

## ЭВОЛЮЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ

*О.М. Хожиев, магистр*

*директор филиала «Матбуот таркатиш» АО «Узбекистан почтаси»,  
Узбекистан*

*В статье исследуется процесс эволюции электронной коммерции в Республике Узбекистан. Рассмотрены основные этапы становления отрасли — от начального периода (2000–2010 гг.), характеризующегося инфраструктурными и институциональными ограничениями, до современного этапа активной цифровизации (2020–2025 гг.). Особое внимание уделяется роли государственной политики, включая принятие Закона «Об электронной коммерции» и реализацию стратегии «Цифровой Узбекистан — 2030». Анализируются текущие показатели рынка, динамика роста числа интернет-пользователей, структура онлайн-продаж, а также влияние крупнейших маркетплейсов (Uzum, Wildberries, Ozon) на конкурентную среду. Автором выявлены ключевые факторы, обеспечивающие переход электронной торговли от количественного роста к качественному развитию. Сформулированы перспективы дальнейшей интеграции Узбекистана в глобальную цифровую экономику.*

**Ключевые слова:** *Республика Узбекистан, цифровая экономика; интернет-торговля; рынок электронной коммерции; маркетплейсы; электронные платёжные системы; цифровизация торговли; государственное регулирование.*

Актуальность исследования развития электронной коммерции в Узбекистане обусловлена глубокими структурными изменениями, происходящими в национальной экономике в условиях цифровизации и глобализации. Электронная коммерция в последние годы превратилась в самостоятельный рынок, оказывающий заметное влияние на развитие розничной торговли, оказывающий существенное влияние на предпринимательскую деятельность, потребительское поведение и конкурентную среду.

Особую значимость теме придаёт активная роль государства в формировании благоприятных условий для развития электронной коммерции. Принятие Закона Республики Узбекистан «Об электронной коммерции», реализация стратегии «Цифровой Узбекистан — 2030», а также совершенствование подзаконных актов и механизмов регулирования онлайн-торговли способствуют укреплению

правовой базы, защите прав потребителей и стимулированию цифрового предпринимательства.

Целью данного исследования является анализ процесса развития электронной коммерции в Республике Узбекистан, выявление ключевых факторов её становления и современного функционирования, а также определение перспектив дальнейшего развития в условиях цифровизации экономики.

Для достижения цели исследования предполагается решение следующих задач: раскрыть сущность и теоретические основы электронной коммерции; проанализировать этапы развития электронной коммерции в Узбекистане; выявить ключевые факторы, влияющие на развитие электронной коммерции; оценить современное состояние и структуру рынка электронной коммерции в Узбекистане; определить роль государственного регулирования и перспективы дальнейшего развития электронной коммерции.

Развитие электронной коммерции в Узбекистане началось в начале 2000-х годов вместе с появлением первых интернет-магазинов и электронных услуг. В 2010 году были зарегистрированы компании, работающие в области электронных платежей и интернет-продаж—например, ООО «E-Services House», предоставляющее интернет-платежи под брендом «WebСум»—что стало одним из первых шагов к цифровизации торговли в стране (Norma.uz).

В период 2000–2010 годов электронная коммерция в Узбекистане находилась на начальной стадии формирования и не получила широкого распространения. Это было обусловлено совокупностью социально-экономических, технологических и институциональных факторов.

Одним из ключевых сдерживающих факторов являлся низкий уровень развития интернет-инфраструктуры. Доступ к сети Интернет был ограничен, характеризовался низкой скоростью соединения и высокой стоимостью услуг. Интернет-покрытие охватывало преимущественно крупные города, в то время как в сельских районах доступ к сети практически отсутствовал.

Существенное влияние на развитие электронной коммерции оказывал также ограниченный уровень оснащённости населения компьютерной техникой. Персональные компьютеры были дорогостоящими и использовались в основном в государственных учреждениях и крупных организациях, что препятствовало массовому использованию цифровых технологий в повседневной жизни.

Ещё одним значимым фактором являлось отсутствие развитых электронных платёжных систем. В рассматриваемый период банковские карты и онлайн-платежи не были широко внедрены, а расчёты преимущественно осуществлялись в наличной форме. Это существенно ограничивало возможности проведения торговых операций в электронном формате.

Негативное влияние на развитие электронной коммерции оказывала и несформированность нормативно-правовой базы. Законодательство, регулирующее электронную торговлю и электронные сделки, либо отсутствовало, либо находилось на стадии становления, что создавало правовую неопределённость и повышенные риски для субъектов предпринимательства.

Кроме того, уровень цифровой грамотности населения в указанный период оставался низким. Недостаток знаний и навыков работы с информационно-коммуникационными технологиями, а также низкий уровень доверия к электронным формам взаимодействия способствовали сохранению ориентации на традиционные формы торговли.

Сдерживающим фактором являлось и недостаточное развитие логистической и почтовой инфраструктуры. Отсутствие эффективных и надёжных систем доставки товаров ограничивало практическую реализацию моделей электронной коммерции.

2000–2010 годах цифровая экономика и электронная коммерция не рассматривались в качестве приоритетных направлений государственной экономической политики. Основное внимание уделялось развитию традиционных отраслей экономики, что замедляло внедрение цифровых решений в торговую сферу.

Таким образом, недостаточное развитие электронной коммерции в Узбекистане в 2000–2010 годах было обусловлено комплексом инфраструктурных, технологических, институциональных и социально-экономических факторов. Формирование условий для активного развития электронной коммерции стало возможным лишь в последующие годы, с расширением интернет-доступа, развитием платёжных систем и усилением государственной поддержки цифровизации экономики.

Как и во всем мире, COVID-19 в 2020 году стала причиной стремительного подъёма и развития электронной коммерции в Узбекистане.

В 2020 году с ограничениями на передвижение и закрытием традиционных магазинов значительно вырос спрос на онлайн-покупки. Интернет-торговля стала альтернативой привычным способам покупок, что в Узбекистане привело к резкому увеличению объёмов электронной коммерции.

В 2024–2025 годах рынок электронной коммерции в Узбекистане характеризуется устойчивыми темпами роста и углублением структурных преобразований. Согласно данным Министерства торговли США и международных аналитических обзоров, объём рынка электронной коммерции в Узбекистане в 2024 году достиг **около 1,2 млрд долларов США**, что составляет приблизительно **3,8 % от общего объёма розничной торговли** страны. Ожидается, что в 2025 году данный показатель продолжит увеличиваться на фоне цифровизации экономики и роста потребительской активности.

Ключевыми факторами роста электронной коммерции являются демографические и социально-экономические изменения. Численность населения Узбекистана превышает **37,5. млн человек**, при этом доля интернет-пользователей к началу 2025 года достигла 84 % населения (более 32,7 млн человек). Активное жилищное строительство и расширение городских территорий способствуют увеличению спроса на товары для дома, бытовую технику и одежду, которые занимают лидирующие позиции в структуре онлайн-продаж. Кроме того значительное влияние на развитие рынка оказывают маркетплейсы и цифровые торговые платформы. Крупнейшая локальная экосистема **Uzum** интегрирует электронную торговлю, финтех-сервисы и логистику, формируя полноценную цифровую инфраструктуру для бизнеса и потребителей. Наряду с этим, усиливается присутствие международных платформ, таких как **Wildberries, Yandex Market и Ozon**, которые расширяют локальные склады, платёжные решения и каналы доставки. Это способствует росту конкуренции, повышению качества сервиса и расширению ассортимента товаров. За последние три года число маркетплейсов увеличилось с 24 до 163.

Таким образом, в 2024–2025 годах электронная коммерция в Узбекистане переходит от стадии количественного роста к этапу качественного развития, становясь важным элементом национальной розничной торговли и цифровой экономики.

**Основные показатели развития электронной коммерции в Узбекистане за 2023-2025гг представлены в таблице 1.**

Таблица 1. - Основные показатели развития электронной коммерции в Узбекистане

Показатель	2023 г.	2024 г.	2025 г. (оценка)
Объём рынка e-commerce, млрд долл. США	1,0	1,2	1,4–1,5
Доля в розничной торговле, %	3,0	3,8	4,5–5,0
Число интернет-пользователей, млн	30,5	32,0	32,7+
Доля интернет-пользователей, %	82	85	87

Источник: составлено автором на основе данных<sup>1</sup> <https://kpmg.com>, <https://russiaspivottoasia.com>. spot.uz.

Структура товарооборота в электронной коммерции в Узбекистане (таблица 2) показывает, что к **наиболее востребованным группам относятся «электроника и бытовая техника»**, а в сумме одеждой и обувью – это 60 % всего товарооборота онлайн продаж.

Таблица 2. - Структура товарооборота в электронной коммерции в Узбекистане (2024 г.)

Категория	Доля в онлайн-продаж, %
Электроника и бытовая техника	32
Одежда и обувь	28
Товары для дома и мебель	18
Продукты питания и FMCG	12
Прочие товары	10
Итого	100

Источник: составлено автором на основе данных<sup>2</sup> <https://marketing.uz>, <https://kpmg.com>, [spot.uz](https://spot.uz).

Развитие электронной коммерции в Республике Узбекистан напрямую связано с последовательной и системной политикой, проводимой Президентом страны и Правительством. За последние годы в данном направлении была сформирована прочная нормативно-правовая и институциональная база, направленная на стимулирование цифровой экономики и онлайн-предпринимательства.

Ключевым этапом стало принятие Закона Республики Узбекистан «Об электронной коммерции», который закрепил правовые основы осуществления электронных сделок, признал юридическую силу электронных договоров и документов, а также определил права и обязанности участников электронного рынка. Данный закон создал правовые гарантии для бизнеса и потребителей в сфере онлайн-торговли.

Особое значение имеет инициированная Президентом стратегия **«Цифровой Узбекистан — 2030»**, в рамках которой развитие электронной коммерции рассматривается как одно из приоритетных направлений цифровой трансформации экономики. Стратегия нацелена на расширение цифровых сервисов, формирование благоприятной бизнес-среды и внедрение современных информационных технологий в торгово-экономические процессы.

Практические механизмы регулирования отрасли были усилены решениями Правительства. В частности, постановлением Кабинета Министров № 885 от 26 декабря 2024 года введены новые правила организации и осуществления электронной коммерции. Документ устанавливает требования к деятельности операторов электронных торговых платформ, порядок их регистрации, а также меры по обеспечению защиты прав потребителей и прозрачности онлайн-сделок.

Кроме того, рядом президентских указов и постановлений были определены уполномоченные государственные органы в сфере цифровых рынков, усилены меры по защите прав потребителей цифровых услуг, а также внедре-

ны современные электронные платежные инструменты и онлайн-кассовые решения.

В целом, роль Президента и Правительства Республики Узбекистан в развитии электронной коммерции заключается в формировании стратегического видения, создании современной правовой базы и обеспечении практической реализации цифровых реформ. Принятые нормативные акты способствуют росту доверия к электронной торговле, расширению онлайн-бизнеса и интеграции Узбекистана в глобальную цифровую экономику.

Развитие электронной коммерции в Узбекистане прошло несколько этапов—от начальной стадии формирования в 2000–2010 годах, характеризовавшейся инфраструктурными, технологическими и институциональными ограничениями, до устойчивого роста и качественной трансформации в 2020-е годы. Существенный импульс развитию электронного рынка был придан в период пандемии COVID-19, когда онлайн-торговля стала важной альтернативой традиционным каналам сбыта. К 2024–2025 годам электронная коммерция заняла значимое место в структуре розничной торговли, что подтверждается ростом объёмов рынка, расширением числа пользователей и активным развитием маркетплейсов.

Определяющую роль в развитии электронной коммерции играет государственная политика. Принятие Закона Республики Узбекистан «Об электронной коммерции», реализация стратегии «Цифровой Узбекистан — 2030» и меры Правительства по регулированию деятельности электронных торговых платформ сформировали устойчивую правовую и институциональную основу отрасли. В среднесрочной перспективе ожидается дальнейший рост доли электронной коммерции в розничной торговле, расширение ассортимента онлайн-продаж, углубление интеграции цифровых, платёжных и логистических сервисов, а также усиление роли электронной коммерции как одного из ключевых элементов цифровой экономики Узбекистана.

#### Список использованных источников

1. Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» (в новой редакции) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz>.
2. Указ Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 г. № ПФ-6079 «О стратегии “Цифровой Узбекистан — 2030” и мерах по ее эффективной реализации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz>.
3. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 26 декабря 2024 г. № 885 «О мерах по дальнейшему развитию сферы электронной коммерции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz>.

4. Постановление Президента Республики Узбекистан от 15 сентября 2023 г. № ПК-381 «О мерах по защите прав потребителей цифровых продуктов и услуг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz>.
5. Указ Президента Республики Узбекистан от 3 июля 2018 г. № ПФ-5476 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz>.
6. Официальный портал нормативно-правовых актов Республики Узбекистан (Lex.uz) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz>.
7. Официальный сайт стратегии развития Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://strategy.uz>.
8. U.S. Department of Commerce. *Uzbekistan: E-Commerce Market Overview*. Country Commercial Guide, 2024–2025.
9. Uzdaily. International e-commerce platforms expand operations in Uzbekistan, 2024.
10. Tadviser. Digital economy and e-commerce development in Uzbekistan, 2024.
11. Официальный правовой портал Республики Узбекистан. — URL: <https://www.norma.uz>.
12. Официальный правовой портал Республики Узбекистан. — URL <https://old.gov.uz/.com>.
13. Официальный информационный портал Республики Узбекистан. — URL: <https://strategy.uz> <https://strategy.uz/index.com>.