

РОЛЬ УЗБЕКИСТАНА И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В РАЗВИТИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Джалолов Джамолиддин Музаффарович

ТУИТ имени Мухаммада ал-Хоразмий, старший преподаватель

Насирова Зульфия Худайбергеновна

ТУИТ имени Мухаммада ал-Хоразмий, ассистент

Аннотация: на современном этапе развития человечества информационные и интернет-технологии широко внедряются во все сферы нашей жизни как важный фактор экономического роста. Поэтому электронная коммерция развивается и становится основой глобальной экономической деятельности.

Abstract: At the present stage of human development, information and Internet technologies are widely introduced into all spheres of our life as an important factor in economic growth. Therefore, e-commerce is developing and becoming the basis of global economic activity.

Ключевые слова: ИКТ, электронная коммерция, управление, система, тренд, интернет, документ, традиционный, розничная торговля, товар, продукт.

Key words: ICT, e-commerce, management, system, trend, internet, document, traditional, retail, commodity, product.

Вступление

Важным вопросом современности является стратегическое позиционирование, выявление возможностей, имеющихся у организаций, и выработка практических выводов и решений на основе простой, эффективной и жизнеспособной стратегии электронной коммерции в условиях информационного века и новой экономической среде, эффективно используя возможности для достижения наивысшего уровня полезности.

Здесь, как заявил Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев: «Мы считаем, что основной целью проводимых в нашей стране преобразований является обеспечение важнейших приоритетных задач, которые заключаются в обеспечении нужд и интересов народа, и это является решающим условием для успешного осуществления этого».

Процесс либерализации всех сфер и секторов экономики последовательно реализуется правительством Узбекистана. В качестве приоритетного направления определено дальнейшее углубление экономических реформ, развитие предприятий

посредством стратегического планирования. «Стратегически обоснованное сокращение государственного участия в экономике, дальнейшее развитие стратегического управления и решение комплексных вопросов, связанных с его защитой, определены как важнейшие приоритетные задачи для правительства, органов государственного управления и хокимов всех уровней. Сегодня сама жизнь требует правильной организации работы, обеспечения ее эффективности, повышения качества всей системы управления до уровня современных требований».

Анализ литературы по теме

Термин «электронная коммерция» — очень широкое понятие, имеющее множество определений. Большинство приведенных выше определений относятся к любой торговле или транзакции, осуществляемой через Интернет, как к электронной коммерции. Но это определение не полностью охватывает понятие электронной коммерции.

Электронная коммерция и ее сущность изучались многими экономистами, среди них А. В. Юрасов, Дж. С. Вестленд, Т. К. Кларк, Д. Козелар Электронная коммерция и ее сущность, М. Рамзаев, П. Чужанов, В. Тарасов, роль электронной коммерции и ее сущность. коммерция в экономике развитых и развивающихся стран, В.В. Сенкевин, Н.И. Геращенко и другие провели исследование роли государства в управлении электронной коммерцией.

Также Арипов А.Н., Мухитдинов К.А., Махмудов М.М., Иминов Т.К., Юсупова Н., Эргашев Б., Авганбаев С., Р.И. Исаев, А.Р. Валиев и др. рассмотрели в своих исследовательских работах¹⁹. [1]

Развитие электронной коммерции создает ряд нерешенных вопросов в правовом регулировании этой деятельности.

«Электронная коммерция» определяется в статье 3 закона следующим образом: Электронная коммерция – это предпринимательская деятельность, связанная с продажей товаров, выполнением работ и оказанием услуг с использованием информационных систем.

Другое определение гласит, что «Электронная коммерция — это любая сделка между сторонами, осуществляемая в электронном виде, а не посредством прямого физического контакта или физического обмена». Но это определение является очень широким определением электронной коммерции и немного абстрактно. ЮНСИТРАЛ, организация ООН по торговому праву, юридически определила электронную торговлю в своих правилах. Генеральная Ассамблея ООН 16 декабря

¹⁹ Носирова, З. Х. (2021). Проблемы и решения на этапном развитии электронной торговли в Узбекистане. *Academic research in educational sciences*, 2(1), 594-599.

1996 г. было принято Постановление № 51/162 об электронной торговле. На основании этого постановления электронной торговлей считаются следующие процессы и бизнес-операции, осуществляемые с помощью средств электронной передачи и обработки информации²⁰. [2]

Следующие вопросы являются ключевыми в развитии правовой базы для электронной торговли:

- вопросы порядка взаиморасчетов между продавцом и покупателем;
- вопросы налогообложения участников электронной коммерции;
- вопросы криптографической защиты информации;
- вопросы электронной подписи на практике.

В целях регулирования вышеуказанных вопросов в Республике Узбекистан была разработана правовая база электронной коммерции.

В целях регулирования вышеуказанных вопросов в Республике Узбекистан была разработана правовая база электронной коммерции.

В рамках законодательства, регулирующего сферу электронной экономической деятельности Узбекистана, можно выделить, в первую очередь, Конституцию Республики Узбекистан и нормативные документы группы законов, касающихся ИКТ и электронной коммерции в генеральный. Если говорить о группе законов, касающихся ИКТ и электронной коммерции в целом, то всего в Республике Узбекистан разработано 17 законов и нормативных документов, регулирующих ИКТ и электронную коммерцию. Ўзбекистон Республикасида АКТ ва электрон тижорат соҳасини тартибга солиш учун жами 17 та қонунлар ва меъёрий ҳужжатлар ишлаб чиқилган²¹.

Перечислим основные:

- Закон о связи;
- Закон о телекоммуникациях;
- Информационное право;
- Закон о гарантиях информации и свободного доступа к информации;
- Авторское право;
- Закон о правовой охране баз данных и программ для ЭВМ;

²⁰ Ечимлари, р. Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантиришдаги муаммолар ва уларнинг ечимлари Зулфия Худайберган қизи Носирова.

²¹ Узбекистан отчет об анализе выполнения решений всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества, подготовлено совместно Узбекским Агентством связи и информатизации (УзАСИ) и Проектом ПРООН «Политика ИКТ» (ICTP), 2007.

- Закон об электронной подписи;
- Закон об электронном документообороте;
- Закон об электронной торговле;
- Закон об электронных платежах и т.д.

Меры и практические рекомендации по развитию электронной коммерции в Узбекистане, привлечению большего количества пользователей могут быть применены к предприятиям, занимающимся электронной коммерцией. Изучены электронная коммерция и ее сущность, структура рынка электронной коммерции и их специфические особенности, задачи, роль государства в регулировании электронной коммерции, возрастающее значение электронной коммерции в развитых странах, значение этих стран в управлении, регулировании и продвижении этой отрасли.

На современном этапе развития человечества информационные и интернет-технологии широко внедряются во все сферы нашей жизни как важный фактор экономического роста. Поэтому электронная коммерция развивается и становится основой глобальной экономической деятельности. В соответствии с этим вызовом современности рынок электронной коммерции и системы механизмов его обслуживания развиваются благодаря законам, принятым в целях развития электронной коммерции и информатизации экономики в нашей стране, решениям президента и правительства, созданы технологические основы.

Известно, что технологической основой электронной коммерции являются информационно-коммуникационные технологии. На сегодняшний день степень цифровизации нашей страны составляет 100%, уровень компьютеризации субъектов хозяйствования и граждан, количество абонентов в сети Интернет, общий охват Интернетом наших городов и сел с каждым годом увеличивается, это, безусловно, положительная тенденция. Однако аналитические данные свидетельствуют о резком разрыве между уровнем приобретения товаров и услуг, созданных технологических возможностей и их использования в коммерческой работе с использованием системы электронной коммерции Интернет. Большинство интернет-пользователей занимаются перепиской и экскурсией, в основном молодежь.

Поскольку цель электронной коммерции связана с быстрым обращением информации в информационной системе, передачей транзакций через общедоступные сети, ее перспективы напрямую зависят от способности хозяйствующих субъектов оказывать надежные и гарантированные услуги клиентам. Кроме этого, оно зависит и от других факторов, т. е. от высокого уровня экономики страны, роста доходов граждан, кроме того, оно зависит еще и от того, что человек умеет ассоциировать время с ценностью и оценивать свое время как деньги и деньги. товары.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- возникновение электронной коммерции и ее сущность;
- изучить роль рыночной структуры в развитии электронной коммерции;
- изучение факторов, влияющих на развитие системы электронной коммерции

в экономике;

- анализ состояния развития электронной коммерции;
- изучить роль электронной коммерции в экономике развивающихся стран.

Рассмотрение правовых и правовых основ электронной коммерции в условиях становления информационного общества. Развитие рынка электронной коммерции зависит от взаимодействия государства и бизнеса, в основном от активности субъектов предпринимательства, эффективно использующих возможности ИКТ.

Методология исследования

Несмотря на положительные тенденции на мировом рынке электронной коммерции, этот рынок не лишен проблем. Одна из серьезных проблем связана с вопросами информационной безопасности. Потому что информационная безопасность — это основа доверия между людьми и бизнесом. На развитие электронной коммерции влияет множество факторов. Действительно, на развитие электронной коммерции влияют технологические факторы, но технологический фактор не может быть полностью влияющим фактором. Например, тенденция роста электронной коммерции в развивающихся странах намного выше. В этих странах нет такой электронной инфраструктуры, как в развитых странах. Отсюда следует, что на развитие этого месторождения существенное влияние оказывают и другие факторы, помимо технологического фактора. Поэтому на развитие электронной коммерции влияют следующие факторы.

Технологические факторы. В настоящее время почти 90% мира обеспечено электронной инфраструктурой.

К технологическим факторам относятся:

- увеличение размера интернет-аудитории и увеличение темпов роста интернет-аудитории;
- развитие информационных и коммуникационных технологий (ИКТ);
- интеллигент в разработке компьютерных технологий;
- повышенный потенциал.

Экономические факторы Основным преимуществом электронной коммерции является то, что она повышает экономическую эффективность. Это помогает повысить экономическую эффективность благодаря следующим аспектам электронной коммерции:

- значительно снижает затраты компаний на связь;
- недорогая инфраструктура;

- возможность заключения быстрых и выгодных хозяйственных сделок с поставщиками сырья;
- это недорогой метод глобального обмена информацией;
- это очень дешевая реклама;
- потребители могут обслуживаться по низкой цене.

Из приведенных выше причин видно, что электронная коммерция в основном снижает затраты и влияет на снижение затрат. В условиях рыночной экономики организации стремятся повысить экономическую эффективность. Электронная коммерция имеет ряд преимуществ перед традиционной экономической деятельностью. Эту разницу можно почувствовать, сравнив несколько параметров. Считается, что ведение экономической деятельности традиционным способом намного дороже, чем ведение экономической деятельности в Интернете.

С помощью электронной коммерции можно решить следующие вопросы:

- установление связи с будущими заказчиками, поставщиками и заказчиками через веб-систему;
- электронный обмен необходимыми документами для торговых операций;
- контроль продажи и доставки товаров и услуг;
- реклама продукта и поддержка после покупки;
- произвести электронный платеж за покупку.

Конечно, мы не можем игнорировать серьезные проблемы, возникающие в связи с продолжающимся мировым кризисом, при определении целей и задач, поставленных на 2021 год, основных приоритетных направлений социально-экономического развития нашей страны. Из-за этих проблем сегодня мы наблюдаем резкое снижение спроса на мировых рынках, сохраняется неопределенность, усиливается жесткая конкуренция, снижение темпов добычи оказывает негативное влияние на большинство стран мира. Электронная коммерция имеет ряд преимуществ перед традиционной экономической деятельностью. Эту разницу можно почувствовать, сравнив несколько параметров. Из приведенной ниже таблицы 1 видно, что ведение экономической деятельности традиционным способом намного дороже, чем ведение экономической деятельности в Интернете.

Таблица 1

Сравнительные аспекты онлайн-продаж и традиционных продаж

Группы товаров	Себестоимость продаж в традиционной системе (долл. США)	Стоимость онлайн-продаж (долл. США)
Предоставление программ	15,00	0,2-0,5
Банковские услуги	1,08	0,13

Билеты на самолет	8,0	1,0
Биллинг	2,22-3,32	0,65-1,1
Страховые полисы	400-700	200-350
Продукты питания (в %)	25-50	5-10

Например, в настоящее время проводная телефонная связь составляет 60 % рынка телекоммуникационных услуг, ее ежегодный темп роста в мире составляет 5-7 %, общий вес рынка телекоммуникаций составляет 20 %, а темп роста составляет 80-90 %. Доля интернет-услуг составляет 10 процентов, но ожидается, что в ближайшие годы этот показатель вырастет до 30-33 процентов. Согласно международной статистике, ежегодно к Интернету подключаются 150 миллионов новых пользователей. Отмечается и тот факт, что этот показатель растет.

День ото дня продажа товаров посредством электронной коммерции, ассортимент товаров и услуг расширяется, что позволяет осуществлять взаимное сотрудничество между государствами, государственными учреждениями, предприятиями и частными лицами, объединяя их в одно сообщество, телекоммуникационные технологии создают основу для эффективного сотрудничества без барьеров.

Чтобы узнать уровень развития электронных услуг, в первую очередь следует обратить внимание на уровень развития Интернета и системы услуг. На рисунке 1 ниже представлен график, показывающий уровень проникновения интернета по всему миру, согласно этому показателю проникновение интернета в Австралии на начало 2021 года составляет 89%, что является самым высоким показателем.

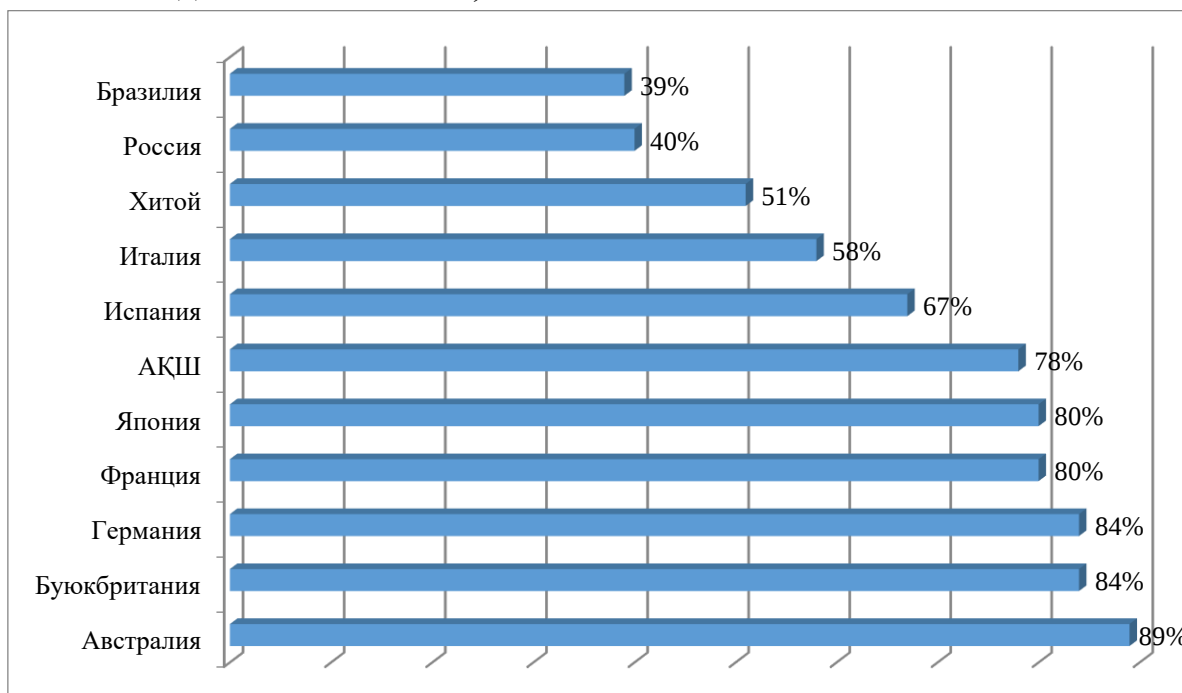
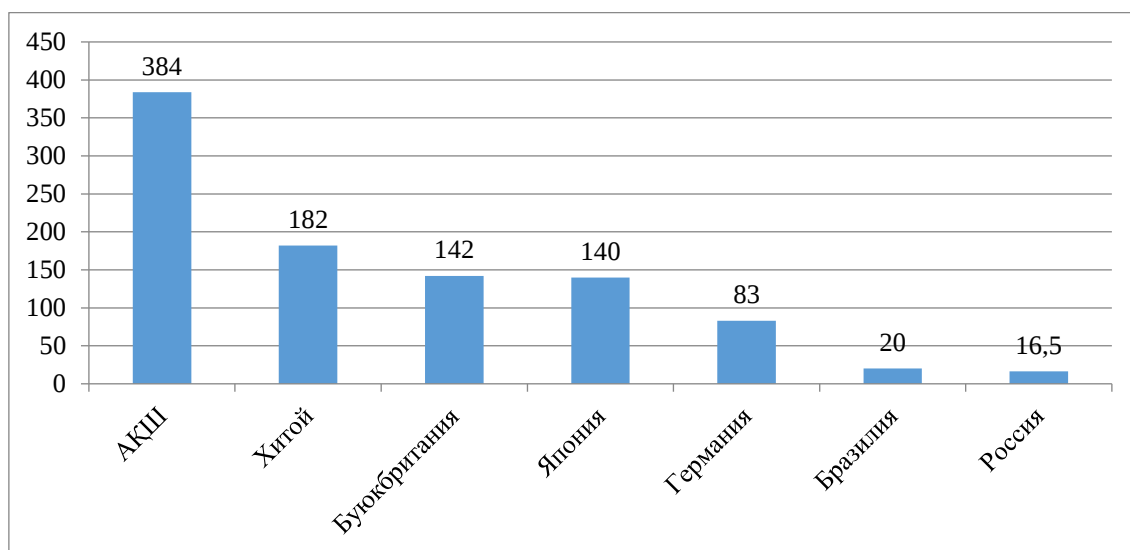


Рисунок 1. Проникновение интернета в мире в 2021 году.

Великобритания и Германия находятся на втором месте с 84%, Франция и Япония — на третьем месте с 80%. В США уровень проникновения интернета составляет 78%. У Китая 51%, за ним следует Бразилия с 39%. Однако уровень проникновения Интернета и уровень развития электронной коммерции не совпадают. Если посмотреть на следующую цифру, подтверждающую эту информацию, то США вышли на первое место по внедрению электронной коммерции в розницу.

Различные модели современной электронной коммерции распространяются практически во всех странах, в различных отраслях экономики, на предприятиях различных размеров, а также в государственных учреждениях и компетентных органах законодательной и исполнительной власти различного уровня. Общепринятая классификация этих моделей основана на типах взаимосвязанных сторон электронной коммерции, которых можно условно назвать поставщиком и покупателем. Суть этого описания заключается в том, что бизнес-модели электронной коммерции различаются в зависимости от конкретных типов поставщиков и покупателей. Мы можем видеть рисунок 2 ниже.



**Рисунок 2. Оборот розничной электронной торговли в 2020г.
(млрд долларов США)**

Как видно из этого рисунка, самый высокий результат по показателям стоимости розничного оборота электронной коммерции в 2020 году у США, который составляет 384 млрд долларов. это доллары США. На втором месте Китай 182 миллиарда Принадлежит стоимости долларов США. Из предыдущей картины видно, что проникновение интернета в США составило 78%, но они вышли на первое место по обороту электронной коммерции, в то время как другие страны, в том числе Великобритания, пользуются интернетом на уровне 84%, а оборот электронной коммерции составляет 142 миллиарда долларов. является доллар США. В Китае, несмотря на то, что уровень проникновения Интернета составляет

51%, оборот электронной коммерции составляет 182 миллиарда долларов. Отображение суммы в долларах США. Подводя итог, можно сказать, что уровень внедрения Интернета, безусловно, является самым основным критерием, условием первого уровня для развития электронной коммерции, но есть и другие факторы, которые препятствуют развитию электронной коммерции или наоборот.

В настоящее время развитие новых технологий в мировой экономике и усиление конкуренции на рынках товаров, услуг и рабочей силы ориентируют на активизацию электронной системы управления процессами на предприятиях и более эффективную ее организацию. Это требует широкого применения современных методов для полного удовлетворения быстрорастущих и изменяющихся потребностей населения, применения в производстве новейших открытий и технологий, выпуска конкурентоспособной продукции и обеспечения стабильного увеличения жизненного цикла товаров.

Электронная коммерция с каждым годом охватывает весь мир с появлением новых технологий и увеличением скорости интернета. Международная торговля в сфере электронной коммерции выросла в 2020 году. Это показано на Рисунке 3 ниже, где показана динамика роста оборота международной торговли с 2020 по 2021 год, при этом оборот международной торговли увеличился на 2%. Чтобы точно определить, как обстоит дело в региональной ситуации, давайте посмотрим на структуру торговли через международный Интернет: она представлена на рисунке 3.

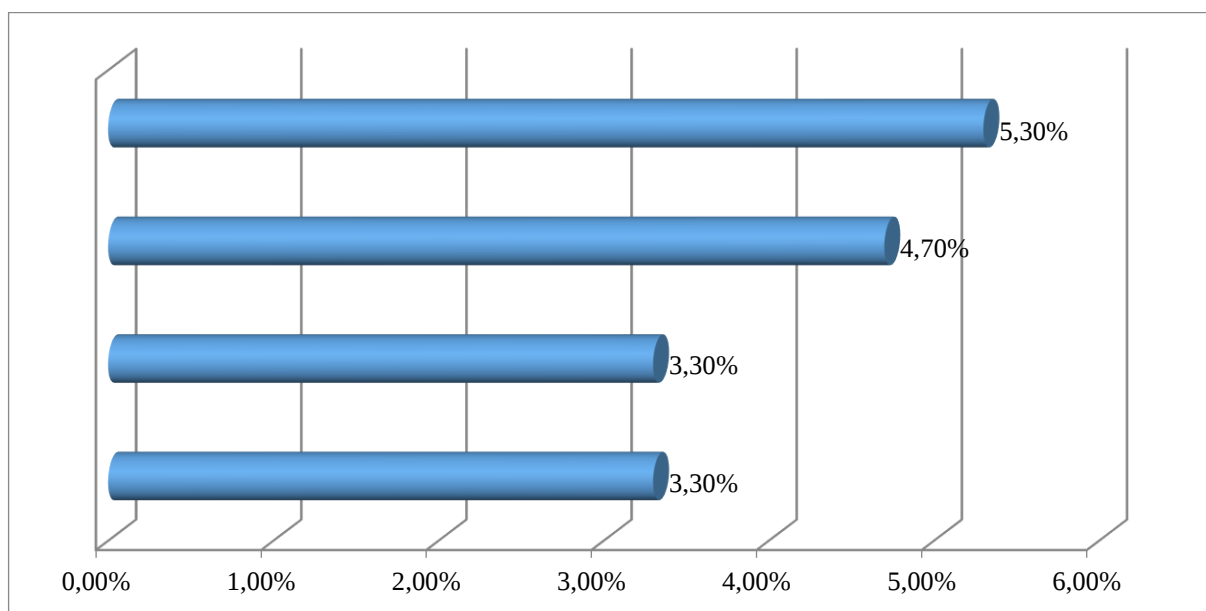


Рисунок 3. Динамика роста внешнеторгового оборота в 2021 году

Если мы посмотрим на региональную структуру международной интернет-торговли, то на Северную Америку приходится 34 % интернет-продаж, на Азию и Тихоокеанский регион — 31 %, на Западную Европу — 25 %, на Центрально-Восточную Европу и Латинскую Америку — 4 %, на Африку и Ближний Восток на

2%. Восточные страны составляют. В таблице 2 ниже показана региональная структура международной интернет-торговли в 2020 году. Объем рынка мобильной коммерции в Европе в 2021 году составит 17 миллиардов долларов. выросли до евро и составили примерно 5,5% от общего объема электронных продаж. Результаты исследования, проведенного Forrester Research, позволяют прогнозировать некоторые тенденции электронной коммерции в странах Европы.

Таблица 2

Тенденции электронной коммерции в странах в процентах

№	Название стран	2020	2021
1.	Европа	15%	17%
2.	Великобритания	13%	15%
3.	Италия	12%	13%
4.	Испания	12%	14%
5.	США	15%	18%
6.	Китай	15%	19%
7.	Германия	14%	15%

В настоящее время в нашей республике в целях дальнейшего расширения производства, имеющего стабильный спрос на внутреннем и внешнем рынках, организации выпуска качественной и конкурентоспособной готовой продукции ведутся работы, направленные на внедрение на предприятиях международных стандартов. осуществляется в больших масштабах. Стоит отметить, что на сегодняшний день незаинтересованность во внедрении международных стандартов, отсутствие зрелых специалистов в этом направлении создает ряд проблем при внедрении международных стандартов на многих предприятиях.

При поддержке зарубежных партнеров и партнеров в республике проводится большая работа по техническому перевооружению сферы телекоммуникаций, и сегодня возрастает значение оных в развитии экономики страны и в оказании услуг населению. видно население. Растет производственная мощность предприятий, внедряются современная техника и технологии, осуществляются крупные работы и мероприятия по развитию и модернизации производств. Он показан на рисунке 4.

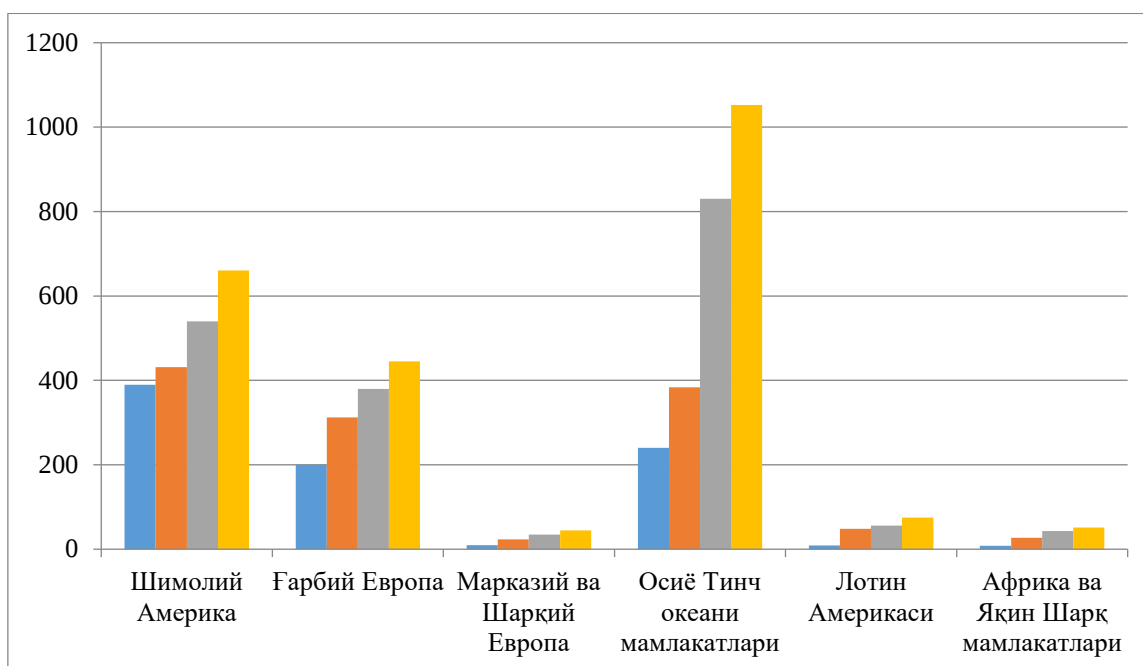


Рисунок 4. Региональная структура международной интернет-торговли, 2020 год

Выводы и предложения

Имеются прямые международные каналы телекоммуникационной системы Узбекистана по 28 направлениям в 180 стран мира. Если они используют оптическое волокно и спутниковые системы. Более 83 процентов этих каналов цифровые, вся сеть не только сейчас, но и позже. также имеет больше возможностей передачи информации, чем сейчас. Электронные коммутационные устройства имеются во всех областных центрах республики. В республике решена огромная проблема, создана цифровая магистральная сеть, в том числе оптоволоконные кабели, использованы цифровые радиорелейные сети связи. Упомянутая современная передающая сеть работает на 70% мощности, при этом в республике создаются новые, оборотные и резервные сети связи.

В современных условиях, когда конкуренция на мировых рынках становится все более острой, крайне важно коренным образом повысить конкурентоспособность экономики, усилить поддержку предприятий, производящих продукцию, стимулировать их участие в своей деятельности. всячески. Правильная организация труда, обеспечение его эффективности, доведение до уровня современных требований по качеству требует самой жизни.

В результате не только обогатится содержание структурных преобразований в экономике, но и будет создана почва для широкого и всестороннего развития эффективных с социально-экономической точки зрения видов экономической деятельности, отраслей и отраслей. зрения. Будут ликвидированы различные монополии в производстве и потреблении, повысится эффективное распределение и мобильность средств предприятий и других ресурсов.

Список использованной литературы

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2014.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Телекоммуникациялар тўғрисида»ги Қонуни 20.08.1999 йил // Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Ахборотномаси, 1999й., 9-сон, 219-модда.
3. Ўзбекистон Республикасининг «Электрон тижорат тўғрисида»ги Қонуни. 29.04.2004 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2004 й., 20-сон, 232-модда.
4. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг «Халқ сўзи», 2017 йил 15 майдаги маърузасидан.
5. Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамыз. 14.12.2016.
6. Носирова, З. Х. (2021). Проблемы и решения на этапном развитии электронной торговли в Узбекистане. *Academic research in educational sciences*, 2(1), 594-599.
7. Юрасов А. В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2003–408 б. (15 – 23 бетлар).
8. Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантиришдаги муаммолар ва уларнинг ечимлари, Зулфия Худайберган қизи Носирова.
9. Узбекистан отчет об анализе выполнения решений всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества, подготовлено совместно Узбекским Агентством связи и информатизации (УзАСИ) и Проектом ПРООН «Политика ИКТ» (ИСТР), 2007.
10. Узбекистан отчет об анализе выполнения решений всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества, подготовлено совместно Узбекским Агентством связи и информатизации (УзАСИ) и Проектом ПРООН «Политика ИКТ» (ИСТР), 2007.
11. Information economy report 2007-2008, science and technology for development: the new paradigm of ICT, prepared by the UNCTAD secretariat, UN, NEW YORK.
12. E-commerce в Европе: инфографика и цифры -2013– Новомлинский Л. Электронная Коммерция. Тенденции развития в мире и в России.

Интернет ресурслар

1. <http://www.internetsales.ru/e-commerce-v-evrope-infografika-i-tsifry>
2. [http:// www.tops.ru/publishing/pub_007.html](http://www.tops.ru/publishing/pub_007.html)
3. <http://www.un.org>