

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И ПЕРСПЕКТИВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Бусурманкулова У.Н.⁽¹⁾, Абылкасымов Д.Б.⁽²⁾
к.э.н., доцент МУИТ

e-mail: busurmankulova_79@mail.ru

⁽²⁾ Магистрант Международного университета инновационных технологий

Аннотация. Статья посвящена исследованию влияния электронной коммерции на экономический рост, с акцентом на анализ факторов, способствующих её развитию, а также перспективам для бизнеса в условиях цифровой трансформации. В работе рассмотрены ключевые драйверы роста электронного рынка, такие как технологические инновации, изменение потребительских предпочтений и развитие инфраструктуры, а также влияние электронной коммерции на различные секторы экономики. Анализируется влияние этого сегмента на создание новых рабочих мест, повышение эффективности производства и развитие международной торговли. В заключение выделены основные вызовы, стоящие перед бизнесом в условиях растущей конкуренции, а также рекомендации по адаптации к изменениям, вызванным цифровизацией экономики. Статья направлена на помощь исследователям и предпринимателям в понимании сложных взаимосвязей между электронной коммерцией и экономическим развитием, а также на выявление стратегий для успешной адаптации бизнеса к новому цифровому рынку.

Ключевые слова: электронная коммерция, экономический рост, международная торговля, конкуренция, цифровой рынок, технологические инновации.

ЭКОНОМИКАЛЫК ӨСҮҮГӨ ЭЛЕКТРОНДУК СООДАНЫН ТАСИРИ: БИЗНЕСИ ӨНҮГҮҮНҮН ФАКТОРЛОРУН ЖАНА КЕЛЕЧЕКТЕРИН ТАЛДОО

Бусурманкулова У.Н.⁽¹⁾, Абылкасымов Д.Б.⁽²⁾,

⁽¹⁾ Экономика илимдеринин кандидаты ЭИТУнун доценти

e-mail: busurmankulova_79@mail.ru

⁽²⁾ ЭИТУнун магистранты

⁽³⁾ ЭИТУнун студенти

Аннотация: Макала электрондук коммерциянын экономикалык өсүшкө тийгизген таасирин изилдөөгө арналган, анын өнүгүшүнө салым кошкон факторлордун анализине, ошондой эле санариптик трансформациянын контекстинде бизнестин келечегине басым жасалган. Документте технологиялык инновациялар, керектөөчүлөрдүн каалоолорун өзгөртүү жана инфраструктураны өнүктүрүү, ошондой эле электрондук коммерциянын экономиканын ар кандай секторлоруна тийгизген таасири сыяктуу электрондук рыноктун өсүшүнүн негизги кыймылдаткычтары каралат. Бул сегменттин жаңы жумуш орундарын түзүүгө, өндүрүштүн натыйжалуулугун жогорулатууга жана эл аралык сооданы өнүктүрүүгө тийгизген таасири талданат. Жыйынтыктап айтканда, барган сайын күчөгөн атаандаштык чөйрөсүндө бизнестин алдында турган негизги көйгөйлөр, ошондой эле экономиканы санариптештирүү менен шартталган өзгөрүүлөргө ыңгайлашуу боюнча сунуштар белгиленет. Макала изилдөөчүлөргө жана ишкерлерге электрондук коммерция менен экономикалык өнүгүүнүн ортосундагы татаал мамилелерди түшүнүүгө жана бизнестин жаңы санариптик рынокко ийгиликтүү адаптациялоонун стратегияларын аныктоого жардам берүү максатын көздөйт.

Негизги сөздөр: электрондук соода, экономикалык өсүш, эл аралык соода, атаандаштык, санариптик рынок, технологиялык инновациялар.

THE IMPACT OF E-COMMERCE ON ECONOMIC GROWTH: AN ANALYSIS OF FACTORS AND PROSPECTS FOR BUSINESS DEVELOPMENT

Busurmankulova U.N.⁽¹⁾, Abylkasymov D.B.⁽²⁾

⁽¹⁾ *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor INTUIT, e-mail: busurmankulova_79@mail.ru*

⁽²⁾ *Master of International University of Innovative Technologies*

Annotation. *The article studies the impact of e-commerce on economic growth, Emphasis on analysis of factors, contributing to its development, and prospects for business in the context of digital transformation. The paper considers the key drivers of the growth of the electronic market, such as technological innovation, Changing consumer preferences and infrastructure development, and the impact of e-commerce on various sectors of the economy. The impact of this segment on the creation of new jobs is analyzed., production efficiency and international trade. Finally, the main challenges, business in the face of increasing competition, Recommendations for adapting to changes, The digitalization of the economy. The article aims to help researchers and entrepreneurs understand the complex relationships between e-commerce and economic development., identifying strategies to successfully adapt the business to the new digital market.*

Key words: *E-commerce, Economic growth, International trade, Competition, The Digital Market, Technological innovation.*

Электронная коммерция (e-commerce) за последние несколько десятилетий значительно преобразовала традиционные способы ведения бизнеса. Развитие технологий, интернет-инфраструктуры и мобильных приложений открыло новые возможности для предпринимателей, а также изменило потребительские привычки. В условиях глобализации и цифровизации экономики роль электронной коммерции в обеспечении экономического роста становится всё более важной. Эта статья направлена на анализ факторов, влияющих на развитие электронной коммерции, её воздействия на экономический рост и прогнозирование её потенциала для бизнеса в будущем.

Электронная коммерция на текущий день - одна из самых быстрорастущих новых форм бизнеса и один из основных двигателей цифровой экономики. В настоящий момент электронная коммерция постепенно становится основным каналом потребления населения и ключевым драйвером экономического роста.

Термин «электронная коммерция» уникален тем, что он применим в отношении любой экономической деятельности, которая имеет отношение к использованию ИТ-продуктов. В связи с этим многие российские и зарубежные авторы предпринимали попытки систематизации и стандартизации категорий и понятий электронной коммерции. Однако, здесь необходимо учитывать скорее практический подход большинства иностранных авторов касаясь данной тематики, нежели теоретический.

В числе первопроходцев в исследовании данной темы следует отметить американского экономиста Дэвида Козье. Он рассматривал понятие электронной коммерции как составляющее более обширного понятия электронной торговли. По его мнению, в основе e-commerce лежит структура традиционной торговли, которой электронная коммерция придает приспособляемость и гибкость. М. Хэйг полагал, что «электронная коммерция — это любые формы деловых сделок, которые проводятся с помощью Интернета». Г. Шнайдер же в своих трудах представлял электронную коммерцию как «деятельность по взаимодействию хозяйствующих субъектов, не связанных организационной структурой какого-либо

хозяйствующего субъекта, направленная на получение прибыли и осуществляемая с использованием цифровых технологий». Для Л. С. Климчени электронная коммерция также является составной частью цифрового бизнеса, в то время как электронная торговля характеризуется как частный случай в электронной коммерции. О. А.

Кобелев представляет электронную коммерцию как «предпринимательскую деятельность по осуществлению коммерческих операций с использованием электронных средств обмена данными». Так, вышеуказанные авторы считают, что электронная коммерция и электронная торговля синонимичны и в отдельных ситуациях выступают как проявление друг друга.

Для малого и среднего бизнеса интернет дает прекрасную возможность для продвижения. Кыргызская Республика еще очень отстает в развитии и распространенности интернет-бизнеса от развитых стран, что объясняется в первую очередь недостаточной компьютеризацией населения. В узком смысле под интернет-экономикой принято подразумевать "применение современных информационных технологий в бизнесе".

С наступлением цифровизации, вес информационной экономики постоянно возрастает и ее доля, выраженная в суммарном рабочем времени, для экономически развитых стран уже сегодня составляет 40-60% и ожидается, что к концу века она возрастет еще на 10-15%. При огромном потенциале интернета вклад его в экономику страны все еще мал.

По доле интернет-экономики ВВП Кыргызской Республики в настоящее время находится на уровне (0,3%), в России и Испании - 2,2% и Италии - 1,9%. Лидерами стали Великобритания - 7,2%, Швеция - 6,6% и Дания - 5,8%.

В целом Кыргызская Республика по интенсивности использования интернета имеет 0,5% доли в ВВП страны. Россия идет на равных с такими странами, как Словакия, Турция, Бразилия и Малайзия, значительно обгоняя Китай, Индию и Индонезию. При этом Кыргызская Республика все еще заметно отстает от большинства развитых и развивающихся стран, включая страны Центральной Европы: Великобритания (7,2%), Швеция (6,6%) и Дания (5,8%). Однако, в связи с глобализацией процессов экономики в будущем ожидается рост доли интернет-экономики в ВВП. Так как этот показатель также влияет на развитие экономики в целом.

Доля интернет-экономики ВВП Кыргызской Республики составляет около 0,5%. В нашей стране данный сегмент находится на стадии развития. Мы только учимся применять интернет в предпринимательской деятельности. И операции, осуществляемые через сеть, слабо регулируются государственными органами, следовательно, не облагаются налогами. Однако в недалеком будущем доля интернет-экономики будет расти, так как значимость и возможность интернета увеличиваются.

По данным Международной мониторинговой организации "InternetWorldStats.com" Кыргызская Республика лидирует среди стран Центральной Азии по уровню проникновения интернета 40%, далее идет Казахстан - 34%, Узбекистан - 17% и т.д. На данный момент в Кыргызской Республике представлено несколько провайдеров интернет-услуг, среди которых большая часть территориально охватывает только столицу республики. Основными провайдерами являются ОАО "Кыргызтелеком", компании "Элкат" и "Акнет".

В целом, готовность Кыргызской Республики к электронной торговле, оцениваемая по целому ряду индексов, включая индекс электронной торговли В2С (взаимодействие "бизнес - потребитель") Конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию, индекс развития ИКТ Международного союза электросвязи Организации Объединенных Наций, отстает от других стран в регионе (за исключением Таджикистана). Рост развития за последнее десятилетие был впечатляющим с относительной точки зрения, однако в глобальном масштабе сектор электронной торговли республики все еще находится на ранних стадиях развития.

В настоящее время в республике действует 257 веб-сайтов, связанных с электронной торговлей, 72% из которых являются универсальными магазинами, а 28% -

интернет-магазинами с узким профилем деятельности. Примерно 18% интернет-магазинов принимают к оплате кредитные карты на своих платформах. Основными категориями товаров, реализуемых на внутреннем рынке, являются цветы и подарки, бытовая техника, одежда и обувь.

Общая бизнес-среда для малого и среднего предпринимательства тоже слаба, что является характерной проблемой для постсоветских государств с традиционным фокусом на непроизводительные государственные предприятия. Нормативная правовая база и стимулы, в целом, не направлены на поддержку МСП, а особенно МСП, осуществляющих деятельность в цифровом формате. Доступ к финансированию является одной из основных проблем: большинство кредитных линий, предлагаемых для малого и среднего бизнеса, ограничивается сроком лишь на 1-2 года, незначительное количество кредитов предоставляется на срок от 4 до 5 лет.

Электронная коммерция, как и другие виды торговли, имеет свои плюсы и минусы, о которых нужно знать прежде, чем начинать свой бизнес или дело в этой сфере.

Таблица 1. Преимущества и недостатки электронной коммерции

№п/п	Преимущества	Недостатки
1.	Минимизация затрат. Можно значительно сэкономить на аренде помещения, вам не нужно открывать физический магазин и привлекать множество сотрудников, чтобы продавать продукцию. Вести торговлю можно, не выходя из дома.	Проблемы коммуникации. Важно предусмотреть максимальное количество удобных способов коммуникации между менеджерами и клиентами на входе. Только так потребитель сможет получить нужную информацию и совершить покупку.
2. 1.	Удаленный доход. Деньги от продаж поступают на счет автоматически переводом.	Отсутствие доступа. Сайт или сервер могут давать сбой, а значит, используя его, клиенты не смогут получить доступ к товарам, им придется ждать, пока сервис заработает.
3.	Расширение целевой аудитории. Количество интернет-пользователей с каждым днем растет, а значит, растет и количество потенциальных покупателей. Кроме того, множество инструментов по привлечению целевой аудитории	Проблемы с демонстрацией. Товар в обычном магазине можно внимательно рассмотреть и убедиться в его качестве. В это же время онлайн-площадки позволяют демонстрировать только фото и

	позволяет добиться высокой эффективности продаж при небольших инвестициях. Главное – проработать инструкцию по использованию этих инструментов и материалов по теме.	видео.
4.	Отсутствие посредников. Вы можете вести торговлю напрямую друг с другом, исключая из цепочки продаж посредников. Таким образом можно предложить более конкурентную стоимость на свои товары или услуги.	Конкуренция. Интернет-торговля и работа онлайн больше не является диковинкой и доступна каждому. На этом фоне нужно приложить много усилий, чтобы бизнес влился в рынок с высокой конкуренцией.

5.	Удобное общение. Клиент может выбрать наиболее простой и удобный для себя способ общения с менеджером. Это может быть телефонный звонок, электронная почта, личные сообщения, мессенджер.	
6.	Глубокая аналитика. Такие инструменты, как Яндекс Метрика, Google Analytics и другие могут в значительной степени повысить эффективность маркетинговых кампаний.	



Рисунок 1. Основные факторы, способствующие росту электронной коммерции

Ключевым фактором, способствующим развитию электронной коммерции, являются технологические инновации. Постоянное совершенствование интернет-технологий, расширение возможностей мобильных устройств и улучшение систем безопасности, таких как блокчейн и шифрование данных, обеспечивают удобство и безопасность покупок в интернете. Платежные системы, такие как PayPal, Apple Pay и другие, значительно упрощают процесс транзакций, способствуя росту доверия потребителей.

С развитием интернета изменяются и предпочтения потребителей. Современные покупатели ищут удобные, быстрые и безопасные способы приобретения товаров и услуг. Онлайн-торговля даёт возможность выбирать из широкого ассортимента товаров, не ограничиваясь географическими или временными рамками. Современные потребители предпочитают делать покупки в любое время и из любой точки мира, что увеличивает спрос на онлайн-услуги и товары.

Развитие транспортной, логистической и информационной инфраструктуры является важным условием для роста электронной коммерции. Совершенствование логистических цепочек, а также интеграция с платформами доставки, такими как Amazon, Alibaba и другие,

способствует снижению издержек на доставку и увеличивает скорость обслуживания клиентов. В свою очередь, это стимулирует спрос на онлайн-услуги и товары.

Таблица 2. Влияние электронной коммерции на экономический рост

№ п/п	Факторы	Описание
1.	Создание рабочих мест и повышение производительности	<p>Электронная коммерция не только открывает новые возможности для бизнеса, но и способствует созданию рабочих мест. С развитием онлайн-торговли увеличивается потребность в квалифицированных специалистах, таких как разработчики программного обеспечения, аналитики данных, логисты и маркетологи. Согласно исследованиям, сектора, связанные с электронной коммерцией, создают тысячи новых рабочих мест, что положительно влияет на общий уровень занятости в экономике.</p> <p>Кроме того, благодаря автоматизации бизнес-процессов и использованию цифровых платформ, компании могут существенно повысить свою производительность. Интеграция бизнес-процессов с современными IT-решениями позволяет компаниям сократить издержки и ускорить обработку заказов.</p>
2.	Влияние на традиционные сектора экономики	<p>Электронная коммерция оказывает влияние на все сектора экономики, включая традиционные отрасли, такие как розничная торговля, транспорт и логистика, производство и финансы. В частности, традиционные магазины начали адаптироваться к условиям онлайн-конкуренции, предлагая клиентам возможность заказывать товары через интернет с доставкой на дом. В свою очередь, это способствует увеличению объёмов онлайн-продаж и стимулирует развитие смежных отраслей, таких как курьерские службы и поставки.</p>
3.	Рост международной торговли	<p>Одним из наиболее значимых факторов, влияющих на экономический рост, является глобализация электронной коммерции. Онлайн-платформы, такие как Amazon, eBay и Alibaba, открывают доступ к международным рынкам для малых и средних предприятий. Компании теперь могут продавать свои товары и услуги за рубеж, снижая барьеры для выхода на новые рынки. Это способствует увеличению внешней торговли и стимулирует экономический рост на глобальном уровне.</p> <p>Компании, которые успешно адаптируют свои бизнес-модели к условиям электронной коммерции, получают значительные конкурентные преимущества. Они могут значительно расширить аудиторию, предложить персонализированные товары и услуги, а также улучшить клиентский сервис. Важно, чтобы бизнес использовал современные цифровые инструменты, такие как аналитика больших данных, искусственный интеллект и маркетинг в</p>

Несмотря на большие перспективы, бизнес сталкивается с рядом проблем в условиях электронной коммерции. Одной из основных трудностей является высокая конкуренция на онлайн-рынке. Малые и средние предприятия часто не могут конкурировать с крупными

корпорациями, такими как Amazon и Alibaba, которые обладают значительными ресурсами для продвижения своих товаров и услуг.

Также остаются вопросы безопасности данных и защиты прав потребителей, которые становятся всё более актуальными в условиях цифровизации. Компании должны инвестировать в информационные технологии и соблюдение нормативных актов, чтобы обеспечить безопасность своих клиентов.

Для успешной адаптации к новым условиям бизнеса необходимо внимание к непрерывному совершенствованию интернет-платформ и интеграции с новыми технологиями. Важным аспектом для бизнеса является также устойчивость к изменениям в потребительских предпочтениях. Компании должны следить за трендами на рынке и оперативно реагировать на них, чтобы поддерживать высокий уровень спроса на свои товары и услуги.

Электронная коммерция оказывает значительное влияние на экономический рост, стимулируя развитие новых бизнес-моделей и отраслей. Она способствует созданию рабочих мест, повышению производительности и расширению возможностей международной торговли. В то же время, компании сталкиваются с рядом вызовов, таких как высокая конкуренция, вопросы безопасности и необходимость постоянной адаптации к цифровым изменениям. В условиях цифровизации экономики важно, чтобы бизнес использовал современные технологии, развивал инфраструктуру и тщательно следил за изменениями в потребительских предпочтениях, чтобы сохранять конкурентоспособность и способствовать устойчивому экономическому росту.

Список использованной литературы:

1. Козье Д. Электронная коммерция / Д. Козье. М.: Издательство «Русская редакция», 2016. 365 с.
2. Климченя Л. С. Электронная коммерция / Л. С. Климченя. Минск: Высшая школа, 2016. 426 с.
3. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие / О.А. Кобелев. М.: Дашиков и К, 2015. 684 с.
4. Холодкова К.С. Анализ рынка электронной коммерции в России // *Современные научные исследования и инновации*. 2013. № 10.
5. Электронная коммерция - материал из Википедии [Электронный ресурс] URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная коммерция](https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная_коммерция) (дата обращения: 10.08.2016).
6. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка // ОмГТУ. - Москва: Экономика, 2014. - 328с.
7. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учеб. пособие / Под ред. проф. С.В. Пирогова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М., 2003. - С. 10.
8. Ковалев С., Ковалев В. Секреты успешных предприятий: бизнес-процессы и организационная структура. - М.: БИТЕК, 2012. - 498 с.
9. <https://cbd.minjust.gov.kg/>
10. <https://stat.gov.kg/ru/>