

Туйчиева, Одина Набиевна

доцент кафедры «Экономика», Ферганский политехнический институт,
г. Фергана, Республика Узбекистан

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

Аннотация: статья посвящена анализу институциональных факторов, влияющих на развитие электронной коммерции в Узбекистане в контексте цифровой трансформации экономики. Исследование направлено на выявление существующих барьеров и возможностей для развития электронной торговли в стране. В работе рассматриваются вопросы правового регулирования, налогообложения, развития платежных систем, логистики и инфраструктуры, а также роли государства в поддержке электронной коммерции. Результаты исследования могут быть использованы для разработки государственной политики в области развития электронной коммерции и повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Ключевые слова: электронная коммерция, Узбекистан, цифровая экономика, институциональные факторы, государственное регулирование.

Tuychiyeva, Odina Nabiyevna

Associate Professor, Department of Economics, Fergana Polytechnic Institute,
Ferghana city, Republic of Uzbekistan

INSTITUTIONAL FOUNDATIONS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT IN THE DIGITAL ECONOMY OF UZBEKISTAN

Abstract: The article is devoted to the analysis of institutional factors influencing the development of e-commerce in Uzbekistan in the context of digital transformation of economy. The research is aimed at identifying existing barriers and opportunities for the development of e-commerce in the country. The paper considers the issues of legal regulation, taxation, development of payment systems, logistics and infrastructure, as well as the role of the state in supporting e-commerce. The results of the study can be used to develop state policy in the field of e-commerce development and increase the competitiveness of the national economy.

Keywords: e-commerce, Uzbekistan, digital economy, institutional factors, state regulation.

Tuichiyeva, Odina Nabiyevna

Farg'ona politexnika instituti, «Iqtisodiyot» kafedrasи dotsenti,
Farg'ona shahri, O'zbekiston Respublikasi

O'ZBEKISTONNING RAQAMLI IQTISODIYOTIDA ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANTIRISHNING INSTITUTSIONAL ASOSLARI

Annotatsiya: maqola iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasi sharoitida O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishiga ta'sir etuvchi institutsional omillar tahliliga bag'ishlangan. Tadqiqot mamlakatda elektron tijoratni rivojlanirish uchun mayjud to'siqlar va imkoniyatlarni aniqlashga qaratilgan. Hujjatda huquqiy tartibga solish, soliqqa tortish, to'lov tizimlarini rivojlanirish, logistika va infratuzilma, shuningdek elektron tijoratni qo'llab-quvvatlashda davlatning roli ko'rib chiqilgan. Tadqiqot natijalaridan yelektron tijoratni rivojlanirish sohasidagi davlat siyosatini ishlab chiqish va milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish uchun foydalanish mumkin.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, O'zbekiston, raqamli iqtisodiyot, institutsional omillar, davlat tomonidan tartibga solish.

Введение

В последние десятилетия мир переживает стремительные изменения в экономической структуре, вызванные внедрением цифровых технологий и расширением интернет-пространства. Парадигма цифровой экономики, основанная на использовании информационных и коммуникационных технологий, коренным образом меняет подходы к ведению бизнеса, общению с клиентами и управлению ресурсами [1]. В этом контексте электронная коммерция (e-commerce) становится не просто дополнением, а ключевым элементом современного экономического ландшафта, представляя собой новый формат взаимодействия между производителями и потребителями, а также альтернативный канал дистрибуции товаров и услуг.

Для Узбекистана, страны с динамично развивающейся экономикой, внедрение электронных коммерческих технологий представляет собой важную стратегическую задачу [2]. В последние годы правительство Узбекистана активно работает над созданием благоприятных условий для развития цифровой экономики, что включает в себя поддержку электронной коммерции как одного из важнейших направлений. В условиях глобализации и растущей конкуренции создание эффективной институциональной базы для электронной коммерции становится неотъемлемой частью экономической политики государства. Институциональные основы развития электронной коммерции предполагают не только наличие законодательных и регулирующих механизмов, но и активное участие различных заинтересованных сторон, таких как предприниматели, государственные органы, научные и образовательные учреждения, а также гражданское общество.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью анализа текущего состояния и перспектив развития электронной коммерции в Узбекистане в условиях цифровой экономики. Учитывая особенности и потребности местного рынка, важно выявить ключевые факторы, способствующие или препятствующие успешной интеграции электронных

технологий в бизнес-практику. Основной целью данного доклада является исследование институциональных основ, необходимых для стимулирования роста электронной коммерции, а также анализ их влияния на эффективность экономической деятельности в стране [3].

В Узбекистане наблюдается значительный рост числа интернет-пользователей и, соответственно, увеличение объемов онлайн-продаж. По данным Статистического агентства Республики Узбекистан, число интернет-пользователей в 2023 году составило более 20 миллионов человек, что создает благоприятные условия для роста электронной коммерции. Однако, несмотря на позитивные тенденции, сектор электронной торговли сталкивается со множеством проблем, среди которых недостаточная правовая база, низкий уровень цифровой грамотности населения, а также ограниченный доступ к финансовым и технологическим ресурсам. Эти проблемы требуют комплексного подхода и координации действий на уровне государственной политики.

Институциональные основы электронной коммерции охватывают широкий спектр вопросов, связанных с регулированием интернет-торговли, защитой прав потребителей, налогообложением и обеспечением кибербезопасности. Наличие четких и справедливых правил игры, которые способствуют честной конкуренции и защищают интересы всех участников рынка, является залогом успешного развития электронной торговли. В этом контексте важным аспектом является развитие инновационных подходов к регулированию, основанных на принципах прозрачности и доступности, что, в свою очередь, повысит уровень доверия как со стороны потребителей, так и со стороны бизнеса.

Одной из ключевых задач институционального развития электронной коммерции является формирование единой системы образования и повышения квалификации специалистов в области цифровых технологий и онлайн-бизнеса [4]. В условиях стремительного развития технологий возникает необходимость в подготовке кадров, способных адаптироваться к новым реалиям и эффективно использовать возможности, предоставляемые цифровой экономикой. Важную роль в этом процессе должны сыграть государственные образовательные учреждения, а также частные компании, которые могут предложить современные программы обучения и стажировки.

Кроме того, необходимо уделить внимание развитию инфраструктуры электронной коммерции, включая логистику, платёжные системы и защиту данных. Эффективная инфраструктура будет способствовать не только росту онлайн-продаж, но и повышению общей конкурентоспособности узбекских компаний на международной арене. В этой связи важным направлением является внедрение современных технологий и стандартов, а также привлечение иностранных инвестиций в сектор электронной торговли.

Таким образом, исследование институциональных основ развития электронной коммерции в Узбекистане в условиях цифровой экономики является актуальной задачей, требующей комплексного анализа и системного

подхода. Этот доклад направлен на выявление ключевых факторов, влияющих на развитие электронной торговли, а также на формирование рекомендаций по созданию эффективной институциональной базы, способствующей устойчивому росту и развитию сектора в долгосрочной перспективе.

Анализ и результаты

Развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) представляет собой один из ключевых факторов, определяющих прогресс общества в современных условиях. Сегодня деятельность бизнеса трудно представить без применения систем электронного документооборота, а также автоматизации документооборота, включающей электронные средства связи, такие как компьютерные сети, электронная почта и другие технологии. Эти инструменты легли в основу появления новых бизнес-моделей и форматов взаимодействия с потребителями.

Согласно рабочей программе Всемирной торговой организации (ВТО) по электронной коммерции, принятой на заседании Генеральной Ассамблеи 25 сентября 1998 года, электронная коммерция определяется как «производство, распределение, маркетинг, продажа и поставка товаров и услуг с использованием электронных средств связи» [5]. Эта формулировка подчёркивает важность интеграции технологий в традиционные торговые процессы, что, в свою очередь, способствует повышению эффективности и скорости операций.

В соответствии со статьей 3 Закона Республики Узбекистан, от 29.09.2022 г. № ЗРУ-792 «Об электронной коммерции» данное понятие охватывает предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров, выполнением работ и оказанием услуг, осуществляющую с использованием информационных систем. Участниками процесса электронной коммерции являются как юридические, так и физические лица, занимающиеся электронной торговлей, а также покупатели этих товаров и услуг. Важно отметить, что в эту сферу могут быть вовлечены и информационные посредники, представляющие собой юридические и физические лица, предоставляющие услуги, связанные с оборотом электронных документов [6].

Анализ исторических аспектов электронной коммерции указывает на то, что она зародилась как отдельная экономическая структура в 1960-х годах XX века. Первые шаги в этой области были предприняты американскими компаниями American Airlines и IBM, которые внедрили автоматизированные системы для продажи и бронирования авиабилетов. Это позволило значительно снизить стоимость услуг и увеличить поток пассажиров. В 1971 году студенты Стэнфордского университета и Массачусетского технологического института провели первую транзакцию, связанную с покупкой марихуаны через компьютерную сеть ARPANET. Позднее это событие стало обозначаться как первая онлайн-транзакция, что, в свою очередь, символизировало начало развития электронной коммерции.

В контексте государственного управления в сфере электронной коммерции в условиях перехода к цифровой экономике следует понимать

целенаправленную деятельность государственных органов, направленную на установление норм и правил ведения коммерческой деятельности субъектами экономики [7]. Это включает в себя создание благоприятных условий для развития электронной торговли и совершенствование функций государственной власти, способствующих инновационным преобразованиям и цифровизации экономики. Формирование эффективной институциональной среды является залогом успешной интеграции электронных технологий в экономическую систему страны, что, в свою очередь, будет способствовать повышению конкурентоспособности и устойчивому экономическому росту.

Анализ взглядов ученых на термин «электронная коммерция».

Термин «электронная коммерция» за последние десятилетия стал неотъемлемой частью нашего лексикона, однако его точное определение продолжает обсуждаться в научном сообществе. Разные ученые предлагают свои интерпретации этого феномена, учитывая его многогранность и динамичное развитие.

Широкое понимание электронной коммерции. Многие исследователи, такие как Mohamad, A. H., Hassan, G. F., & Abd Elrahman, A. S. (2022), Grover, V., & Teng, J. T. (2001), Kwilinski, A., Volynets, R., Berdnik, I., Holovko, M., & Berzin, P. (2019) [8,9,10], определяют электронную коммерцию как любую коммерческую деятельность, осуществляющую с использованием информационно-коммуникационных технологий. В этом широком понимании к электронной коммерции относят не только онлайн-продажи товаров и услуг, но и электронные платежи, электронный маркетинг, электронный документооборот и другие виды деятельности.

Узкое понимание электронной коммерции. Другие ученые, например, Chu, S. C., Leung, L. C., Van Hui, Y., & Cheung, W. (2007) [11] и Taher, G. (2021) [12], придерживаются более узкого толкования термина. Они считают, что электронной коммерцией следует называть исключительно деятельность, связанную с продажей товаров и услуг через Интернет. Такой подход позволяет четко отделить электронную коммерцию от других видов электронной деятельности.

Функциональное определение электронной коммерции. Ряд исследователей, в том числе Minculete, G., & Minculete, G. D. (2013). [13] и Sun, Z., & Finnie, G. R. (2004). [14], предлагают функциональное определение электронной коммерции. Они акцентируют внимание на процессах, которые происходят в рамках электронной коммерции, таких как поиск информации о товарах и услугах, сравнение цен, оформление заказа, оплата и доставка.

Интеграционный подход к определению электронной коммерции. Все больше ученых, таких как Kurrayanidi, K. I., & Abdullaev, A. M. (2020). [15] и Muminova, E., & all (2020), склоняются к интеграционному подходу. Они рассматривают электронную коммерцию как часть более широкой цифровой экономики и подчеркивают ее взаимосвязь с другими явлениями, такими как интернет-маркетинг, социальные сети и мобильные технологии.

Анализ научной литературы свидетельствует о многогранности интерпретаций понятия «электронная коммерция». Одним из наиболее широких определений, предложенных американским экономистом Gary, P. (2011), является определение, включающее все виды экономической деятельности, реализуемые с использованием интернет-технологий. Такой подход подчеркивает всеобъемлющий характер электронной коммерции, охватывая не только традиционные онлайн-продажи, но и широкий спектр сопутствующих услуг, таких как электронные платежи, маркетинг, логистика и др. Подобную точку зрения разделяют и другие исследователи, в том числе А. Саммер и Гр. Дункан.

В контексте Республики Узбекистан исследования электронной коммерции приобретают особую актуальность в связи с проводимыми структурными преобразованиями и развитием цифровой экономики. Отечественные ученые, такие как А.Н. Арипов, Р.И. Исаев, А.А. Джурбаев, Х.А. Мухитдинов и Л.И. Шибаршова, внесли значительный вклад в изучение институциональных, технологических и экономических аспектов развития информационно-коммуникационных технологий в стране. Работы Р.И. Исаева, Т.К. Иминова и Х.А. Мухитдина посвящены исследованию теоретических и практических аспектов электронной коммерции, включая вопросы формирования ее понятийного аппарата (С.С. Гулямов) и развития электронной документации (Р.И. Исаев, П.Ф. Хасанов, Х.П. Хасанов).

Несмотря на значительные достижения отечественных исследователей в области электронной коммерции, следует отметить, что в большинстве работ акцент делается на организационно-экономических аспектах развития этого феномена: оптимизации бизнес-процессов, снижении издержек, минимизации налогов. В то же время, глубокий анализ электронной коммерции с позиций экономической теории остается недостаточно развитым.

Электронная коммерция является одним из ключевых драйверов современной экономики. Для успешного развития этого сектора в Узбекистане необходимо продолжать углубленные научные исследования, направленные на выявление новых теоретических закономерностей и разработку практических рекомендаций для государственных органов и бизнеса.

Эволюция понятия «электронная коммерция». Важно отметить, что понимание электронной коммерции постоянно развивается. С появлением новых технологий и бизнес-моделей, таких как блокчейн и искусственный интеллект, границы электронной коммерции расширяются. Singh, D. K., & Aithal, P. S. (2024) в своих работах подчеркивает, что электронная коммерция перестает быть просто онлайн-продажей товаров и услуг, а становится основой для создания новых бизнес-экосистем.

Анализ взглядов различных ученых показывает, что термин «электронная коммерция» имеет множество интерпретаций. Отсутствие единого определения связано с многогранностью и динамичностью этого явления. Однако, несмотря на разнообразие подходов, все исследователи сходятся во мнении, что

электронная коммерция играет все более важную роль в современной экономике.

Проведенный анализ позволяет классифицировать электронную коммерцию по типу совершаемых сделок. Каждая операция между потребителем и продавцом уникальна и требует индивидуального подхода. В то же время, наблюдается тенденция к долгосрочному сотрудничеству между участниками рынка электронной коммерции.

Отсутствие единого определения «цифрового налогообложения» в современной экономической литературе является актуальной проблемой. Бурное развитие интернет-торговли и рост прибыльности цифровых гигантов, таких как Facebook, Apple, Amazon, Google, Microsoft и Netflix, подталкивают экономистов к разработке эффективных механизмов налогообложения в этой сфере. Рыночная капитализация этих компаний, достигающая 4,5 триллионов долларов США в год, свидетельствует о масштабах и влиянии цифровых платформ на мировую экономику.

Цифровизация государственного управления становится важным фактором, способствующим повышению потенциала государства. Связь между информатизацией государственного управления и расширением государственных возможностей особенно ярко проявляется в странах Восточно-Европейского и Центрально-Азиатского (ВЕЦА) регионов, где это связано с уровнем развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), степенью проникновения интернета и функциональной совместимостью систем управления информацией.

Степень развития электронной коммерции в условиях перехода к цифровой экономике напрямую связана с уровнем развития ИКТ и оценивается по ряду показателей. К числу таких показателей относятся:

- доля электронной коммерции в цифровой экономике,
- объем инвестиций в ИКТ,
- скорость и покрытие интернета, его доступность для населения,
- доля государственных услуг в системе электронного правительства,
- количество зарегистрированных ключей электронной цифровой подписи (ЭЦП),
- число активных доменных имен второго уровня в зоне .UZ,
- обеспеченность организаций специалистами в области ИКТ
- и уровень безопасности в сфере электронных торгов.

Также важны показатели в международных рейтингах, оценивающих уровень развития информационных технологий в стране.

В Узбекистане за период с 2016 года по настоящее время наблюдается значительный прогресс по многим из указанных показателей. Например, валовая добавленная стоимость, созданная в сфере услуг «информация и связь», выросла в два раза — с 4,4 до 10 трлн сумов. Объем услуг, предоставленных в рамках экономической деятельности «Информация и связь», также удвоился — с 6,3 до 13 трлн сумов.

По состоянию на 1 января 2024 года в сфере информации и связи функционировало 10 551 предприятие и организация. Однако по сравнению с аналогичным периодом 2022 года количество таких организаций сократилось на 1 653 единицы, что составляет 13,5%. В течение 2023 года услуги мобильной связи, включая Интернет, составили 48,5% от общего объёма предоставляемых услуг. На начало 2024 года количество хозяйствующих субъектов, имеющих лицензию на оказание услуг доступа к сети Интернет, составило 289.

По итогам января-сентября 2024 года объем телекоммуникационных услуг достиг 15 028,4 млрд сумов, что на 13,5% больше по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. В IV квартале 2022 года пропускная способность международных каналов передачи данных увеличилась на 400 Гбит/с и составила 3 600 Гбит/с.

Развитию сектора ИКТ также способствовал рост объема инвестиций в основной капитал в сфере «Информация и связь», который увеличился в четыре раза за период с 2016 по 2020 год, с 1,2 до 4,8 трлн сумов. Объем иностранных инвестиций и кредитов в этой сфере вырос в 2,5 раза, с 0,8 до 2 трлн сумов.

Эксперты отмечают динамичное развитие телекоммуникационной инфраструктуры: протяжённость проложенных волоконно-оптических линий связи увеличилась почти в 3,8 раза — с 17,9 до 68,6 тыс. км. Ожидается, что до конца 2021 года эта цифра практически удвоится и составит 118,6 тыс. км, что позволит создать внутреннюю и международную транспортную сеть, обеспечивающую высокоскоростной и широкополосный доступ к мировым информационным ресурсам — необходимую основу для интеграции в глобальную электронную коммерцию.

Также наблюдается устойчивый рост числа абонентов с доступом в Интернет на 100 человек населения — с 26,6 в 2015 году до 80 в 2023 году, что представляет собой практически трёхкратное увеличение. Основной прирост наблюдается за счёт подключения физических лиц: уровень обеспеченности Интернетом вырос с 25,8 в 2015 году до 73,6 в 2023 году, что составляет 2,7 раза. Лидерами по уровню проникновения интернета являются Ташкент и Ферганская область, где на 100 человек в 2023 году приходится 190 и 90 абонентов соответственно.

Расширение сети мобильной связи происходит за счёт установки новых станций, обеспечивающих работу сетей 4G, а в Ташкенте и Фергане также реализуются проекты по установке 45 базовых станций пятого поколения — 5G. Однако Кашкадарьянская, Сурхандарьинская и Ташкентская области отстают по уровню доступа к интернету, где показатель не превышает 70 абонентов на 100 человек даже к 2023 году.

Во всех регионах наблюдается положительная динамика в увеличении доступа населения к интернету. Наибольший прирост показали Ферганская область (более чем в 4 раза) и Навоийская область (более чем в 2,8 раза). Эти данные свидетельствуют о постепенном сокращении цифрового неравенства между регионами и расширении доступа населения к интернету.

Согласно постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан от 17 апреля 2021 года «Об утверждении основных технико-экономических параметров технико-экономического обоснования проекта «Расширение пропускной способности международного центра пакетной коммутации АК «Узбектелеком», компания «Узбектелеком» в сотрудничестве с американской компанией «Winncom Technologies» реализует проект модернизации данного центра стоимостью около 26 миллионов долларов США. Реализация проекта позволит увеличить пропускную способность до 1 800 Гбит/с. Важным этапом этого сотрудничества стало успешное завершение конкурса на расширение внешнего интернет-канала, стоимость которого составила 25,9 миллиона долларов, как указано в постановлении правительства. Ожидается, что этот проект окупится в течение шести лет.

В соответствии с постановлением Президента Республики Узбекистан от 14 мая 2018 года № ПП-3724 «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» был учрежден Национальный реестр субъектов электронной коммерции e-tijorat.uz. В этот реестр, основанный на принципах добровольности и бесплатности, могут быть включены юридические лица и индивидуальные предприниматели, чьи доходы от реализации товаров и услуг посредством электронной коммерции составляют не менее 80% от общего объема реализованных товаров и услуг. Эти субъекты становятся плательщиками единого налогового платежа по ставке 2%.

Для оценки эффективности государственного управления в сфере электронной коммерции в условиях цифровой экономики предлагается использовать различные индексы, такие как:

1. **Эффективность работы правительства (Government Effectiveness)** — этот индекс включает показатели, которые измеряют качество государственных услуг, процесс разработки и реализации внутренней государственной политики, уровень доверия к государственным органам, качество работы государственного аппарата, компетентность государственных служащих и степень их независимости от политического давления.

2. **Качество регулирования (Regulatory Quality)** — этот индекс отражает восприятие способности правительства разрабатывать и внедрять обоснованные меры государственной политики и нормативные акты, которые способствуют развитию частного сектора. Он фиксирует наличие мер, противоречащих принципам рыночной экономики, таких как неадекватный контроль цен и чрезмерное регулирование бизнес-среды.

3. **Открытое правительство (Open Government)** — этот индекс измеряет уровень открытости правительства, определяемый тем, насколько эффективно оно обменивается информацией, предоставляет гражданам инструменты для подотчетности и способствует их участию в обсуждении государственной политики. Также важным аспектом является уровень безопасности, который характеризует, насколько эффективно общество обеспечивает защиту граждан и их имущества.

4. **Соблюдение законов (Regulatory Enforcement)** — этот индекс определяет степень, в которой нормативные акты, как правовые, так и административные, применяются справедливо и эффективно. Он анализирует механизмы, с помощью которых обеспечивается соблюдение нормативных актов.

5. **Уголовное правосудие (Criminal Justice)** — этот индекс оценивает систему уголовного правосудия в стране. Эффективная система уголовного правосудия является ключевым элементом верховенства права, поскольку она обеспечивает механизм рассмотрения жалоб и возбуждения дел против правонарушителей.

6. **Гражданское правосудие (Civil Justice)** — этот индекс анализирует доступность и эффективность системы гражданского правосудия для обычных граждан. Он оценивает, насколько эти системы доступны, недороги и свободны от коррупции, а также насколько эффективно исполняются судебные решения.

7. **Отсутствие коррупции (Absence of Corruption)** — этот индекс измеряет уровень коррупции в правительстве и включает в себя такие формы, как взяточничество, влияние частных интересов на государственные решения и незаконное присвоение государственных ресурсов. Он также рассматривает, проводятся ли государственные закупки и тендера в рамках открытых и конкурентных процессов и воздерживаются ли государственные служащие от хищений.

Эти индикаторы позволяют комплексно оценить состояние электронной коммерции и выявить области, требующие улучшения в контексте государственного управления и цифровой трансформации экономики Узбекистана.

Обсуждение

Исследования демонстрируют позитивную динамику роста эффективности государственного управления. Для дальнейшего повышения результативности, прозрачности и открытости в этой сфере необходима комплексная реализация мер по внедрению цифровых технологий в управленические процессы. В данном контексте важными факторами являются уровень цифровизации, развитие цифровых рынков, степень информатизации процессов, социально-экономическая ситуация в стране, уровень цифровизации в зарубежных странах, а также международные стандарты трансграничного взаимодействия.

Цифровизация инструментов управления процессами электронной коммерции формирует новые механизмы взаимодействия субъектов экономики:

- Информатизация бизнес-процессов способствует совершенствованию единой системы взаимодействия участников на различных уровнях.
- Высокая скорость интернета и доступность цифровых технологий позволяют оперативно реагировать на изменения в экономической среде.

- Повышение прозрачности и доступности государственных услуг стимулирует бизнес к внедрению цифровых технологий в свою деятельность.
- Возможность обрабатывать большие объёмы данных упрощает принятие управленческих решений на государственном, региональном и муниципальном уровнях.

Цифровые технологии способствуют эффективному взаимодействию всех участников рынка, обеспечивая сбор, обработку и хранение информации, что, в свою очередь, повышает качество и оперативность принятия решений государственными органами.

Анализ международного опыта показывает, что субъекты электронной коммерции все чаще взаимодействуют через цифровые платформы, создавая цифровую экосистему. Электронная коммерция в Узбекистане развивается в условиях рыночной среды, однако необходимо учитывать риски цифровизации: монополизацию данных иностранными платформами, обеспечение технологической независимости, вопросы кибербезопасности и другие. Эти факторы требуют особого внимания при обновлении нормативно-правовой базы, а также при решении организационных и технических вопросов.

Государственные органы Узбекистана активно работают над созданием технологических платформ, совершенствованием законодательной базы для цифровой экономики, развитием системы «Электронное правительство», защитой национальных интересов при международном сотрудничестве, стимулированием внедрения цифровых технологий, подготовкой кадров, обеспечением защиты от киберугроз и расширением международного сотрудничества в области цифровой экономики. Развитие цифровой инфраструктуры и повышение цифровой грамотности также являются ключевыми факторами, способствующими росту цифрового потенциала страны. Однако существующая нормативно-правовая база с множеством подзаконных актов и ограничений, а также недостаток конкуренции на рынке могут отпугивать потенциальных инвесторов.

В рамках национальной программы «Цифровой Узбекистан — 2030» предусмотрены меры по развитию цифровой экономики, в том числе создание регуляторных «песочниц» для тестирования новых законодательных актов, привлечение инвестиций в науку и технологии, улучшение обмена данными на национальном и субрегиональном уровнях, а также укрепление международного сотрудничества в области цифровой инфраструктуры.

Несмотря на определённые успехи, предприятия Узбекистана остаются в числе отстающих в международных рейтингах цифровой конкурентоспособности. Для улучшения ситуации необходимо разработать систему стимулирования внедрения цифровых технологий на предприятиях. Ключевыми приоритетами в этом направлении являются совершенствование экономических механизмов государственного управления и создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в цифровые проекты.

Также необходимо разработать сбалансированные регуляторные условия для участников цифровых рынков, включая обеспечение безопасной цифровой

среды, развитие национальных экосистем и платформ, а также поддержку национальной цифровой экономики. Регуляторная политика должна своевременно реагировать на изменения рыночной среды, способствовать развитию инноваций и поддерживать национальные цифровые платформы и экосистемы в условиях конкуренции с зарубежными и глобальными платформами. Важно создать правовую основу, обеспечивающую условия для успешного развития национальных цифровых экосистем.

Согласно Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы, цифровая экономика рассматривается как основной драйвер роста. В рамках этой стратегии предусмотрено увеличение объема цифровой экономики как минимум в 2,5 раза к 2026 году, что станет важным шагом к укреплению конкурентоспособности Узбекистана на мировом уровне.

Полный переход государственного управления в цифровую среду требует сбалансированного подхода, включающего не только широкое использование технологий, но и сохранение личного взаимодействия и защиту интересов граждан. В рамках стратегии ускоренного развития национальной экономики и обеспечения устойчивого роста необходимо всестороннее совершенствование системы управления электронной коммерцией в условиях цифровой трансформации. Важными аспектами являются формирование регуляторной среды, которая создавала бы благоприятные правовые условия для применения цифровых технологий и ведения электронной коммерции, а также обеспечение здоровой конкурентной среды для национальных и иностранных экономических субъектов, включая цифровые экосистемы и платформы. При этом важно гарантировать защиту прав граждан и поставщиков, технологический суверенитет и устойчивое социально-экономическое развитие на пути к цифровой экономике.

Совершенствование экономических механизмов государственного регулирования предполагает разработку различных мер стимулирования приобретения цифровых продуктов и услуг в сфере электронной коммерции. К ним относятся создание льготных условий кредитования, налоговые и административные льготы, снижение ставок подоходного налога, упрощение таможенных процедур для товаров цифровой торговли, а также меры по увеличению экспорта цифровых услуг и привлечению инвестиций. Эти меры призваны снизить барьеры для участников рынка и повысить их конкурентоспособность на внутреннем и международном уровнях.

Цель регулирования цифровых экосистем и платформ на текущем этапе их развития заключается в обеспечении качественной конкуренции на национальном рынке и поддержании равных условий для всех участников, независимо от принадлежности к той или иной экосистеме. Необходимо приложить усилия для развития национальных экосистем и платформ в условиях конкуренции с зарубежными аналогами, а также для защиты интересов поставщиков и потребителей цифровых товаров и услуг. Эти меры будут способствовать устойчивому экономическому росту, дальнейшей цифровизации и технологическому развитию Республики Узбекистан, создавая

прочную основу для роста цифровой экономики и укрепления ее позиций на международной арене.

Заключение

Проведенное исследование демонстрирует, что электронная коммерция в Узбекистане переживает стремительный рост, однако для достижения полного потенциала требуется дальнейшее развитие институциональной среды.

По нашему мнению, для ускорения развития электронной коммерции целесообразно:

- совершенствовать законодательную базу, обеспечивающую защиту прав потребителей и стимулирующую инновации.
- усилить инвестиции в развитие инфраструктуры, включая широкополосный интернет и логистические сети.
- развивать человеческий капитал, повышая уровень цифровой грамотности населения.
- создавать благоприятные условия для развития малого и среднего бизнеса в сфере электронной коммерции.
- укреплять международное сотрудничество в области электронной торговли.

Таким образом, в долгосрочной перспективе электронная коммерция может стать одним из основных двигателей экономического роста Узбекистана, способствуя повышению уровня жизни населения и укреплению позиций страны на мировом рынке.

Список использованной литературы:

1. Kurpayanidi, K. I. (2020). To the problem of doing business in the conditions of the digital economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 9(89), 1.
2. Kurpayanidi, K. I. (2020). К проблеме ведения бизнеса в условиях цифровой экономики. *Theoretical & Applied Science*, (9), 1-7.
3. Muxiddinovich, M. S., & Ivanovich, K. K. (2024). Проблемы интеграции цифровой экономики в Узбекистане. *Science and innovation*, 3(Special Issue 24), 1051-1056.
4. Курпаяниди, К. (2021). Актуальные вопросы цифровизации в индустриальном секторе экономики Узбекистана. *Общество и инновации*, 2(4/S), 201-212.
5. Электронная коммерция в ВТО: перспективы согласования переговорного мандата/ Электронный ресурс. Режим доступа URL: <https://tradepol.hse.ru/news/168044506.html>
6. Об электронной коммерции. Закон Республики Узбекистан, от 29.09.2022 г. № ЗРУ-792. <https://lex.uz/ru/docs/6213428>
7. Курпаяниди К.И. (2025). Коммерческая логистика. Фергана: Al-Ferganus. — 600 С. ISBN 978-9910-9579-6-3. Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13764066> <https://elibrary.ru/item.asp?id=72963951>

8. Mohamad, A. H., Hassan, G. F., & Abd Elrahman, A. S. (2022). Impacts of e-commerce on planning and designing commercial activities centers: A developed approach. *Ain Shams Engineering Journal*, 13(4), 101634.
9. Grover, V., & Teng, J. T. (2001). E-commerce and the information market. *Communications of the ACM*, 44(4), 79-86.
10. Kwilinski, A., Volynets, R., Berdnik, I., Holovko, M., & Berzin, P. (2019). E-Commerce: Concept and legal regulation in modern economic conditions. *J. Legal Ethical & Regul. Issees*, 22, 1.
11. Chu, S. C., Leung, L. C., Van Hui, Y., & Cheung, W. (2007). Evolution of e-commerce Web sites: A conceptual framework and a longitudinal study. *Information & Management*, 44(2), 154-164.
12. Taher, G. (2021). E-commerce: advantages and limitations. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 11(1), 153-165.
13. Minculete, G., & Minculete, G. D. (2013). Approaches related to E-commerce models in the e-business. *Land Forces Academy Review*, 18(1), 101.
14. Sun, Z., & Finnie, G. R. (2004). *Intelligent techniques in e-commerce*. Berlin: Springer.
15. Kurpayanidi, K. I., & Abdullaev, A. M. (2020). Empirical observation in the search of strategy for development of e-learning: case of national universities in Uzbekistan. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 91.