



ЭЛЕКТРОННОЕ ДОВЕРИЕ: КЛЮЧ К ПРЕОДОЛЕНИЮ БАРЬЕРОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Артикова Исторахон

магистрант

Ташкентского государственного

юридического университета

E-mail: istora0908@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11001054>

В эпоху глобализации и цифровизации, концепция электронного доверия становится особенно актуальной для электронной коммерции. Переход от традиционных физических взаимодействий к виртуальным усиливает сложность построения доверия в онлайн-среде, особенно учитывая культурные и социальные различия. Решение споров в таком контексте требует уникальных подходов, адаптированных к особенностям цифрового пространства. Поэтому важно разработать модели разрешения споров, которые отвечают динамике и разнообразию онлайн-среды. В этой связи, стратегии различных стран, например, "Made in China 2025" и "Digital Economy Agenda" США подчеркивают роль цифровизации в экономическом и социальном развитии[1]. Учитывая большое значение цифровизации, также в Узбекистане была принята стратегия "Цифровой Узбекистан-2030". Эти стратегии включают создание доверия к цифровым процессам, что является ключевым для успешной цифровизации. В статье также стоит рассмотреть различия между терминами "цифровое доверие" и "доверие в электронной коммерции", которые хоть и взаимосвязаны, но описывают разные аспекты доверия в цифровой среде.

Доверие в электронной коммерции описывает уверенность потребителей в онлайн-магазинах и торговых платформах. Этот термин включает в себя доверие к процессам интернет-покупок, в том числе к безопасности транзакций, защите личных данных клиентов и достоверности описаний продуктов. Таким образом, доверие в электронной коммерции является частью более широкой категории цифрового доверия, но при этом оно более узко фокусируется на аспектах электронных транзакций, в отличие от общего понятия цифрового доверия, которое охватывает более широкий спектр цифровых взаимодействий.

Возвращаясь к концепции электронного доверия, хотя исследования в этой области начались в начале 2000-х, значительный прорыв произошел во время пандемии COVID-19. В этот период, когда мир активно перешел в



онлайн-формат, как потребители, так и бизнесы были вынуждены доверять друг другу в цифровом пространстве. По данным UNCTAD, доверие потребителей к цифровым рынкам остается ключевой проблемой для развития электронной коммерции, так как анонимность сделок усиливает потребительскую уязвимость и способствует недобросовестным практикам.[2]

Электронное доверие сегодня играет критически важную роль в установлении и поддержании отношений между компаниями и клиентами в сфере онлайн-торговли. Важными аспектами являются улучшение удовлетворенности и лояльности клиентов, укрепление их приверженности товарам и производителям, а также влияние на их решения о повторных покупках. Отсутствие физического контакта в цифровом бизнесе делает завоевание доверия покупателей особенно сложным, что ставит его в центр управления клиентскими отношениями в онлайн-среде.

Факторы, влияющие на уровень электронного доверия, включают безопасность и конфиденциальность, надежность представленной информации, качество веб-дизайна, удобство использования сайта, эффективную поддержку и обратную связь, положительные отзывы и хорошую репутацию бренда, а также ясную политику возврата товаров и гарантий.[3]

В Узбекистане наблюдается тенденция укрепления цифровых взаимоотношений, подкрепленная рядом законодательных актов, влияющих на развитие электронного доверия. Одним из таких актов является Закон "О защите персональных данных" (№ ЗРУ-547 от 2 июля 2019 года), который устанавливает общие правила обработки и защиты персональных данных. Другие важные законы, такие как Закон "О принципах и гарантиях свободы информации" и Закон "Об информатизации", регулируют обработку и распространение информации, укрепляя основы данных и информационной безопасности.

На международном уровне, регламент ЕС eIDAS[4] и Конвенция ООН о применении электронных коммуникаций в международных договорах[5], а также Модельный закон UNCITRAL об электронной коммерции [6] обеспечивают правовую уверенность и способствуют развитию международной электронной коммерции, признавая и сохраняя юридическую значимость электронных сообщений и подписей. Эти акты



важны для гармонизации международных стандартов и создания надежной правовой базы для цифровых транзакций.

В заключение, эпоха цифровизации и глобализации требует нового подхода к пониманию и укреплению электронного доверия. Это ключевой элемент для обеспечения успешного развития и расширения электронной коммерции. Надежность, безопасность и прозрачность операций, удобство использования интерфейсов, а также защита персональных данных играют решающую роль в формировании доверительных отношений между потребителями и предприятиями. Усиление законодательных рамок, как на национальном, так и на международном уровнях, поддерживает этот процесс, создавая условия для безопасных и справедливых онлайн-транзакций. Таким образом, поддержание и развитие электронного доверия является не просто технологической необходимостью, но и фундаментальным аспектом устойчивого развития современного общества в условиях все возрастающей цифровизации

Источники:

1. Нурмухаметов Рим Канифович К ВОПРОСУ О ЦИФРОВОМ ДОВЕРИИ // Алтайский вестник Финуниверситета. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-tsifrovom-doverii>
2. Consumer trust in the digital economy: The case for online dispute resolution// UNCTAD Research Paper No. 72 UNCTAD/SER.RP/2021/15
3. Saoula, O., Shamim, A., Mohd Suki, N., Ahmad, M.J., Abid, M.F., Patwary, A.K. and Abbasi, A.Z. (2023), "Building e-trust and e-retention in online shopping: the role of website design, reliability and perceived ease of use", Spanish Journal of Marketing - ESIC, Vol. 27 No. 2, pp. 178-201. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2022-0159>
4. Regulation (EU) No 910/2014 of the European Parliament and of the Council of 23 July 2014 on electronic identification and trust services for electronic

