ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ЕЁ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И ТУРИЗМА

Ш.А. Ашурова
Доктор философии (PhD), доцент
Кафедра иностранных языков и деловой коммуникации
Высшая школа бизнеса и предпринимательства при Кабинете Министров Республики Узбекистан
г. Ташкент, Республика Узбекистан
ORCID: 0009-0000-9786-2376

Глобальная сеть Интернет сделала электронную коммерцию доступной для предприятий любого масштаба. Если ранее организация электронного обмена данными требовала значительных инвестиций в коммуникационную инфраструктуру и была доступна преимущественно крупным компаниям, то сегодня использование Интернета позволяет вести электронную торговлю как крупным корпорациям, так и малому и среднему бизнесу. Виртуальная витрина предоставляет любой компании возможность привлекать клиентов со всего мира и существенно расширять рынки сбыта.

Электронная коммерция представляет собой осуществление коммерческих операций посредством цифровых технологий и сети Интернет. Она включает не только куплю-продажу товаров и услуг, но и электронные платежи, цифровой маркетинг, управление взаимоотношениями с клиентами, электронный документооборот, логистику, онлайн-консультирование и послепродажное обслуживание. Одной из важнейших задач электронной коммерции остается обеспечение безопасных финансовых расчетов, защиты персональных данных и формирования эффективной нормативно-правовой базы.

В условиях цифровой экономики электронная коммерция становится одним из ключевых факторов повышения конкурентоспособности предприятий. Использование современных цифровых платформ позволяет значительно сократить транзакционные издержки, ускорить процесс принятия решений, автоматизировать бизнес-процессы и повысить качество обслуживания клиентов.

Веб-сайт или цифровая платформа сопровождают практически весь жизненный цикл бизнеса — от формирования имиджа компании и привлечения потенциальных клиентов до оформления заказа, оплаты, доставки продукции и получения обратной связи. Основными направлениями электронной коммерции являются продвижение бренда, интернет-реклама, цифровой маркетинг,

обслуживание клиентов, маркетинговые исследования, электронные продажи, управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) и аналитика больших данных.

Электронная коммерция в туристической отрасли

Особое значение электронная коммерция приобретает в сфере туризма. Современный турист практически полностью осуществляет процесс планирования путешествия в цифровой среде: выбирает направление, сравнивает цены, бронирует авиабилеты, гостиницы, экскурсии, оформляет страхование, оплачивает услуги и получает электронные документы онлайн. Развитие электронной коммерции позволило туристическим предприятиям значительно расширить клиентскую базу, выйти на международный рынок и повысить эффективность взаимодействия с потребителями. Онлайн-платформы предоставляют возможность круглосуточного бронирования туристических услуг независимо от географического расположения клиента. При этом цифровые технологии позволяют формировать персонализированные туристические предложения на основе анализа предпочтений пользователей, истории путешествий и поведенческих данных.

Сегодня в туристической индустрии широко используются международные системы онлайн-бронирования, электронные платежные сервисы, мобильные приложения, цифровые туристические карты, виртуальные экскурсии, технологии искусственного интеллекта и чат-боты для консультирования клиентов. Большое значение приобретают технологии Big Data, которые позволяют прогнозировать туристические потоки, анализировать спрос и принимать эффективные управленческие решения.

Для Республики Узбекистан развитие электронной коммерции в туризме является одним из приоритетных направлений цифровой трансформации экономики. Внедрение национальных цифровых туристических платформ, электронных визовых сервисов, онлайн-бронирования гостиниц, цифровых платежей и интеграции туристических услуг способствует повышению привлекательности страны на международном туристическом рынке и увеличению экспортного потенциала туристической отрасли.

Основные модели электронной коммерции

Наиболее распространёнными моделями электронной коммерции являются:

- **B2B (Business-to-Business)** — взаимодействие между предприятиями. Данная модель широко применяется при поставках продукции, оказании корпоративных услуг, взаимодействии туроператоров с гостиницами, авиакомпаниями и другими поставщиками туристических услуг.
- **B2C (Business-to-Consumer)** — взаимодействие компании с конечным потребителем. Наиболее распространённая модель, включающая интернет-

магазины, онлайн-бронирование гостиниц, приобретение авиабилетов, туристических пакетов, экскурсий и других услуг.

- **C2C (Consumer-to-Consumer)** — взаимодействие между физическими лицами посредством специализированных электронных площадок.
- **C2B (Consumer-to-Business)** — модель, при которой потребители предлагают компаниям собственные товары, услуги или профессиональные компетенции через цифровые платформы.

Наиболее распространённые направления электронной коммерции

В настоящее время электронная коммерция охватывает широкий спектр видов деятельности:

- интернет-магазины;
- маркетплейсы;
- электронный банкинг;
- мобильные платежи;
- цифровые финансовые услуги;
- онлайн-образование;
- цифровое здравоохранение;
- электронное государственное управление;
- туристические онлайн-платформы;
- продажа цифрового контента;
- рекламные цифровые сервисы.

Особенно быстрыми темпами развивается рынок туристических онлайн-сервисов, позволяющий пользователям самостоятельно организовывать путешествия без посредников.

Влияние электронной коммерции на экономику

Электронная коммерция оказывает существенное влияние на развитие национальной и мировой экономики, являясь одним из важнейших факторов цифровой трансформации современного общества. Благодаря широкому внедрению информационно-коммуникационных технологий значительно меняются традиционные модели ведения бизнеса, совершенствуются механизмы взаимодействия между производителями, поставщиками и потребителями, а также формируются новые цифровые рынки и инновационные бизнес-модели. Развитие электронной коммерции способствует повышению производительности труда за счет автоматизации бизнес-процессов, внедрения цифровых платформ, облачных технологий, искусственного интеллекта и анализа больших данных (Big Data). Использование современных цифровых решений позволяет предприятиям значительно сократить операционные расходы, минимизировать издержки на содержание торговых площадей, ускорить обработку заказов, оптимизировать логистические процессы и повысить качество обслуживания клиентов.

Одним из важнейших преимуществ электронной коммерции является расширение экспортного потенциала предприятий. Цифровые торговые платформы позволяют производителям выходить на международные рынки без необходимости открытия представительств за рубежом. Это особенно актуально для субъектов малого и среднего предпринимательства, которые получают возможность конкурировать с крупными компаниями на мировом рынке, реализуя товары и услуги посредством глобальных электронных площадок.

Электронная коммерция также способствует развитию предпринимательства, стимулирует создание новых рабочих мест в сфере информационных технологий, цифрового маркетинга, электронной логистики, интернет-банкинга, кибербезопасности и обслуживания цифровых платформ. По мере развития цифровой экономики возрастает спрос на специалистов в области анализа данных, электронной коммерции, программирования, цифрового маркетинга и управления цифровыми проектами. Для потребителей электронная коммерция обеспечивает широкий выбор товаров и услуг, прозрачность цен, возможность быстрого сравнения предложений различных поставщиков, удобство безналичной оплаты, круглосуточный доступ к товарам и услугам, экономию времени и снижение транзакционных издержек. Благодаря цифровым технологиям потребители могут совершать покупки независимо от своего местонахождения, а также получать персонализированные предложения на основе анализа их предпочтений и истории покупок.

Особую роль электронная коммерция играет в развитии туристической индустрии. Современные цифровые технологии позволяют полностью автоматизировать процесс приобретения туристических услуг — от поиска информации о маршрутах и достопримечательностях до онлайн-бронирования гостиниц, авиабилетов, железнодорожных перевозок, экскурсионных программ, аренды автомобилей и оформления туристического страхования. Электронные платежные системы обеспечивают безопасную и быструю оплату услуг, а мобильные приложения позволяют туристам управлять своим путешествием в режиме реального времени. Развитие электронной коммерции способствует цифровизации туристических предприятий, гостиничного бизнеса, транспортных компаний и туристических агентств. Использование CRM-систем, искусственного интеллекта, чат-ботов, технологий Big Data, облачных вычислений и цифровых платформ позволяет предприятиям анализировать поведение туристов, прогнозировать туристические потоки, формировать индивидуальные туристические предложения и повышать уровень удовлетворенности клиентов.

Для Республики Узбекистан развитие электронной коммерции имеет особое стратегическое значение в условиях реализации государственной политики цифровой трансформации экономики. Внедрение национальных

цифровых платформ, развитие электронных платежных систем, цифровых маркетплейсов, онлайн-бронирования туристических услуг и интеграция туристической инфраструктуры в единую цифровую экосистему способствуют увеличению туристического потока, росту экспорта туристических услуг, повышению инвестиционной привлекательности страны и укреплению её конкурентных позиций на мировом туристическом рынке.

Кроме того, электронная коммерция оказывает положительное влияние на развитие смежных отраслей экономики, включая транспорт, банковский сектор, страхование, гостиничный бизнес, общественное питание, телекоммуникации и логистику. Формирование цифровых цепочек создания стоимости способствует ускорению экономического роста, повышению эффективности использования ресурсов и развитию инновационной предпринимательской деятельности.

Несмотря на значительные преимущества, развитие электронной коммерции сопровождается рядом вызовов. Среди них можно выделить обеспечение информационной безопасности, защиту персональных данных пользователей, совершенствование законодательного регулирования цифровой торговли, развитие цифровой инфраструктуры, повышение уровня цифровой грамотности населения и обеспечение равного доступа к современным информационно-коммуникационным технологиям.

Таким образом, электронная коммерция является одним из ключевых драйверов развития цифровой экономики. Она способствует повышению конкурентоспособности предприятий, расширению международной торговли, развитию малого и среднего бизнеса, росту занятости, увеличению налоговых поступлений и формированию инновационной экономики. В туристической отрасли электронная коммерция становится основой цифровой трансформации, обеспечивая развитие интеллектуального туризма (Smart Tourism), повышение качества туристических услуг и устойчивое развитие туристических дестинаций в условиях глобальной цифровизации мировой экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Ashurova Sh.A.** The features of the development of pilgrimage tourism in the world economy // *Thematic Journal of Education*. – 2022. – Vol. 7, Issue Q3. – P. 190–196.
2. **Ashurova Sh.A.** Cultural heritage of the Tashkent national dress // *Web of Scientist: International Scientific Research Journal*. – 2023. – Vol. 4, Issue 3. – P. 227–231. https://americanjournal.org/index.php/ajrhss/article/view/465/411
3. **Ashurova Sh.A.** Valuable aspects of implementation of digital transformation into the economy // *World Economics & Finance Bulletin*. – Berlin, 2023. – P. 107–

111. https://www.neliti.com/publications/601136/valuable-aspects-of-implementation-of-digital-transformation-in-to-the-economy.
4. **Ashurova Sh.A.** The impact of the digitalization in Uzbekistan's tourism to the economy // *European Journal of Life Safety and Stability*. – 2023. – Vol. 28. – P. 8–12.
5. **Ашурова Ш.А.** Влияние цифровизации туризма Узбекистана на экономику // *Образование и наука в XXI веке*. – Кемерово, 2023. – С. 68–77.