

Моя профессиональная
карьера

ISSN

INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER

ISSN

2782-4365

Проверить
номер:



Научно-образовательный электронный журнал

ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ

Выпуск №78-2 (том 2)
(сентябрь), 2026)

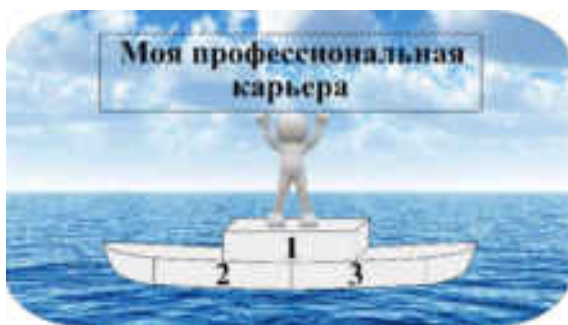


Google
Scholar



Периодичность выпуска: 1 раз в неделю

Сайт: mpcareer.ru/oinv21veke. Почта: obrmppcareer@mail.ru



Международный научно-образовательный
электронный журнал
«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ»

ISSN 2782-4365

УДК 37

ББК 94

**Международный научно-образовательный электронный журнал
«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ». Выпуск №78-2 (том 2) (сентябрь,
2026). Дата выхода в свет: 14.09.2026.**

Журнал объединяет авторов на территории стран СНГ и помогает обмениваться передовыми научно-образовательными исследованиями.

Содержит научные работы отечественных и зарубежных авторов по экономическим, техническим, философским, юридическим и другим наукам.

Миссия научно-образовательного электронного журнала «ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ» состоит в поддержке интереса читателей к оригинальным исследованиям и инновационным подходам в различных тематических направлениях, которые способствуют распространению лучшей отечественной и зарубежной практики в интернет пространстве.

Целевая аудитория журнала охватывает работников сферы науки и образования (педагоги, учителя, ученые, преподаватели, научные сотрудники, бакалавры, магистранты, аспиранты).

Материалы публикуются в авторской редакции. За соблюдение законов об интеллектуальной собственности и за содержание работ ответственность несут авторы работ. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов научных работ. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

© ООО «МОЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА»

© Коллектив авторов

Назаров Аразмырат, Аманмырадов Аманмырат, Бегией Какамырат УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ БАНКОВСКИХ ОНЛАЙН- УСЛУГ	624
Сапаргельдыева Л. ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ	630
Гандымова Гюлкамар ЦЕНТРАЛЬНЫЕ БАНКИ И ЦИФРОВЫЕ ВАЛЮТЫ (CBDC) МИРОВОЙ ОПЫТ И ПРАКТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ В НАЦИОНАЛЬНУЮ БАНКОВСКУЮ СИСТЕМУ	640
Мурадова Д. ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОГО НАБЛЮДЕНИЯ	646
Ханыева О. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	655
Бердиева Аманджахан БЕЗРАБОТИЦА КАК МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА	665
Байыев Ибрайым, Алладурдыев Довлетгельди ВЛИЯНИЕ РЫНОЧНОГО НЕРАВНОВЕСИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ	673
Амансейидов Шамухаммет, Аннагельдиев Эмир, Акмаммедов Аннамаммет ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА УСТОЙЧИВОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	683
Розыева Энеш, Агаев С. ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	694
Байрамова Айгуль, Аллакулыева Айджерен ТРАНСПОРТНАЯ И КОММУНИКАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	701
Чарыева Оразбиби НЕРАВНОВЕСНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ПРИБЫЛИ В ЭКОНОМИКЕ	709
Атаев Батыр, Аллабаева Энемджан ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ЗАЩИТЫ СОБСТВЕННОСТИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ	716
Шагулыев Шагулы, Акмаммедова А. РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	722

ФИО автора(-ов): *Мурадова Д., преподаватель кафедры «Менеджмент» Туркменского Государственного института Экономики и Управления (г. Ашхабад, Туркменистан)*

Название публикации: «ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОГО НАБЛЮДЕНИЯ»

Развитие цифровых технологий оказывает существенное влияние на структуру современной экономики, изменяя способы производства, реализации товаров и предоставления услуг. Одним из наиболее заметных проявлений цифровой трансформации становится электронная торговля, которая постепенно превращается в важный элемент внутреннего и международного товарооборота. Расширение интернет-магазинов, цифровых платформ, электронных платежей и мобильных приложений приводит к формированию новых каналов взаимодействия между продавцами и покупателями. В результате традиционные подходы к изучению торговой деятельности требуют дополнения новыми методами статистического наблюдения.

Электронная торговля имеет особенность, которая существенно отличает её от традиционной торговли: многие операции осуществляются в цифровой среде, а информация о них формируется и передаётся в электронном виде. Это создаёт значительные возможности для статистики, поскольку цифровые следы экономических операций потенциально позволяют получать более оперативные и детализированные сведения о торговой деятельности. Вместе с тем возникает необходимость определения новых статистических показателей, совершенствования методов сбора информации и обеспечения сопоставимости данных.

Статистическое наблюдение за электронной торговлей необходимо не только для определения её объёмов. Оно позволяет выявлять изменения потребительского поведения, оценивать развитие цифрового предпринимательства, анализировать структуру торговли, определять влияние электронной коммерции на занятость и доходы бизнеса. Получаемая

информация может использоваться при разработке экономической и цифровой политики, планировании развития инфраструктуры и оценке эффективности принимаемых мер.

Электронная торговля представляет собой осуществление операций по покупке и продаже товаров и услуг посредством информационно-коммуникационных технологий. При этом сама доставка товара может происходить традиционным способом, тогда как заказ, оформление сделки или оплата осуществляются через цифровые каналы.

Для статистического наблюдения важно отделять электронную торговлю от более широкого понятия цифровой экономики. Цифровая экономика охватывает значительно более широкий круг процессов, включая производство цифровых продуктов, финансовые технологии, цифровые государственные услуги, онлайн-образование и другие виды деятельности. Электронная торговля является одним из её важных элементов, непосредственно связанным с процессом реализации товаров и услуг.

Объектом статистического наблюдения могут выступать предприятия, индивидуальные предприниматели, торговые площадки, интернет-магазины и другие участники рынка, осуществляющие коммерческие операции с использованием электронных каналов. При этом статистика должна учитывать не только деятельность специализированных интернет-магазинов, но и традиционные предприятия, которые используют цифровые платформы как дополнительный канал продаж.

Особенность электронной торговли заключается в том, что границы между различными категориями торговой деятельности становятся менее очевидными. Одно предприятие может одновременно продавать товары в физическом магазине, через собственный сайт, мобильное приложение и стороннюю цифровую платформу. Поэтому статистическая система должна обеспечивать возможность корректно учитывать различные каналы реализации.

Для оценки масштабов электронной торговли необходимо сформировать систему показателей, отражающих не только денежный объём продаж, но и структуру цифрового торгового рынка.

Одним из основных показателей является объём продаж, осуществлённых посредством электронных каналов. Его можно рассматривать как в абсолютном выражении, так и в виде доли от общего объёма розничного или оптового товарооборота. Данный показатель позволяет оценивать степень распространения цифровых каналов торговли.

Важное значение имеет количество предприятий, осуществляющих электронные продажи. Его динамика характеризует степень вовлечения предпринимательского сектора в цифровую торговлю. Дополнительную информацию может предоставлять распределение предприятий по размеру, отрасли, форме собственности и используемым цифровым каналам.

Статистическое наблюдение может включать также количество электронных заказов, среднюю стоимость заказа, количество покупателей, частоту совершения покупок и структуру реализуемых товаров. Такие данные позволяют глубже анализировать поведение потребителей.

Отдельное значение имеют показатели электронных платежей. Распространение банковских карт, мобильных приложений, электронных платёжных систем и других инструментов безналичного расчёта непосредственно связано с развитием электронной торговли.

Для характеристики качества цифровой торговой инфраструктуры могут использоваться показатели количества интернет-магазинов, цифровых платформ, доступности онлайн-платежей, скорости доставки и уровня использования информационных технологий предприятиями.

Одной из важнейших задач статистического наблюдения является определение источников данных. В традиционной торговле статистическая информация формируется преимущественно на основе отчётности предприятий, административных данных и обследований. В электронной торговле перечень возможных источников становится значительно шире.

Первичным источником могут выступать данные самих предприятий и интернет-магазинов. Они располагают информацией о количестве заказов, объёмах продаж, категориях товаров, стоимости операций и способах оплаты. При наличии соответствующих механизмов агрегированные данные могут использоваться для формирования официальной статистики.

Другим источником являются данные платёжных организаций и банковской системы. Электронные платежи позволяют получать сведения об интенсивности безналичных операций и динамике использования цифровых способов расчёта. Однако использование таких данных требует соблюдения требований конфиденциальности и защиты информации.

Дополнительный источник представляют данные цифровых платформ и маркетплейсов. Такие платформы концентрируют значительный объём информации о продавцах, покупателях, товарах и операциях. Их данные могут существенно расширить возможности статистического анализа.

Важную роль сохраняют статистические обследования предприятий и домашних хозяйств. Они позволяют получить информацию, которая отсутствует в административных базах данных, например сведения о мотивации использования электронной торговли, предпочтениях потребителей и причинах отказа от онлайн-покупок.

Развитие электронной торговли создаёт возможность перехода от традиционных периодических форм статистического наблюдения к более оперативным цифровым методам.

Одним из направлений является автоматизированная передача агрегированных данных. При такой системе предприятия или цифровые платформы могут передавать статистическим органам стандартизированную информацию через электронные каналы. Это снижает объём ручной работы и сокращает вероятность технических ошибок.

Другим перспективным направлением является использование административных и транзакционных данных. При соблюдении правовых и технических требований статистические органы могут использовать уже

существующую цифровую информацию, не создавая дополнительную отчётность для предприятий.

Большое значение имеет интеграция различных информационных систем. Если данные о торговле, электронных платежах, регистрации предприятий и внешнеэкономических операциях могут быть сопоставлены на основе единых идентификаторов и классификаторов, статистическая информация становится более полной.

При этом автоматизация статистического наблюдения требует стандартизации данных. Различные предприятия могут использовать собственные классификации товаров, форматы данных и системы учёта. Поэтому необходимо формировать единые требования к структуре статистической информации.

Распространение электронной торговли оказывает влияние не только на предпринимателей, но и на потребителей. Возможность приобретать товары дистанционно расширяет выбор, облегчает сравнение цен и позволяет совершать покупки независимо от физического расположения торгового объекта.

Статистика электронной торговли может использоваться для анализа этих изменений. Особое значение имеют данные о возрасте потребителей, частоте онлайн-покупок, предпочитаемых категориях товаров, способах оплаты и причинах выбора электронного канала.

Изучение потребительского поведения позволяет выявлять изменения структуры спроса. Например, увеличение популярности отдельных категорий товаров в интернете может отражать более широкие изменения в потребительской культуре.

Для государства и бизнеса такие данные имеют практическое значение. Предприятия могут использовать их для разработки маркетинговой политики и формирования ассортимента, а государственные органы — для оценки состояния внутреннего рынка и разработки мер поддержки цифрового предпринимательства.

Несмотря на широкие возможности цифровых данных, статистическое наблюдение электронной торговли связано с рядом методологических проблем.

Одной из них является определение границ электронной торговли. Не всегда очевидно, какую операцию следует относить к электронной торговле: например, если товар выбран в интернете, но покупатель оплачивает его при получении, либо если заказ оформляется через социальную сеть или мессенджер.

Другой проблемой является наличие различных каналов продаж. Предприятие может одновременно использовать физический магазин, собственный сайт и сторонние платформы. При отсутствии единого подхода возникает риск двойного учёта.

Сложность представляет и деятельность малых предпринимателей. Часть небольших предприятий может осуществлять онлайн-продажи без использования специализированных интернет-магазинов и не всегда отражать такие операции в отдельных статистических категориях. Это может приводить к неполному отражению масштабов электронной торговли.

Особого внимания требует проблема качества данных. Информация из разных источников может различаться по периодам, классификации товаров и методике расчёта. Поэтому необходимы единые методологические правила обработки и сопоставления данных.

Кроме того, статистическое наблюдение должно учитывать вопросы конфиденциальности. Использование цифровых и транзакционных данных предполагает наличие механизмов защиты коммерческой и персональной информации.

Электронная торговля постепенно становится частью общей системы внутренней торговли, поэтому её статистическое наблюдение должно быть интегрировано в национальную статистическую систему.

Для оценки внутреннего рынка важно видеть не только общий объём розничного товарооборота, но и соотношение различных каналов реализации. Данные об электронной торговле позволяют определить, какая часть торговых операций осуществляется дистанционно и как меняется эта доля во времени.

Такая информация может использоваться для анализа территориальных различий. В регионах с разным уровнем развития инфраструктуры электронная торговля может распространяться неодинаковыми темпами. Сопоставление статистических показателей позволяет выявлять такие различия и определять направления дальнейшего развития цифровой инфраструктуры.

Особое значение электронная торговля может иметь для расширения доступа предпринимателей к потребителям за пределами традиционного местного рынка. Для небольшого предприятия цифровые каналы способны расширить географию продаж без необходимости создания большого количества физических торговых объектов.

В этом отношении статистика электронной торговли становится инструментом не только наблюдения, но и оценки процессов трансформации внутреннего рынка.

Дальнейшее совершенствование статистики электронной торговли связано прежде всего с цифровизацией самого процесса статистического наблюдения. Традиционные формы отчётности постепенно могут дополняться автоматизированным получением агрегированной информации из информационных систем предприятий, банков и цифровых платформ.

Перспективным направлением является применение технологий анализа больших данных. Большие массивы информации о торговых операциях позволяют выявлять закономерности, которые сложно определить на основе традиционных выборочных обследований.

Дополнительные возможности создаёт применение искусственного интеллекта. Алгоритмы машинного обучения могут использоваться для классификации товаров, обнаружения аномалий, прогнозирования динамики продаж и обработки больших массивов неструктурированной информации.

Важным условием остаётся формирование единой цифровой статистической инфраструктуры. Она должна обеспечивать взаимодействие различных источников данных, использовать совместимые классификаторы и обеспечивать необходимый уровень информационной безопасности.

Для развивающихся цифровых рынков особенно важно не просто увеличивать количество собираемой информации, а формировать систему качественных и сопоставимых показателей. Статистика должна отражать реальные процессы электронной торговли и одновременно оставаться понятной для государства, бизнеса, исследователей и других пользователей.

Электронная торговля становится важным элементом экономической деятельности и постепенно превращается в самостоятельное направление статистического наблюдения. Её развитие меняет структуру внутренней торговли, способы взаимодействия предпринимателей и потребителей, формы оплаты и организацию коммерческих процессов.

Для статистики электронная торговля создаёт одновременно новые возможности и новые методологические задачи. С одной стороны, цифровая природа торговых операций позволяет получать более оперативную и детализированную информацию. С другой стороны, возникает необходимость определения границ электронной торговли, разработки новых показателей, обеспечения сопоставимости данных и защиты информации.

Эффективная система статистического наблюдения должна учитывать объём электронных продаж, количество участников рынка, структуру товаров и услуг, способы оплаты, количество заказов и особенности потребительского поведения. При этом традиционные статистические обследования целесообразно дополнять административными, транзакционными и цифровыми данными.

Перспективы развития связаны с автоматизацией сбора информации, интеграцией различных цифровых источников, применением технологий больших данных и искусственного интеллекта. Такие подходы способны повысить оперативность и точность статистического наблюдения и обеспечить более глубокое понимание процессов, происходящих на внутреннем рынке.

Для национальной экономики развитие статистики электронной торговли имеет стратегическое значение. Качественная статистическая информация позволяет своевременно выявлять изменения в торговой деятельности, оценивать уровень цифровизации предпринимательства и потребления,

определять существующие проблемы и формировать обоснованные направления экономической политики. В результате электронная торговля становится не только новым каналом реализации товаров и услуг, но и важным объектом современной экономической статистики.