

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА УЗБЕКИСТАНА: РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ГОТОВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Хамидова Камилла Улугбековна

магистр, докторант Наманганского государственного
технического университета,

Республика Узбекистан, г. Наманган

E-mail: phd.khamidova@mail.ru

<https://doi.org/10.5281/zenodo.21261188>

ARTICLE INFO

Received: 1st July 2026

Accepted: 2nd July 2026

Published: 8th July 2026

KEYWORDS

экспорт, экспортный
потенциал СМП, электронная
коммерция, цифровизация,
цифровая грамотность.

ABSTRACT

В статье рассматривается взаимосвязь между уровнем цифровой готовности населения и реализацией экспортного потенциала субъектов малого предпринимательства Узбекистана в условиях развития электронной коммерции. На основе анализа официальных статистических данных и результатов авторского социологического опроса (n=100) выявлена диспропорция между вкладом малого бизнеса в ВВП страны (52,2%) и его долей в национальном экспорте (36,6%), а также определены ключевые ограничения цифровой готовности населения — прежде всего в области цифровой безопасности, — сдерживающие интеграцию малого бизнеса в глобальные цифровые каналы сбыта. Показано, что повышение экспортного потенциала малого предпринимательства требует сочетания развития инфраструктуры электронной коммерции с целенаправленным повышением цифровых компетенций населения.

В условиях глобализации цифровые технологии становятся одним из ключевых инструментов выхода субъектов малого предпринимательства на внешние рынки. Согласно концепции «рождённых глобальными» компаний (born global), использование цифровых платформ и электронной коммерции позволяет малым предприятиям минимизировать традиционные барьеры интернационализации, ранее требовавшие значительных финансовых и временных ресурсов [3]. Однако эффективность применения таких инструментов напрямую зависит от уровня цифровой грамотности как самих предпринимателей, так и рабочей силы, задействованной в экспортно ориентированных секторах.

Значимость цифровой готовности для реализации экспортного потенциала малого бизнеса подтверждается и современными зарубежными исследованиями. Так, ОЭСР отмечает, что, несмотря на потенциальные выгоды цифровизации для повышения конкурентоспособности малых предприятий, их цифровая трансформация сдерживается низкой осведомлённостью, дефицитом внутренних ресурсов и навыков, а также финансовыми ограничениями [4]. Исследование цифровизации экспортной активности малого бизнеса стран Центральной и Восточной Европы предлагает многоуровневую модель анализа, включающую цифровое внедрение на уровне фирмы, уровень цифрового использования в обществе и институциональную цифровую среду страны [1] — что методологически согласуется с подходом настоящего исследования, рассматривающего цифровую готовность населения как один из уровней анализа экспортного потенциала малого предпринимательства. Аналогичным образом, эмпирический анализ на данных китайских промышленных экспортёров подтверждает статистически значимое положительное влияние цифровой трансформации на результаты экспортной деятельности предприятий [5].

Несмотря на существенный вклад малого бизнеса в экономику Узбекистана (доля СМП в ВВП страны в 2025 г. составила 52,2% [7]), его участие в национальном экспорте остаётся заметно ниже — на уровне 36,6% [6]. Одним из факторов, способных сократить этот разрыв, выступает стремительное развитие электронной коммерции: за последние пять лет объём рынка e-commerce Узбекистана вырос примерно в 22 раза и достиг около 2 млрд долларов по итогам 2025 года, при среднегодовых темпах роста сектора в 30–50% [6]. Вместе с тем доля e-commerce в розничном обороте страны составляет лишь около 5%, что существенно ниже среднемировых показателей в 15–20% — это указывает на значительный неиспользуемый потенциал цифровых каналов сбыта, в том числе для целей экспорта.

Государство уже предпринимает шаги по снижению административных барьеров в этой сфере: постановлением Кабинета Министров от 26 декабря 2024 года №885 юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям и самозанятым разрешено экспортировать товары через курьерские и почтовые службы без обязательной регистрации контрактов в Единой электронной информационной системе внешнеторговых операций [9].

Реализация данного потенциала, однако, ограничивается уровнем цифровой готовности населения. По результатам проведённого нами социологического опроса (смотреть диаграмму 1) (n=100) установлено, что при высоком уровне базовых цифровых навыков (85,25%) и доступности интернет-инфраструктуры (85%) [2] существенно более низкими остаются компетенции в области цифровой безопасности (66,75%) — только 58% опрошенных проверяют безопасность сайта перед вводом платёжных данных, а 29% не используют двухфакторную аутентификацию [2].

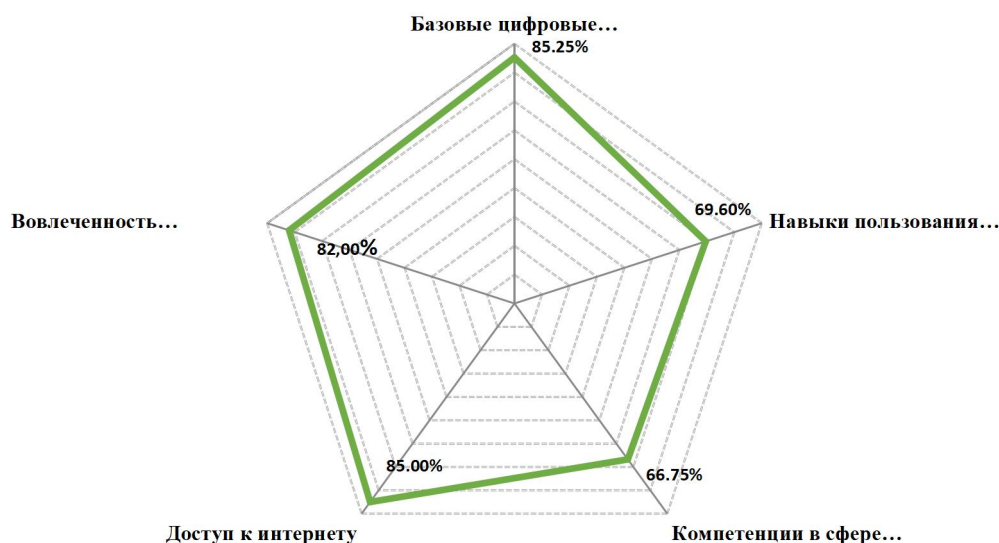


Диаграмма 1. - Цифровая грамотность населения Республики Узбекистана (в процентах)¹

Данные ограничения представляют прямой риск для субъектов малого предпринимательства при работе с иностранными платёжными системами и международными электронными торговыми площадками. Кроме того, респонденты указали на существенное отставание в цифровизации отраслей, традиционно формирующих экспортный потенциал малого бизнеса, — промышленности (44%) и сельского хозяйства (36%).

Таким образом, повышение экспортного потенциала субъектов малого предпринимательства Узбекистана в условиях глобализации требует не только развития инфраструктуры электронной коммерции и мер институциональной поддержки, но и целенаправленного повышения цифровых компетенций населения — в первую очередь в области цифровой безопасности — как необходимого условия успешной интеграции малого бизнеса в глобальные цифровые каналы сбыта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Dimensions of Digitalization and SME Intra-EU Export Performance: Panel Evidence from the CEE-8 Economies // *Economies*. — 2026. — Vol. 14, No. 5. — Art. 147. — DOI: 10.3390/economies14050147
2. Khamidova K.U. Human Capital and Digital Competency: Empirical Assessment of Readiness for Digital Economy in Uzbekistan // *Innovations in Science and Technologies*. — 2025. — №2. — С. 200–207.
3. Knight, G. A., Cavusgil, S. T. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm // *Journal of International Business Studies*. — 2004. — Vol. 35, No. 2. — P. 124–141.
4. OECD. The Digital Transformation of SMEs, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. — Paris: OECD Publishing, 2021.
5. The impact of digital transformation on enterprise performance: An empirical analysis based on China's manufacturing export enterprises // PMC (National Library of Medicine). — URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10917267/>

¹ Разработано автором https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdeLi94Mela7CBC6qjYwW8RWlxX7M_67im-msHqCUrSO2Iiw/closedform

6. Национальное агентство перспективных проектов Республики Узбекистан – пресс тур от 01.04.2026 г. //Sputnik. Узбекистан. Режим доступа: <https://uz.sputniknews.ru/20260401/56641750.html> (дата обращения: 02.07.2026)
7. Национальный комитет по статистике Республики Узбекистан – Доля субъектов малого предпринимательства в ВВП. Режим доступа: https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_420.pdf (дата обращения: 01.07.2026)
8. Национальный комитет по статистике Республики Узбекистан – Доля субъектов малого предпринимательства в общем объеме экспорта товаров и услуг. Режим доступа: https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_402.pdf (дата обращения: 01.07.2026)
9. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 26 декабря 2024 года № 885 «О мерах по дальнейшему развитию сферы электронной коммерции в Республике Узбекистан» // Национальная база данных законодательства. — URL: <https://lex.uz/ru/docs/7284840> (дата обращения 05.07.2026)

