УДК: 658

Аюбов А.Н.,
Магистран 1 – го курса, экономика и управление на предприятии
Академия Наук Республики Таджикистан
Худжандский научный центр
Научный руководитель: Бакаев М.Х., к.т.н., доцент
заведующий кафедрой мировой экономики
ПИТТУ им. ак. М.С. Осими в г. Худжанде
Таджикистан, Худжанд

МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Аннотация: *статья посвящена вопросам электронной торговли и факторам влияющие на развитие данного вида экономической деятельности. Электронная торговля – это площадка связывающая покупателя и продавца в интернет сети, которого можно назвать интернет – магазином. В данной статье изучены состояние электронной торговли в мире и в частности в Республике Таджикистане. Приведены структура электронной торговли, динамика роста электронной торговли в мире и в Таджикистане. Выявлены факторы влияющие на развития электронной торговли в Республике Таджикистане.*

Ключевые слова: *коммуникационные технологии, финансовый центр, цифровая экономика, интернет – портал, интернет – магазин, электронный бизнес, электронная коммерция, структура электронной торговли.*

Annotation: *the article is devoted to issues of electronic commerce and factors affecting the development of this type of economic activity. Electronic commerce is a platform connecting the buyer and seller in the Internet network, which can be called the Internet shop. This article examines the state of e-commerce in the world and in particular in the Republic of Tajikistan. The structure of e-commerce, the growth*

dynamics of e-commerce in the world and in Tajikistan are given. The factors influencing the development of e-commerce in the Republic of Tajikistan are identified.

Keywords: *communication technologies, financial center, digital economy, Internet portal, Internet shop, electronic business, electronic commerce, structure of electronic commerce.*

В настоящее время коммуникационные технологии оказывают существенное влияние на все сферы общества, в том числе и на экономику. Среди значимых тенденций нового этапа её развития следует отметить стремленное расширение сфер интернет – бизнеса, создание глобальных информационно – финансовых центров, формирование мировых мобильных коммуникационных сетей, связи, что в значительной степени меняет ее характер и позволяет констатировать формирование «цифровой международной экономики»[1].

В.В. Путин в обращении к Федеральному собранию отметил, что ключевой задачей на современном этапе является идея запуска масштабной системой программы развития цифровой экономики. Это необходимо для выхода на новый уровень развития экономики и социальных отраслей: «Страны, которые смогут их генерировать, будут иметь долгосрочное преимущество, возможность получать громадную технологическую ренту. Те, кто этого не сделает, окажутся в зависимом, уязвимом положении»[2].

Цифровая экономика – это глобальная сеть экономических и социальных мероприятий, реализуемых через такие платформы, как Интернет, а также мобильные и сенсорные сети. По сути, это модель экономики, основанной на возможностях, которые предоставляет доступ в интернет. А это возможности повысить производительность труда, конкурентоспособность компаний, снизить издержки производства. В эпоху цифровой экономики потребности населения могут удовлетворяться гораздо лучше. Для успешного функционирования цифровой экономики необходимо три элемента – инфраструктура (доступ в интернет, программное обеспечение), электронный бизнес (ведение

хозяйственной деятельности через компьютерные сети), электронная коммерция (дистрибуция товаров через интернет) [2].

В современном мире Интернет становится все более развитой средой для осуществления коммуникаций с потребителями. В тоже время, существенным является и тот факт, что Интернет становится удобной и достаточно дешевой «торговой платформой».

Все большее количество производителей стараются представить свою продукцию в on – line среде. При этом такое представление не ограничивается только лишь созданием промо – сайтов и размещением рекламных баннеров и статей в электронных журналах и на информационных порталах.

С развитием Интернет – среды развивается и само «предложение». Теперь люди могут не только получать интересующую их информацию, но и совершать покупки в интернет пространстве. При этом с помощью Интернет – магазинов можно приобретать товары совершенно разных категорий, как элементарные потребительские, так и высокотехнологичные.

Такое положение вещей обусловлено постоянным стабильным ростом аудитории пользователей глобальной интернет сети.

В последнее время «Интернет платформу», для продажи товаров или услуг, стали использовать многие производители и торговые фирмы, от больших до малых. Еще в далеком 1994 году в США Д. Бизосом был открыт первый в мире интернет магазин «Amazon»[3].

На сегодняшний день лидирующими компаниями в области интернет продаж является такие компании как: Google, ebay, Amazon, Facebook, Ozon, Aliexpress, Alibaba и др.

В посредстве использовании сети интернет как инструмент продажи товаров и услуг в экономической среде появилась новый термин «Интернет магазина».

В мировой торговли существует различные виды интернет магазинов такие как:[4].

- «интернет магазин» для предоставления продажи услуг (электронные книги, интернет банкинг и т.д.);

- «интернет магазин» для продажи товаров совершенно разных категорий, начиная с элементарных потребительских заканчивая высокотехнологичных.

Интернет магазин является одним из основных субъектов электронной торговли. В современном мире электронную торговлю можно узнавать по особым категориям, рисунок 1.

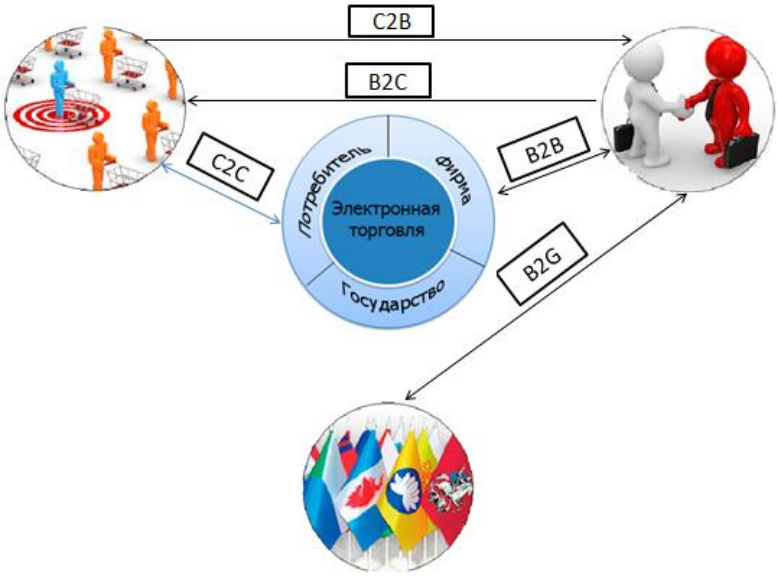

Рисунок 1. Структура электронной торговли

- B2B = Business to Business (фирма – фирма) – сайты которые используют между собой заказчик и поставщик (фирма или предприятие приобретает сырье, полуфабрикаты и т.д. от поставщика с помощью интернет сетей);

- B2C = Business to Consumer (фирма – потребитель) – сайты, которые используют между собой производитель и потребитель (фирма или предприятие продает товары или услуги с помощью интернет сетей, как говорится с первых рук);

- C2C = Consumer to Consumer (потребитель – потребитель) – те сайты, которые используют между собой потребители, то есть в этом случае работает маркетинговый закон (производитель – посредник – потребитель) но с помощью интернет сетей;

- C2B = Consumer to Business (потребитель – фирма) сайты, которые используют между собой потребитель и производитель, производитель с

помощью интернет сети сначала находить потребителя и по усмотрению и желанию потребителя производитель производить нужное количество и качество товара, например, могут быть эксклюзивные товары как: автомашины, яхты, часы, ювелирные изделия и т.д.;

- B2G = Business to Government (фирма – государство) – сайты, которые используют между собой производитель и государство, (фирма или предприятие, которые предоставляет товаров или услуг с помощью интернет сетей только для государства).

Электронная торговля дает возможности для сокращения коммерческих затрат, в основном затраты для рекламы. Так как пользователи интернета год за годом растут, используя эти факты можно рекламировать продукцию или услугу в разных интернет сайтах, самое главное интернет – магазин дает возможность совершать покупки людям с ограниченными возможностями, которым физический трудно ходить по магазинам.

Как то Билл Гейтс говорил: «Если Вас не видно в сети интернета – Вы не бизнесмен»[5].

Сектор электронной торговли на сегодняшный день является быстрорастущим в экономической деятельности государства. В мире объем электронной торговли привещает уже более триллион американских доларов.

В определенное время со стороны IT компании мира проводилась исследование в области электронной торговли для определения мирового объема купли и продажи товаров и услуг в сети интернета, то есть объем электронной торговли в денежном выражении.

Одним из таких IT компании является компания под названиям «Shopolog» [6]. Динамика мирового объема электронной торговли, рисунок 2.

Рисунок 2. Динамики мирового объема электронной торговли

Из рисунка 2 можно сделать вывод, что объем мировой электронной торговли растет год за годом. И так, теперь рассмотрим структуру мирового объема электронной торговли по материкам, рисунок 3.

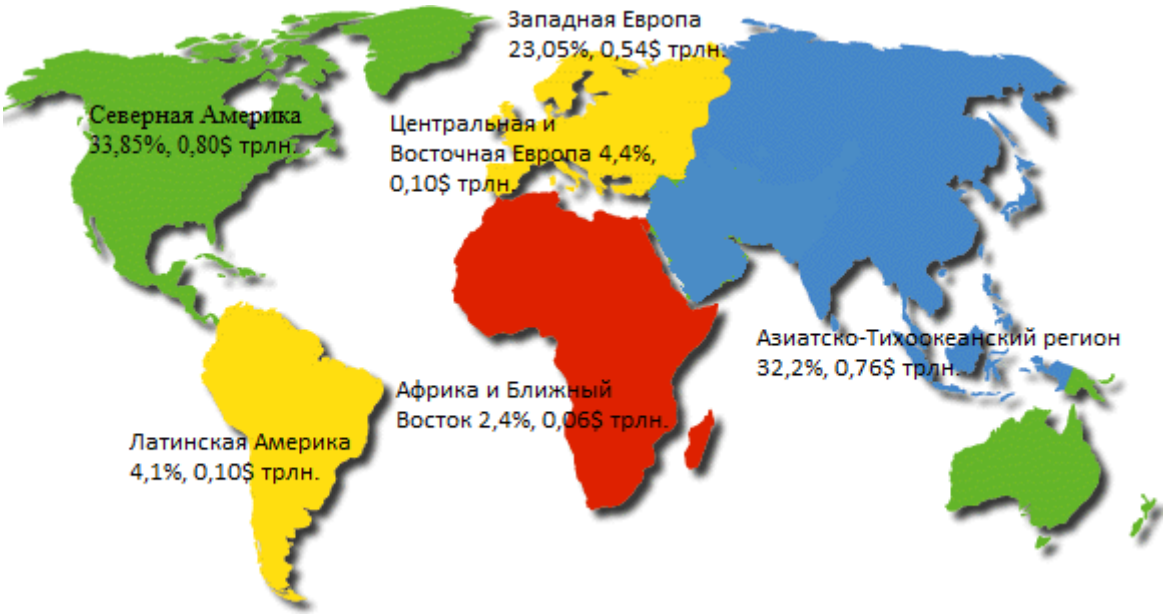

Рисунок 3. Структура электронной торговли в мире, 2017 год

Так, как страной происхождения интернет – магазинов является США, именно по этой причине доля большой части интернет торговли в мире принадлежит США.

На конференции «Итоги года. Рунет 2012» который проходил в городе Москве, 18 декабря 2012 года директор ассоциации электронных коммуникаций Российской Федерации Сергей Плуготаренко сказал, что факторы влияющие на

развитию электронной торговли в разных городах оцениваются по разным факторам [7].

Например, предоставления услуг в интернет сети в городах отличается качеством скорости интернета, доступности интернета и другими факторами.

В процессе исследовательской работы нами были определены факторы влияющие на развитие электронной торговли в Республики Таджикистан (Согдийская область):

1. Уровень пользования ПК самостоятельно и интернет сайтов;
2. Срок доставка до пункта назначения;
3. Доступность и качество предлагаемой интернет услуги;
4. Отличительный особенность ценовой политики интернет магазинов от традиционных магазинов;
5. Возможность оплаты через сети интернет;
6. Сервис и гарантии купли продажи.

В результате проведенного нами исследования были получены результаты относительно динамики изменения электронной торговли Согдийской области гистограмма которого представлен на рисунке 4 [8].

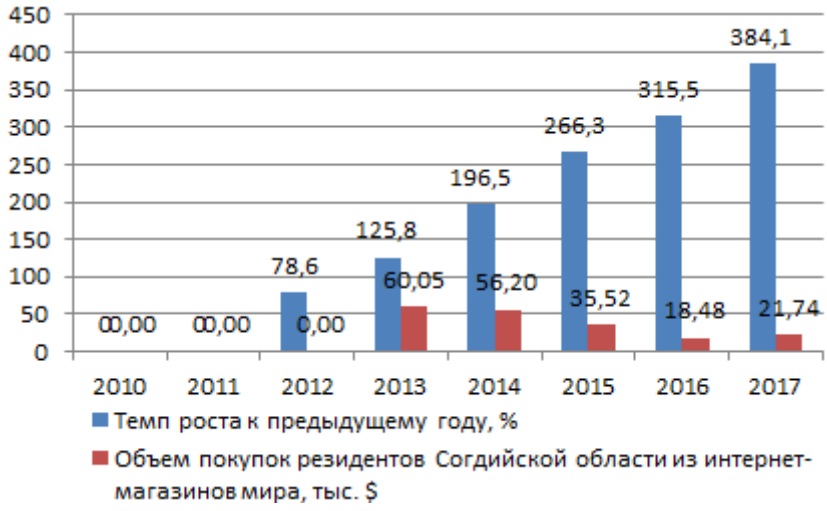

Рисунок 4. Динамика электронной торговли Согдийской области

Как показывает гистограмма электронной торговли Согдийской области началась буквально не давно в конце 2011 и в начале 2012 годов и следующие

годы она имеет тенденции резкого скачка, что подтверждает нашу гипотезу о резком увеличении спроса на электронную торговлю структура которого представлен на рисунке 5.

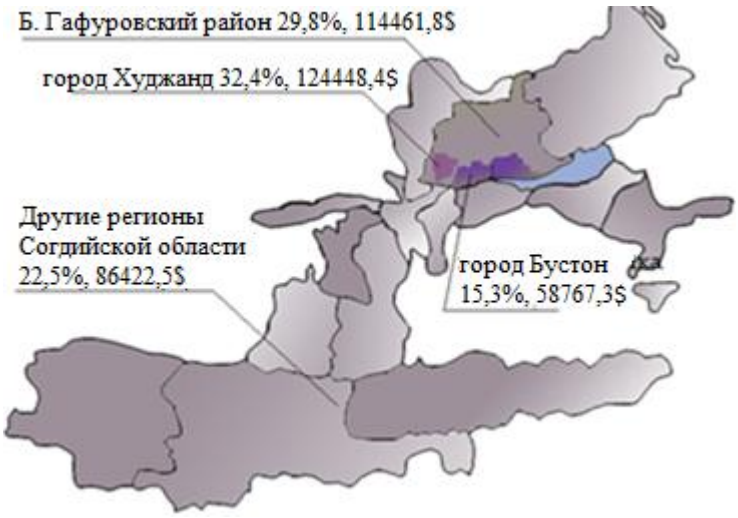

Рисунок 5. Структура электронной торговли по Согдийской области, 2017 год

Переведение нами исследования (рисунка 5) даст общую картину о том, что большую часть объема электронной торговли Согдийской области занимает город Худжанд в объеме 32,4%, Б. Гафуровский район 29,8%, город Чкаловск 15,3% и другие города и районы Согдийской области занимает 22,5% электронной торговли Согдийской области.

На один и тот же товар потребитель тратит разную сумму когда покупка касается двух сравнительных способов приобретения, это касается обычной торговый точки и интернет магазина.

Анализируя основные, наиболее актуальные, проблемы динамично развивающейся электронной торговле, а также выделяя ключевые моменты ее специфики, мы все больше убеждаемся, что электронная торговля заслуживает к себе отношения и внимания, подобающего особому (уникальному, обособленному от других) явлению в национальной и мировой экономике.

Продажа через Интернет существенно отличается от торгового процесса в обычном магазине. Покупатель в Интернете обладает существенно большой информацией о товаре, имеет большой набор альтернатив с минимальной ценой

и менее лоялен к продавцу, чем при «живом» контакте. Как показывает проведенные нами исследования, в нашей Республике идет постоянное увеличение число пользователей Интернета и лиц осуществляющих покупки посредством него. Интернет – магазин удобен для людей, которым не хватает времени для походов по магазинам.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Курникова Л.П. Цифровой фактор оптимизации системы таможенно – налогового администрирования ВЭД// Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС 2014. [Электронный ресурс]. URL: http://cybernetika.ru/journal/n/gosudarstvennoe-i-munisipalnoe-upravlenie-uchenie-zapiski-skags (дата обращения 21.05.2016);

2. Зверева Т.В. «Актуальные вопросы минимизации налоговых рисков в условиях цифровой экономики»// [Электронный ресурс]. URL: http://www.soc.vestnik.tj/ru/item/aktualnye-voprosy-minimizatsii-nalogovykh-riskov-v-usloviyakh-tsifrovoj-ekonomiki.html (дата обращения: 31.10.2018);

3. История интернет – магазина Amazon. [Электронный ресурс] URL: http://videocentury.ru/index.php?newsid=146;

4. Васильева Т.В. Особенности функционирования интернет – компаний в сфере интернет – коммерции//Инновация, 2006 г., №6, 122 с.;

5. Мнение специалистов об IT – технологии [Электронный ресурс] URL: www.getseo.ru

6. Динамика развития интернет продаж в мире. [Электронный ресурс] http://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/statistika-internet-torgovli-v-stranakh-mira/ (дата обращения: 3.10.2018).

7. РИА Новости. [Электронный ресурс]. URL: http: //digit.ru/business/20121218/397539258. (дата обращения:18.12.2012);

8. Годовые отчеты Государственное унитарное предприятие «Почтаи точик».