

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

Илалова Гуззал Муратбаевна

преподаватель №2 техникума Кунградского района.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.23842674>

Аннотация. В статье рассматривается влияние цифровых технологий на организацию и развитие предпринимательской деятельности. Раскрываются сущность цифровой трансформации и роль электронной коммерции, цифрового маркетинга, облачных сервисов, анализа данных, искусственного интеллекта и автоматизации в повышении эффективности предприятий. Анализируются финансовые, технологические и кадровые трудности, с которыми сталкиваются субъекты малого и среднего бизнеса при внедрении цифровых решений. Особое внимание уделяется возможностям цифрового развития бизнеса в Узбекистане и мерам, способствующим эффективному использованию технологий. В заключительной части предлагается поэтапный подход к цифровизации и определяются показатели оценки её результатов.

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровая трансформация, бизнес, малый и средний бизнес, электронная коммерция, цифровой маркетинг, искусственный интеллект, автоматизация, анализ данных, кибербезопасность, конкурентоспособность.

В условиях глобализации и усиливающейся экономической конкуренции цифровые технологии стали одним из важнейших факторов, определяющих направления развития бизнеса. Интернет, мобильные приложения, электронные платежи, облачные вычисления, анализ больших данных и искусственный интеллект позволяют предприятиям быстрее взаимодействовать с клиентами, упрощать внутренние процессы и выходить на новые рынки. Технологические решения, которые ранее были доступны преимущественно крупным компаниям, сегодня представлены в виде сравнительно доступных сервисов и для малого бизнеса.

Цифровизация не ограничивается приобретением компьютеров или программного обеспечения. Она предполагает пересмотр бизнес-процессов, принятие решений на основе данных, развитие цифровых навыков сотрудников и повышение ценности, предлагаемой клиенту. Поэтому внедрение цифровых технологий должно быть согласовано с общей стратегией предприятия.

В Узбекистане развитие цифровой экономики также относится к важным направлениям государственной политики. Стратегия «Цифровой Узбекистан – 2030» предусматривает цифровое развитие отраслей экономики, расширение информационных систем и совершенствование электронных услуг [1]. Это создаёт новые возможности для бизнеса и одновременно требует от предпринимателей адаптации к технологическим изменениям.

Цифровые технологии представляют собой совокупность технических и программных средств, обеспечивающих создание, хранение, передачу, обработку и использование информации.

В бизнесе к ним относятся платформы электронной торговли, системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), системы планирования ресурсов предприятия (ERP), облачные сервисы, цифровые платежи, инструменты анализа данных, интернет-реклама и решения на основе искусственного интеллекта.

Цифровая трансформация – более широкое понятие, чем применение отдельных цифровых инструментов. Она означает изменение способов работы организации, модели управления и процессов обслуживания клиентов с помощью технологий. Например, создание страницы магазина в социальной сети является использованием цифрового инструмента. А объединение онлайн-заказов, автоматизированного учёта запасов, цифровых платежей и анализа поведения клиентов представляет собой более комплексный процесс цифровой трансформации.

Результативность цифровых изменений зависит от целей, для которых предприятие выбирает технологию. Если новая программа не решает конкретную проблему или сотрудники не умеют ею пользоваться, ожидаемый эффект может не возникнуть. Поэтому сначала необходимо изучить бизнес-процессы, определить основные трудности и выбрать решение, соответствующее потребностям организации.

Цифровые технологии позволяют сократить затраты времени и труда за счёт автоматизации повторяющихся операций. Электронные счета, цифровой складской учёт, онлайн-заказы и автоматизированная отчётность уменьшают объём задач, выполняемых вручную. Это помогает сокращать количество ошибок, быстрее находить нужную информацию и облегчает принятие управленческих решений.

Облачные сервисы дают возможность использовать программные инструменты без значительных вложений в дорогостоящие серверы и сложную инфраструктуру. Однако сокращение затрат не происходит автоматически: необходимо заранее учитывать стоимость подписки, технической поддержки, переноса данных и обучения сотрудников.

Электронная коммерция позволяет предприятиям предлагать товары и услуги более широкой аудитории, в том числе за пределами своего региона. Для продаж через интернет-магазин, маркетплейс или социальные сети не всегда требуется открывать новые традиционные торговые точки. Это особенно важно для ремесленников, небольших производителей и предпринимателей, оказывающих услуги.

В цифровой торговле покупатель может получить информацию о товаре, сравнить цены, оформить заказ и оплатить покупку дистанционно. Предприятие, в свою очередь, получает данные о заказах, интересах клиентов и динамике продаж, что помогает улучшать ассортимент и качество обслуживания. При этом необходимо тщательно организовать доставку, возврат товаров, безопасность платежей и оперативную обработку обращений.

Цифровой маркетинг помогает определять целевую аудиторию, измерять результаты рекламы и поддерживать регулярную связь с клиентами. Социальные сети, поисковые системы, электронная почта и мессенджеры используются для продвижения товаров, объявления скидок и ответов на вопросы покупателей.

В отличие от многих традиционных рекламных каналов, цифровые инструменты позволяют отслеживать такие показатели, как просмотры, переходы, обращения и покупки.

CRM-системы обеспечивают упорядоченное хранение информации о клиентах, позволяют отслеживать повторные обращения и формировать персонализированные предложения. При этом использование персональных данных должно соответствовать требованиям конфиденциальности, согласия пользователей и информационной безопасности. Доверие клиентов является одним из основных условий долгосрочного успеха бизнеса.

Анализ данных помогает выявлять объёмы продаж, структуру затрат, сезонные колебания спроса и покупательские привычки. Например, предприятие, регулярно анализирующее данные о продажах, может определить наиболее востребованные товары, сократить избыточные запасы и точнее планировать закупки. В результате управленческие решения опираются не только на предположения, но и на фактическую информацию.

Искусственный интеллект может применяться для подготовки первоначальных ответов на вопросы клиентов, составления текстов, сортировки документов, прогнозирования спроса и обработки информации. Однако результаты работы ИИ могут содержать ошибки или быть неполными. Поэтому при принятии важных финансовых, юридических и стратегических решений необходимо сохранять контроль человека, а конфиденциальную информацию обрабатывать только в защищённой среде.

Цифровые технологии создают условия для появления новых бизнес-моделей.

Например, услуги могут предоставляться по подписке, производство – организовываться под заказ, консультации – проводиться дистанционно, а цифровые продукты – продаваться через онлайн-платформы. Такие подходы позволяют предприятиям быстрее реагировать на изменения рыночного спроса.

Конкурентоспособность определяется не самим наличием технологии, а тем, какую ценность она создаёт для клиента. Если предприятие быстрее обрабатывает заказы, повышает качество услуг или делает процесс покупки удобнее, цифровые решения могут укрепить его рыночные позиции.

Несмотря на широкие возможности, внедрение цифровых технологий сопровождается рядом трудностей. Первая проблема – ограниченность финансовых ресурсов. Для малого бизнеса расходы на программное обеспечение, оборудование, интернет, техническое обслуживание и обучение сотрудников могут быть существенными.

Поэтому целесообразно начинать с наиболее важных потребностей и заранее оценивать ожидаемую отдачу от инвестиций.

Вторая проблема – недостаток цифровых компетенций. Если сотрудники не умеют пользоваться новыми системами, технологии могут создавать дополнительные сложности вместо повышения эффективности. Для решения этой проблемы необходимы практические тренинги, краткие инструкции, назначение ответственного специалиста и поэтапное внедрение.

Третьим существенным риском является кибербезопасность. Слабые пароли, фишинговые ссылки, вредоносные программы, потеря данных и несанкционированный доступ могут нанести ущерб финансам и репутации предприятия. Важными мерами защиты являются использование надёжных паролей, двухфакторной аутентификации, резервное копирование данных, регулярное обновление программ и обучение сотрудников распознаванию-соединения и цифровая инфраструктура могут различаться между регионами. При планировании цифровизации необходимо учитывать эти различия, неодинаковые потребности предпринимателей и реальные возможности небольших предприятий.

Государственные инициативы по развитию цифровой экономики формируют важные институциональные условия для бизнеса в Узбекистане. Стратегия «Цифровой Узбекистан – 2030» предусматривает цифровое развитие отраслей экономики и совершенствование электронных услуг [1]. В официальных материалах, опубликованных в 2025 году, также подчёркивается внимание к цифровизации государственных услуг, расширению телекоммуникационной инфраструктуры в регионах и внедрению информационных систем [2]. Эти направления могут расширять возможности предпринимателей по использованию цифровых сервисов.

Одним из перспективных направлений для местного бизнеса является развитие электронной торговли и цифровых платежей. Небольшой производитель или поставщик услуг может привлекать новых клиентов через социальные сети и онлайн-платформы. В сельском хозяйстве цифровой учёт, логистика и анализ спроса способны улучшить отслеживание движения продукции и использование ресурсов. В сфере услуг онлайн-запись, бронирование, дистанционные консультации и электронные базы клиентов повышают удобство взаимодействия.

Вместе с тем одной инфраструктуры недостаточно для успешной цифровизации.

Предпринимателям необходимы практические консультации, обучение финансовой и технологической грамотности, надёжные цифровые сервисы и культура кибербезопасности. Сотрудничество государства, образовательных учреждений, технологических компаний и бизнес-объединений может ускорить этот процесс.

Цифровые технологии являются важным инструментом повышения эффективности, гибкости и конкурентоспособности современного бизнеса. Электронная коммерция расширяет рынки сбыта, цифровой маркетинг укрепляет взаимодействие с клиентами, автоматизация сокращает объём повторяющихся операций, а анализ данных помогает принимать более обоснованные решения. Искусственный интеллект и облачные сервисы также открывают новые возможности для малых и средних предприятий.

Однако результативность цифровизации зависит не от самого факта приобретения технологий, а от их внедрения в соответствии с целями предприятия. Финансовые ограничения, недостаток цифровых навыков, риски кибербезопасности и различия в инфраструктуре могут снижать эффективность этого процесса.

Поэтому бизнесу следует внедрять цифровые изменения поэтапно, обучать сотрудников и оценивать результаты с помощью конкретных показателей.

В условиях Узбекистана государственная политика в сфере цифровой экономики, расширение электронных услуг и развитие телекоммуникационной инфраструктуры создают дополнительные возможности для бизнеса. Чтобы эффективно использовать эти возможности, предпринимателям необходимо адаптировать технологические новшества к своей деятельности, ориентироваться на потребности клиентов и уделять постоянное внимание информационной безопасности. Таким образом, цифровые технологии являются не самоцелью, а стратегическим инструментом повышения эффективности, развития инноваций и обеспечения устойчивого роста бизнеса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 года № УП-6079 «Об утверждении Стратегии “Цифровой Узбекистан — 2030” и мерах по её эффективной реализации». <https://lex.uz/uz/docs/5030957>
2. Министерство цифровых технологий Республики Узбекистан. «Определены меры по дальнейшему ускорению внедрения цифровых технологий в стране». 17.09.2025. <https://gov.uz/uz/digital/news/view/86313>
3. OECD. The Digital Transformation of SMEs. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. Paris: OECD Publishing, 2021. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
4. World Bank. World Development Report 2016: Digital Dividends. Washington, DC: World Bank, 2016. <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>
5. UNCTAD. Digital Economy Report 2021: Cross-border Data Flows and Development. Geneva: United Nations, 2021. <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2021>