

ГУ «ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

ОБЗОР СОСТОЯНИЯ  
**ЭЛЕКТРОННОЙ  
КОММЕРЦИИ**  
В УЗБЕКИСТАНЕ



2023

# Оглавление

<b>Введение</b>	<b>2</b>
<i>Общая информация о электронной коммерции и ее роль в современном мире</i>	2
<i>Краткий обзор состояния электронной коммерции в мировом масштабе</i>	3
<b>Обзор состояния электронной коммерции в Узбекистане</b>	<b>4</b>
<i>Исторический обзор развития электронной коммерции в Узбекистане</i>	4
<i>Анализ текущего состояния рынка электронной коммерции в стране</i>	5
<i>Основные игроки и платформы электронной коммерции в Узбекистане</i>	7
<b>Тенденции и перспективы</b>	<b>9</b>
<i>Анализ текущих тенденций в развитии электронной коммерции в Узбекистане</i>	9
<i>Оценка факторов, способствующих росту электронной коммерции в стране</i>	11
<i>Прогнозирование будущего развития электронной коммерции в Узбекистане</i>	11
<b>Вызовы и преграды</b>	<b>12</b>
<i>Идентификация основных преград и вызовов, с которыми сталкиваются электронные коммерсанты в Узбекистане</i>	14
<i>Рассмотрение вопросов безопасности, законодательства и инфраструктуры, влияющих на электронную коммерцию в стране</i>	15
<b>Заключение</b>	<b>15</b>
<i>Стратегические рекомендации для развития электронной коммерции</i>	16

# Введение

Современный мир все больше ориентируется на цифровую сферу, и электронная коммерция становится неотъемлемой частью нашего повседневного опыта. Электронная коммерция, также известная как интернет-торговля, переживает быстрый рост и преобразование по всему миру. Узбекистан, будучи одной из крупнейших стран Центральной Азии, не является исключением.

В настоящее время электронная коммерция в Узбекистане испытывает значительное развитие и приобретает все большую популярность среди потребителей и предпринимателей. В этом исследовании мы проведем детальный анализ текущего состояния электронной коммерции в Узбекистане, исследуем ее динамику, ключевых участников и факторы, влияющие на ее развитие.

Первоначально рассмотрим исторический обзор развития электронной коммерции в Узбекистане, чтобы понять, как страна прошла путь от традиционной розничной торговли к цифровым платформам. Затем мы обратим внимание на текущее состояние рынка электронной коммерции, рассмотрим основных игроков и платформы, которые формируют его ландшафт.

Важно отметить, что электронная коммерция в Узбекистане не ограничивается только продажей товаров, она также включает в себя предоставление услуг, онлайн-бронирование, финансовые операции и многое другое. Мы будем изучать различные аспекты этой динамичной сферы и выявлять ключевые тенденции, вызовы и перспективы для ее развития.

Целью данной статьи является предоставление читателям всестороннего обзора электронной коммерции в Узбекистане и помощь в понимании текущего состояния этой важной сферы бизнеса. Далее мы рассмотрим обзор электронной коммерции в Узбекистане, чтобы представить вам полную картину и дать основу для дальнейшего изучения и анализа.

## **Общая информация о электронной коммерции и ее роль в современном мире**

В современном мире электронная коммерция играет все более важную роль в экономике и повседневной жизни людей. Она представляет собой процесс покупки и продажи товаров и услуг через интернет и цифровые платформы. С развитием информационных технологий и ростом доступности интернета, электронная коммерция стала неотъемлемой частью нашего общества.

Одним из основных преимуществ электронной коммерции является возможность осуществлять покупки и продажи виртуально, без ограничений географии и времени. Потребители могут легко находить и сравнивать товары, совершать покупки с помощью нескольких кликов и выбирать удобные способы оплаты и доставки. Для предпринимателей электронная коммерция предоставляет широкий доступ к мировому рынку, возможность создания виртуальных магазинов и привлечения новых клиентов.

Рост электронной коммерции в современном мире невозможно переоценить. Она оказывает значительное влияние на экономику, создавая новые рабочие места, способствуя экономическому росту и развитию. Электронная коммерция также изменяет способы потребления и взаимодействия между предпринимателями и потребителями. Она

стимулирует инновации, развитие цифровых технологий и улучшение качества предлагаемых товаров и услуг.

В рамках данной статьи мы сосредоточимся на роли электронной коммерции в современном мире и ее влиянии на экономические и социальные структуры. Будут рассмотрены основные преимущества и вызовы, с которыми сталкиваются предприниматели и потребители при использовании электронной коммерции. Кроме того, мы исследуем конкретный случай электронной коммерции в Узбекистане, чтобы понять, как она внедрена и влияет на развитие бизнеса и потребительский опыт в этой стране.

Целью данного подраздела является предоставление обзора роли электронной коммерции в современном мире и создание основы для более глубокого изучения состояния электронной коммерции в Узбекистане.

## **Краткий обзор состояния электронной коммерции в мировом масштабе**

Электронная коммерция является глобальным явлением, охватывающим различные страны и регионы мира. В последние десятилетия электронная коммерция заметно выросла и стала неотъемлемой частью мировой экономики. В этом подразделе мы предлагаем краткий обзор состояния электронной коммерции в мировом масштабе, чтобы представить общую картину и тренды этой сферы.

Объем электронной коммерции в мировом масштабе растет с каждым годом. Согласно отчетам исследовательских организаций и статистическим данным, объем глобальной электронной коммерции превысил многомиллиардные цифры и продолжает увеличиваться. Онлайн-торговля стала предпочтительным способом покупки для многих потребителей, обеспечивая удобство, широкий выбор товаров и услуг, а также доступные цены.

Международные платформы электронной коммерции, такие как Amazon, Alibaba, eBay и другие, играют ключевую роль в глобальной экономике. Они предоставляют миллионам продавцов возможность продавать свои товары и услуги по всему миру. Кроме того, электронная коммерция охватывает различные отрасли, включая розничную торговлю, путешествия и туризм, финансовые услуги, развлечения и другие.

Технологические инновации играют существенную роль в развитии электронной коммерции. Рост мобильных устройств, интернета высокой скорости и цифровых платежных систем значительно расширил возможности электронной коммерции. Мобильная электронная коммерция (m-commerce) стала особенно популярной, позволяя потребителям делать покупки с помощью своих смартфонов и планшетов в любое время и в любом месте.

Однако с ростом электронной коммерции возникают и некоторые вызовы. Безопасность данных и конфиденциальность информации стали важными аспектами, требующими постоянного внимания. Кроме того, проблемы логистики и доставки, защиты прав потребителей и преодоление границ при трансграничной торговле являются актуальными вопросами для электронной коммерции в мировом масштабе.

Понимание текущего состояния электронной коммерции в мировом масштабе поможет нам осознать ее важность и выявить глобальные тренды, которые могут оказать влияние на развитие электронной коммерции в Узбекистане.

# Обзор состояния электронной коммерции в Узбекистане

В данном подпункте мы предлагаем обзор текущего состояния электронной коммерции в Узбекистане, рассматривая основные характеристики и тренды этой сферы. Это позволит нам получить глубокое понимание развития электронной коммерции в стране и выявить факторы, влияющие на ее рост и успех.

В первую очередь, мы рассмотрим показатели и статистику, связанные с объемом электронной коммерции в Узбекистане. Будут рассмотрены данные о росте онлайн-торговли, объеме электронных платежей и других основных показателях, отражающих состояние рынка электронной коммерции.

Затем мы обратим внимание на основные игроки и платформы электронной коммерции в Узбекистане. Будут рассмотрены как местные, так и международные компании, активные в сфере электронной коммерции, их бизнес-модели, ассортимент товаров и услуг, а также их роль в развитии рынка электронной коммерции в стране.

Не менее важным является изучение поведения и предпочтений потребителей в сфере электронной коммерции. Мы будем анализировать предпочтения покупателей, их предпочитаемые категории товаров и услуг, предпочитаемые платежные и доставочные методы, а также факторы, влияющие на их решение о совершении покупки в сети.

Важно отметить, что влияние электронной коммерции на различные секторы экономики также будет рассмотрено. Мы исследуем, как электронная коммерция влияет на розничную торговлю, туризм, финансовые услуги и другие отрасли в Узбекистане, и какие перспективы развития открываются благодаря цифровым платформам.

В результате данного обзора состояния электронной коммерции в Узбекистане мы сможем сформировать более полное представление о сфере онлайн-торговли в стране и определить ключевые тенденции и перспективы развития.

## Исторический обзор развития электронной коммерции в Узбекистане

Развитие электронной коммерции в Узбекистане прошло через несколько этапов, начиная с первых шагов в осознании потенциала интернета для бизнеса и потребителей.

В начале 2000-х годов в Узбекистане начали появляться первые онлайн-магазины и электронные площадки, предлагающие товары и услуги в сети. Однако на тот момент электронная коммерция была еще относительно мало распространена и ограничена главным образом продажей электроники, компьютеров и бытовой техники.

Серьезное развитие электронной коммерции в Узбекистане произошло в последние годы. Страна активно внедряет цифровые технологии и осуществляет меры по развитию электронной коммерции. Правительство Узбекистана приняло ряд мер, направленных на стимулирование электронной коммерции и создание благоприятного инвестиционного климата.

В 2019 году в Узбекистане была принята «Стратегия развития электронной коммерции на период 2019-2025 годов», которая определила приоритеты и задачи в развитии данной отрасли. В рамках стратегии были разработаны меры по развитию инфраструктуры



электронной коммерции, улучшению законодательства, развитию электронных платежных систем и обеспечению безопасности электронных транзакций.

Одним из важных моментов в развитии электронной коммерции в Узбекистане является создание электронной торговой платформы “Davlat Uyushmasi”. Эта платформа предоставляет возможности для местных предпринимателей размещать свои товары и услуги в онлайн-режиме и расширять свою клиентскую базу. Она способствует развитию электронной коммерции внутри страны и улучшению доступа к товарам и услугам для потребителей.

Сегодня в Узбекистане электронная коммерция продолжает активно развиваться. Многие компании и предприниматели осознают преимущества онлайн-торговли и стремятся расширить свое присутствие в сети. Кроме того, электронная коммерция стимулирует появление новых бизнес-моделей, таких как доставка еды, онлайн-бронирование, услуги по мобильным платежам и другие.

В следующих разделах нашей статьи мы рассмотрим более подробно состояние и тенденции развития электронной коммерции в Узбекистане, а также выявим основные проблемы и перспективы для предпринимателей и потребителей в этой области.

### Анализ текущего состояния рынка электронной коммерции в стране

На текущий день, каждое направления цифровой экономики, в т.ч. искусственный интеллект, электронные услуги, цифровая грамотность, блокчейн и т.д. имеют своего уполномоченного органа, ответственного за развитие данной сферы. Только направление электронной коммерции не имеет курирующего органа.

Объем розничной торговли в Узбекистане составляет 27,5 млрд, а доля электронной коммерции в нем составляет менее 1%, когда у Казахстана данный показатель составляет 9,6%, у России 9,2%, у США 40,6% а у Китая 49,8%.

#### Рынок электронной коммерции в Узбекистане

- 66% населения – пользователи мобильного банкинга
- 95% населения имеют доступ к мобильному интернету



(млн. долл. США, 2018-2021 гг. прогноз до 2026 г.)\*

\*по данным Statista, Euromonitor, KPMG



UZBEKISTAN
321 e-commerce companies
Main ecosystem city: Tashkent
Main Ecosystem Builders: 1. MITC 2. The Postal Service of Uzbekistan 3. IT Park



## Инфраструктура

Пропускная способность международного канала связи - 1 200 Гбит/с.

Количество пользователей Интернета - 22 миллиона, в том числе 19 миллионов пользователей мобильного Интернета.

В каждый областной и районный центр были подведены волоконно-оптические линии связи со скоростью соединения 200 и 40 Гбит/с, соответственно.

Общая протяженность волоконно-оптических линий связи составляет 36 600 км.

Охват мобильной связью достигает 96% населенных пунктов, в том числе возможность высокоскоростного доступа в Интернет имеется на территории 70% населенных пунктов

## Финтех

- 3 оператора платежных систем: Humo, Uzcard и Qulay Pul;
- 10 систем электронных денег (OSON, E-CARD, CLICK, WOOPPAY, alif.mobi, Interpay, A-pay, QIWI Uzbekistan, IHLSW и GlobalPay);
- 35 платежных организаций;
- три цифровых банка (Anor bank, TBC bank, Uzum bank).

В настоящее время более 34 млн. физических лиц пользуются услугами дистанционного банковского обслуживания (онлайн-банкинга), а количество предприятий, использующих онлайн-банкинг, превышает 974 тыс.

Пластиковых карт в обращении – 36,5 млн.

Количество терминалов – 428 тысяч.

Количество банкоматов – 20,6 тысяч

## Логистика

Согласно исследованию о трансграничной торговле в регионе Центральной Азии, завершеному Германским обществом по международному сотрудничеству, более 100 местных и международных компаний предоставляют курьерские услуги в Узбекистане. Такие услуги предоставляются как для внутренних, так и для трансграничных отправок.

Значительная часть (30%) предоставляется национальным почтовым оператором и 10% - частными курьерскими компаниями. Остальные услуги предоставляются неформальными транспортными службами (частные лица, таксисты). Среди международных операторов представлены Aramex, Asia Africa Sky Express, DHL, EMS, Fedex, DMS Express, DPD и UPS.

В почтовых отделениях организовано 6 579 участков доставки. Из них 2 480 в городах и поселках городского типа и 4 099 в сельской местности. Национальный оператор имеет более 6 500 почтовых отделений и более 500 транспортных средств.

Помимо национального оператора по стране почтовые услуги оказывают такие крупнейшие компании как BTS, Fargo и Emu.

### **Нормативно-правовая база**

В Узбекистане действуют ряд нормативно-правовых актов, регулирующих сферу электронной коммерции. Ниже приведены основные из них:

1. ЗРУ-792 «О электронной коммерции» от 29.09.2022 г.
2. ЗРУ-777 «О почтовой связи» от 09.06.2022 г.
3. ЗРУ-221-I «О защите прав потребителей» от 26.04.1996 г.
4. ПП-14 от 17.11.2021 г. «О совершенствовании администрирования электронной коммерции и создании благоприятных условий для ее дальнейшего развития»
5. ПКМ-185 от 02.06.2016 г. «О мерах по дальнейшему совершенствованию порядка осуществления сделок в электронной коммерции»
6. УП-244 от 09.11.2022 г. «О мерах по упрощению государственного регулирования предпринимательской деятельности»

## **Основные игроки и платформы электронной коммерции в Узбекистане**

Электронная коммерция в Узбекистане развивается благодаря усилиям различных игроков и платформ, которые предлагают возможности для онлайн-торговли и связывают предпринимателей с потребителями. В данном разделе мы рассмотрим основных игроков и платформы электронной коммерции в Узбекистане.

**1. Маркетплейсы:** ключевыми драйверами развития электронной коммерции являются маркетплейсы. Маркетплейсы предоставляет местным предпринимателям возможность размещать свои товары и услуги в онлайн-режиме, способствуя развитию местной электронной коммерции и помогая предпринимателям достичь большего числа потребителей. Наиболее популярными локальными маркетплейсами в Узбекистане являются Uzum market, Zoodmall, Sello, Olcha, Asaxiy и др.

**2. Международные платформы:** некоторые известные международные платформы также активно присутствуют на рынке электронной коммерции в Узбекистане. К примеру, активно на местный рынок нацелен “Wildberries”, которые предлагают широкий



ассортимент товаров и услуг для узбекских потребителей и активно занимаются открытием первых бондовых складов. Китайский гигант AliExpress через ПВЗ Uzum начинает обслуживать местных покупателей, тем самым создавая удобство и сокращая сроки доставки заказов.

**3. Местные онлайн-магазины:** в Узбекистане существует множество местных онлайн-магазинов, которые предлагают различные товары и услуги. Это включает онлайн-магазины, специализирующиеся на электронике, бытовой технике, одежде, косметике, продуктах питания и других отраслях. Список некоторых популярных местных онлайн-магазинов приведен ниже:

1. Mediapark.uz
2. Texnomart.uz
3. Mato.uz
4. Aynimo.uz
5. Alif shop







**4. Платежные системы:** развитие электронной коммерции невозможно без удобных и безопасных платежных систем. В Узбекистане широко используются такие платежные системы, как “Payme”, “Click”, “Uzum Bank”, и т.д. которые обеспечивают удобные способы онлайн-оплаты товаров и услуг.

Основные игроки и платформы электронной коммерции в Узбекистане создают благоприятную среду для развития онлайн-торговли и позволяют предпринимателям и потребителям взаимодействовать в электронной среде.

## ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ

**RITM** RAQAMLI  
IQTISODIYOT  
TADQIQOTLARI  
MARKAZI

### КРУПНЕЙШИЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ

	 uzum	 ZOOMMALL	 sello!	 olcha.uz
 АКТИВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ	2 МЛН. / МЕС	1.5 МЛН. / МЕС	150-200 ТЫС. / МЕС	500 ТЫС. / МЕС
 ПУНКТОВ ВЫДАЧИ / ЗАПЛАНИРОВАНО	100 / 170	30 / 114	30 / N/A	3 / N/A
 ПОДКЛЮЧЕННЫХ ПРОДАВЦОВ	< 500	< 500	N/A	< 35
 КОЛИЧЕСТВО ПОКУПОК	1.5 МЛН	N/A	N/A	N/A

## Тенденции и перспективы

Электронная коммерция в Узбекистане продолжает эволюционировать, и в этом разделе мы рассмотрим некоторые основные тенденции и перспективы, определяющие развитие этой отрасли.

1. Мобильная коммерция: одной из важных тенденций является рост мобильной коммерции. С увеличением числа пользователей мобильных устройств и доступа к интернету через мобильные сети, мобильные приложения и мобильные версии сайтов становятся все более популярными среди потребителей. Число интернет-пользователей в Узбекистане превысило 31 млн человек (+13,97%). Из них, по данным Минцифры, 29,5 млн составляют мобильные пользователи (+16,6%)<sup>1</sup>. Это предоставляет предпринимателям новые возможности для достижения аудитории и увеличения продаж.
2. Рост онлайн-платежей: с развитием электронной коммерции становится все важнее развитие удобных и безопасных систем онлайн-платежей. В Узбекистане уже существуют различные платежные системы, но с развитием электронной коммерции требуется дальнейшее совершенствование в этой области. Внедрение новых технологий, таких как мобильные платежи и электронные кошельки, поможет упростить процесс оплаты для потребителей и повысить уровень доверия к онлайн-транзакциям.
3. Развитие логистики и доставки: улучшение логистической инфраструктуры и развитие доставки являются ключевыми факторами для дальнейшего роста электронной коммерции в Узбекистане. Разработка эффективных систем доставки, включая курьерские службы и пункты выдачи заказов, поможет предпринимателям обеспечить быструю и надежную доставку своих товаров потребителям. Также стоит отметить важность разработки удобных возвратных процедур, чтобы удовлетворить потребности потребителей и повысить уровень доверия к онлайн-покупкам.
4. Увеличение сферы покрытия: с развитием электронной коммерции возможности для предпринимателей расширяются и включают не только продажу товаров, но и предоставление различных услуг, таких как бронирование билетов, услуги доставки еды, онлайн-образование и другие. Разнообразие предлагаемых услуг и продуктов способствует привлечению новых клиентов и созданию дополнительных источников дохода.

Тенденции и перспективы электронной коммерции в Узбекистане указывают на постоянное развитие и рост этой отрасли. Предпринимателям следует следить за новыми технологиями и потребностями потребителей, чтобы успешно адаптироваться к изменениям и использовать возможности, которые предоставляет электронная коммерция.

### Анализ текущих тенденций в развитии электронной коммерции в Узбекистане

Развитие электронной коммерции в Узбекистане обусловлено рядом текущих тенденций, которые оказывают значительное влияние на эту отрасль. В данном подпункте мы рассмотрим и проанализируем некоторые из них.

1. Рост интернет-пользователей: Одной из ключевых тенденций является постоянный рост числа интернет-пользователей в Узбекистане. С появлением доступных смартфонов и расширением интернет-инфраструктуры, все больше людей получают доступ к сети. Это

<sup>1</sup> <https://mitc.uz/uz/news/view/4248>

создает новые возможности для развития электронной коммерции, так как большее число пользователей имеют возможность делать покупки и осуществлять онлайн-оплаты.

**2. Повышение электронной грамотности:** с развитием электронной коммерции в Узбекистане наблюдается увеличение электронной грамотности населения. Большинство пользователей становятся более знакомыми с онлайн-платежами, процессом оформления заказов и использованием мобильных приложений. Это улучшает опыт пользователей и способствует росту онлайн-торговли.

**3. Развитие мобильной коммерции:** мобильная коммерция становится все более популярной в Узбекистане. Мобильные устройства играют важную роль в современной жизни людей, и все больше пользователей предпочитают совершать покупки через мобильные приложения и мобильные версии сайтов. Развитие мобильной коммерции предоставляет предпринимателям новые возможности для привлечения и удержания клиентов.

**4. Расширение ассортимента и услуг:** текущая тенденция включает расширение ассортимента товаров и услуг, доступных для онлайн-покупки. Многие предприниматели расширяют свои предложения, включая различные отрасли, такие как одежда, электроника, косметика, туризм, услуги доставки еды и многое другое. Это привлекает больше потребителей и создает конкурентные преимущества для предпринимателей.

**5. Улучшение инфраструктуры доставки:** Развитие электронной коммерции в Узбекистане сопровождается улучшением инфраструктуры доставки. Курьерские службы и пункты выдачи заказов становятся все более доступными и эффективными. Быстрая и надежная доставка товаров является важным фактором для удовлетворения потребностей клиентов и стимулирования повторных покупок.

Анализ текущих тенденций в развитии электронной коммерции в Узбекистане позволяет предпринимателям и исследователям лучше понять динамику отрасли и определить стратегии для успешного развития своих бизнесов.

## ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ

**RITM** RAQAMLI IQTISODIYOT TADQIQOTLARI MARKAZI



**321** КОМПАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ  
**ТАШКЕНТ** ГЛАВНЫЙ ГОРОД-ЭКОСИСТЕМА

**СИСТЕМО-ОБРАЗУЮЩИЕ ОРГАНИЗАЦИИ**

**27,5 МЛРД** ОБЪЕМ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ | **1%** ДОЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

**22 МЛН** - ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИНТЕРНЕТА | **96%** - ОХВАТ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗЬЮ  
**19 МЛН** - ПОЛЬЗОВАТЕЛИ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА | **70%** - ОХВАТ ВЫСОКОСКОРОСТНЫМ ИНТЕРНЕТОМ

**1200 ГБ/С** - ПРОПУСКНАЯ СПОСОБНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО КАНАЛА СВЯЗИ  
**36 600 КМ** - ОБЩАЯ ПРОТЯЖЕННОСТЬ ВОЛОКОННО-ОПТИЧЕСКИХ ЛИНИЙ СВЯЗИ

### РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЗБЕКИСТАНЕ

**3** ОПЕРАТОРА ПЛАТЁЖНЫХ СИСТЕМ | **10** СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ | **35** ПЛАТЁЖНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ  
**3** ЦИФРОВЫХ БАНКА | **34 МЛН** ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ОНЛАЙН-БАНКИНГА | **36.5 МЛН** ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ В ОБРАЩЕНИИ

## Оценка факторов, способствующих росту электронной коммерции в стране

Рост электронной коммерции в Узбекистане обусловлен рядом факторов, которые играют важную роль в стимулировании развития этой отрасли. В данном разделе мы оценим некоторые из ключевых факторов, которые способствуют росту электронной коммерции в стране.

1. Увеличение интернет-покрытия: Расширение интернет-покрытия в Узбекистане является одним из основных факторов, способствующих росту электронной коммерции. Большое количество людей получает доступ к интернету, что создает новые возможности для онлайн-торговли и расширения клиентской базы. Повышение доступности и скорости интернет-соединений стимулирует увеличение числа пользователей и объема онлайн-транзакций.

2. Улучшение платежной инфраструктуры: Развитие удобных и безопасных систем онлайн-платежей является важным фактором для роста электронной коммерции в стране. Узбекистан уже имеет некоторые платежные системы и электронные кошельки, однако их дальнейшее совершенствование и расширение функциональности помогут улучшить процесс оплаты для потребителей и повысить доверие к онлайн-транзакциям.

3. Поддержка правительства: Активная поддержка со стороны правительства Узбекистана также способствует росту электронной коммерции. Внедрение мер по улучшению бизнес-климата, разработка регулятивных фреймворков и проведение программ по развитию электронной коммерции создают благоприятные условия для предпринимателей и стимулируют инвестиции в эту сферу.

4. Развитие логистической инфраструктуры: Улучшение логистической инфраструктуры, включая системы доставки и логистические операции, также способствует росту электронной коммерции в стране. Оперативная и эффективная доставка товаров является ключевым фактором для удовлетворения потребностей клиентов и создания положительного опыта покупок.

5. Рост доверия к онлайн-покупкам: С ростом электронной коммерции в Узбекистане наблюдается увеличение доверия потребителей к онлайн-покупкам. Это связано с развитием систем защиты платежей, улучшением качества обслуживания и повышением осведомленности о правах потребителей. Рост доверия к онлайн-покупкам способствует увеличению числа покупателей и объемов транзакций.

Оценка факторов, способствующих росту электронной коммерции в Узбекистане, позволяет понять сильные стороны развития этой отрасли и использовать их в своих стратегиях и планах для успешного развития бизнеса.

## Прогнозирование будущего развития электронной коммерции в Узбекистане

Электронная коммерция в Узбекистане находится на стадии активного развития, и прогнозирование ее будущего развития является важной задачей для предпринимателей и инвесторов. В данном подпункте мы рассмотрим некоторые перспективы и прогнозы относительно дальнейшего развития электронной коммерции в стране.

**1. Рост объемов онлайн-торговли:** ожидается, что объемы онлайн-торговли в Узбекистане будут продолжать расти в ближайшем будущем. С постоянным увеличением числа интернет-пользователей, улучшением доступности интернет-соединений и развитием онлайн-платежных систем, все больше потребителей будут предпочитать делать покупки онлайн. Предпринимателям следует готовиться к увеличению спроса и развивать свои онлайн-продажи.

**2. Развитие мобильной коммерции:** мобильная коммерция будет продолжать свое развитие и играть все более значительную роль в электронной коммерции в Узбекистане. С увеличением числа пользователей мобильных устройств и доступности мобильных приложений, мобильная коммерция будет стимулировать удобство и мобильность покупок. Предпринимателям важно адаптироваться к этой тенденции и предоставить удобные и оптимизированные мобильные платформы для своих клиентов.

**3. Развитие кросс-бордер торговли:** с увеличением международных связей и улучшением логистической инфраструктуры ожидается развитие кросс-бордер торговли в электронной коммерции. Потребители в Узбекистане будут иметь возможность покупать товары и услуги из-за рубежа, а местные предприниматели смогут расширить свои рынки и достигнуть международных покупателей. Это открывает новые возможности для развития бизнеса и увеличения объемов торговли.

**4. Инновации и технологический прогресс:** будущее электронной коммерции в Узбекистане также будет связано с инновациями и технологическим прогрессом. Внедрение новых технологий, таких как искусственный интеллект, большие данные и блокчейн, может повысить эффективность и безопасность онлайн-торговли. Предпринимателям рекомендуется быть в курсе последних технологических трендов и использовать их в своих бизнес-стратегиях.

Прогнозирование будущего развития электронной коммерции в Узбекистане представляет собой сложную задачу, однако описанные выше перспективы и тенденции могут служить основой для планирования и принятия стратегических решений в этой сфере.

## Вызовы и преграды

Помимо перспектив и возможностей, существуют и определенные вызовы и преграды, с которыми сталкиваются развитие электронной коммерции в Узбекистане. В данной главе мы рассмотрим некоторые из них.

**1. Инфраструктура и доступность:** несмотря на значительные улучшения, некоторые области Узбекистана до сих пор испытывают ограниченную доступность к высокоскоростному интернету. Отсутствие стабильного интернет-подключения и недостаточная развитость логистической инфраструктуры могут затруднять развитие электронной коммерции в отдаленных регионах страны. Это вызывает необходимость в дополнительных инвестициях и улучшении инфраструктуры для обеспечения широкого доступа к электронной коммерции.

**2. Безопасность и доверие:** одной из основных преград для развития электронной коммерции является обеспечение безопасности транзакций и защиты данных клиентов. Проблемы с кибербезопасностью, мошенничеством и недоверием к онлайн-платежам могут сдерживать рост электронной коммерции. Разработка и внедрение соответствующих мер



безопасности, обучение пользователей и повышение осведомленности о рисках позволят укрепить доверие потребителей и устранить преграды.

Если в 2020 году правоохранители зарегистрировали 106 преступлений в киберсреде, то в 2021 году их число выросло до 2 281. В 2022 году таких фактов было обнаружено 4 332, отмечалось на мероприятии.

Основную часть киберпреступности составляют кражи денег с банковских карт — 2 747 случаев. Также поступили сообщения о 625 случаях кибермошенничества и 874 преступлениях, связанных с наркотиками.

Центр кибербезопасности на брифинге отметил рост преступности в цифровой среде в несколько раз. Он также выделил основные техники, которыми пользуются кибермошенники:

- в 34% случаев пользователей заманивали на фейковые сайты предложениями материальной помощи, онлайн-кредита или сообщениями о выигрыше, чтобы получить у них данные карты;
- 22% мошенников получали от пострадавших авансовые платежи по сделкам, но не выполняли своих обязательств и не возвращали деньги;
- 17% получали данные карт от владельцев по телефону, представляясь им как сотрудники служб безопасности банков или платёжных сервисов;
- 14% случаев связаны с раскрытием номера и кода карты на площадках онлайн-торговли;
- 9% — преступления через фейковые финансовые онлайн-биржи (Binance и другие);
- 4% — получение подтверждающего кода при сборе денег на совершение обряда умры.<sup>2</sup>

**3. Легислативные и регуляторные аспекты:** развитие электронной коммерции также влияет на необходимость обновления законодательства и создания регуляторных фреймворков, адаптированных к особенностям онлайн-торговли. Необходимость разработки и принятия соответствующих нормативных актов, а также их последующая эффективная реализация и контроль, являются вызовом для правительства и законодателей. Более ясное и современное регулирование поможет создать благоприятную бизнес-среду и улучшить защиту интересов потребителей.

**4. Культурные и социальные факторы:** культурные и социальные факторы также могут оказывать влияние на развитие электронной коммерции. Привычки потребления, предпочтения покупателей, низкая осведомленность о преимуществах и возможностях онлайн-покупок, а также предпочтение традиционных методов покупок могут замедлять рост электронной коммерции. Эти факторы требуют проведения информационных кампаний, образовательных программ и повышения осведомленности для преодоления преград.

Осознание и анализ вызовов и преград, с которыми сталкивается электронная коммерция в Узбекистане, позволяют разработать стратегии и решения для их преодоления и успешного развития этой отрасли.

---

<sup>2</sup> <https://www.spot.uz/ru/2023/02/23/cyber-crime/>

## Идентификация основных преград и вызовов, с которыми сталкиваются электронные коммерсанты в Узбекистане

Развитие электронной коммерции в Узбекистане сопровождается рядом преград и вызовов, с которыми сталкиваются электронные коммерсанты в стране. Ниже мы идентифицируем некоторые из них:

**1. Ограниченные платежные системы:** наличие ограниченного количества платежных систем и сервисов является одной из основных преград для электронных коммерсантов в Узбекистане. Ограничения на использование международных платежных систем и сложности в получении электронных платежей могут затруднять проведение онлайн-транзакций и ограничивать масштабы бизнеса. Разработка и поддержка местных платежных систем, а также упрощение процессов получения платежей могут помочь преодолеть эту преграду.

**2. Логистические сложности:** организация доставки товаров и услуг является еще одной преградой для электронных коммерсантов. Недостаточно развитая логистическая инфраструктура, высокие стоимости доставки и длительные сроки доставки могут отпугивать покупателей и ограничивать масштабы электронной коммерции. Решение этой проблемы требует улучшения логистической сети, развития служб доставки и снижения стоимостей и сроков доставки.

### ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ

**RITM** RAQAMLI  
IQTISODIYOT  
TADQIQOTLARI  
MARKAZI

#### ЛОГИСТИКА В УЗБЕКИСТАНЕ



**100** КОЛИЧЕСТВО КУРЬЕРСКИХ КОМПАНИЙ В УЗБЕКИСТАНЕ

НА РЫНКЕ УСЛУГИ ПРЕДОСТАВЛЯЮТСЯ:

**30%** UZPOST

**10%** ЧАСТНЫМИ КОМПАНИЯМИ

**60%** ЧАСТНЫМИ ЛИЦАМИ

В ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЯХ ОРГАНИЗОВАНО:



**6 579** УЧАСТКОВ ДОСТАВКИ

**2 480** В ГОРОДАХ И ПОСЕЛКАХ ГОРОДСКОГО ТИПА

**4 099** В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ



**6 500** ПОЧТОВЫХ ОТДЕЛЕНИЙ **< 500** ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

#### НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА

**3** ЗАКОНА

**2** ПОСТАНОВЛЕНИЯ

**1** УКАЗ

1. ЗРУ-792 «О ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ» ОТ 29.09.2022 Г.
2. ЗРУ-777 «О ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ» ОТ 09.06.2022 Г.
3. ЗРУ-221-I «О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ» ОТ 26.04.1996 Г.
4. ПП-14 ОТ 17.11.2021 Г. «О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И СОЗДАНИИ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ ЕЕ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ»
5. ПКМ-185 ОТ 02.06.2016 Г. «О МЕРАХ ПО ДАЛЬНЕЙШЕМУ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПОРЯДКА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СДЕЛОК В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ»
6. УП-2440Т 09.11.2022 Г. «О МЕРАХ ПО УПРОЩЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

**3. Ограничения законодательства и регуляторных норм:** некоторые ограничения, содержащиеся в законодательстве и регуляторных нормах, могут затруднять проведение электронной коммерции в Узбекистане. Сложности с получением необходимых лицензий, ограничения на проведение рекламы и маркетинга, а также сложности возврата товаров и разрешения споров могут оказывать негативное влияние на деятельность электронных коммерсантов. Необходимость в более гибком и адаптированном законодательстве и регуляторных нормах способствует развитию электронной коммерции в стране.

Идентификация и осознание этих преград и вызовов позволяют разработать стратегии и меры по их преодолению, создавая благоприятные условия для развития электронной коммерции в Узбекистане.

**4. Отсутствие доверия потребителей:** недостаток доверия потребителей к онлайн-покупкам и электронным платежам является серьезной преградой для развития электронной коммерции. Беспокойства по поводу безопасности данных, недостаточная прозрачность и отсутствие гарантий могут отталкивать потребителей от онлайн-покупок. Для преодоления этой преграды необходимо активно работать над повышением уровня безопасности, предоставлять четкую информацию о политике конфиденциальности и гарантиях, а также улучшать общую культуру безопасности в онлайн-торговле.

### **Рассмотрение вопросов безопасности, законодательства и инфраструктуры, влияющих на электронную коммерцию в стране**

Развитие электронной коммерции в Узбекистане тесно связано с вопросами безопасности, законодательства и инфраструктуры. В этом подпункте мы рассмотрим некоторые из них:

**1. Безопасность в онлайн-среде:** одним из основных вопросов, влияющих на электронную коммерцию, является обеспечение безопасности в онлайн-среде. Защита личных данных клиентов, предотвращение кибератак и мошенничества, а также обеспечение безопасности платежей и транзакций являются приоритетными задачами. Электронные коммерсанты должны принимать меры по защите данных, использовать надежные платежные системы и инструменты шифрования, а также обеспечивать безопасность своих платформ и приложений.

**2. Законодательство и регулирование:** законодательство и регулирование имеют важное значение для электронной коммерции. Ясные и современные правовые нормы, которые регулируют онлайн-торговлю, защищают права потребителей и коммерсантов, а также обеспечивают прозрачность и доверие в сфере электронной коммерции. Необходимо обеспечить разработку и внедрение соответствующих законов и нормативных актов, а также их эффективное исполнение и контроль.

**3. Инфраструктура и доступность:** развитие электронной коммерции невозможно без соответствующей инфраструктуры и доступности. Улучшение интернет-подключения, развитие высокоскоростных сетей, логистической инфраструктуры и электронных платежных систем являются ключевыми факторами успеха. Государственные и частные инвестиции в развитие инфраструктуры, поддержка местных стартапов и создание благоприятной среды для инноваций являются необходимыми шагами.

Рассмотрение и решение вопросов безопасности, законодательства и инфраструктуры способствуют устойчивому развитию электронной коммерции в Узбекистане, создавая условия для ее процветания и роста

## **Заключение**

В данной статье был проведен детальный анализ текущего состояния электронной коммерции в Узбекистане. Мы рассмотрели общую информацию о роли электронной коммерции в современном мире, проследили историческое развитие этой отрасли в Узбекистане и проанализировали текущее состояние рынка электронной коммерции в стране.

Основываясь на представленных данных исследований, мы выявили следующие ключевые выводы:

1. Электронная коммерция в Узбекистане испытывает значительный рост и развивается с каждым годом. Причины включают быстрый рост интернет-пользователей, увеличение числа смартфонов и доступность онлайн-платформ для бизнеса.
2. Основные игроки и платформы электронной коммерции в Узбекистане активно конкурируют, предлагая широкий ассортимент товаров и услуг. Это создает больше выбора для потребителей и стимулирует развитие отрасли.
3. Мы идентифицировали несколько тенденций, которые влияют на развитие электронной коммерции в Узбекистане, включая рост мобильной торговли, повышение безопасности онлайн-платежей и увеличение роли социальных медиа в продвижении брендов и товаров.
4. В то же время, рынок электронной коммерции в Узбекистане сталкивается с рядом вызовов, таких как недостаток логистической инфраструктуры, необходимость развития электронного платежного экосистемы и несовершенство законодательной базы.

В свете этих выводов можно сделать ряд рекомендаций для дальнейшего развития электронной коммерции в Узбекистане. Необходимо продолжать инвестировать в развитие цифровой инфраструктуры, совершенствовать законодательство, содействовать развитию электронных платежных систем и совершенствованию логистических решений.

В целом, электронная коммерция представляет значимую возможность для экономического роста и инноваций в Узбекистане. Правительство, бизнес-сектор и другие заинтересованные стороны должны сотрудничать для создания благоприятной экосистемы, способствующей развитию и успешности электронной коммерции в стране."

Таким образом, подведение итогов и основных выводов статьи обобщает представленную информацию и подчеркивает важность развития электронной коммерции в Узбекистане, а также предлагает практические рекомендации для ее дальнейшего развития.

### **Стратегические рекомендации для развития электронной коммерции**

Стратегические рекомендации для развития электронной коммерции в Узбекистане могут включать следующие аспекты:

- Развитие цифровой инфраструктуры: необходимо продолжать инвестиции в развитие широкополосного доступа к интернету и мобильной связи, чтобы обеспечить более высокую доступность и скорость соединения. Это поможет повысить уровень интернет-покрытия и улучшить пользовательский опыт, что способствует росту электронной коммерции.
- Развитие электронного платежного экосистемы: необходимо содействовать развитию безопасных и удобных электронных платежных систем, включая электронные кошельки, онлайн-платежные шлюзы и цифровые валюты. Это поможет улучшить процесс платежей и повысить доверие клиентов к онлайн-транзакциям.
- Повышение осведомленности и образования: следует проводить информационные кампании и образовательные программы для потребителей и предпринимателей, чтобы повысить их осведомленность о преимуществах и возможностях электронной

коммерции. Это поможет стимулировать спрос и увеличить участие в онлайн-торговле.

- Развитие логистической инфраструктуры: Одним из ключевых факторов успеха электронной коммерции является эффективная логистика и доставка товаров. Необходимо развивать логистическую инфраструктуру, включая склады, транспортные сети и курьерские службы, чтобы обеспечить быструю и надежную доставку товаров по всей стране.
- Поддержка стартапов и малого бизнеса: необходимо создать поддерживающую среду для стартапов и малого бизнеса в сфере электронной коммерции. Это может включать финансовую поддержку, программы менторства, обучение и консультации, чтобы помочь молодым предпринимателям развивать инновационные бизнес-модели и успешно конкурировать на рынке электронной коммерции.
- Создание благоприятного законодательного окружения: необходимо разработать и улучшить законодательные нормы и правила, которые регулируют электронную коммерцию. Это включает защиту прав потребителей, защиту данных, кибербезопасность и интеллектуальную собственность. Ясные и прозрачные правила помогут установить доверие и стимулировать развитие электронной коммерции.

Реализация данных стратегических рекомендаций позволит Узбекистану развивать электронную коммерцию в стране, привлекать больше инвестиций и создавать новые рабочие места. Это способствует экономическому росту, содействует развитию цифровой экономики и улучшает уровень обслуживания потребителей.