

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Уразбаева Илмира Конысбаевна
*Ташкентский государственный
экономический университет*
Старший преподаватель кафедры
«Финансы и цифровая экономика»
E-mail: ika.urazbaeva150@gmail.com

Аннотация: В этой статье будут рассмотрены мнения и размышления о развитии электронной коммерции в Узбекистане. Одним из важных факторов, определяющих будущее электронной коммерции в Узбекистане, является законодательное регулирование отрасли. В 2022 году был принят обновленный закон об электронной коммерции. Закон обеспечивает правовую защиту как потребителей, так и предпринимателей, устанавливает порядок осуществления электронных операций и ответственность за правонарушения. Законодательство и платежные системы играют решающую роль в создании надежной и устойчивой экосистемы электронной коммерции. Они обеспечивают защиту прав и интересов всех участников процесса-как покупателей, так и продавцов.

Ключевые слова: Электронная коммерция, развитие e-commerce, онлайн-торговля, интернет-магазины, платежные системы, логистика для e-commerce в Узбекистане.

В 2019 году был принят закон о платежных системах и платежных системах, который способствует развитию финтех-сектора. Электронные платежи стали неотъемлемой частью онлайн-коммерции,

обеспечивая удобство и безопасность для потребителей и бизнеса. В Узбекистане существует несколько платежных систем, облегчающих онлайн-транзакции.

Судя по аналитическим исследованиям, проведенным Центром исследований цифровой экономики, в последние годы электронная коммерция в Узбекистане стала одним из ключевых элементов цифровой экономики. Согласно статистическим данным, в Узбекистане стабильно растут объемы электронной коммерции и розничной торговли. В частности, в 2022 году объем продаж электронной коммерции по сравнению с 2021 годом увеличился в 1,8 раза и составил более 10 886,8 млрд сумов. Это более 4% от общего объема розничных продаж.

Электронная коммерция, или e-commerce, представляет собой процесс покупки и продажи товаров и услуг через интернет. С момента своего появления в 1990-х годах она претерпела значительные изменения и стала важной частью мировой экономики. В этой статье мы рассмотрим историю развития электронной коммерции, современные тенденции и вызовы, с которыми она сталкивается.

История электронной коммерции началась в 1994 году, когда компания Amazon была основана Джеффом Безосом. Amazon изначально была онлайн-магазином книг, но быстро расширила ассортимент. В 1995 году eBay, другая значимая компания, вошла на рынок как онлайн-аукцион. Эти компании стали пионерами в области электронной коммерции, предлагая новые способы взаимодействия с потребителями.

Мобильные устройства стали основным средством для

совершения онлайн-покупок. В 2023 году доля m-commerce составила около 73% от общего объема продаж в электронной коммерции. Компании активно инвестируют в разработку мобильных приложений и улучшение мобильных версий своих сайтов, чтобы обеспечить удобство и быстроту совершения покупок.

Социальные сети играют все более важную роль в электронной коммерции. Платформы, такие как Instagram и TikTok, предлагают функции для покупки товаров напрямую из приложений. Инфлюенсеры и бренды активно используют эти платформы для продвижения продукции, что способствует увеличению продаж.

Персонализация стала ключевым аспектом успешной электронной коммерции. Использование данных о поведении пользователей позволяет компаниям создавать индивидуальные предложения и рекомендации. Искусственный интеллект и машинное обучение помогают анализировать огромные объемы данных и предсказывать потребительские предпочтения, что увеличивает вероятность успешной продажи.

С ростом электронной коммерции увеличивается и количество киберугроз. Компании должны обеспечивать безопасность данных своих клиентов. Современные технологии шифрования и аутентификации, такие как двухфакторная аутентификация, помогают защитить информацию. Законодательство в области защиты данных, такое как GDPR в Европе, также играет важную роль в обеспечении конфиденциальности пользователей.

Одним из главных вызовов для электронной коммерции остается логистика. Быстрая и надежная доставка товаров является критически

важной для удовлетворения потребностей клиентов. Компании, такие как Amazon, инвестируют в собственные логистические сети, чтобы сократить время доставки и снизить зависимость от сторонних перевозчиков.

С увеличением числа онлайн-магазинов возрастает конкуренция за клиентов. Компании должны предлагать уникальные товары и услуги, а также высокое качество обслуживания, чтобы удержать клиентов. Лояльность клиентов становится ключевым фактором успеха. Программы лояльности, персонализированные предложения и отличное обслуживание клиентов помогают брендам выделяться на фоне конкурентов.

Будущее электронной коммерции будет определяться технологическими инновациями. Технологии, такие как дополненная реальность и виртуальная реальность, уже начинают использоваться для создания уникальных покупательских опытов. Например, AR позволяет клиентам "примерить" одежду или "поставить" мебель в свой дом, прежде чем совершить покупку.

Заключение

Некоторые компании активно развивают сразу несколько направлений-это финтех, маркетплейс и логистика. Логистика и почтовые услуги не менее важны в этом успехе. Их расширенная сеть позволяет доставлять товары в самые отдаленные уголки страны и использовать электронную коммерцию для тех, кто живет в отдаленных районах. Например, национальная почтовая служба имеет 14 региональных отделений, 21 межрайонное почтовое отделение, 143

региональных почтовых отделения, 1804 почтовых отделения, более 1414 пунктов доставки в городах и округах. Это создает благоприятную инфраструктуру для электронной коммерции в стране. Электронная коммерция прошла долгий путь с момента своего появления и продолжает эволюционировать. Современные технологии и изменяющиеся потребительские предпочтения стимулируют инновации и открывают новые возможности для бизнеса. Несмотря на вызовы, такие как логистика, конкуренция и экологическая устойчивость, электронная коммерция имеет огромный потенциал для дальнейшего роста и развития.

Список использованной литературы

1. Кобелев, О.А. Электронная коммерция /О.А. Кобелев ; под ред. С.В. Пирогова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018.
2. Porsaev G'.M., Сафаров B.Sh, Усманова Д.Q.. Основы цифровой экономики 2020.
3. Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД). Доклад о цифровой экономике за 2019 год.
4. Цифровые технологии в 2019 году: глобальный обзор цифровых технологий. Создание и использование стоимости: последствия для развивающихся стран. ЮНКТАД, 2020.
5. Статистический обзор мировой торговли за 2019 год - Всемирная торговая организация.
6. Курпаяниди К., Илиосов А. (2020) Проблемы использования цифровых технологий в промышленности в контексте повышения

экспортного потенциала страны // ISJl Theoretical & Applied Science. с.
113-117.