

ISSN 2542-081X (Online)

# Вопросы науки и образования

№ 10 (94), 2020

Москва  
2020





# ВОПРОСЫ НАУКИ и ОБРАЗОВАНИЯ

► ELECTRONIC JOURNAL • МАРТ 2020 №10(80)

► SCIENTIFIC-PRACTICAL JOURNAL  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

САЙТ ЖУРНАЛА: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://SCIENTIFICPUBLICATION.RU)

ИЗДАТЕЛЬСТВО: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](https://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU)

СВИДЕТЕЛЬСТВО РОСКОМНАДЗОРА ЭЛ № ФС 77-65699

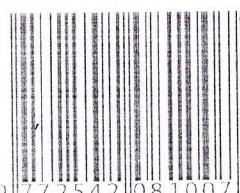
Google  
scholar

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ

БИБЛИОТЕКА

BIBLIO.RU

ISSN 2542-081X



9 772542 081007

## Содержание

<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.....</b>	<b>4</b>
Болтаева М.Н. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ИНДОНЕЗИИ .....	4
Кадирова Ш.Х., Фарманов Э.А., Пулатов М.М. ВАЖНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ТРАНСПОРТНЫХ МАРШРУТОВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА .....	9
<b>ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....</b>	<b>15</b>
Равишанов М. КОНЦЕПТОСФЕРА В УЗБЕКСКОЙ ЭТНОКУЛЬТУРОЛОГИИ .....	15
Sotimova M.K., Omanbayeva A.A., Jumaniyazova G.U. WHAT IS A COMMUNICATION STRATEGY? .....	20
<b>МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ.....</b>	<b>23</b>
Облокчуков А.Р., Хубоғодова С.Г., Фарманова М.А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИВИРУСНОЙ ТЕРАПИИ И ХАРАКТЕРИСТИКА СТЕПЕНИ ФИБРОЗА ПЕЧЕНИ У БОЛЬНЫХ ХРОНИЧЕСКИМ ГЕПАТИТОМ С .....	23

# **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

---

## **АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ИНДОНЕЗИИ**

---

**Болтаева М.Ш.**

*Болтаева Мохичехра Шаритовна – старший преподаватель,  
кафедра экономики сферы сервиса,  
кафедра туризма и гостиничного хозяйства,  
Бухарский государственный университет,  
г. Бухара, Республика Узбекистан*

*Аннотация:* в данной статье дается анализ развития электронной коммерции в Республике Индонезии. Электронная коммерция относится ко всем коммерческим транзакциям, которые относятся к организации и частному лицу, основанные на цифровой обработке и основанные на Интернете.

*Ключевые слова:* интернет, электронная коммерция, коммерческие транзакции, цифровизация.

В Индонезии электронная коммерция как один из видов экономической деятельности, поддерживаемая интернет-инфраструктурой, имеет широкую сегментацию и реализацию. Страна стала самым быстрорастущим рынком электронной коммерции. В течение года рост электронной коммерции в Индонезии вырос с 45% до 78%. Рынок электронной коммерции в Индонезии в настоящее время в 2200 млн. \$ США в валовой рыночной стоимости в 2019 году, поэтому считается электронной коммерции гнездо в Юго - Восточной Азии.

Согласно отчету Google и Temasek, в 2018 году 35 миллионов индонезийцев совершили онлайн-покупки; и эта цифра может достигнуть 119 миллионов к 2025 году.

Индонезия - страна с быстрой оцифровкой. Согласно «Глобальному цифровому отчету за 2019 год», опубликованному wearesocial.com, 133 миллиона индонезийцев или 51% от общей численности населения в 265 миллионов человек имеют доступ к Интернету через

настольные компьютеры, ноутбуки и мобильные соединения. Почти три четверти онлайн-потребителей в Индонезии используют мобильные устройства для покупок. Индонезийцы в основном пропускают типичную эволюцию от ПК до мобильных устройств, которую пережили Европа и США. Поэтому многие потребители обратились непосредственно к мобильным устройствам. В результате 70-80% интернет-трафика проходит через мобильные соединения. Мобильные данные, что составляет половину стоимости аналогов в Юго-Восточной Азии и одни из самых низких в мире, также доступны по цене. В результате в стране имеется большая база абонентов мобильной связи: около 180 миллионов, причем около 106 миллионов (40% населения) владеют смартфонами.

Что еще интереснее, 100% людей в возрасте от 16 до 24 лет, которые представляют молодое поколение страны, использовали Интернет. И 98% этих молодых людей имеют смартфоны. Это цифровые или интернет-уроженцы, у которых нет проблем с использованием платформ электронной коммерции.

В течение многих лет электронная коммерция Индонезии была горячим рынком, так как многие компании заинтересованы в ее огромном потенциале. Давайте посмотрим на некоторые успешные компании на индонезийском рынке электронной коммерции.

Tokopedia является крупнейшим онлайн-рынком в Индонезии, позволяя частным лицам и предприятиям открывать и легко управлять своими собственными интернет-магазинами. Он получил финансирование на сумму более 100 миллионов долларов США от японского Softbank и известной американской компании венчурного капитала в сфере технологий Sequoia Capital.

Являясь важным игроком в регионе, особенно в странах, ориентированных на мобильные устройства, Shopee - это, прежде всего, мобильный, диверсифицированный интернет-магазин, который также предоставляет возможность совершать регулярные покупки в Интернете. Крупная

платформа в Юго-Восточной Азии, Shopee также присутствует в Сингапуре, на Филиппинах, в Малайзии, Таиланде, Вьетнаме, а также на Тайване.

Bukalapak является еще одним из ведущих интернет - площадок в Индонезии, предоставляя платформу для электронной коммерции для брендов и individuals легко купить и продать в Интернете. Bukalapak настаивает на простоте и надежности электронной коммерции, предоставляя дополнительные финансовые гарантии своим клиентам.

Одним из самых важных положительных аспектов индустрии электронной коммерции в Республике Индонезия является ее вклад в развитие экономики.

Во-первых, давайте посмотрим на финансовые выгоды, которые приносит электронная коммерция. По оценкам McKinsey, Индонезия является крупнейшим рынком онлайн-торговли в Юго-Восточной Азии, приносящим сегодня около 3 миллиардов долларов новых доходов от потребления и, вероятно, 20 миллиардов долларов к 2022 году. Если взглянуть на это с другой стороны, то 30% текущей онлайн-торговли - это новое потребление, или покупки, которых бы не было в отсутствие электронной коммерции. Эта сумма, вероятно, увеличится по мере распространения онлайн-торговли в регионах с неиспользованными потребностями в потреблении. Новые расходы, связанные с онлайн-торговлей, возможно, связаны с высоким уровнем сбережений в Индонезии по сравнению со странами-аналогами: национальные сбережения достигают 32% ВВП по сравнению с 30% во Вьетнаме, 28% в Малайзии и 22% в среднем по Организации. Страны экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Одним из секторов, который, похоже, выиграл от роста онлайн-торговли, являются ювелирные изделия. За последние несколько лет экспорт вырос с низких уровней до 4 миллиардов долларов в 2017 году , сопоставимых по стоимости с экспортом Индонезии меди и бурого угля. Исследования McKinsey показывают, что увеличение было вызвано местными

ремесленниками, которые часто используют онлайн-платформы для привлечения покупателей.

Кроме того, недавно состоялось мероприятие Future Commerce Indonesia 2019. В рамках темы «Формирование будущего коммерции» Future Commerce Indonesia 2019 объединила ведущие бренды и розничные сети из межотраслевой, кросс-технологической, инновационных технологий и стартапов, чтобы разрушить и сформировать будущее коммерции в современной цифровой среде.

### *Список литературы*

1. *Хайтбоев Б.Х., Нажмиддинов С.Н.У.* Опыт зарубежных стран в формировании цифровой экономики: выводы и перспективы для Узбекистана // Вестник науки и образования, 2020. № 1-2 (79).
2. *Хуррамов О.К.* Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 344-349.
3. *Кайимова З.А., Бахтиёрова Г. Б.* Диверсификация-стратегия корпорации в повышении эффективности производства // Наука и образование сегодня, 2020. № 2 (49).
4. *Таирова М.М., Кодирова Н.Р.* Инновация-концептуальная основа модернизации // Наука и образование сегодня, 2020. № 2 (49).
5. *Болтаева М.Ш.* Экологические и природные ресурсы в туризме в развитии экономического потенциала Бухарского региона // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 202-207.
6. *Хуррамов О.* Особенности использования маркетинговых инструментов в социальных медиа //Alatoo Academic Studies, 2016. № 2. С. 236-249.
7. *Рахматуллаева Н.М.* Современное состояние центрально-азиатских исследований во Франции // Вопросы науки и образования, 2020. № 5 (89).

8. Болтаев Ш.Ш. Наиболее важные вопросы развития экологического туризма // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 26-31.
9. Abdullaevna K.Z., Alievna M.O. Innovation policy of the country and its mechanism // Достижения науки и образования, 2020. № 2 (56).
10. Khurramov O.K., Boboqulov A.A. Digital tourism plays an important role in economic development // Наука-эффективный инструмент познания мира, 2019. С. 9-10.
11. Уракова М.Х., Нутфуллоев Т.Г., Негматов М.Ш. Совершенствование системы управленческого контроля в гостиницах // Вопросы науки и образования, 2020. № 5 (89).
12. Шадиев А.Х., Давронов И.О. Роль развития персонала в повышении эффективности услуг и его влиянии на экономику // Вопросы науки и образования, 2020. № 6. С. 90.
13. Азимов О.Х. Влияние новых инновационных технологий в индустрию туризма // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 350-354.
-

СЕРИЯ: VS № 000587 · 10 МАРТА 2020 г.

ВОПРОСЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ  
№ 10(94) АПРЕЛЬ 2020 г.

# CERTIFICATE

Болтабекова Махибекра Шариповна старший преподаватель,

кафедра экономики сферы сервиса,  
кафедра туризма и гостиничного хозяйства,  
Бухарский государственный университет,  
г. Бухара, Республика Узбекистан

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ИНДОНЕЗИИ  
РАСПОЛОЖЕНИЕ СТАТЬИ В АРХИВЕ ЖУРНАЛА: <https://scientificpublication.ru/images/PDF/2020/94/analiz-razvitiya.pdf>



[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://SCIENTIFICPUBLICATION.RU)