УДК: 339.372
DOI 10.33514/1694-7851-2025-1/2-968-976

Султанбаева Г.С.
педагогика илимдеринин кандидаты, доцент
И. Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети
Бишкек ш.
gul_878787@mail.ru
Беркуталиева Д.М.
студент
И. Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети
Бишкек ш.
berkutalieva@gmail.com
Эркалиева А.
магистрант
И. Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети
Бишкек ш.
ainura.erkalieva@mail.ru
Чынкызова К.Т.
магистрант
И. Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети
Бишкек ш.
Cynkyzovaklara@gmail.com

ЭЛЕКТРОНДУК СООДАНЫН ӨСҮШҮ ЖАНА АНЫН ӨЛКӨНҮН ЭКОНОМИКАСЫНА БОЛГОН ТААСИРИ

Аннотация: Бул макалада электрондук сооданын өсүшүнүн динамикалуу этаптары, технологиялык аспекттери, өлкөнүн экономикасына жана жумуш рыногуна болгон таасири, инфраструктуранын өнүгүшү жана жаңы бизнес моделдери, экономикалык коркунучтар жана чакырыктар кеңири изилденип, санариптик соода моделдеринин ар тараптуу таасири жана келечектеги мүмкүнчүлүктөрү каралат. Электрондук сооданын өлкөдөгү бизнес-системаларга, экономикалык өсүшкө жана жумушчу күчүнүн трансформациясына кандай таасир этерин түшүнүү, бүгүнкү күндө бардык өлкөлөр үчүн өзгөчө маанилүү. Бүгүнкү күндө глобализация жана санариптик технологиялардын өнүгүшү менен маанилүү актуалдуу маселе болуп калды. Электрондук соода (E-commerce) интернет жана мобилдик платформалар аркылуу товарлар жана кызматтарды сатууну жүргүзүү аркылуу дүйнө жүзүндө ишкердиктин жана сооданын жаңы формаасын сунуш кылат. Бул процесс бизнести жаңы ченемдерге, ыкмаларына жана мүмкүнчүлүктөрүнө алып келет, ал эми өлкөлөргө жаңы экономикалык потенциалдарды ачып берет.

Негизги сөздөр: электрондук соода, социалдык медиа маркетинг, мобилдик платформа, инновациялык технологиялар, видеоконференциялык платформалар, **веб-дүкөндөр,** платформалык экономика, инфляция, социалдык медиа, инфлюенсер маркетинги, жасалма интеллект, чат-боттор, конкуренция, монополия**.**

Султанбаева Г.С.
кандидат педагогических наук, доцент

Кыргызский государственный университет имени И.Арабаева
г. Бишкек
gul_878787@mail.ru
Беркуталиева Д.М.
студент
Кыргызский государственный университет имени И. Арабаева
г. Бишкек
berkutalieva@gmail.com
Эркалиева А.
магистрант
Кыргызский государственный университет имени И. Арабаева
г. Бишкек
ainura.erkalieva@mail.ru
Чынкызова К.Т.
магистрант
Кыргызский государственный университет имени И. Арабаева
г. Бишкек
Cynkyzovaklara@gmail.com

РОСТ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

Аннотация: В этой статье подробно исследуются динамичные этапы роста электронной торговли, технологические аспекты, влияние на экономику страны и рынок труда, развитие инфраструктуры и новые бизнес-модели, экономические риски и вызовы, а также всестороннее влияние цифровых торговых моделей и будущие возможности. Понимание того, как электронная торговля влияет на бизнес-системы, экономический рост и трансформацию трудовых ресурсов в стране, в настоящее время крайне важно для всех стран. На сегодняшний день глобализация и развитие цифровых технологий стали важной актуальной проблемой. Электронная торговля (E-commerce) предлагает новую форму бизнеса и торговли через интернет и мобильные платформы для продажи товаров и услуг, что приводит к внедрению новых стандартов, методов и возможностей для бизнеса и открывает новые экономические потенциалы для стран. Этот процесс предоставляет новые возможности для бизнеса и открывает новые экономические потенциалы для стран.

Ключевые слова: электронная коммерция, маркетинг в социальных сетях, мобильная платформа, инновационные технологии, платформы для видеоконференций, интернет-магазины, платформенная экономика, инфляция, социальные сети, маркетинг влияния, искусственный интеллект, чат-боты, конкуренция, монополия.

Sultanbaeva G.S.
candidate of pedagogical sciences, acting assistant professor
Kyrgyz state university named after I. Arabaev
Bishkek c.
gul_878787@mail.ru
Berkutalieva D.M.
student
Kyrgyz state university named after I. Arabaev

Bishkek c.
berkutalieva@gmail.com
Erkalieva A.
master's student
Kyrgyz state university named after I. Arabaev
Bishkek c.
ainura.erkalieva@mail.ru
Chynkyzova K.T.
master's student
Kyrgyz state university named after I. Arabaev
Bishkek c
Cynkyzovaklara@gmail.com

THE GROWTH OF ELECTRONIC TRADE AND ITS IMPACT ON THE ECONOMIC COUNTRY

Annotation: This article thoroughly examines the dynamic stages of the growth of e-commerce, technological aspects, its impact on the country's economy and labor market, infrastructure development, new business models, economic risks and challenges, as well as the comprehensive impact of digital trade models and future opportunities. Understanding how e-commerce affects business systems, economic growth, and the transformation of the labor force in the country is currently crucial for all nations.

Today, globalization and the development of digital technologies have become a significant and relevant issue. E-commerce offers a new form of business and trade through the internet and mobile platforms for selling goods and services, leading to the introduction of new standards, methods, and opportunities for businesses, as well as unlocking new economic potentials for countries. This process provides new opportunities for business and opens up new economic potentials for countries.

Keywords: e-commerce, social media marketing, mobile platform, innovative technologies, video conferencing platforms, online stores, platform economy, inflation, social networks, influencer marketing, artificial intelligence, chatbots, competition, monopoly

Киришүү

Акыркы жылдары дүйнө жүзү боюнча электрондук соода өзүнүн ыргагы менен өсүп, экономикалык турмушта чоң орунду ээлей баштады. Санариптик технологиялардын өнүгүшү менен адамдар жана ишкерлер бир нече жыл мурда мүмкүн болбогон жолдор менен товарларды жана кызматтарды интернет аркылуу сатып алуу мүмкүнчүлүгүнө ээ болушту. Электрондук соода азыркы күндө гана эмес, келечекте да дүйнөлүк рыноктордо чоң роль ойнойт деп ишеничтебиз. Кыргызстанда да электрондук соода акыркы жылдары өсүп, өлкөнүн экономикасына таасир бере баштады. Интернетти жана мобилдик тиркемелерди колдонуу аркылуу сооданын жаңы түрлөрү пайда болуп, ишкерлердин рынокто өз ордун тапканын көрө алабыз. Бирок, бул процесс менен байланыштуу бир катар экономикалык аспектилер да бар. Мисалы, жаңы бизнес моделдеринин пайда болушу, жаңы жумуш орундарын түзүү, ошондой эле, салттуу сооданын төмөндөшү жана чоң корпорациялардын монополиялашуусу сыяктуу маселелер маанилүү болуп турат.

Электрондук соода - бул товарлар жана кызматтар интернет аркылуу сатылуучу коммерциялык ишмердик түрү. Анын өнүгүүсү дүйнөлүк экономикага чоң таасир тийгизип, жаңы бизнес моделдеринин пайда болушуна жол ачкан. Электрондук сооданын өнүгүү жолдору бир нече маанилүү этаптардан өттү. Бул этаптарды талкуулоо аркылуу анын негизги өзгөрүүлөрүн жана дүйнөлүк рыноктогу ордун түшүнүүгө мүмкүн:

1. **1990-2000-жж. – Электрондук сооданын негиздери**

   Электрондук сооданын башталышы 1990-жылдардын аягында интернеттин кеңири жайылышынан башталды. Алгачкы кездерде электрондук соода негизинен негизги веб-сайттар аркылуу башталды. 1994-жылы **Amazon** негизделген, алгачкы сатуу өзгөчөлүктөрү менен интернет соодасынын башатында турган ири компаниялардын бири болду. Алгачкы этапта интернет аркылуу китептер сатылып, кийин товарлардын ар кандай түрлөрү менен кеңейди. 1995-жылы **eBay** түзүлүп, интернет аукциондорунун негизин салды. Алгачкы жылдарында товарларды аукциондук негизде сатууга мүмкүнчүлүк берген платформа чоң популярдуулукка ээ болду.

2. **2000-2010-жж. – Электрондук сооданын өсүшү жана мобилдик тиркемелер**

   2000-жылдардын башында электрондук соода жигердүү өнүгө баштаган. Онлайн-соода кеңири таралып, анын ичинде чоң ишканалар жана чакан ишкердиктер да электрондук коммерцияга кирди. Мобилдик телефондордун жана смартфондордун популярдуулугу электрондук сооданын мобилдик платформалар аркылуу дагы жүргүзүлүшүнө жол ачты. Бул убакта интернет-дүкөндөр көбөйүп, ар кандай товарлар менен кызматтарды сатуу мүмкүнчүлүктөрү кеңейди. 2007-жылы **Apple** компаниясы жаңы мүмкүнчүлүктөрдү алып келип, анын ичинде интернет аркылуу төлөмдөрдү оңой жүргүзүү үчүн **iTunes Store** жана **App Store** аркылуу жеткиликтүү кылды.Социалдык медиа платформалары да артта калбай (мисалы, Facebook, Twitter, YouTube) электрондук сооданы жаңы багыттарга алып келди. Социалдык медиа маркетинг жана бренддер онлайн таанылып, кардарлар менен түз байланыш түзүүсү электрондук сооданын өсүшүнө өз таасир тийгизди.

3. **2010-2020-жж. – Инновациялар жана глобализация**

   2010-жылдардын ортосунда электрондук соода дүйнөлүк масштабга өттү. Жаңы инновациялык технологиялар, анын ичинде жасалма интеллект, блокчейн технологиялары электрондук соодага интеграцияланды. Бул этапта дүйнө жүзү боюнча көптөгөн өлкөлөрдүн кардарлары интернет аркылуу товарлар сатып алуу үчүн жеңил жана коопсуз платформаларды колдоно баштады. Мындан тышкары, логистикалык жана төлөм системалары жакшырды, ал эми кардарларды тейлөөдө автоматташтыруу жана чат-боттор колдонула баштады. Мобилдик түзмөктөрдүн жана тиркемелердин популярдуулугу электрондук сооданын жаңы формасына жол ачты — **мобилдик соода** (m-commerce). Смартфондордун жана планшеттердин кеңири колдонулушу интернет-сатып алуулар үчүн оңой жана ыңгайлуу кылды. 2010-жылдарда мобилдик тиркемелер ар кандай онлайн дүкөндөр үчүн негизги соода платформаларына айланды. **Apple Pay, Google Wallet** жана башка мобилдик төлөм системалары 2010-жылдары ишке кирип, мобилдик тиркемелер аркылуу товарларды жана кызматтарды сатып алуу мүмкүнчүлүгү артты.

4. **2020-жылдар – COVID-19 пандемиясынын таасири жана жаңы нормалар**

   2020-жылы башталган COVID-19 пандемиясы электрондук сооданын өсүшүн дагы да күчөттү. Көптөгөн адамдар карантин жана социалдык дистанцияны сактоо шартында онлайн сооданы негизги соода ыкмасы катары кабыл алышты. Пандемия жаңы техникалык чечимдерди жана онлайн сооданы жүргүзүү ыкмаларын пайда кылды.Санитардык

чектөөлөр жана социалдык алыстыкты сактоо талаптары өзгөртүүлөргө алып келди. Мунун натыйжасында, электрондук соода менен байланышкан инфраструктуранын өнүгүшү жана онлайн-платформалардын ар түрдүү товарлар менен кызматтарды сунуштагандыгынын көбөйүшү байкалган. Мобилдик сооданын деңгээли дагы жогорулап, "санариптик трансформация" терминдери экономикалык өсүш менен бирге көңүл борборуна алынды. Мобилдик тиркемелер аркылуу сатып алуулар дагы өсүп, көптөгөн адамдар өз смартфондору аркылуу буюмдарды сатып алууга өтүштү.Видеоконференциялык платформалар (мисалы, **Zoom, Microsoft Teams, Google Meet)** жана онлайн билим берүү (мbсалы, **Coursera, Udemy**) кеңири колдонула баштаган. Бул кызматтар электрондук соода менен бирге жаңы мейкиндиктерди түздү.

5. **2025 жана андан кийинки – Жаңы тренддер жана инновациялык технологиялар**

Келечекте электрондук соода дагы чоң өзгөрүүлөргө учурайт. Жасалма интеллект, виртуалдык чындык (VR), блокчейн жана интернеттин 5G стандарттарынын жайылуусу электрондук сооданы дагы да ылдамдатат. Бул технологиялар кардарларды жеке даражада тейлөөгө мүмкүндүк берип, сатып алуу процессин дагы ыңгайлуу жана эффективдүү кылат. Буюмдарды жасалма интеллект аркылуу сунуштоо, автоматташтырылган складдарды колдонуу жана логистикалык системалардын инновациялары дүйнөлүк электрондук сооданын келечегин аныктайт.

Электрондук сооданын технологиялык аспектилери

- **Интернет жана веб-технологиялар**. Электрондук сооданын негизги компоненти — бул интернет. Интернет аркылуу биз кызматтарды жана маалыматты аз убакытта жана кеңири мейкиндикте тарата алабыз. Веб-сайттар жана веб-дүкөндөр электрондук сооданын биринчи жана негизги платформасы болуп саналат. Ал эми сайтты иштетүү үчүн HTML, CSS, JavaScript жана башка веб-технологиялар колдонулат.
- **Онлайн төлөм системалары**. Электрондук сооданын ийгиликтүү иштеши үчүн коопсуз жана ыңгайлуу төлөм системалары абдан маанилүү. Бул төлөм системалары кардарлардын каржылык операцияларын интернет аркылуу жасоого мүмкүндүк берет. Алар санариптик валюталардан тарта, онлайн банкинг, кредиттик карталар жана мобилдик төлөмдөргө чейин ар кандай формаларда болушу мүмкүн. Мындай системалар кардарлардын маалыматтарынын коопсуздугун камсыз кылат жана транзакциялардын ылдамдыгын жогорулатат. Кыргызстандагы **Элкарт, Мбанк, Оптима Банк, Бакай Банк** жана **Элдик Банк ж.б.** өлкөдөгү негизги банктар жана алардын онлайн төлөм системалары өзүнүн кардарларына онлайн төлөмдөрдү жүргүзүү жана мобилдик банкингди колдонуу мүмкүнчүлүктөрүн сунуштайт.
- **Коопсуздук жана маалыматтарды коргоо.** Электрондук соодада коопсуздук өзгөчө маниге ээ. Кардарлар өздөрүнүн жеке маалыматтарын жана төлөм маалыматын интернет аркылуу бөлүшөт, ошондуктан бул маалыматтардын коопсуздугуна кепилдик берүү өтө маанилүү. Бул үчүн биометриялык аутентификация, авторизация, маалыматты шифрлөө колдонулат.
- **Мобилдик соода (M-Commerce).** Мобилдик түзмөктөр аркылуу соода жүргүзүү дүйнө жүзү боюнча көп адамдар тарабынан колдонулуп жатат. Мобилдик тиркемелер аркылуу сатып алуу мүмкүнчүлүктөрү, акчаны төлөө, продукттарды иликтөө жана интернет дүкөндөрү менен байланыш түзүү ж.б. функцияларды мобилдик соода платформалары камсыздайт.

- **Мобилдик тиркемелер** — iOS жана Android тиркемелери аркылуу кардарлар ар кандай товарларды жана кызматтарды интернет аркылуу сатып алууга мүмкүнчүлүк алышат.
- **QR коддор** — мобилдик төлөмдөрдү жеңилдетип, сатып алуу процессин ыкчамдатууга көмөктөшөт.

Электрондук сооданын жумуш рыногуна таасири

Интернет аркылуу товарларды жана кызматтарды сатуу мүмкүнчүлүгү жаңы жумуш орундарын түзүүгө, рынокту жаңы компетенцияларга муктаж кылууга, ошондой эле салттуу ишкердик структураларды трансформациялоого алып келди. Электрондук сооданын жумуш рыногуна таасири кеңири жана ар тараптуу, анткени ал жаңы жумуш орундарын жаратат жана кээде кээ бир адистиктердин жоголушуна да алып келиши мүмкүн. Электрондук сооданын өнүгүшү IT, маркетинг, каржы, логистика жана башка тармактардагы адистерге муктаждыкты жаратат. Интернет аркылуу товарларды сатуу жана кызмат көрсөтүү менен байланышкан жумуштар көбүнчө алыстан, өз үйүнөн же ар кайсы жерден иштөө мүмкүнчүлүгүн түздү. Мындай жумуштардын түрлөрүнө:

- **Контент түзүү (блоггерлер, мобилиографтар)** — электрондук соода үчүн контент түзүү жана маркетинг үчүн видеолорду, сүрөттөрдү жана блогдорду жазуу өтө маанилүү. Бул тармактарда алыстан иштеген жумушчулар көбөйүүдө.
- **Жогорку квалификациядагы адистер (IT адистери, кеңеш берүүчүлөр)** — программалык камсыздоону иштеп чыгуучулар, веб-даярдоочулар, онлайн кеңешчилер ж.б. адистер көбүнчө фриланс катары иштешет.

Электрондук сооданын өсүшү салттуу бизнеске да чоң таасир этет. Мисалы, салттуу сооданы жүргүзгөн кичи жана орто бизнес өкүлдөрү онлайн платформа аркылуу өзүнүн ишин кеңейип, жаңы кардарларга жетүүгө мүмкүнчүлүк алышууда. Ошол эле учурда, алар заманбап соода инструменттерин колдонууга аргасыз болуп, өзү үчүн жаңы көндүмдөрдү үйрөнүшү керек.

Инфраструктуранын өнүгүшү жана жаңы бизнес моделдери

Электрондук сооданын тез өнүгүшү жана санариптик трансформациянын глобалдык тенденциясы, өз кезегинде, жаңы инфраструктуралык мүмкүнчүлүктөрдүн жана бизнес моделдеринин пайда болушуна алып келди. Өнүккөн жана эффективдүү инфраструктура электрондук сооданын ийгилиги үчүн маанилүү болуп, көптөгөн жаңы бизнес моделдеринин жаралуусуна шарт түздү. Бул өзгөрүүлөрдүн негизги аспектилери төмөнкүлөрдү камтыйт:

- **Жогорку ылдамдыктагы интернет жана 5G технологиясы** — интернеттин ылдамдыгынын өсүшү жана 5G тармактарынын жайылуусу товарлардын жана кызматтардын ылдам жеткирилүүсүн камсыздайт. Бул өз кезегинде кардарлар үчүн тез жана коопсуз сатып алуу сапатын түзөт.
- **Маалымат сактоо жана булут технологиялары** — булут хостинг жана маалымат сактоо кызматтары электрондук соода үчүн маанилүү булак болуп саналат. Булут технологиялары платформаларга масштабдуулугун камсыз кылууга, маалыматтарды сактоого жана аларды коопсуз иштетүүгө мүмкүндүк берет.
- **Платформалык экономика** — платформалык бизнес моделдери, мисалы, Ozon, Wildberries, кытай сайттары ж.б. электрондук сооданын өсүшү менен күч алды. Бул платформалар көптөгөн кызматтарды жана товарларды бир жерге топтоп, сатуу жана сатып алуу мүмкүнчүлүгүн түзүп жатат.

- **Абонементтик моделдер** — көптөгөн компаниялар абонементтик бизнес моделдерин ишке киргизүүдө. Бул моделдерде кардар белгилүү бир кызматтарды же товарларды туруктуу түрдө сатып алуу үчүн абонементке жазылат. Мисалы, музыка жана кино сервистери (Spotify, Netflix), азык-түлүк жеткирүү кызматы жана башка жашоо стилдери боюнча кызматтарды сунуштоо болуп эсептелет.
- **Жасалма интеллект жана чат-боттор** — чат-боттор жана жасалма интеллект электрондук соода платформалары аркылуу кардарларга автоматтык түрдө жооп берүү, колдоо көрсөтүү жана сатып алуу процессин ыңгайлуу кылуу үчүн колдонулууда. Бул моделдер кардар менен туруктуу байланышты камсыз кылып, бизнестин натыйжалуулугун арттырат.
- **Социалдык медиа жана инфлюенсер маркетинги** — электрондук сооданын өсүшү менен социалдык медиа платформалары аркылуу маркетинг жүргүзүү жаңы бизнес моделдеринин бир бөлүгү болуп калды. Инфлюенсерлердин жардамы менен бренддер өз продукциясын ар бир кардарга жарнама компаниялары аркылуу сатышууда.

Экономикалык коркунучтар жана чакырыктар

Экономика санариптик формага өтүүдө жана электрондук соода бул процесстин негизги бөлүгү болуп саналат. Санариптешүү менен бизнестин көпчүлүк процессин автоматташтырууга, өнүмдөрдү жана кызматтарды эффективдүү сатууга, ошондой эле жаңы идеяларды жана рыноктору табууга мүмкүнчүлүк табылды.Чоң өзгөрүүлөрдү алып келген болсо да, ал өзүнө бир катар экономикалык коркунучтарды жана чакырыктарды алып келет. Бул коркунучтардын негизги бөлүктөрү бизнестин туруктуулугуна, кардарлардын коопсуздугуна, рыноктук тең салмактуулукка жана экономикадагы атаандаштыкка таасир этет. Электрондук сооданын терс таасирлерин жана коркунучтарын ачыктоо, ошондой эле аларга каршы күрөшүү жолдорун табуу өлкөлөрдүн экономикасы үчүн маанилүү.

- **Кибер чабуулдар** — хакерлер жана кибер кылмышкерлер компаниялардын жана кардарлардын жеке маалыматтарын уурдоого аракет кылышат. Бул чабуулдар кардардын төлөм маалыматтарына, жеке маалыматына жана компаниянын сырдуу маалыматтарына зыян келтирет.
- **Маалыматтын уурдалышы** — электрондук соода системалары аркылуу кардарлардын жана ишкердик системалардын маалыматтары ачыкка чыгат. Маалыматтын уурдалышы компаниялар үчүн бизнестин жоголушуна жана кардарлардын коопсуздугуна терс таасир этет.
- **Платформалардын коопсуздугу** — интернет-дүкөндөр жана онлайн платформалар өз колдонуучуларынын маалыматтарын туура сактап, коопсуздугун камсыз кылууга милдеттүү. Бул процесс жакшы уюштурулбаса, компаниялар экономикалык жана юридикалык коркунучтарга дуушар болушат.
- **Конкуренциянын күчөшү** — чоң онлайн платформалар, мисалы, Amazon жана Alibaba ж.б. көптөгөн кичи жана орто бизнес өкүлдөрү үчүн конкуренцияны күчөтүүдө. Бул өз кезегинде рынокту туруктуу кармоо мүмкүнчүлүгүн кыйындатат жана чакан ишканалар үчүн киреше табууну кыйындатат.
- **Монополияга ээ болгон компаниялардын таасири** — электрондук соода тармагындагы чоң компаниялар рынокто үстөмдүк кылууга жана чакан атаандаштарды жок кылууга аракет кылышат. Бул монополиялык шарттарды түзүп, атаандаштыкты жогорулатат жана баалардын көтөрүлүшүнө алып келиши мүмкүн.

- **Өнүкпөгөн өлкөлөрдүн артта калышы** — кээ бир өлкөлөрдүн инфраструктуралык мүмкүнчүлүктөрү, интернеттин жеткиликтүүлүгү жана маалыматтык ресурстарынын жетишсиздиги электрондук соодага кирүү мүмкүнчүлүгүн чектейт. Бул өлкөлөрдүн экономикасы санариптик трансформациянын артынан калат, бул глобалдык атаандаштыкта аларды артка тартып салат.
- **Жогорку импорттук нарк** — электрондук сооданын өсүшү менен көп өлкөлөр импорттук товарларды интернет аркылуу сатып алышат. Бул өз кезегинде жергиликтүү өндүрүшчүлөргө таасир этет, алардын продукцияларынын баасы өсүп, инфляция пайда болушу мүмкүн.
- **Валюталык тобокелчиликтер** — трансчек аралык соода валюталык өзгөрүүлөргө жана кредиттик чендерге таасир этет. Электрондук соода аркылуу ар кайсы өлкөлөрдөн товарлар сатып алууда өлкөлөр ортосундагы валюталык айырмачылыктар соода акысын жана импорттук чыгымдарды жогорулатат.
- **Пластикалык пакеттер жана упаковка** — товарлардын көбү пластикалык упаковкада жөнөтүлөт. Бул экологиялык көйгөйлөрдү жаратып, чөйрөнү булгануунга алып келет.
- **Салык жана мыйзамдуулук** — көптөгөн өлкөлөрдө электрондук сооданы жөнгө салуу жана салык салуу боюнча мыйзамдар начар иштелип чыккан. Бул болсо салык төлөөчүлөрдүн жана компаниялардын кыйынчылыктарга дуушар болушуна алып келет.
- **Кардарларды коргоо мыйзамдары** — электрондук соодада кардарларды коргоо ченемдери дүйнө жүзүндө ар кандай болот. Компаниялардын жана кардарлардын укуктары туура корголбогон учурда, ишкерлер юридикалык коркунучтарга дуушар болушу мүмкүн.

Жыйынтык

Электрондук сооданын өнүгүүсү бүткүл дүйнө жүзүндөгү экономикалык структураларды өзгөртүп, санариптик чөйрөнүн интеграциясын жигердүү түрдө күчөттү жана инфраструктуранын, логистиканын жана бизнес моделдеринин жаңылануусуна алып келди. Жаңы технологияларды жана санариптик чечимдерди колдонуу аркылуу компаниялар бизнес процесстерин оптималдаштырып, рынокто натыйжалуу атаандашууга мүмкүнчүлүк алышты. Мунун бардыгы электрондук сооданын өсүшүнө жана келечектеги бизнестин жаңы жолдорун ачууга мүмкүндүк түзүүдө. Бул процесс дагы да уланат жана ар бир жаңы технология менен анын өсүшү жаңы мүмкүнчүлүктөрдү ачат.Технологиялык аспектилери алдыңкы жаңы технологиялар менен тыгыз байланышта жана бул технологиялар ар бир этапта соода тармагын дагы да ылдамдатууга, ыңгайлаштырууга жана коопсуз кылууга жардам берет. Өнүгүп жаткан интернет жана мобилдик платформалар, коопсуздук чаралары, чоң маалыматтарды талдоо жана жасалма интеллект сыяктуу технологиялар электрондук сооданын өсүшүн жана анын глобалдык масштабдагы маанилүүлүгүн күчөтөт. Электрондук сооданын келечеги көптөгөн ачылыштарды, мүмкүнчүлүктөрдү жана жаңы тренддерди сунуштайт. Жасалма интеллект, мобилдик соода, виртуалдык чындык, криптовалюталар сыяктуу жаңы технологиялар жана тенденциялар интернет аркылуу сооданы жаңы деңгээлге алып келет. Бул өзгөрүүлөр бизнестин жана кардардын тажрыйбасын жакшыртууга, рынокту глобалдаштырууга жана жаңы экономикалык мүмкүнчүлүктөрдү түзүүгө жардам берет.Электрондук соода — бул чоң мүмкүнчүлүктөрдү жана жаңы чакырыктарды алып келүүчү динамикалык тармак. Бирок анын өнүгүшү экономика үчүн бир катар коркунучтарды

да жаратат. Киберкоопсуздуктан баштап, рыноктук тең салмактуулукту бузууга чейин ар түрдүү коркунучтар кардарлардын жана компаниялардын ишмердүүлүгүнө терс таасир этиши мүмкүн. Бул көйгөйлөрдү чечүү үчүн мамлекеттер жана компаниялар күч-аракеттерин бириктирип, жаңы чараларды жана жөнгө салууларды киргизүү керек.

Колдонулган адабияттар:

1. Роль электронной коммерции в современной мировой экономике https://kmept.ru/college/article/rol-elektronnoy-kommertsii-v-sovremennoy-mirovoy-ekonomike/
2. Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию https://unctad.org/system/files/official-document/tdb_ede7d2_ru.pdf
3. Электронная торговля – сектор, который переживает бум на фоне краха мировой экономики https://news.un.org/ru/story/2021/03/1399042
4. Обзор развития электронной торговли в мировой экономике: вызовы и последствия пандемии https://journal.vavt.ru/rfej/article/view/2335
5. Султанбаева Г.С. Математиканы окутууда маалыматтык-коммуникациялык каражаттарга коюлган талаптар Вестник И. Арабаев атындагы КМУ – 2017. №1 – 184-186 б.
6. Онлайн торговля: риски и меры их снижения для покупателей https://adilet.kg/ky/tpost/a3ndey7x21-onlain-torgovlya-riski-i-meri-ih-snizhen
7. Электронная коммерция в Кыргызской Республике находится на стадии становления https://mineconom.gov.kg/ru/post/9106
8. Шаги к глобальной интеграции и новым возможностям: Visa о развитии E-commerce в Кыргызстане https://kg.akipress.org/news:2186742

Рецензент: доктор экономических наук, профессор Бексултанов А.А.