РОЛЬ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ

Низамов Алишер Баязович,
Кафедра « Методика начального образования» ГГПИ

Аннотация. В статье анализируются институциональные, экономические и технологические функции электронной коммерции в повышении конкурентоспособности малого бизнеса в Узбекистане. Выявлены системные проблемы, связанные с логистической инфраструктурой, электронными платежами, цифровой грамотностью и правовой базой, предложены научные решения, направленные на их устранение.

Ключевые слова: Электронная коммерция, малый бизнес, конкурентоспособность, цифровая экономика, онлайн-платежные системы,
логистика и доставка, налоговая и законодательная база, инновации и IT-инфраструктура.

В условиях проводимых в Узбекистане комплексныхэкономических реформ цифровая трансформация стала одним из приоритетов национальной экономической политики. В частности, сектор электронной коммерции выступает важным драйвером формирования конкурентоспособной рыночной экономики в стране. Развитие современной цифровой инфраструктуры и платформ онлайн-торговли позволит субъектам малого бизнеса интегрироваться во внутренний и внешний рынки,

диверсифицировать сегменты клиентов и оптимизировать товарооборот и финансовые потоки.

Анализ литературы по теме (Literature review). В научной литературе всесторонне анализируются институциональные, экономические и технологические функции электронной коммерции в обеспечении конкурентоспособности малого бизнеса и поддержке его непрерывного развития. Роль электронной коммерции в рыночной системе, механизм ее влияния на субъекты малого бизнеса и ее значение в создании инновационных решений изучены на научной основе.

В то же время, устойчивые перспективы развития сектора электронной коммерции оцениваются на концептуальной основе, а существующие системные проблемы - логистическая инфраструктура, правовая база, уровень цифровой грамотности и недостаточность финансовых инструментов - анализируются комплексно. На основе результатов исследования будут разработаны практические предложения и стратегические рекомендации, направленные на эффективное развитие экосистемы электронной коммерции и повышение конкурентоспособности малого бизнеса.

Методология исследования (Research Methodology). Электронная коммерция имеет стратегическое значение для повышения конкурентоспособности малого бизнеса, охватывая его экономические, институциональные и технологические функции:

 Диверсификация и интеграция географии рынка: Электронная коммерция позволяет субъектам малого бизнеса выходить за пределы местного рынка, получать доступ к республиканским и трансграничным торговым сегментам. Этот процесс повышает уровень интеграции малого бизнеса на внешние рынки и развивает экспортный потенциал.

 Усиление конкурентной среды и повышение эффективности:

Механизмы онлайн-торговли делают ценообразование и качество услуг прозрачными, побуждая предпринимателей применять инновационные маркетинговые стратегии и создавать более эффективные бизнес-модели по сравнению с конкурентами. Это создаст здоровую конкурентную среду на рынке.

 Оптимизация структуры затрат и финансовая эффективность:

Цифровизация процесса торговли посредством электронной коммерции значительно снижает арендные, складские и логистические расходы, увеличивает скорость оборота капитала и повышает рентабельность предприятий.

Анализ и результаты (Analysis and results). В последние годы рынок электронной коммерции в Узбекистане демонстрирует устойчивые тенденции роста. Вместе с тем имеются системные проблемы, препятствующие полноценному использованию потенциала рынка.

Их научный анализ и пути решения приведены ниже:

Проблемы Научно обоснованные решения Логистическая инфраструктура недостаточно развита - склады и курьерские услуги недостаточно охвачены в отдаленных районах. Логистика Развитие услуг доставки последнего километра (last-mile) и расширение участия частного сектора.

Охват электронными платежнымисистемами ограничен - возможности онлайн-платежей или низкая скорость интернета в некоторых регионах.

Расширение инфраструктуры широкополосной связи, поддержка технологий мобильных платежей, диверсификация финтех-экосистемы и совершенствование единого национального платежного шлюза.

Низкая цифровая грамотность -Предприниматели не могут эффективно использовать цифровой маркетинг, онлайн-платформы и CRM-системы.

Правовые и институциональные пробелы - политика возврата и налоговая отчетность являются сложными для предпринимателей.

Усиление системы защиты прав потребителей и перевод налоговой отчетности для малого бизнеса в цифровую, упрощенную форму.

Дальнейшее развитие электронной коммерции имеет стратегическое значение для повышения конкурентоспособности малого бизнеса. Его перспективы в институциональном, экономическом и технологическом направлениях проявляются следующим образом:

 Развитие экосистемы цифровых платежей: благодаря платежам с QR-кодом, электронным кошелькам, мобильному банкингу и финтех-стартапам сокращается оборот наличных денег, повышается финансовая прозрачность и закладывается основа для увеличения налоговых поступлений.

 Усиление государственного регулирования и поддержки: Расширение налоговых льгот, субсидий и грантовых программ для субъектов электронной коммерции создает большую мотивацию для вовлечения малого бизнеса в цифровую трансформацию. В то же время развитие логистики и IT-инфраструктуры на основе государственно-частного партнерства можно рассматривать как приоритетное направление.

 Внедрение технологических инноваций и интеллектуальных решений:

Прозрачность товарооборота будет обеспечена за счет автоматизации складских и логистических процессов, разработки прогнозов спроса и систем рекомендаций на основе искусственного интеллекта, применения технологий блокчейн. Это позволит малому бизнесу оперативно принимать решения и рационально использовать ресурсы.

Выводы и предложения. Электронная коммерция служит стратегическим драйвером повышения конкурентоспособности малого бизнеса. Он снижает операционные расходы за счет цифровизации процессов производства и продаж, обеспечивает ценообразование на рынке и прозрачность процесса продаж, а также значительно улучшает качество взаимодействия с клиентами.

В целях полной реализации потенциала электронной коммерции в национальной экономике целесообразно реализовать следующие

предложения: развитие складов и курьерских услуг "last-mile" в отдаленных районах, внедрение интеллектуальных систем управления логистикой и расширение участия частного сектора; организация краткосрочных модульных учебных курсов и программ акселерации по цифровому маркетингу, онлайн-торговле, электронным CRM-системам и IT-менеджменту для предпринимателей и основателей стартапов; усиление механизмов защиты прав потребителей и внедрение цифровой, упрощенной налоговой отчетности для малого бизнеса.

Список литературы

1.https://unctad.org/system/files/officialdocument/dtlecdeinf2024d1summary_en.pdf.

2. Гулямов С., Аюпов Р. Рақамли иқтисодиёт ва электрон тижорат асослари. Ўқув қўлланма. Т.: ТМИ, “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2020, 510 бет.