными принципами электронной коммерции являются:

- свобода осуществления предпринимательской деятельности в электронной коммерции;

- добровольность заключения договоров в электронной коммерции;

- соблюдение условий участия в электронной коммерции;

- защита прав и законных интересов участников электронной коммерции.[3]

В Узбекистане действует закон «Об электронной коммерции», подписанный 29 сентября 2022 года президентом Республики Узбекистан. Закон определяет основные понятия и участников отрасли, которые могут получать налоговые преференции. Понимая, что электронная коммерция является драйвером развития малого и среднего бизнеса, государство направляет усилия для решения инфраструктурных и логистических вопросов.[7]

(3rd international scientific and practical conference)

В 2022 году рынок электронной коммерции в Узбекистане достиг показателя в \$311 млн. Данный результат выше показателя 2018 г. в 5 раз, а по сравнению с 2021 годом увеличилось на треть, что подтверждает позицию Узбекистана как самого быстрорастущего рынка э-коммерции в Центральной Азии. Однако доля э-коммерции в общем объеме розничной торговли равна 2,2%, что в четверо больше, чем в 2018 году, но в четверо уступает Казахстану.[4]

На сегодняшний день, мы уверенно можем сказать, что электронная коммерция в Узбекистане находится на стадии активного развития и насчитывает в общем счете 321 компаний, занимающиеся данной сферой деятельности. Так же, важно отметить развитие финансовых технологий, что в свою очередь является одним из ключевых факторов развития данной сферы. Например, к концу 2023 года в Республике насчитывалось, в общем счете 34 млн. пользователей онлайн-банкинга, 35 платёжных организаций, 36,5 млн. пластиковых карт в обращении, 10 систем электронных денег, что еще раз подтверждает особую роль, предпринимаемую государством для развития данного сектора.

Аналитический сайт Statista опубликовал прогноз рынка электронной коммерции в Узбекистане, согласно которому рынок электронной коммерции в среднем будет расти +40% ежегодно, тем самым к 2026 году будет равен \$1 млрд.[8]

В то же время, согласно анализу, проведенному KPMG, совокупный среднегодовой темп роста рынка электронной коммерции в период 2023–2027 годов находится в диапазоне от 41,4% до 47,4%. Это говорит о том, что рынок электронной коммерции может вырасти в 6-7 раз.[6]

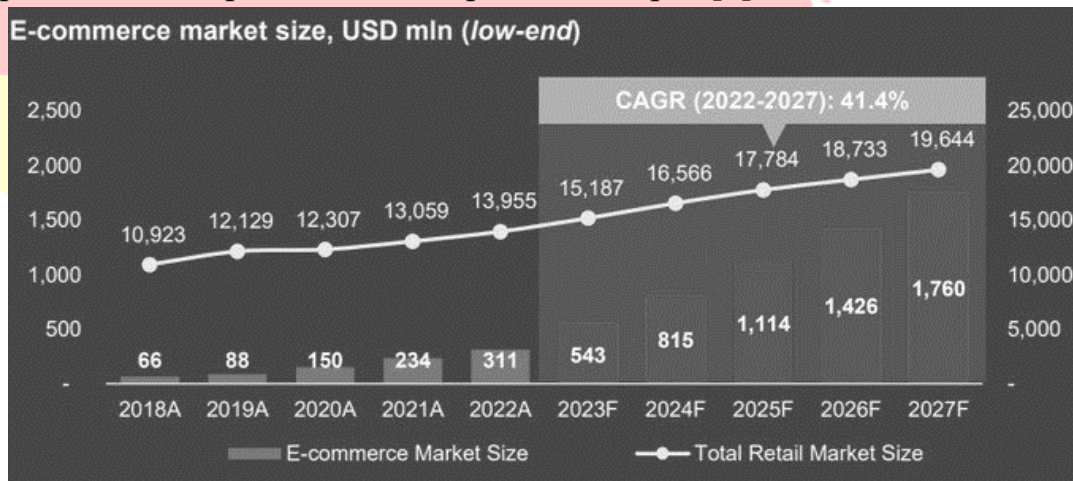


Рис.1. Совокупный среднегодовой темп роста рынка электронной коммерции 2018-2027гг.

По показателям данного анализа можно сказать, что если среднегодовой темп роста будет находится в 41,4%, то в 2027 году объем электронной

коммерции увеличится в 6 раз до \$1,760 млрд. (рис.1.) В позитивном случае при 47,4% э-коммерция увеличится в 7 раз до \$2,161 млрд., тогда доля рынка э-коммерции в структуре розничной торговли составит 11%.[4](рис.2.)

Электронная коммерция в Узбекистане развивается благодаря усилиям различных игроков и платформ, которые предлагают возможности для онлайн-торговли и связывают предпринимателей с потребителями.

Ключевыми драйверами развития электронной коммерции являются маркетплейсы. Маркетплейсы предоставляет местным предпринимателям возможность размещать свои товары и услуги в онлайн-режиме, способствуя развитию местной электронной коммерции и помогая предпринимателям достичь большего числа потребителей.[8]

Наиболее популярными локальными маркетплейсами в Узбекистане являются Uzum market, Zoodmall, Sello, Olcha, Asaxiy. Несмотря на то, что Uzum market вышел на узбекистанский рынок всего 2 года назад, количество брендов, присоединившихся к платформе, возросло с 2 953 до 8 317, а число пунктов выдачи товаров увеличилось с 43 до 345[5]

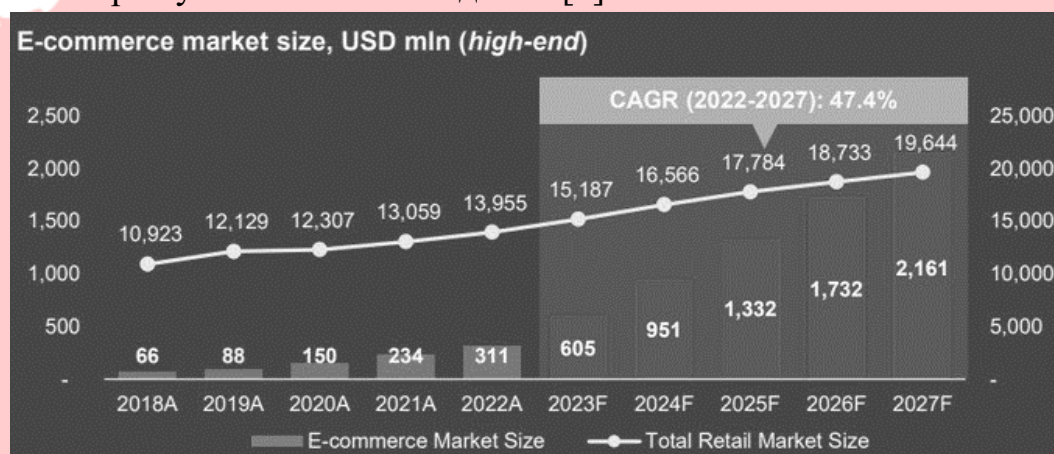


Рис.2. Совокупный среднегодовой темп роста рынка электронной коммерции 2018-2027гг.

В заключении можно сказать, что электронная коммерция продолжает развиваться, трансформируя способы ведения бизнеса и покупки товаров и услуг. В то время как она приносит многочисленные преимущества, она также предъявляет новые требования к компаниям в плане безопасности, конфиденциальности и логистики. По мере того как технологии продолжают развиваться, будущее электронной коммерции обещает быть еще более инновационным и захватывающим.

1. Джуманиязова М.Ю., Перспективы развития электронной коммерции в Узбекистане/ Журнал- Экономика и бизнес: теория и практика/2018.

2. Кубкина Ю.С., Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития/ Журнал -Terra Economicus/2012.
3. <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/ecommerce>
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
5. <https://www.spot.uz/ru/2023/08/24/e-commerce-uz/#>
6. <https://ecomhub.ru/uzum-market-2023-results6>
7. <https://kpmg.com/uz/ru/home/insights/2023/08/e-commerce-market.html>
8. <https://www.norma.uz/>
9. <https://infocom.uz/ru/obzor-ecom-uz/>