



ЭВОЛЮЦИЯ И РАЗВИТИЕ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Файзиев Фарход Фуркат угли

Самостоятельный соискатель
Университета общественной безопасности
Республики Узбекистан
email: fayziev2018@mail.ru
<https://doi.org/10.5281/zenodo.20371821>

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 21-may 2026 yil
Ma'qullandi: 23-may 2026 yil
Nashr qilindi: 25-may 2026 yil

KEY WORDS

цифровизация, торговля,
электронная коммерция,
интернет, искусственный
интеллект, блокчейн,
глобализация, экономика.

ABSTRACT

в статье рассматривается влияние цифровизации на развитие торговых отношений в современном мире. Анализируется роль цифровых технологий — интернета, искусственного интеллекта, блокчейна и мобильных платформ — в трансформации поведения потребителей, деятельности бизнеса и регулирования государством торговых процессов. На примерах США, Китая, Европейского Союза, Японии и Индии показано, как цифровизация способствует развитию электронной коммерции, совершенствованию логистических систем и персонализации взаимодействия с клиентами. Сделан вывод о необходимости адаптации участников рынка к новым цифровым условиям и формирования эффективной инфраструктуры для устойчивого экономического роста.

В последние десятилетия цифровизация значительно изменила экономический ландшафт, в том числе и торговые отношения. Новые технологии, такие как интернет, мобильные устройства, искусственный интеллект (ИИ) и блокчейн, создают новые возможности и вызовы для участников рынка. В данной статье рассматривается эволюция и развитие торговых отношений в условиях цифровизации, анализируются ключевые изменения и их последствия для различных участников экономических процессов.

Торговля, как вид экономической деятельности, прошла долгий путь развития от примитивного обмена товарами до современных глобальных рынков. Традиционные торговые отношения основывались на физическом перемещении товаров и личных контактах между продавцом и покупателем. С появлением интернета в конце XX века начался переход к электронной коммерции, что стало первым значительным шагом на пути к цифровизации торговли.

Мы вошли в новую эпоху, где одним из катализаторов качественных изменений стало появление сети Интернет в широкие массы. На сегодняшний день по данным

Международного союза электросвязи (МСЭ) количество пользователей Интернета в мире составляет 3,5 миллиарда человек¹.

Рассматривать положительные стороны данного явления нецелесообразно, необходимо признать его наличие как факт и адаптироваться в стремительно меняющемся мире.

Появившись в 1960-х годах сеть Интернет использовалась в научно-исследовательских и оборонных целях (носит закрытый характер). В 1984-1990 начали появляться первые частные интернет-сервисы (начинает широко использоваться в коммерческой деятельности), а во второй половине 1990-х гг. сеть Интернет переходит в современный этап, где одну из главных ролей в формировании и распространении контента начинают играть пользователи (развитие происходит экспоненциально).

В.В. Архипов в своем учебнике по интернет-праву² отмечает 5 факторов, определяющих значение сети Интернет, а именно:

- объем (глобальный интернет-трафик достигает показателя в 1,1 зеттабайт информации), - скорость (скорость распространения информации геометрической прогрессией),
- доступность (доступность информации для пользователя в смысле сравнительной простоты обнаружения),
- простота (распространение информации среди огромной аудитории не требует серьезных усилий),
- глобальность (доступ к интернет-ресурсам возможен практически из любой точки земного шара).

Исходя из вышеуказанных факторов, становится очевидным, по каким причинам сеть Интернет проникла во все сферы деятельности человека и в связи с чем, вызваны проблемы законодательного регулирования.

Если говорить об основных началах правового регулирования отношений в сети Интернет, то роль законодательной власти сводится преимущественно к установлению либо системы предельно общих правил, либо, напротив, детального регулирования предельно узких областей общественных отношений, связанных с сетью Интернет³.

Изучая влияние цифровизации на участников торговых отношений стало тотальной. Цифровизация значительно изменила поведение потребителей, сделав покупки более удобными и доступными. Онлайн-платформы и мобильные приложения позволяют совершать покупки в любое время и из любого места, что повышает уровень удовлетворенности клиентов. Персонализированные предложения и рекомендации, основанные на анализе данных, помогают потребителям находить нужные товары и услуги быстрее и проще.

По мнению С.Гулямова, для бизнеса цифровизация открыла новые рынки и снизила барьеры для входа. Малые и средние предприятия получили возможность

¹ Sitdikova L.B., Shilovskaya A.L., Volkova M.A., Lenkovskaya R. R., Stepanova N.A. Legal regulation and copyright protection in Internet in Russia and abroad // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т.6. № 6. С 163-169.

² Архипов В.В. Интернет-право : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2016. – 249 с.

³ В виде примера можно привести законодательные акты государств, где предметом регулирования является гражданско-правовые отношения с применением информационно-коммуникационных технологий.

конкурировать на равных с крупными корпорациями, используя онлайн-платформы для продажи своих товаров и услуг. Автоматизация и оптимизация процессов с помощью ИИ и других технологий позволяют снизить издержки и повысить эффективность⁴.

Государственные органы также активно внедряют цифровые технологии для улучшения торговых отношений. Электронные площадки для государственных закупок, цифровые таможенные процедуры и онлайн-сервисы для предпринимателей способствуют прозрачности и упрощению торговых процессов. В то же время, государство сталкивается с новыми вызовами, такими как кибербезопасность и защита персональных данных.

Цифровизация значительно изменила торговые отношения в глобальном масштабе, оказывая влияние на экономику различных стран и регионов. В данной статье рассматриваются примеры эволюции и развития торговых отношений в условиях цифровизации в разных странах, анализируются ключевые изменения и их последствия для экономики.

США являются одной из ведущих стран в области цифровизации торговли. История электронной коммерции в США начинается с 1990-х годов, когда появились первые интернет-магазины⁵. Основными достижениями являются:

1. развитие гигантов электронной коммерции: Компании, такие как Amazon и eBay, стали мировыми лидерами в области электронной торговли, предлагая широкий ассортимент товаров и услуг.

2. Инновации в логистике: Внедрение автоматизированных складов и дронов для доставки товаров значительно повысило эффективность логистических процессов.

3. Искусственный интеллект и аналитика данных: Компании активно используют ИИ и большие данные для персонализации предложений и улучшения клиентского опыта⁶.

Китай продемонстрировал стремительный рост в области цифровизации торговли, начав с 2000-х годов. Китайская экономика активно адаптировалась к новым технологиям, что привело к созданию крупнейших онлайн-платформ⁷. Основными достижениями являются:

1. Платформы электронной коммерции: Alibaba и JD.com стали ключевыми игроками на глобальном рынке, предлагая широкий ассортимент товаров и услуг.

2. Мобильные платежи: WeChat Pay и Alipay значительно упростили процесс покупок, сделав мобильные платежи основным способом оплаты.

⁴ Гулямов, С., & Рустамбеков, И. (2022). Актуальные проблемы совершенствования гражданско-правового регулирования в условиях цифровизации и углубления рыночных реформ: современное состояние гражданского законодательства государств участников евразийского экономического союза и приоритеты его совершенствования (программа). Научные исследования и инновации в индустрии 4.0., 1(1), 243–252. <https://doi.org/10.47689/4.v1i1.3566>

⁵ The Rise of Amazon and E-commerce in the US. (2020). Harvard Business Review.

⁶ The Impact of Automation on Warehouse Logistics. (2019). MIT Technology Review.

⁷ The Challenges of Competing with E-commerce Giants. (2023). The Wall Street Journal.

3. Интеграция с социальными сетями: Платформы, такие как WeChat, интегрируют социальные функции с возможностями электронной коммерции, создавая уникальный опыт для пользователей⁸.

Европейский Союз активно внедряет цифровые технологии в торговлю с начала 2000-х годов, при этом учитывая особенности различных стран-членов⁹. Основными достижениями являются:

1. Гармонизация законодательства: Создание Единого цифрового рынка (Digital Single Market) способствовало унификации правил и стандартов в области электронной коммерции¹⁰.

2. Инновации в логистике: Развитие трансграничной логистики и электронных платформ для обмена информацией улучшили торговые процессы .

3. Защита данных: Введение Общего регламента по защите данных (GDPR) установило высокие стандарты защиты персональной информации¹¹.

Япония, одна из технологически продвинутых стран, активно внедряет цифровые технологии в торговлю с конца 1990-х годов¹². Основными достижениями Японии являются:

1. Технологические инновации: Японские компании, такие как Rakuten, успешно используют передовые технологии для улучшения клиентского опыта .

2. Автоматизация и роботизация: Внедрение роботизированных систем на складах и в логистике повысило эффективность процессов .

3. Мобильная коммерция: Широкое использование мобильных устройств способствовало развитию мобильной коммерции¹³.

Индия демонстрирует стремительное развитие в области цифровизации торговли с начала 2000-х годов, что связано с ростом интернет-пользователей и мобильной связи¹⁴. Основными достижениями являются:

1. Рост электронной коммерции: Платформы, такие как Flipkart и Amazon India, способствуют развитию онлайн-торговли .

2. Мобильные платежи: Увеличение использования мобильных платежных систем, таких как Paytm, облегчило процесс покупок .

3. Цифровая инфраструктура: Программы, такие как Digital India, способствуют развитию цифровой инфраструктуры и доступа к интернету¹⁵.

Цифровизация торговли оказывает значительное влияние на экономику различных стран, создавая новые возможности и вызовы. Успешное развитие торговых отношений в условиях цифровизации требует адаптации к новым технологиям, улучшения инфраструктуры и создания благоприятных условий для бизнеса. Важно также учитывать специфические особенности каждой страны и региона, чтобы

⁸ Alibaba's Global Expansion Strategy. (2021). The Economist. Data Regulation and Its Impact on Chinese E-commerce. (2020). Reuters.

⁹ Privacy Concerns in the Age of Digital Commerce. (2021). The Guardian.

¹⁰ The Digital Single Market Strategy. (2022). European Commission.

¹¹ GDPR: A New Standard for Data Protection. (2020). EU Law Journal.

¹² Robotics and Automation in Japanese Warehouses. (2021). Robotics Business Review.

¹³ The Growth of Mobile Commerce in Japan. (2022). Japan Times.

¹⁴ The E-commerce Boom in India: A Case Study of Flipkart. (2021). Harvard Business School.

¹⁵ Digital India: Transforming the Digital Landscape. (2023). Government of India.

эффективно использовать потенциал цифровых технологий для экономического роста и улучшения качества жизни.

Список использованной литературы:

1. Архипов В.В. Интернет-право: Учебник. — М.: Издательство Юрайт, 2020.
2. Гулямов С. Цифровая экономика и инновационное развитие бизнеса. — Ташкент: Иқтисодиёт, 2019.
3. Международный союз электросвязи (МСЭ). Статистические данные об использовании Интернета в мире, Женева, 2023.
4. OECD. Digital Trade and E-Commerce: Global Trends and Policies. — Paris: OECD Publishing, 2022.
5. World Bank. Digital Development Report: Harnessing Digitalization for Inclusive Growth. — Washington, D.C., 2021.
6. World Economic Forum. The Global Digital Economy 2023: Challenges and Opportunities. — Geneva, 2023.

