



ВЛИЯНИЕ АМЕРИКАНСКИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ

AMERIKA MARKETPLEYSLARINING O'ZBEKISTONDA ELEKTRON KOMMERSIYA RIVOJIGA TA'SIRI

¹**Садыков Азиз
Миршаропович**

¹Независимый исследователь, Банково-финансовая академия
Республики Узбекистан. E-mail: a.sadikov@atmos.uz

Аннотация Annotatsiya

Рус. - Данная научная статья посвящена анализу влияния американских торговых платформ на развитие электронной коммерции в Узбекистане. В исследовании рассматриваются структура глобального рынка электронной коммерции, институциональные особенности американских маркетплейсов, а также их интеграция в экономическую среду Узбекистана. Анализ основан на международной статистике, научных исследованиях, отчетах по трансграничной торговле и нормативно-правовых документах. Методология исследования включает сравнительный, системный, структурно-функциональный и институциональный анализ, что позволило выявить ключевые тенденции, барьеры и возможности развития. Результаты показывают значительный потенциал американских платформ для расширения экспорта, ускорения цифровой трансформации и развития внешней торговли Узбекистана. В статье также представлены рекомендации по повышению конкурентоспособности местных предпринимателей и совершенствованию национальной цифровой политики.

Uzb. - Ushbu ilmiy maqola Amerika savdo platformalarining O'zbekiston elektron bozori rivojiga ta'sirini tahlil qiladi. Tadqiqotda global elektron kommersion tuzilmasi, Amerika marketpleyslarining institutsional xususiyatlari va O'zbekiston iqtisodiy muhitiga integratsiyalashuvi ko'rib chiqiladi. Tahlil xalqaro statistika, ilmiy tadqiqotlar, transchegaraviy savdo hisobotlari va normativ hujjatlarga asoslangan. Metodologiya qiyosiy, tizimli, strukturaviy-funksional va institutsional tahlillarga tayangan bo'lib, asosiy tendensiyalar, to'siqlar va imkoniyatlarni aniqlashga yordam berdi. Natijalar Amerika platformalarining eksport salohiyatini kengaytirish, raqamli transformatsiyani jadallashtirish va O'zbekiston tashqi savdosini rivojlantirishdagi rolini ko'rsatadi. Maqolada mahalliy tadbirkorlarning raqobatbardoshligini oshirish va milliy raqamli siyosatni takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ham berilgan.

Ключевые слова:
Kalit so'zlar:

❖ электронная коммерция, трансграничная торговля, маркетплейсы, Amazon, Etsy, eBay, цифровая экономика, экспорт, логистика, цифровая инфраструктура.

❖ elektron kommersion, transchegaraviy savdo, marketpleyslar, Amazon, Etsy, eBay, raqamli iqtisodiyot, eksport, logistika, raqamli infratuzilma.

Введение.

Современная электронная коммерция является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой экономики. По данным международных консалтинговых агентств, глобальный рынок e-commerce за последние десять лет вырос в несколько раз, превратившись в ключевую инфраструктурную платформу для производителей, потребителей, логистических операторов и государственных институтов. Особую роль в этом процессе играют американские торговые площадки — Amazon, eBay, Etsy, Walmart Marketplace, которые определяют стандарты цифровой торговли и формируют мировые тренды.

Узбекистан находится на стадии активного становления цифровой экономики и стремительно расширяет участие в трансграничных торговых процессах. В период после 2017 года страна начала внедрять масштабные реформы, направленные на улучшение бизнес-климата, цифровизацию государственного управления и развитие национальной платёжной инфраструктуры. Значительно расширилось интернет-покрытие, повысилась доступность смартфонов, сформировались локальные маркетплейсы и службы доставки. Однако выход узбекских предпринимателей на международные рынки остаётся ограниченным. Американские торговые платформы открывают уникальные возможности для выхода узбекских производителей на глобальные рынки без необходимости создавать зарубежные офисы или распределительные центры. Узбекский текстиль, ремесленная продукция, изделия из кожи, национальные украшения и керамика имеют высокий экспортный потенциал. Спрос на этнические товары в США стабильно растёт, особенно через платформы Etsy и eBay. Тем не менее

предприниматели сталкиваются с множеством трудностей, связанных с логистикой, налогами, ограничениями международных платежей и недостатком знаний о цифровом маркетинге.

Таким образом, изучение присутствия американских торговых площадок в Узбекистане является актуальным и необходимым для понимания перспектив развития национального рынка электронной коммерции и расширения экспортного потенциала страны.

Обзор литературы по теме исследования.

Исследование опирается на широкий спектр работ, посвящённых глобализации цифровой экономики, особенностям развития e-commerce, трансграничной торговле и институциональной модернизации развивающихся стран.

Согласно Manuyika, цифровая глобализация радикально изменила структуру международной торговли, снизив барьеры входа для малого и среднего бизнеса [1]. Международные платформы обеспечивают доступ к глобальной аудитории, ускоряют процессы поиска клиентов и позволяют странам с развивающимися рынками участвовать в мировой торговле на новых условиях.

Работы López-García и Schneider подчеркивают значимость международных маркетплейсов в формировании устойчивой к кризисам цифровой инфраструктуры [2]. Авторы отмечают, что именно платформенная экономика становится фундаментом устойчивого экономического роста, а страны, интегрировавшиеся в международные платформы, получают доступ к новым рынкам и технологиям.

По мнению В.В. Дыбской, цифровизация производственных процессов и рост интернет-торговли радикально меняют роль логистики и

управления цепями поставок. Логистика превращается из вспомогательной функции в стратегический механизм создания ценности, поскольку именно она обеспечивает интеграцию процессов, скорость реакции, видимость потоков и адаптивность бизнес-моделей [3].

В Узбекистане литература по электронной коммерции активно развивается. Авторы, такие как Б. Очилов, Рахманов и др., анализируют вопросы цифровизации экономики, обсуждают нормативные реформы, влияние электронных технологий на бизнес-процессы и необходимость модернизации инфраструктуры [4]. Однако исследований, посвящённых конкретно роли американских маркетплейсов и их влиянию на узбекский рынок, крайне мало.

Обзор показывает существенный разрыв между международной научной базой и локальной исследовательской традицией Узбекистана. Это создаёт необходимость комплексного изучения конкретной темы — роли американских маркетплейсов в трансформации национальной цифровой экономики.

Методология исследования.

Методологическая база данного исследования опирается на многоуровневый и интегративный подход, который позволяет всесторонне анализировать влияние американских маркетплейсов на развитие экономики Узбекистана. В рамках исследования используется системный анализ, обеспечивающий оценку структурного и функционального воздействия глобальных платформ на национальный рынок, включая трансформацию бизнес-процессов, цифровых экосистем и потребительского поведения. Сравнительный анализ применяется для выявления особенностей и различий в бизнес-моделях ведущих платформ (Amazon, eBay, Etsy и Walmart

Marketplace) с точки зрения механизмов работы, логистических решений, маркетинговых стратегий и условий взаимодействия с продавцами из стран с развивающейся экономикой.

Институциональный анализ позволяет изучить нормативно-правовую среду Узбекистана, оценить её соответствие международным стандартам и выявить возможные препятствия и стимулы для интеграции национальных предпринимателей в глобальные цифровые цепочки. Кроме того, контент-анализ государственных актов, международных отчётов, отраслевых исследований и научных публикаций способствует систематизации знаний о современных тенденциях глобальной электронной коммерции и формирует теоретическую основу для дальнейшего анализа. Важным элементом является проведение качественных исследований, направленных на выявление ключевых барьеров, с которыми сталкиваются узбекские предприниматели при выходе на международные платформы, а также анализ их адаптационных стратегий. Структурно-функциональный подход дополнительно позволяет определить роль маркетплейсов в формировании цифровых экосистем, развитии технологических и логистических инфраструктур, а также стимулировании инноваций в национальной экономике. Такой комплексный и междисциплинарный подход обеспечивает глубокое и всестороннее понимание предмета исследования, формируя объективную и детализированную картину текущего состояния и перспектив развития рынка электронной коммерции в Узбекистане.

Анализ и обсуждение результатов.

Американские торговые площадки занимают лидирующие позиции в мировой цифровой экономике благодаря

инновационным бизнес-моделям, алгоритмическим системам управления, развитой логистической сети и доступу к глобальной базе клиентов. Эти платформы стали не просто площадками для торговли — они превратились в сложные экосистемы, включающие маркетинг, финансовые услуги, логистику, аналитические инструменты и обучение. Amazon является крупнейшим игроком глобальной электронной коммерции. Система FBA (Functional Behavioral Assessment) обеспечивает автоматизацию логистики и хранения товаров, а алгоритмы рекомендательных систем повышают вероятность покупки. eBay, в свою очередь, сохраняет значительную роль благодаря модели C2C (Consumer-to-Consumer) и доступности для продавцов из стран с развивающейся экономикой. Etsy ориентируется на уникальные и ремесленные изделия, что делает её важной площадкой для узбекских производителей. Ни одна из крупных американских

торговых площадок официально не представлена в Узбекистане. Однако десятки тысяч продавцов из Узбекистана активно участвуют в международной торговле через эти платформы. Они используют зарубежные складские центры, международные логистические компании и посредников. Это создаёт уникальную ситуацию, при которой американские маркетплейсы оказывают влияние на экономику страны, несмотря на отсутствие прямого присутствия. Активность узбекских продавцов на глобальных платформах растёт благодаря ряду ключевых факторов, среди которых:

- ❖ расширение интернет-доступа и распространение цифровых сервисов, повышение качества национальной продукции (особенно текстиля, сувениров и ювелирных изделий);
- ❖ возрастающий интерес мировой аудитории к этническим товарам;
- ❖ рост цифровых навыков среди молодых предпринимателей.

Таблица 1

Сравнительная таблица американских маркетплейсов*

Платформа	Основная модель	Целевая аудитория	Преимущества для продавцов из Узбекистана	Ограничения
Amazon	FBA/FBM	Массовый рынок	Высокий спрос, автоматизация	Высокие комиссии, сложность логистики
eBay	C2C/B2C	Универсальная аудитория	Низкий порог входа, доступность	Менее стабильный спрос
Etsy	Handmade/P2P	Покупатели уникальных товаров	Высокий спрос на этнику	Требования к уникальности
Walmart Marketplace	B2C	Массовый рынок	Высокий трафик	Ограничения по регистрации
Shopify	SaaS	Предприниматели	Гибкость и автономность	Нужен маркетинг и продвижение

*Подготовлено по результатам исследований автора.

Присутствие американских торговых платформ оказывает на экономику Узбекистана многоплановое и системное влияние, способствуя развитию как экспортного потенциала страны, так и национальной цифровой инфраструктуры.

В первую очередь это проявляется в росте экспорта: узбекские ремесленники, производители текстиля, аксессуаров и уникальных изделий получают прямой доступ к рынку США, что способствует увеличению валютных поступлений и

расширению международного присутствия отечественных товаров. Одновременно повышается качество продукции и сервиса, поскольку стандарты упаковки, маркировки и обслуживания клиентов стремятся соответствовать международным требованиям, что формирует у предпринимателей новые профессиональные навыки и стимулирует улучшение внутренних бизнес-процессов.

Кроме того, расширение участия в международной электронной торговле создаёт устойчивый спрос на специалистов в сфере цифрового маркетинга, анализа данных, логистики и управления цепочками поставок, способствуя формированию новых цифровых профессий и развитию человеческого капитала. Влияние американских маркетплейсов также стимулирует локальные платформы к модернизации своих сервисов: гибкость, технологические решения и высокие стандарты обслуживания на мировых площадках побуждают национальные маркетплейсы повышать качество предоставляемых услуг, внедрять инновационные подходы и оптимизировать внутренние процессы. В результате формируется благоприятная инновационная среда, в которой предприниматели активно внедряют новые технологии, автоматизируют операции, совершенствуют платёжные решения и адаптируют бизнес-модели под требования глобального рынка.

Несмотря на очевидные преимущества, развитие трансграничной электронной коммерции сталкивается с рядом существенных препятствий. Основными барьерами остаются платёжные ограничения, связанные с отсутствием поддержки таких международных систем, как PayPal и Stripe, а также высокая стоимость логистики, обусловленная отсутствием локальных складов Amazon и крупных хабов международных курьерских

служб. Регуляторная неопределённость также сдерживает активность предпринимателей, поскольку трансграничная электронная коммерция в Узбекистане пока недостаточно урегулирована. Кроме того, многие предприниматели испытывают дефицит цифровых компетенций, необходимых для продвижения товаров на глобальных платформах, работы с аналитикой и управлением онлайн-продажами.

В связи с этим перспективы развития международной электронной торговли в стране связаны с комплексными мерами. Ключевыми направлениями являются создание международных логистических центров и фулфилмент-хабов на территории Узбекистана, интеграция национальной платёжной системы с международными сервисами, разработка специализированных образовательных и тренинговых программ для предпринимателей, выходящих на глобальные площадки, а также активная государственная поддержка трансграничных продавцов. Дополнительно необходимы упрощение таможенных процедур, стандартизация налогового администрирования и создание правовой среды, которая стимулировала бы активное участие узбекских производителей в глобальной электронной коммерции и способствовала устойчивому росту экономики в условиях цифровизации.

Выводы и рекомендации.

Американские торговые площадки уже сегодня оказывают значительное влияние на развитие цифровой экономики Узбекистана, предоставляя национальным производителям уникальные возможности для выхода на мировой рынок. Несмотря на отсутствие официального локального присутствия, их косвенное воздействие проявляется в трансформации бизнес-процессов, повышении качества товаров и

услуг, а также в стимулировании модернизации национальной цифровой инфраструктуры. Платформы, такие как Amazon, eBay и Etsy, выполняют структурообразующую роль в формировании электронного рынка, задавая эталонные стандарты качества, логистики, обслуживания клиентов и защиты прав потребителей. Их влияние распространяется не только на предпринимателей, но и на местные маркетплейсы, государственные регуляторные органы и инфраструктурные сервисы, стимулируя их к постоянному совершенствованию и адаптации к мировым требованиям.

Особое значение американских маркетплейсов заключается в содействии росту экспорта малого и среднего бизнеса Узбекистана, в частности в сферах ремесленных изделий, текстиля, аксессуаров и цифровых услуг. Эти платформы открывают доступ к глобальной аудитории и позволяют узбекским производителям конкурировать на международном уровне, одновременно повышая стандарты качества и внедряя передовые бизнес-практики.

Вместе с тем, развитие трансграничной электронной коммерции сталкивается с рядом барьеров, среди которых наиболее значимыми являются сложности в логистике, ограничения международных платежей, отсутствие

чётких нормативных и налоговых требований, а также недостаточный уровень цифровых компетенций у предпринимателей для эффективного продвижения своих товаров на глобальных платформах.

В связи с выявленными вызовами и потенциалом развития необходимо внедрение комплексных мер поддержки. Прежде всего, требуется упростить процедуры идентификации и налогообложения физических лиц, осуществляющих продажи через зарубежные маркетплейсы, что позволит снизить административные барьеры и стимулировать участие в глобальной торговле. Кроме того, важным шагом является создание государственных программ поддержки экспортеров, включая образовательные инициативы, субсидирование логистики и сертификацию продукции. Организация совместных логистических и фулфилмент-центров с международными платформами на территории Узбекистана позволит ускорить процесс доставки товаров и повысить конкурентоспособность национальных производителей. Наконец, стандартизация и гармонизация регулирования трансграничной электронной коммерции в соответствии с международными практиками обеспечит правовую определённость и устойчивое развитие цифровой экономики страны.

Список использованной литературы:

1. James Manyika. *Digital globalization: The new era of global flows*. Page 12.
2. Шендрик П.В. Теоретические особенности функционирования маркетплейсов // МНИЖ. 2022. №10 (124). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osobennosti-funktsionirovaniya-marketpleysov> (дата обращения: 09.12.2025).
3. Дыбская В.В., Сергеев В.И., Лычкина Н.Н. и др. *Цифровые технологии в логистике и управлении цепями поставок*. — М.: Изд-во «Высшая школа экономики», 2020. — 190 с. — ISBN 978-5-7598-2348-3.
4. Очилов, Б. (2023). Вопросы повышения инвестиционной привлекательности для развития экономики страны. *Экономика и образование*, 24(1), 75–81.