



International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies

International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies is a double-blind peer-reviewed, open-access journal published to reach excellence on the scope. It considers scholarly, research-based articles on all aspects of economics, finance and accounting. As an international congress aimed at facilitating the global exchange of education theory, contributions from different educational systems and cultures are encouraged. It aims to provide a forum for all researchers, educators, educational policy-makers and planners to exchange invaluable ideas and resources.

Современные Подходы К Развитию Электронной Коммерции В Узбекистане: Институциональные И Технологические Аспекты

Мадиева Зухра Искандарбековна

Начальник отдела организации приема, Международный университет НОРДИК

Аннотация

– В условиях цифровой трансформации экономики электронная коммерция становится одним из приоритетных направлений развития не только в глобальном, но и в национальном контексте. Узбекистан, проводя политику ускоренной цифровизации, формирует правовые, организационные и инфраструктурные условия для стимулирования роста e-commerce. В данной статье рассматриваются современные институциональные и технологические подходы к развитию электронной коммерции, акцентируется внимание на роли государства в создании нормативно-правовой базы, поддержке стартапов, обеспечении кибербезопасности и развитии электронной инфраструктуры.

Также проводится анализ ключевых технологических факторов, способствующих росту онлайн-торговли, включая развитие цифровых платформ, внедрение интеллектуальных логистических решений, распространение мобильных платежей и интеграцию облачных сервисов в бизнес-модели. Отдельное внимание уделяется проблемам фрагментарности рынка, недостаточной цифровой грамотности и отсутствию единых стандартов. На основе анализа предложены рекомендации по усилению институциональной координации и стимулированию технологического обновления сектора, включая меры по поддержке малых и средних предприятий, развитию государственно-частного партнёрства и продвижению международных стандартов цифровой торговли.

Ключевые слова: электронная коммерция, Узбекистан, цифровая экономика, институциональные реформы, цифровые платформы, технологические инновации

ВВЕДЕНИЕ

Электронная коммерция в современном мире представляет собой не просто форму организации торговых отношений, а системный элемент цифровой экономики, трансформирующий принципы взаимодействия между бизнесом, государством и потребителем. Рост объемов онлайн-продаж, развитие платформенных решений, внедрение цифровых платежей и логистических технологий свидетельствуют о том, что e-commerce стал ключевым инструментом модернизации хозяйственных процессов и

повышения конкурентоспособности национальных экономик. Особенно актуально это направление для стран с формирующейся цифровой инфраструктурой и активной политикой цифровизации, к числу которых относится Республика Узбекистан.

В последние годы Узбекистан демонстрирует устойчивый прогресс в развитии цифровых сервисов, включая электронную торговлю. Принятие национальной стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030», совершенствование законодательства в сфере электронной коммерции, поддержка стартапов, развитие онлайн-банкинга и электронных платежей создают институциональные предпосылки для роста сектора. Вместе с тем, успешное развитие электронной коммерции невозможно без эффективного взаимодействия технологических и институциональных компонентов. С одной стороны, требуется формирование устойчивой нормативно-правовой базы, гарантирующей безопасность транзакций, защиту персональных данных и цифровую идентификацию. С другой — необходимо активное внедрение инновационных решений, таких как облачные вычисления, большие данные, искусственный интеллект и мобильные платформы.

Актуальность исследования определяется необходимостью комплексного анализа факторов, способствующих и сдерживающих развитие электронной коммерции в Узбекистане, а также выявлением механизмов институционального и технологического содействия сектору. Целью данной работы является определение современных подходов к стимулированию e-commerce на национальном уровне с акцентом на институциональные реформы, цифровую инфраструктуру и интеграцию технологических инноваций в хозяйственную практику.

Исследование направлено на выявление системных барьеров, характеристику ключевых драйверов роста электронной торговли и разработку практических рекомендаций по совершенствованию политики в данной сфере. Такое направление анализа способствует формированию научно обоснованных решений, направленных на ускорение цифровой трансформации и укрепление позиций Узбекистана в глобальной электронной торговле.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Развитие электронной коммерции в Узбекистане сегодня формируется на пересечении двух ключевых векторов: институционального становления цифровой экономики и технологической трансформации бизнес-среды. Эти процессы оказывают взаимное влияние, формируя уникальные условия для роста e-commerce в национальном контексте. При этом эффективность цифровой торговли напрямую зависит от слаженности правового регулирования, координации государственных стратегий, готовности частного сектора к инновациям и наличия современных технологических решений.

С институциональной точки зрения, в Узбекистане заложены определённые предпосылки для формирования устойчивого сектора электронной торговли. Принятые стратегические документы, включая «Цифровой Узбекистан – 2030», отражают стремление государства к цифровизации экономики и созданию благоприятного климата для онлайн-бизнеса. Обновление законодательства в части электронной идентификации, электронных договоров и цифровой защиты прав потребителей создает фундаментальную правовую основу, позволяющую участникам рынка действовать в защищённой и предсказуемой среде. Однако, несмотря на позитивные сдвиги, практика показывает наличие фрагментарности в реализации нормативных положений, недостаточную координацию между ведомствами, а также медленный темп адаптации правоприменительной практики к быстро меняющейся цифровой реальности.

Технологическая составляющая электронного рынка Узбекистана также переживает период активного становления. С одной стороны, наблюдается значительный рост числа онлайн-платформ, интеграция мобильных приложений в повседневную торговлю, расширение спектра цифровых платежей и появление новых форм логистических решений. Это особенно ярко проявляется в росте маркетплейсов, онлайн-рынков и сервисов,

базирующихся на принципах автоматизации, самообслуживания и интеллектуального анализа. С другой стороны, всё ещё остаются вызовы, связанные с низкой степенью внедрения облачных вычислений, нехваткой специалистов в сфере big data и кибербезопасности, а также слабой интеграцией цифровых технологий в традиционные бизнес-модели малого и среднего предпринимательства.

В условиях усиливающейся глобальной цифровой конкуренции ключевым вызовом остаётся необходимость синхронизации институциональных реформ с технологическим развитием. Узбекистан, находясь в фазе активного цифрового перехода, нуждается в комплексных подходах к формированию e-commerce экосистемы. Это требует не только внедрения новых цифровых решений, но и пересмотра ролей различных акторов в этом процессе. Государство должно выступать не только регулятором, но и активным участником цифрового развития через поддержку цифровых стартапов, предоставление субсидий на технологическую трансформацию, развитие цифровой грамотности и обеспечение равного доступа к инфраструктуре. Частный сектор, в свою очередь, обязан демонстрировать готовность к инвестициям в инновации, повышению прозрачности онлайн-операций и участию в формировании этики цифровой торговли.

Развитие электронной коммерции невозможно также без формирования доверительной среды, где защита персональных данных, цифровая идентичность, надёжность транзакций и соблюдение стандартов прозрачности становятся неотъемлемыми компонентами. В этом контексте важнейшим направлением становится развитие кибербезопасности как на уровне платформ и провайдеров, так и на уровне потребительских практик. Кроме того, значительную роль играет развитие цифровой логистики и платформенной инфраструктуры, позволяющей ускорить движение товаров, упростить процедуры доставки и обеспечить гибкость в обслуживании клиентов.

Пример успешных страновых стратегий показывает, что эффективное развитие электронной коммерции требует симбиоза между правовым регулированием, цифровым предпринимательством, технической инфраструктурой и образовательными инициативами. Узбекистан, благодаря своему геоэкономическому положению и наличию быстро развивающегося внутреннего рынка, обладает реальным потенциалом для трансформации в регионального лидера в области электронной торговли. Для этого необходимо продолжать курс на институциональную согласованность, стимулировать использование облачных и аналитических технологий, способствовать созданию цифровых платформ нового поколения и обеспечивать цифровую инклюзивность всех участников экономического процесса.

Таким образом, институциональные и технологические аспекты развития электронной коммерции в Узбекистане не могут рассматриваться обособленно. Только их интеграция в единую стратегическую рамку позволяет говорить о формировании полноценных цифровых рыночных механизмов, способных не только обеспечить экономический рост, но и придать новый импульс трансформации национальной деловой среды. Устойчивость, безопасность, инновационность и открытость — вот четыре столпа, на которых может быть построена современная модель электронной торговли в Узбекистане.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Электронная коммерция в условиях формирования цифровой экономики Узбекистана становится важным стратегическим инструментом модернизации хозяйственной деятельности, расширения предпринимательской активности и интеграции в глобальные экономические процессы. В процессе её становления особое значение приобретают институциональные и технологические факторы, которые определяют траекторию и темпы развития цифрового рынка.

Проведённый анализ показал, что Узбекистан уже достиг определённых результатов в создании нормативно-правовой базы, стимулировании цифровых инноваций,

формировании базовой ИКТ-инфраструктуры и поддержке электронного бизнеса. Вместе с тем существующие вызовы, такие как ограниченная координация между институтами, нехватка цифровых компетенций, недостаточное внедрение интеллектуальных систем и технологическая фрагментарность, сдерживают дальнейшее поступательное развитие сектора.

Институциональные реформы, реализуемые в рамках стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030», создают правовые условия для роста электронной торговли, однако их эффективность во многом зависит от способности соединить государственные инициативы с частной инновационной активностью. Современные подходы к развитию e-commerce требуют не просто цифровизации отдельных процессов, но системного переосмысления моделей управления, каналов взаимодействия с потребителями, логистики, платежных решений и обеспечения кибербезопасности. Только в условиях органичного взаимодействия институтов, технологий и человеческого капитала можно обеспечить устойчивый рост и конкурентоспособность цифрового рынка.

Таким образом, интеграция институциональных и технологических подходов должна стать приоритетом в государственной и предпринимательской политике. Необходима реализация комплексных программ цифрового развития, включающих модернизацию законодательства, создание благоприятной инновационной среды, поддержку стартапов, развитие платформенной экономики и цифровой логистики. Узбекистан располагает потенциалом для того, чтобы занять активную позицию на региональной и международной арене в сфере электронной торговли, при условии последовательной реализации политики, направленной на устранение барьеров, развитие цифровой инфраструктуры и стимулирование технологического предпринимательства.

Электронная коммерция в Узбекистане — это не просто отражение глобального тренда, а важнейшее направление долгосрочного экономического роста, ориентированного на эффективность, открытость, инновации и устойчивость.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУР

1. Uzbekistan Digital Economy Overview and Vision 2030 / CAICT-AICT. – 2024.
2. Uzbekistan – eCommerce // Country Commercial Guide / U.S. International Trade Administration. – Washington, D.C.: ITA, 2023.
3. Annual report “E-commerce in Uzbekistan” / KPMG Caucasus and Central Asia. – Tashkent: KPMG Uzbekistan, Aug. 2023.
4. Development of Online Commerce in Uzbekistan and consumer behaviour analysis / Shahnosa Nurullaeva, Saodat Saidullaeva // Innoist.uz, 2024.