



TOP-CONFERENCES

International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies

International Conference of Economics, Finance and Accounting Studies is a double-blind peer-reviewed, open-access journal published to reach excellence on the scope. It considers scholarly, research-based articles on all aspects of economics, finance and accounting. As an international congress aimed at facilitating the global exchange of education theory, contributions from different educational systems and cultures are encouraged. It aims to provide a forum for all researchers, educators, educational policy-makers and planners to exchange invaluable ideas and resources.

Цифровая торговля и внешнеэкономическая трансформация: выводы из расширения электронной коммерции в Узбекистане

Битурсунова Альфия

Высшая школа бизнеса и предпринимательства при Кабинете Министров Республики Узбекистан

Аннотация

В контексте глобальной цифровой трансформации электронная коммерция (e-commerce) стала стратегическим инструментом для улучшения внешнеэкономической деятельности развивающихся стран. В этой статье рассматривается влияние электронной коммерции на международную торговлю и инвестиционные потоки Узбекистана. Опираясь на международные теоретические основы и разработки национальной политики, в исследовании подчеркивается, как цифровые платформы, такие как Uzum Market, и глобальное партнерство с Alibaba способствовали росту экспорта, улучшили доступ к рынкам и привлекли иностранные инвестиции. Однако, несмотря на эти достижения, нормативная фрагментация, инфраструктурные ограничения и асимметрия знаний по-прежнему препятствуют полной реализации потенциала электронной коммерции в Узбекистане. В статье обосновывается необходимость разработки комплексной стратегии цифровой торговли, соответствующей международным стандартам и целям вступления в ВТО. Благодаря качественному синтезу эмпирических данных, сравнениям международных случаев и национальным стратегиям, в этом исследовании предлагаются рекомендации по политике для повышения цифровой конкурентоспособности и внешнеэкономической устойчивости.

Ключевые слова

цифровая торговля, внешнеэкономическая деятельность, Узбекистан, ВТО, цифровая инфраструктура, трансграничные платформы, рост экспорта, цифровая трансформация, онлайн-торговая площадка

Введение

В эпоху быстрой глобализации и технологических преобразований электронная коммерция (e-commerce) стала краеугольным камнем современной международной торговли. Ее влияние выходит далеко за рамки цифровых платформ. Она меняет способ экономического взаимодействия стран, особенно в странах с переходной экономикой, таких как Узбекистан. Для страны, стремящейся усилить свою интеграцию в мировые рынки, включая ее перспективное вступление во Всемирную торговую организацию (ВТО), цифровая торговля представляет собой как стратегическую возможность, так и сложную задачу.

Узбекистан находится в процессе значительного экономического перехода. Правительственные реформы, инвестиции в инфраструктуру и расширение международного сотрудничества заложили основу для более открытой и технологически интегрированной внешней торговли. Однако цифровая трансформация в этом контексте

заключается не только в разворачивании платформ, таких как Uzum Market. Она охватывает более глубокую реструктуризацию институциональных, правовых и экономических механизмов, регулирующих торговлю. В то время как транснациональные корпорации приняли виртуальные рабочие модели и стратегии цифрового найма, такие страны, как Узбекистан, должны согласовать внутреннюю политику с развивающимися глобальными цифровыми нормами. Успех этого примирения зависит не только от доступа к цифровым инструментам, но и от институциональной адаптивности и стратегического видения.

Методология

Эта статья основана на сравнительном и логико-структурном синтезе данных из международной литературы и узбекских конкретных примеров. Анализ объединяет выводы из International Business Review о тенденциях цифровой мобильности и оценки национальной политики с узбекских исследовательских форумов. Ключевые методологические инструменты включают качественную оценку политических документов, макроэкономических отчетов и показателей эффективности платформы (например, рост рынка Uzum, нормативно-правовая база, динамика переговоров ВТО). Цифровая коммерция обеспечивает экономически эффективный доступ к зарубежным рынкам, снижает логистические барьеры и способствует инклюзивности за счет расширения прав и возможностей малых и средних предприятий (МСП). Тем не менее, ее успешная интеграция в национальные торговые системы зависит от готовности местных предприятий, законодательной базы и цифровой инфраструктуры — все это все еще находится на стадии становления в Узбекистане.

Результаты и обсуждение

Быстрое внедрение цифровых торговых платформ в Узбекистане открывает новые экономические коридоры. Такие торговые площадки, как Uzum, и партнерства с глобальными организациями, такими как Alibaba, иллюстрируют, как цифровые каналы могут демократизировать доступ к международным рынкам для отечественных производителей.

Как видно из глобальной практики МНК, цифровые платформы оптимизируют мобильность талантов, наставничество и трансграничную координацию. В Узбекистане они выполняют двойную роль: содействуют экспорту, выступая в качестве инструментов цифровой грамотности и развития предпринимательства. Это согласуется с глобальными выводами о том, что цифровые технологии позволяют экспатриантам и предприятиям оставаться на связи, обучаться и интегрироваться без физического перемещения. Несмотря на прогресс, проблемы остаются. В стране отсутствует единая стратегия, согласующая цифровую торговлю с более широкими внешнеэкономическими целями. Недостаточное соответствие международному торговому праву, особенно в области защиты интеллектуальной собственности, цифрового налогообложения и кибербезопасности. Этот разрыв усиливается во время процессов вступления в ВТО, где несоответствия между внутренним законодательством и мировыми стандартами становятся узкими местами.

Цифровая торговля снижает стоимость входа для МСП, позволяя им участвовать в глобальных цепочках поставок. Это сопровождалось заметным ростом иностранных инвестиций в инфраструктуру и услуги электронной коммерции. Однако отсутствие подробных данных о занятости и налогообложении, связанных с цифровой торговлей, затрудняет долгосрочное планирование политики. Результаты перекликаются с

результатами международных исследований: страны с более высокой технической готовностью и поддерживающими правовыми экосистемами лучше подготовлены к использованию цифровых платформ для экономического роста. Для Узбекистана успех зависит от устранения институциональных пробелов, инвестирования в логистику и ИТ-инфраструктуру и поддержки МСП с помощью целевых финансовых и образовательных стимулов. Так же, как виртуальная экспатриация несет с собой такие риски, как снижение межкультурной коммуникации или потенциальное сокращение рабочих, цифровая торговая революция в Узбекистане должна защищать от цифрового неравенства, разрыва между сельскими и городскими районами и чрезмерной зависимости от иностранных платформ. Существует острая необходимость в программах управления данными, защиты прав потребителей и наращивания потенциала, чтобы избежать системных уязвимостей. Более того, темная сторона ЦТ, отмеченная в глобальных исследованиях, такая как дезинформация, проблемы с наблюдением и зависимостью, должна быть упреждающе устранена посредством надежной национальной политики.

Заключение

Электронная коммерция в Узбекистане оказывается мощной силой для преобразования внешнеэкономической деятельности. Она повышает эффективность торговли, расширяет доступ к рынкам и улучшает инвестиционный климат. Однако эта трансформация неравномерна и осложнена нормативными, инфраструктурными и связанными со знаниями ограничениями.

Чтобы обеспечить устойчивые выгоды, Узбекистан должен принять интегрированную стратегию цифровой торговли, которая соответствует его стремлениям в ВТО, способствует правовой гармонизации и дает возможность местным предприятиям адаптироваться к глобальной цифровой экономике. Будущие исследования должны быть сосредоточены на количественных показателях влияния электронной коммерции на занятость, налогообложение и диверсификацию экспорта, в то время как политики должны разработать адаптивные структуры, которые поощряют инновации и защищают национальные интересы.

Использованная Литература

1. Бучер Дж., Лазарова М. и Деллер Дж. (2025). Цифровые технологии и глобальная мобильность: описательный обзор и направления будущих исследований. *Международное Бизнес Обзор*, 34, 102294.
2. Усманходжаева С. М. (2023). Цифровая трансформация Узбекистана на примере маркетплейсов. *Ракамли иктисодийот*, (5), 113–124.
3. Всемирный банк. (2023). Стратегия цифровой экономики Узбекистана до 2030 года.
4. ВТО. (2022). Электронная коммерция в развивающихся странах: проблемы и возможности. *Всемирная торговая организация*.
5. Калиджури П. и Бонаш Дж. (2016). Развивающиеся и устойчивые проблемы глобальной мобильности. *Журнал мирового бизнеса*, 51 (1), 127–141.