

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7883123>

А. А. Махаматжонов

(ТУИТ, магистр гр. 106-21 ЭТр)

За высокие результаты в экономической и социальной сферах в нашей республике добиться, сформироваться в мировой экономической и социальной системе играет большую роль. Роль информации и коммуникации во всех сферах жизни общества очень велика. Внедрение современной информации и коммуникаций цифровизация секторов экономики и электронной коммерции позволяет развиваться. Кроме того, в настоящее время электронная коммерция есть в любой стране стала неотъемлемой частью экономики. В нашей республике ряд законов для развития и осуществления торговли и были приняты решения. Включая Узбекистан на 24 апреля 2018 г. «Мера по опережающему развитию электронной коммерции» Республики

Принято решение «О мероприятиях», и предприниматели и рабочие создали большие возможности на внутреннем и внешнем рынках. Электронная коммерция по своей природе носит глобальный характер. Если мы имеем в виду, национальный уровень по сравнению с электронной коммерцией есть ряд сложностей. Среди них международные налог штатов при осуществлении электронной коммерции на уровне системе, таможенные сборы и банковские разницы. Вот и все Несмотря на это, наша страна открыла широкий путь для экспорта через электронную коммерцию. Не забывая о положительном влиянии на экономический рост, в Узбекистане разрабатывается наличие интереса к продукции и ее присутствие на мировом рынке. В электронном общении «Электронная коммерция» является основной коммерцией по мнению участников разделены на модели: V2V (Business to business) – юридические организации и отношения между предприятиями, V2S (Business to customer) – юридические отношения между предприятиями и потребителями, V2G (Business to правительства) – отношения между юридическими предприятиями и государством, S2S (Customer to sustomer) – отношения между физическими лицами, G2C (правительство к потребителю) - между государством и физическими лицами отношения. Следует отметить, что большая часть электронной коммерции в Узбекистане оставаясь при этом эффективно реализованным через модель S2S также много внимания уделяется моделям. Компании электронной коммерции для выхода на международный рынок, достижение конкурентоспособности, снижение себестоимости товаров, клиентов возможность общаться напрямую онлайн (on-line) открывает им новые двери для торговли. Негативное влияние на развитие электронной

коммерции в республике ряд индикаторных факторов и их устранение предложения приведены ниже.

Во-первых, дизайнер электронных магазинов имеет высокую квалификацию профессионалов, обладающих профессиональными навыками, а также надежных, эффективных и отсутствие недорогих программных средств. Если владелец магазина хочет вести свой бизнес в электронном виде, это дополнительно для этого требуются средства, что приводит к увеличению расходов. Но единственный портал путем разработки дешевого программного обеспечения

можно устранить.

Во-вторых, разработка телекоммуникационных и информационных инфраструктур. Хотя это проблема затрагивает в основном отдаленные районы, она также негативно влияет на развитие электронной коммерции. Но в 2013 году Национальная информация и связь Республики Узбекистан в 2020 году программа развития системы и ряд дополнительных программ по пропускной способности интернет-каналов до 2020 года дальнейшее расширение широкополосных сетей, особенно в удаленных районах реализуются проекты.

В-третьих, количество действующих интернет-магазинов невелико (имеется в виду интернет-магазины производственных предприятий проводится). Следует отметить, что большинство интернет-транзакций являются S2S. Модель быстро развивается и эффективно работает на ряде платформ

В-четвертых, товары, предлагаемые через сеть Интернет и недоверие к услугам. Это проблема электронной коммерции доступны во всех развивающихся и развитых странах. Интернет покупатели не имеют полной правовой защиты, и в результате товары или услуги качество полностью не гарантируется. Наше предложение заключается в том, что с электронной коммерцией отдельная регистрация привлекаемых предприятий и контроль на основании комментариев на их сайтах необходимо создать специальную организацию.

В-пятых, один из самых важных, наши люди видят продукты, научились выбирать и торговаться. Если покупатели меры предпринимаемые бизнесменами для завоевания их доверия если увеличить, то можно найти решение этой проблемы. Также можно отметить, что в современный информационный век электронные для коммерческих хозяйствующих субъектов (государственных, юридических и физических лиц) выполнять функцию эффективного канала предоставления информации служит. Также в конкурентной среде электронной коммерческой экономики обеспечивает эффективную реализацию продукции своих субъектов и помогает найти покупателей на выпускаемую продукцию.

Словом, в нашей стране есть большая потребность в современной информации. Развитие отраслей в результате фокуса — еще один появился. В результате формируется в Узбекистане совершенствование системы электронной коммерции с помощью современных ИКТ добиться экономического роста, повысить уровень жизни населения, производство конкурентоспособных товаров.