

THEORETICAL FOUNDATIONS AND HISTORY OF E-COMMERCE

Toshiyev A.E. (Republic of Uzbekistan)

Email: Toshiyev510@scientifictext.ru

*Toshiyev Azamat Erkinovich - Senior Lecturer,
DEPARTMENT METHODS OF EXACT AND NATURAL SCIENCES,
REGIONAL CENTER FOR RETRAINING AND ADVANCED TRAINING OF
PUBLIC EDUCATION PERSONNEL AT THE TASHKENT REGIONAL
CHIRCHIK STATE PEDAGOGICAL INSTITUTE,
CHIRCHIK, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

Abstract: *the article reveals the theoretical foundations and history of e-commerce. E-commerce has all the possibilities for further development. Firstly, the cost savings of online stores allows them to reduce prices, and buying in online stores today is sometimes much more profitable than in regular stores. This fact provides a constant influx of buyers, and the emergence of new players in the market. E-business is becoming more competitive, which in turn has a positive effect on the level of quality of services provided and products offered.*

Keywords: *history of e-commerce, development, economy.*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ИСТОРИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Тошиев А.Э. (Республика Узбекистан)

*Тошиев Азамат Эркинович – старший преподаватель,
кафедра методики точных и естественных наук,
Региональный центр переподготовки и повышения квалификации
работников народного образования при Ташкентском областном
Чирчикском государственном педагогическом институте,
г. Чирчик, Республика Узбекистан*

Аннотация: *в статье раскрываются теоретические основы и история электронной коммерции. Электронная коммерция имеет все возможности для дальнейшего развития. Во-первых, экономия на затратах интернет-магазинов позволяет им снижать цены и покупать в интернет-магазинах сегодня порой гораздо выгоднее, нежели в обычных магазинах. Этот факт обеспечивает и постоянный приток покупателей, и появление новых игроков на рынке. Электронный бизнес становится более конкурентным, что, в свою очередь, положительным образом сказывается на уровне качества оказываемых услуг и предлагаемых товаров.*

Ключевые слова: *история электронной коммерции, развития, экономика.*

Электронная коммерция на сегодняшний день имеет хоть и непродолжительную, но очень богатую событиями историю. Предпосылкой для появления электронной коммерции стал переход США от

индустриального к постиндустриальному этапу развития экономики, когда основным продуктом в экономике становится не товар, а услуга, а сам товар уже не рассматривается отдельно от организации его продажи и обслуживания. При этом подавляющее большинство принципиальных изменений электронный бизнес претерпел в последние двадцать лет, хотя начало электронной коммерции было положено еще в 1960 году. Именно тогда американские компании American Airlines и IBM приступили к разработке системы электронного бронирования авиабилетов, которая позволяла American Airlines оперативно управлять доходностью с помощью изменения цен на билеты с учетом наличия свободных мест [1].

Следующим этапом стало управление запасами предприятий с помощью применения электронных технологий. Активно развивающееся массовое производство ставило перед предпринимателями задачи по планированию спроса и, соответственно, запасов для того, чтобы, с одной стороны, обеспечить достаточные запасы для бесперебойной торговли, а с другой, не замораживать оборотные средства в виде чрезмерных запасов.

Использование электронных технологий для решения этих задач позволяло значительно снижать издержки. А в конце 60-х годов вычислительная техника стала применяться уже для комплексного планирования деятельности предприятий - закупки, производство, сбыт, управление персоналом - все рассматривалось как единая система с целью минимизации затрат на каждом этапе.

Следующий шаг в своем развитии электронный бизнес сделал с появлением электронных банковских карт. В конце 60-х годов число владельцев пластиковых карт резко выросло за счет рассылки их почтой, а вслед за этим стремительно увеличилось и число торговых точек, работающих с картами, а банки были вынуждены присоединяться к основным платежным системам. В 1976 году появилось понятие электронной подписи, без которой современная электронная коммерция просто немыслима. В 1977 году более двухсот банков Америки и Европы были объединены межбанковской сетью финансовых сообщений. А в начале 80-х годов появляются первые системы проведения электронных платежей. Тогда они проводились с помощью специального программного обеспечения исключительно в закрытых компьютерных сетях.

В конце 80-х электронная коммерция активно внедряется в сферу туризма, когда компьютерной сетью связываются несколько миллионов туристических агентств и многочисленные авиакомпании, а также отели и фирмы по прокату автомобилей. Это позволило продавать комплексные туристические продукты в одном месте, удаленном от местонахождения поставщика услуги и повысить общий спрос на туристические услуги.

В 1989 году был разработан основополагающий стандарт современного интернет пространства - стандарт World Wide Web (WWW) - глобальная гипертекстовая система. Созданный на ее основе протокол http стал основным транспортным протоколом Интернета. В том же году открылся

предшественник диллингового центра - электронный бизнес появился на бирже ценных бумаг [2].

Вплоть до 1990 года коммерческое использование сети интернет было запрещено, вследствие чего электронная коммерция не могла развиваться в полную силу. Однако в 1990 году к работе в сети интернет были допущены первые крупные частные корпорации, а управление самой сетью интернет, находящейся до той поры под полным контролем американских государственных органов, было передано частным структурам. Уже в 1992 году коммерциализация сети интернет получила одобрение от Конгресса США, и с этого момента электронная коммерция вступила в новую фазу своего развития. В 1993 году были изобретены технологии для будущих электронных денег, а в 1994 году в сети интернет появилась первая электронная платежная система.

В 1995 году открылся сайт интернет магазина Amazon, являющийся сегодня крупнейшим интернет магазином в мире. Тогда же начал действовать первый интернет банк. Нужно отметить, что первые интернет магазины, по сути, вели электронный бизнес по давно отработанной технологии торговли по телефону и почте, которая на тот момент была широко распространена в США. В 2003 году начал свою работу всемирный музыкальный магазин iTunes.

Сегодня электронная коммерция предоставляет самые широкие возможности как поставщикам, так и клиентам. Среди этих возможностей:

Самостоятельная регистрация покупателя на сайте поставщика. Это создает дополнительные удобства в обслуживании для клиентов, а поставщикам позволяет осуществлять адресную рекламу своих товаров и услуг и маркетинговые исследования в процессе продаж.

Оформление заказов через интернет с помощью электронных каталогов и прайс-листов. Данная возможность обеспечивает значительную экономию времени на поиске необходимого товара или услуги и сравнении цен различных поставщиков.

Электронная обработка заказа, включая проверку наличия товара на складе, расчет возможных сроков поставки. Данная возможность является неотъемлемой функциональной частью логистической системы предприятия.

Прием оплаты за покупку через интернет. Оплата при этом может осуществляться посредством банковских карт через защищенные платежные терминалы, а также с помощью локальных или международных платежных интернет систем.

Электронная коммерция имеет все возможности для дальнейшего развития. Во-первых экономия на затратах интернет магазинов позволяет им снижать цены, и покупать в интернет магазинах сегодня порой гораздо выгоднее, нежели в обычных магазинах. Этот факт обеспечивает и постоянный приток покупателей, и появление новых игроков на рынке. Электронный бизнес становится более конкурентным, что в свою очередь положительным образом сказывается на уровне качества оказываемых услуг и предлагаемых товаров.

Современная электронная коммерция основана на использовании персонального компьютера, однако, если сегодня использование в этой сфере мобильных телефонов распространено не так широко, как использование компьютеров, то, как прогнозируют аналитики, в ближайшее время электронный бизнес может быть переориентирован на использование сотовых телефонов. Это связано с тем, что, с одной стороны, сотовый телефон является абсолютно мобильным и легко управляемым устройством, а с другой стороны, современные технологии сотовой связи способны обеспечить техническую базу для полноценного вхождения телефонов в электронный бизнес. Кроме того сотовые аппараты уже имеют систему идентификации пользователя, а у любого владельца имеется счет, открытый сотовым оператором, который может быть использован для расчетов.

Список литературы / References

1. *Засурский Л.Н.* Информационное общество сегодня и завтра. // Информационное общество. М.: НОРМА, 2006. № 3. С. 62.
2. *Инджинян Р.О.* Мировые тенденции развития электронной коммерции в сфере финансовых услуг. // Деньги и кредит. СПб: Питер, 2006. № 1. С. 42.