

Научная статья  
УДК 339.1:004

## Развитие электронной коммерции в цифровой экономике в координатах четвертой промышленной революции

Сергей Александрович Жиронкин<sup>1</sup>, Магеррам Али оглы Гасанов<sup>2</sup>,  
Эйваз Али оглы Гасанов<sup>3</sup>, Татьяна Григорьевна Красота<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, Кемерово, Россия, zhironkinsa@kuzstu.ru

<sup>2</sup> Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Томск, Россия, maq@tpu.ru

<sup>3</sup> Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия, economic@ael.ru

<sup>4</sup> Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема, Биробиджан, Россия, tatyana\_karpenko@bk.ru

**Аннотация.** В современных условиях электронная коммерция все больше завоевывает массовый потребительский рынок. Доступность цифровых технологий и повсеместное влияние достижений четвертой промышленной революции увеличивают количество посетителей глобальной сети. В то же время цифровые технологии позволяют создавать виртуальные коммерческие процессы, включая организацию виртуальных торговых площадок, магазинов и других подобных структур. Важным отличительным свойством цифровых технологий является способность объединять производителей и потребителей в режиме реального времени. Для производителей становится возможным прогнозировать спрос и адаптироваться к его быстро меняющейся структуре. Специфика электронной коммерции – мгновенное действие во всем глобальном информационном пространстве, что позволяет проводить стимулирующие мероприятия в любой точке глобальной сети. Электронная коммерция обладает как оригинальными признаками, так и признаками, характерными для традиционных способов продвижения товаров и услуг. Цифровая экономика является стратегическим параметром, воздействующим на выбор и поведение потребителя. Здесь основной задачей выступает удовлетворение потребностей и регулирование спроса потребителей.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, рынок, цифровая экономика, цифровая технология, интернет, четвертая промышленная революция

### Основные положения:

♦ интенсивное развитие цифровой экономики привело к значительному повышению объемов данных и созданию единого мирового информационного поля. В условиях цифровой экономики наблюдается тенденция к увеличению использования информационных ресурсов при одновременном снижении значимости традиционных производственных факторов в процессах создания, обмена, распределения и потребления товаров и услуг. В новой ситуации формируется новая совокупность факторов информационной модели экономического роста;

♦ технологические достижения в области электронной коммерции стали важной составляющей технологического фундамента цифровой экономики. Современные цифровые решения нашли наибольшее применение в секторе электронной торговли, охватывая взаимодействие между производителями, поставщиками, дистрибьюторами, торговыми агентами и партнерами. Эти взаимодействия включают автоматизацию процессов передачи заказов, выставления счетов и обработки платежей;

♦ развитие цифровой экономики обусловило разнообразие использования интернета в коммерческих целях – от продвижения информации о продуктах и услугах до дистанционного предоставления этих

продуктов и услуг. Уникальность интернета заключается в возможности мгновенного перемещения в глобальное информационное пространство, что позволяет оперативно осуществлять маркетинговые акции в любой точке сети и легко переходить на торговые площадки, такие как электронные магазины;

◆ в настоящее время отмечается стремительный рост объемов электронной коммерции на мировом уровне. Ежегодно доходы от электронной торговли увеличиваются по сравнению с предыдущими периодами. Основными игроками на этом «виртуальном рынке» выступают компании, специализирующиеся на продаже компьютеров и других высокотехнологичных устройств. Новые значительные сегменты электронной торговли охватывают практически все сферы экономики;

◆ искусственный интеллект может применяться в различных аспектах электронной коммерции для улучшения опыта потребителей, оптимизации процессов и увеличения продаж товаров и услуг. С помощью технологий искусственного интеллекта энтузиасты электронной коммерции находят и разрабатывают все новые и прибыльные ниши на рынке. В современных условиях искусственный интеллект внедряют в свою работу большинство компаний.

**Для цитирования:** Развитие электронной коммерции в цифровой экономике в координатах четвертой промышленной революции / С.А. Жиронкин, М.А. Гасанов, Э.А. Гасанов, Т.Г. Красота // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2025. № 8 (250). С. 22–32.

Original article

## The development of e-commerce in the digital economy in the context of the fourth industrial revolution

**Sergey A. Zhironkin<sup>1</sup>, Magerram A. Gasanov<sup>2</sup>, Eyvaz A. Gasanov<sup>3</sup>, Tatiana G. Krasota<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Kemerovo, Russia, zhironkinsa@kuzstu.ru

<sup>2</sup> National Research Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia, maq@tpu.ru

<sup>3</sup> Pacific State University, Khabarovsk, Russia, economic@ael.ru

<sup>4</sup> Amur State University named after Sholom Aleichem, Birobidzhan, Russia, tatyana\_karpenko@bk.ru

**Abstract.** In modern conditions, e-commerce is increasingly conquering the mass consumer market. The availability of digital technologies and the ubiquity of the achievements of the Fourth Industrial Revolution are increasing the number of visitors to the global network. At the same time, digital technologies make it possible to create virtual commercial processes, including the organization of virtual shopping malls, shops and other similar structures. An important feature of digital technologies is the ability to bring producers and consumers together in real time. Producers are able to forecast demand and adapt to its rapidly changing structure. The specificity of e-commerce is instantaneous action in all global information space, which allows carrying out stimulating activities at any point of the global network. Electronic commerce has both original features and features of traditional ways to promote goods and services. The digital economy is a strategic parameter that influences consumer choice and behavior. The main task here is to meet the needs and demand of consumers.

**Keywords:** e-commerce, market, digital economy, digital technology, Internet, fourth industrial revolution

**Highlights:**

◆ the intensive development of the digital economy has led to a significant increase in data volumes and the creation of a single global information field. In the digital economy, there is a tendency to increase the use of information resources while decreasing the importance of traditional production factors in the creation, exchange, distribution and consumption of goods and services. In the new situation a new set of factors of information model of economic growth is formed;

◆ technological advances in electronic commerce have become an important part of the technological foundation of the digital economy. Modern digital solutions are most widely used in the e-commerce sector,

covering interactions between manufacturers, suppliers, distributors, agents and partners. These interactions include automation of the processes for ordering, invoicing and payment processing;

♦ the development of the digital economy has led to a variety of commercial uses of the Internet – from promoting information about products and services to providing these products and services remotely. The uniqueness of the Internet lies in its ability to move instantly into a global information space, which allows for quick marketing actions at any point of the network and easy access to shopping malls such as e-shops;

♦ there is now a rapid growth of e-commerce at the global level. Annual increase in e-commerce revenues compared to previous periods. The main players in this «virtual market» are companies specializing in the sale of computers and other high-tech devices. Significant new e-commerce sectors covering almost all economic areas;

♦ artificial intelligence can be applied in various aspects of e-commerce to improve the consumer experience, optimize processes and increase sales of goods and services. With the advent of artificial intelligence technologies, e-commerce enthusiasts are finding and developing new and profitable niches in the market. In modern conditions, artificial intelligence is implemented into the work of most companies.

**For citation:** The development of e-commerce in the digital economy in the context of the fourth industrial revolution / S.A. Zhironkin, M.A. Gasanov, E.A. Gasanov, T.G. Krasota // Vestnik of Samara State University of Economics. 2025. No. 8 (250). Pp. 22–32. (In Russ.).

### Введение

Исторически электронная коммерция стала развиваться и расширяться с начала 90-х гг. XX в. К началу XXI в. компании различных масштабов уже занимались электронной коммерцией и демонстрировали ее глобальные возможности. Электронная коммерция (e-commerce, eCommerce) – новая сфера деятельности, связанная с продажей и покупкой товаров и услуг в сети Интернет. Данный термин появился в 1994 г. и расшифровывается как «electronic commerce», т.е. «электронная коммерция». Понятие «электронная коммерция» объединяет почти все отрасли экономики. При этом выделяются различные формы электронной коммерции в зависимости от характеристик участников, вступающих в коммерческие отношения. Электронная коммерция как рынок перманентно развивается и увеличивает свой вклад в экономический рост.

Цель настоящей работы – исследование сущности электронной коммерции в цифровой экономике с учетом влияния четвертой промышленной революции. Анализ идет в направлении раскрытия ее экономического и социального содержания, выделения основных факторов этого процесса.

### Методы

Проблема развития электронной коммерции – проблема изменений в институтах, тех-

нологиях, мотивациях людей. Исследования этих проблем предполагают детализированное описание условий, факторов и процессов развития электронной коммерции. Развитие концепций электронной коммерции осуществляется преимущественно в пределах анализа реальных ситуаций. Большое внимание уделяется решению прикладных задач, поддающихся фактологической проверке. Использование логических методов позволяет выработать эффективные принципы анализа, учитывающие критерии рациональности и прагматизма.

Современные тенденции и закономерности развития электронной коммерции обусловили активное смещение акцентов с традиционных методов на новые. Подобные подходы к оценке эффективности электронной коммерции позволяют оценить ее с позиции формирования конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов. Подход конкретен, базируется на учете объективных закономерностей, всего комплекса внутренних и внешних факторов, свойственных электронной коммерции.

### Результаты

Проблемам электронной коммерции, механизму ее функционирования, структурным элементам посвящены работы таких зарубежных и отечественных ученых-экономистов, как П. Маккарти [1], Л.В. Липидус [2], И. Стрелец, С. Чебанов [3], А.Б. Стукалова [4] и др. Специ-

фика электронной коммерции исследовалась С.Б. Ильяшенко, Е.Ю. Депутатовой, Л.П. Дашковым [5], Н.П. Паздниковой [6], Н.В. Городновой, К.С. Руденко [7] и др.

Вопросы правового регулирования, возникающие при осуществлении деятельности в сфере электронной коммерции, раскрыты в работах Д.В. Дзюбана [8], Д.В. Литвинова, Ю.К. Цареградской [9], Е.О. Федорчука [10], А.И. Савельева [11]. О.В. Карамовой осуществлено теоретическое осмысление качественно новых социально-экономических процессов в цифровой экономике на основе институциональной теории [12].

Вместе с тем ввиду сложности и многоплановости проблемы остается еще много теоретических и практических пробелов в ее исследовании. В частности, недостаточно изучены экономические и социальные аспекты электронной коммерции.

Следует подчеркнуть, что развитие цифровой экономики привело к увеличению общего объема информации и появлению глобального информационного пространства. В связи с этим в условиях цифровой экономики наблюдается усиление роли информационных ресурсов и снижение роли традиционных факторов в процессе создания, распределения и потребления товаров и услуг. В новых условиях формируется обновленная система факторов информационной модели экономического роста. Возникает новый принцип взаимодействия факторов производства. В его основании лежит система положительной обратной связи, которая, в свою очередь, благодаря цифровым инструментам сокращает значение пространственных и временных ограничений [13]. В условиях четвертой промышленной революции осуществляется новый подход к производству, базирующийся на массовом внедрении сквозных цифровых технологий в промышленность, автоматизации бизнес-процессов и распространении искусственного интеллекта [14]. Такой переход привел к появлению нового цифрового общества, что также было обусловлено «формированием единого мирового информационного пространства на базе сети Интернет, проникновением процессов информатизации, глобализации и виртуализации во все сферы экономики, созданием международ-

ного рынка информации и управления в дополнение к традиционным рынкам товаров (в частности, природных ресурсов), труда и капитала» [15].

Следует отметить, что ключевую роль в развитии цифровой экономики сыграли технологии электронной коммерции. Они широко применяются в различных аспектах взаимодействия производителей, дистрибьюторов, поставщиков, торговых представителей и др. Основной характеристикой данных процессов выступает автоматизация значимых моментов коммерческой деятельности, а именно передача заказов, выставление счетов и обработка платежей. В то же время использование сети Интернет для реализации разнообразных коммуникационных моделей способствует успешному установлению обратной связи с клиентами. С организационной точки зрения интенсивный обмен информацией между компаниями приводит к ускоренному временному и пространственному сокращению запасов товара на складах и, таким образом, ускоряет оборот капитала. В последнее десятилетие происходит интенсивное создание виртуальных коммерческих платформ, таких как торговые площадки и интернет-магазины, с помощью интернет-технологий. Однако следует подчеркнуть необходимость сосредоточения особого внимания на системе безопасности как для проведения финансовых транзакций, так и использования кредитных карт при оплате через интернет.

Тем не менее, несмотря на риски, связанные с финансовыми кражами и махинациями, потенциал для развития онлайн-рынка остается значительным. Учитывая многообразие цифровых технологий, возможности которых могут быть задействованы предприятиями сферы торговли, следует обозначить уровни их функционирования.

Во-первых, внешние сети, которые связывают компании и используются для распространения коммерческой рекламы. Также внутренние сети для взаимодействия с пользователями внутри корпоративных организаций, и создающие внутреннюю информационную инфраструктуру.

Во-вторых, сети, применяющиеся для организации коммуникации между головной компа-

нией и филиалами, офисами и представительствами.

Коммерческое использование интернета в условиях цифровизации экономики открывает разнообразные возможности. В качестве примера можно привести продвижение информации о продуктах и услугах, сервисном обслуживании, а также организацию онлайн-торговли на различных маркетплейсах [16]. Таким образом, следует отметить, что уникальность глобальной сети заключается в возможности мгновенного перемещения в информационном пространстве, и это, в свою очередь, открывает перспективы для проведения эффективных маркетинговых мероприятий в любой точке сети, в то же время позволяя легко вернуться на электронную торговую площадку.

При этом интернет-технологии интенсивно внедряются во все звенья глобальной торговли. Цифровые технологии, проникая во все сферы экономической деятельности, осуществляют грандиозные изменения в системе экономического и социального благополучия [17].

Развитие цифровых технологий привело к появлению электронных коммуникаций, инструментов расчета и учета, к которым можно отнести кредитные карты, электронные акции и штрих-коды. Это, в свою очередь, существенно ускорило финансовые операции и сделало их гораздо проще. С появлением и развитием искусственного интеллекта сформировался кардинально новый подход к предоставлению и поиску информации [18], доступный не только профессионалам, но и широкому кругу пользователей. К настоящему времени все большее количество массовых потребителей также, как и коммерческие организации, задействуют интернет для удовлетворения различных потребностей. Так, интернет-технологии позволяют точно определять демографические, возрастные, социальные, психологические и другие характеристики целевой аудитории. Однако возможности цифровых технологий в плане коммуникации и организационных аспектов гораздо шире, включая, например, идентификацию отдельно взятого пользователя в сети.

Далее следует подробнее остановиться на понятии электронной коммерции, которая подразумевает оказание широкого спектра услуг

потребителям посредством цифровых технологий в сети Интернет. Следует подчеркнуть, что в сети Интернет она имеет специфические черты, а также черты, присущие и другим способам продвижения – массовое продвижение и персональное продвижение для конкретного потребителя, стимулирование продаж и пр. Возможности интернет-технологий позволяют оптимизировать ресурсы коммерческих организаций через изменения в системах товарного производства, обеспечения и ведения складских помещений, финансового учета, что, в свою очередь, обеспечивает максимизацию прибыли. Электронная коммерция представляется в высшей степени сложным процессом, требующим, кроме глубоких знаний, постоянной практики и креативного поиска в торговле, формирующих профессиональную интуицию. Уникальное информационное пространство и отличительные особенности электронной коммерции создают обширный массив социально-экономических данных. Последние выступают необходимым условием для успешного позиционирования и продвижения товаров и услуг на современном рынке.

Важная функция сети – доведение полной информации о товарах, услугах до потенциальных потребителей для стимулирования спроса. В международном бизнесе электронная коммерция за короткий период заняла сильные позиции [19]. В этих странах действуют тысячи новых компаний. Здесь значимую роль играют экономические экосистемы, создающие основы коммерции нового типа [20]. Открытая цифровая экосистема электронной коммерции – система, объединяющая большое число участников, информационных сервисов и бизнес-процессов, основанная на принципах рыночных отношений [21].

Следует отметить, что электронная коммерция в настоящее время является одной из самых динамично развивающихся сфер российской торговли. Это проявляется в том, что современные интегрированные информационные системы часто функционируют в масштабе всего предприятия. Также российские компании широко используют цифровые возможности, либо предлагая товары через интернет, либо дополняя данной опцией традиционные продажи. Тем не менее стоит подчерк-

нуть, что создание успешной компании, специализирующейся на электронной коммерции, требует значительных усилий и тщательной подготовки во всех аспектах деятельности организации [22].

Анализ трансформаций в сфере коммерции показывает, что в современных реалиях интернет-магазины становятся системами, обеспечивающими полноценную розничную торговлю. Происходит активное увеличение ассортимента предложений со стороны коммерческих предприятий. Компании расширяют его не только за счет традиционных товаров, но и предлагая потребителям бытовую технику, программное обеспечение, строительные и отделочные материалы и многое другое на отечественных маркетплейсах. Структура интернет-магазина сегодня представляет собой профессиональную платформу для розничных продаж. Ключевые сегменты такой платформы содержат информацию о деталях товаров и услуг, данные о наличии продукции на складе, а также дают возможность отследить статус заказа. Таким образом, необходимо отметить значительное упрощение процесса покупки, начиная от формирования заказа и заканчивая оплатой и получением товара. Он может осуществляться дистанционно, без необходимости покидать дом или офис. Следовательно, неотъемлемыми характеристиками электронной коммерции выступают удобство, доступность детальной информации от производителя, исключение эмоционального давления со стороны продавца и экономия времени покупателя. Что же касается особенностей современного потребителя, то его поведение отличается высоким уровнем активности и творческим подходом по причине активного взаимодействия с цифровыми технологиями и интернетом.

Немаловажным преимуществом электронной коммерции выступает возможность проведения конфиденциальных финансовых операций. В то же время следует отметить возможность создания и запуска рекламы, дистрибуцию и сопутствующее обслуживание предлагаемых товаров и услуг. Сюда относятся быстрое и малобюджетное информирование о наличии товаров и услуг, а также изменениях цен и специальных предложениях. Все эти ас-

пекты вносят существенный вклад в цифровое развитие современных систем электронной коммерции [23].

Следует подчеркнуть, что по мере развития электронной коммерции и усиления ее мобильного характера спрос на технологии связи продолжает стабильно увеличиваться. Благодаря интенсивному темпу процесса цифровизации и улучшению качества интернета, которые предоставляют новые возможности как для предпринимателей, так и для потребителей, возникает ускоренная интеграция различных форм электронной коммерции [24].

В последние десятилетия мы наблюдаем стремительный рост электронной коммерции, которая становится все более значимой частью мировой экономики. Каждый год объемы продаж через интернет увеличиваются, демонстрируя устойчивую тенденцию к росту. Лидирующие позиции занимают компании, специализирующиеся на продаже компьютеров и высокотехнологичной техники, однако новые возможности открываются практически во всех отраслях экономики. Электронная торговля охватывает все большее количество секторов, создавая новые рыночные ниши. Это открывает перед производителями широкие перспективы для развития бизнеса в цифровом пространстве.

Доступ к интернету предоставляет значительные возможности, особенно для предприятий малого и среднего бизнеса. Эти компании могут значительно расширить свои рынки сбыта, снизить операционные издержки и повысить эффективность работы. Основная доля онлайн-операций приходится именно на небольшие и даже микропредприятия, которые активно используют цифровые платформы для ведения бизнеса.

Ежегодный прирост объема электронной торговли свидетельствует о том, что этот сектор продолжает стремительно развиваться [25]. По данным Data Insight, в 2020 г. объем мирового рынка электронной коммерции превысил отметку 10 трлн долл. [26]. По прогнозам, объем электронной коммерции в мире к 2028 г. достигнет 58,74 трлн долл., при этом ожидаемый совокупный годовой темп роста (CAGR) составит 26,55% в период с 2022 по 2028 г. [27].

В России ежегодно рынок электронной коммерции растет на треть, а за 2024 г., по прогнозам специалистов, его оборот составит более 7,2 трлн руб. Этому в разной степени способствовали многие факторы, в том числе цифровизация и популярность маркетплейсов [28].

Говоря о влиянии цифровых технологий на хозяйственную деятельность предприятий, следует отметить, что благодаря внедрению цифровых решений компании существенно увеличивают свою прибыль, одновременно снижая затраты и цены на продукцию. Вместе с тем большинство отраслей российской экономики претерпевают значительные изменения под влиянием интенсивной цифровизации [29]. Это достигается за счет повышения производительности труда, сокращения производственных затрат, оптимизации управления запасами и упрощения управления человеческими ресурсами. Все это повышает эффективность работы предприятия [30]. При этом появляются новые механизмы управления нематериальными ресурсами и активами в сфере электронной коммерции [21]. В современных условиях в рамках электронной коммерции вырисовываются контуры основных трендов:

а) мультиплатформенность: усиление конкуренции вынуждает предпринимателей действовать на нескольких маркетплейсах;

б) искусственный интеллект стал важным инструментом для решения разнообразных бизнес-задач. Его применение помогает автоматизировать процессы, улучшить аналитику данных и ускорить принятие решений. Внедрение ИИ позволяет компаниям оптимизировать рабочие процессы, сократить расходы и повысить общую эффективность деятельности;

в) появление новых источников дохода связано с развитием отдельных площадок и возрождением интернет-магазинов, которые трансформируются в крупные маркетплейсы. Такие платформы объединяют множество продавцов и покупателей, предоставляя удобные инструменты для взаимодействия и обмена товарами и услугами. Эта тенденция способствует увеличению числа участников рынка и создает дополнительные возможности для получения прибыли.

Применение искусственного интеллекта происходит в различных аспектах электронной

коммерции для улучшения опыта потребителей, оптимизации процессов и увеличения продаж товаров и услуг. С помощью технологий искусственного интеллекта энтузиасты электронной коммерции находят и разрабатывают все новые и прибыльные ниши на рынке. В современных условиях искусственный интеллект внедряют в свою работу большинство компаний. Активное применение нейросетей и машинного обучения позволяет изучать потребительское поведение, анализировать платежеспособный спрос и прогнозировать подъем или спад в продажах товаров и услуг. При этом искусственный интеллект формирует персонализированное предложение для каждого потребителя и составляет индивидуализированные рекомендации и подборки на основе предпочтения пользователей, их истории покупок, интересов и активности в сети.

Компании стремятся расширить свой ассортимент, включая продажу новой техники непосредственно от дилеров и производителей. Это позволяет предложить клиентам более выгодные условия и минимизировать цепочку посредников. Кроме того, через виртуальные торговые площадки предлагаются разнообразные услуги, среди которых:

♦ экспертное программное обеспечение для подбора нужного варианта. Специальные программы помогают пользователям выбрать наиболее подходящий продукт или услугу на основе их индивидуальных потребностей и предпочтений;

♦ предоставление кредита и гарантийная поддержка. Компании предоставляют возможность оформления кредитных линий для приобретения товаров и услуг, а также обеспечивают гарантии возврата средств или качества продукции;

♦ аналитические статьи, обзоры и новости интересующего рынка. Платформы публикуют актуальную информацию о состоянии рынка, обзоры продуктов, аналитические материалы и свежие новости, помогающие покупателям принимать обоснованные решения.

Считаем целесообразным отметить значимость развития национальной информационной инфраструктуры, которое сыграло ключевую роль в улучшении состояния электронной торговли. Глобализация интернет-трафика при-

вела к существенному снижению среднего времени соединения для конечных пользователей, что сделало процесс покупки товаров и услуг в интернете быстрее и удобнее. Вместе с тем создание глобальной сети электронной торговли, инициированное программой ЮНКТАД (Конференцией ООН по торговле и развитию), стало важной составляющей усилий по повышению эффективности мировой торговли. Таким образом, расширение этой сети постепенно заменяет традиционные бумажные сделки электронными, что значительно сокращает временные затраты на проведение транзакций. Центры ЮНКТАД играют важную роль в обработке больших объемов информации, обеспечивая ее сбор, хранение, обработку и передачу с высокой скоростью, точностью и надежностью. Они позволяют оперативно собирать и анализировать данные о состоянии рынков различных товаров, что помогает участникам рынка принимать более обоснованные решения и реагировать на изменения в реальном времени.

### Обсуждение

Несмотря на то, что развитие электронной коммерции нашло определенное отражение в трудах ученых-экономистов, существует пробел в теоретическом осмыслении данной сферы развития современной экономики. Он связан со становлением цифрового общества, в котором требуется осмысление роли рисков онлайн-рынков и безопасности транзакций, а также роли ускорения перемещения товаров и оборота торгового капитала в достижении устойчивого экономического роста.

Следует отметить, что современная стадия развития цифровой экономики характеризуется доминированием чисто информационных товаров и услуг. Объемы сделок на фьючерсных, информационных, обменных, валютных, кредитных и инвестиционных рынках значи-

тельно превышают объемы традиционной торгово-закупочной деятельности. Эти рынки обладают глобальным характером и функционируют на базе международных компьютерных сетей. Интернет, изначально являвшийся исключительно информационной средой, теперь превращается в полноценную финансово-коммерческую и экономическую платформу. В то же время трансформации, происходящие в цифровой экономике, находят свое отражение в развитии интернета, который стимулирует интенсивное развитие цифрового сектора и выступает в роли саморегулирующего механизма современной смешанной экономической системы.

Таким образом, в новых условиях цифровая экономика демонстрирует высокую гибкость, адаптируясь к изменениям спроса и предложения, что ускоряет ее дальнейшее развитие.

### Заключение

Проблемы электронной коммерции занимают значительное место в экономической литературе. В настоящее время в развитии теории электронной коммерции отмечается качественно новый уровень. Главным отличием электронной коммерции стал ее технологический базис глобального масштаба. Электронная коммерция обеспечивает качественные структурные сдвиги в сторону развития новых моделей и форм организации хозяйственной, финансовой и социальной деятельности, обуславливающих экономический рост. Меняются модели экономических отношений и существенно расширяются пространственные пределы взаимодействия производителей и потребителей. Развиваясь, электронная коммерция постепенно переросла в глобальный рынок, дала импульс быстрому развитию спектра других сфер деятельности и послужила стимулом экономического роста в мире.

### Список источников

1. Маккарти П. Бизнес в интернете на примере известных брендов. Система Onlaine Gravity. Москва : Бизнес-бук, 2019. 368 с.
2. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. Москва : Инфра-М, 2023. 381 с.
3. Стрелец И., Чебанов С. Цифровизация мировой торговли: масштабы, формы, последствия // Мировая экономика и международные отношения. 2020. Т. 64, № 1. С. 15–25.

4. Стукалова И.Б. Перспективы развития электронной торговли: возможности и угрозы // Теоретическая и прикладная экономика. 2021. № 4. С. 29–40.
5. Ильяшенко С.Б., Депутатова Е.Ю., Дашков Л.П. Современные технологии развития электронной торговли и их применение в розничной торговле // Теоретическая и прикладная экономика. 2024. № 2 (17). С. 34–46.
6. Паздникова Н.П. Тенденции развития электронной торговли в условиях диджитализации: тренды региональной и мировой экономики // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2024. № 2. С. 216–228.
7. Городнова Н.В., Руденко К.С. Электронная торговля в России и за рубежом: анализ динамики, проблемы регулирования и перспективы // Экономика, предпринимательство и право. 2024. Т. 14, № 7. С. 3839–3860.
8. Дзюбан Д.В. Правовое регулирование электронной торговли в сети «Интернет» // Вопросы российской юстиции. 2022. № 17. С. 261–266.
9. Литвинов Д.В., Цареградская Ю.К. Правовое регулирование электронной коммерции: отечественный и зарубежный опыт. Москва : Проспект, 2023. 130 с.
10. Федорчук Е.О. Онлайн-бизнес. Юридическая упаковка и сопровождение интернет-проектов. Ростов-на-Дону, 2021. 190 с.
11. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. Москва : Статут, 2020. 920 с.
12. Карамова О.В. Институциональная теория цифровой экономики. Москва : Прометей, 2020. 288 с.
13. Гасанов Э.А. Траектория технологической динамики цифровой экономики. Хабаровск : РИЦ ХГУЭП, 2023. 156 с.
14. Шваб К., Девис Н. Технологии четвертой промышленной революции. Москва : Бомбара, 2022. 320 с.
15. Гарсия К. Виртуальное предприятие – форма интегрированного взаимодействия // Маркетинг. 2012. № 4 (125). С. 87–94.
16. Матненко Н.Н., Сальникова Т.С., Месяков Ю.А. Развитие рынка электронной коммерции в условиях цифровизации экономики // Экономические системы. 2024. № 4 (17). С. 30–50.
17. Ладыжец Н.С. Теория благополучия: аспекты социального воздействия цифровых технологий // Κοινων. 2022. Т. 3, № 3-4. С. 52–62.
18. Попова А.В. Интернет как сетевая или иерархическая структура: концепция сети в постмодернистской философии и социальных науках конца XX и начала XXI-го веков // Философская мысль. 2020. № 3. С. 58–67.
19. Савинов Ю.А., Орлова Г.А., Скурова А.В. Тенденции развития электронной коммерции в международном бизнесе // Российский внешнеэкономический вестник. 2024. № 12. С. 31–43.
20. Морозов М.М., Морозов М.А. Цифровые экосистемы как инструмент трансформации сервисной экономики // Вестник Академии знаний. 2021. № 4 (45). С. 221–227.
21. Беляцкая Т.Н. Экосистема электронной экономики: идентификация и проблематика // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. № 3 (20). С. 55–59.
22. Маглинова Т.Г. Электронная коммерция и торговля // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 8. С. 153–156.
23. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Москва : Дашков и К, 2020. 120 с.
24. Кондратьева Е.М. Электронная торговля как концепция построения экономических отношений: правовой аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2023. № 2. С. 132–137.
25. Иорданова В.Г., Черенкова С.А. Влияние цифровизации мировой экономики на экономический рост в странах мира (на примере КНР и США) // Российский внешнеэкономический вестник. 2022. № 8. С. 36–53.
26. Воловик К. Тренды электронной коммерции. URL: <https://www.dasreda.ru/learn/blog/article> (дата обращения: 21.12.2025).
27. Обзор электронной коммерции в Северной Америке: США и Канада. URL: <https://www.cart-rover.ru/blog/obzo...> (дата обращения: 21.12.2024).
28. Что нужно покупателям в 2024: 5 трендов электронной коммерции. URL: <https://reg.ru>blog>chto-nu...> (дата обращения: 21.12.2024).

29. Шматков Л.М. Исследование развития электронной торговли в России // Скиф. 2023. № 4. С. 29–40.
30. Девлет-Гельды Г.К., Губина Е.А. Электронная торговля и направления ее развития в Российской Федерации // Управленческий учет. 2024. № 1. С. 323–329.
31. Методология и механизмы управления нематериальными ресурсами и активами в сфере электронной торговли на основе ценностно-ориентированной модели : монография / С.В. Панасенко, О.С. Карашук, Е.А. Красильников [и др.] ; под общ. ред. С.В. Панасенко. Москва : Дашков и К, 2024. 284 с.

#### References

1. McCarthy P. Business on the Internet using the example of well-known brands. The Onlaine Gravity system. Moscow : Business Book, 2019. 368 p.
2. Lapidus, L.V. Digital economy: management of electronic business and electronic commerce. Moscow : Infra-M, 2023. 381 p.
3. Strelets I., Chebanov S. Digitalization of world trade: scale, forms, consequences // World economy and international relations. 2020. Vol. 64, No. 1. Pp. 15–25.
4. Stukalova I.B. Prospects for the development of electronic commerce: opportunities and threats // Theoretical and Applied economics. 2021. No. 4. Pp. 29–40.
5. Ilyashenko S.B., Deputatova E.Yu., Dashkov L.P. Modern technologies for the development of electronic commerce and their application in retail trade // Theoretical and applied Economics. 2024. No. 2 (17). Pp. 34–46.
6. Pazdnikova N.P. Trends in the development of electronic commerce in the context of digitalization: trends in the regional and global economy // Bulletin of the Perm National Research Polytechnic University. Socio-economic sciences. 2024. No. 2. Pp. 216–228.
7. Gorodnova N.V., Rudenko K.S. Electronic commerce in Russia and abroad: analysis of dynamics, regulatory problems and prospects // Economics, entrepreneurship and law. 2024. Vol. 14, No. 7. Pp. 3839–3860.
8. Dzyuban D.V. Legal regulation of electronic commerce on the Internet // Issues of Russian justice. 2022. No. 17. Pp. 261–266.
9. Litvinov D.V., Tsaregradskaya Yu.K. Legal regulation of electronic commerce: domestic and foreign experience. Moscow : Prospekt, 2023. 130 p.
10. Fedorchuk E.O. Online business. Legal packaging and support of Internet projects. Rostov-on-Don, 2021. 190 p.
11. Savelyev A.I. Electronic commerce in Russia and abroad: legal regulation. Moscow : Statut, 2020. 920 p.
12. Karamova O.V. Institutional theory of digital economy. Moscow : Prometheus, 2020. 288 p.
13. Gasanov E.A. Trajectory of technological dynamics of the digital economy. Khabarovsk : Editorial and Publishing Center of Khabarovsk State University of Economics and Law, 2023. 156 p.
14. Schwab K., Davis N. Technologies of the Fourth Industrial Revolution. Moscow : Bombara, 2022. 320 p.
15. Garcia K. Virtual enterprise – a form of integrated interaction // Marketing. 2012. No. 4 (125). Pp. 87–94.
16. Matnenko N.N., Salnikova T.S., Mezyakov Yu.A. Development of the e-commerce market in the context of the digitalization of the economy // Economic systems. 2024. No. 4 (17). Pp. 30–50.
17. Ladyzhets N.S. Theory of well-being: aspects of the social impact of digital technologies // Koinon. 2022. Vol. 3, No. 3-4. Pp. 52–62.
18. Popova A.V. The Internet as a network or hierarchical structure: the concept of the network in post-modern philosophy and social Sciences of the late twentieth and early Twenty-first centuries // Philosophical Thought. 2020. No. 3. Pp. 58–67.
19. Savinov Yu.A., Orlova G.A., Skurova A.V. Trends in the development of electronic commerce in international business // Russian Foreign Economic Bulletin. 2024. No. 12. Pp. 31–43.
20. Morozov M.M., Morozov M.A. Digital ecosystems as a tool for the transformation of the service economy // Bulletin of the Academy of Knowledge. 2021. No. 4 (45). Pp. 221–227.
21. Beliatskaya T.N. Ecosystem of electronic economy: identification and problems // Azimuth of scientific research: economics and management. 2017. No. 3 (20). Pp. 55–59.

22. Maglina T.G. Electronic commerce and trade // Economics and Business: theory and practice. 2022. No. 8. Pp. 153–156.
23. Berdyshev S.N. Secrets of effective online advertising. Moscow : Dashkov and Co., 2020. 120 c.
24. Kondratieva E.M. Electronic commerce as a concept of building economic relations: a legal aspect // Bulletin of the Nizhny Novgorod Lobachevsky University. 2023. No. 2. Pp. 132–137.
25. Iordanova V.G., Cherenkova S.A. The impact of digitalization of the global economy on economic growth in the countries of the world (using the example of China and the USA) // Russian Foreign Economic Bulletin. 2022. No. 8. Pp. 36–53.
26. Volovik K. Trends in e-commerce. URL: <https://www.dasreda.ru/learn/blog/article> (date of access: 21.12.2025).
27. Overview of e-commerce in North America: USA and Canada. URL: <https://www.cart-pover.ru/blog/obzo...> (date of access: 21.12.2024).
28. What customers need in 2024: 5 e-commerce trends. URL: <https://reg.ru>blog>chto-nu...> (date of access: 21.12.2024).
29. Shmatkov L.M. Research on the development of electronic commerce in Russia // Skif. 2023. No. 4. С. 29–40.
30. Devlet-Geldy G.K., Gubina E.A. Electronic commerce and the directions of its development in the Russian Federation // Managerial accounting. 2024. No. 1. Pp. 323–329.
31. Methodology and mechanisms of management of intangible resources and assets in the field of electronic commerce based on a value-based model : monograph / S.V. Panasenko, O.S. Karashchuk, E.A. Krasilnikov [et al.] ; under the general editorship of S.V. Panasenko. Moscow : Dashkov and Co., 2024. 284 p.

#### **Информация об авторах**

*С.А. Жиронкин* – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры открытых горных работ Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф. Горбачева;

*М.А. Гасанов* – доктор экономических наук, профессор, профессор Бизнес-школы Национального исследовательского Томского политехнического университета;

*Э.А. Гасанов* – доктор экономических наук, профессор Высшей экономической школы Института экономики и управления Тихоокеанского государственного университета;

*Т.Г. Красота* – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и управления Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхема.

#### **Information about the authors**

*S.A. Zhironkin* – Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Open-pit Mining of the T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University;

*M.A. Gasanov* – Doctor of Economics, Professor, Professor of the Business School of the National Research Tomsk Polytechnic University;

*E.A. Gasanov* – Doctor of Economics, Professor of the Higher School of Economics of the Institute of Economics and Management of the Pacific State University;

*T.G. Krasota* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Management of the Amur State University named after Sholom Aleichem.

**Конфликт интересов:** авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**Conflict of interest:** the authors declare that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 04.02.2025; одобрена после рецензирования 25.02.2025; принята к публикации 29.07.2025.

The article was submitted 04.02.2025; approved after reviewing 25.02.2025; accepted for publication 29.07.2025.