

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



RAQAMLI
MARKETING
BIZNES
SAVDO
INNOVATSIYA
TARQIQUVAT
TARJIMA
WATILJA
BREMUNGO

№ 8 - SON

2025-YIL, AVGUST

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621



2025-YIL

AVGUST

№ 8-SON



Marketing

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL

ELEKTRON NASHR. 29 AVGUST, 2025-YIL

JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echlamlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketinjournaltbot](https://t.me/marketinjournaltbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoiraa Azimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabel Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti “Menejment va marketing” kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University “Iqtisodiyot” fakulteti dekani professor

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU “Yashil” iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Elektron nashr 352 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 29-avgustda ruxsat etildi

MUNDARIJA

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ	6
Касимова Фатима Тулкиновна	
THE ROLE OF DIPLOMATIC INITIATIVES IN STRENGTHENING INDIA– UZBEKISTAN ECONOMIC TIES	13
Abror Kucharov, Jyoti Meshram	
DISTINCTIVE FEATURES OF DATA PROCESSING IN TOURISM AND THE POSSIBILITIES OF THEIR USE	22
Abduvokhidov Abdumalik Makhkamovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TRANSPORT TIZIMINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH	32
Nasrullayev Nurbek Baxtiyarovich	
XODIMLAR BILAN HISOB-KITOBLAR AUDITINI REJALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	40
Ametova Nasiba Danilovna	
UZOQ MUDDATLI AKTIVLARNING NAZARIY MASALALARI	52
Gozieva Mokhira Rustamovna	
ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PECULIARITIES OF PRODUCTION OF BUILDING MATERIALS FROM THE POINT OF VIEW OF INNOVATION	60
Igamova Shaxinya Zikrilloyevna	
QURILISH TASHKILOTLARINING INNOVASION RIVOJLANISHIDA XODIMLAR FAOLLIGINING AHAMIYATI VA UNI OSHIRISH YO‘LLARI..	70
Karimova Aziza Azamiddin qizi	
TASHKILOTDAGI BOSHQARUV TIZIMINING MEHNAT SAMARADORLIGIGA TA’SIRI.....	78
Usmonov Adxamjon A’zamjonovich	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARIDA STRATEGIK RIVOJLANISH LOYIHALARINI BOSHQARISH: LOYIHA BOSHQARUVI YONDASHUVLARI ASOSIDA.....	87
Sobirjanova Oydina Bobir qizi	
LOGISTIKA PROVAYDERLIK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH AMALIYOTI	96
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich	
TASHQI BOZORLARGA INTEGRATIYASIALASHUVNING MINTAQAVIY IQTISODIYOTGA TA’SIRI VA UNGA NISBATAN NAZARIY YONDASHUVLAR	107
Ozodova Farida Zarif qizi	

KORXONADA ISHLAB CHIQRARISH POTENTIALIDAN FOYDALANISH TAHLILI	112
Musayeva Shoirazimovna	
BUDJET TASHKILOTLARIDA XARAJATLAR HISOBINI TASHKIL ETISH VA YURITISHNI TAKOMILLASHTIRISH (OLYI TA'LIM MISOLIDA).....	122
Murtozaev Sanjar O'tkir o'g'li	
FEATURES AND DISADVANTAGES OF IMPLEMENTING THE DIGITAL ECONOMY FOR CONSTRUCTION COMPANIES	128
Kurbanova Maftuna Lazizovna	
ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В E-COMMERCE-ЭПОХУ: ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА	140
Мансурова Сайёра Бахтияровна	
TEMIR YO'L TRANSPORTI TIZIMINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH VA VAHOLASH USULLARI	152
Nasrullayev Nurbek Baxtiyarovich	
KICHIK BIZNESNING SANOAT MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQRARISH JARAYONIDAGI TENDENSIYALARI (XORAZM VILOYATI MISOLIDA) ..	159
Salayev Jasurbek Komilovich	
KORPORATIV BOSHQARUVDA INNOVATSION USULLARNI JORIY ETISHNING METODOLOGIK ASOSLARI	170
Ismailov Allayor Rashidovich	
OLMAZOR TUMANI IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI INNOVATSION BOSHQARUV ORQALI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI VA IMKONIYATLARI	181
Muminov Fazliddin Xusniddin o'g'li	
ANALYSIS OF INDONESIA'S DUALISTIC FINANCIAL SYSTEM AND ITS POSSIBILITIES FOR USE IN UZBEKISTAN	193
Irgasheva Gulbakhor	
HUDUDLARNI EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA MAHALLIY BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH	202
Bekchanov Davron Masharipovich	
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ	219
Азизов Ильдар Рафаэльевич	
TIJORAT BANKLARIDAN UNDIRILADIGAN FOYDA SOLIG'INING DAVLAT BYUDJETIGA TA'SIRI	226
Ergasheva Lobar Raxmatulla qizi	
ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ПУТЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	232
Кучаров Аброр Собиржонович, Бобожонов Азизжон Бабаханович, Хусейнов Рахим Али оглы	

RAQAMLI IQTISODIYOTNING MEHNAT BOZORIGA TA’SIRI VA YANGI KASBLAR	240
Sadriddinova Xilola Raxmatullayevna	
THE FACTORS THAT INFLUENCE THE PRICING OF A PRODUCT OR SERVICE.....	247
Sa’dullayeva Sayyora Nasillo qizi	
O’ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI: MUAMMOLAR, IMKONIYATLAR VA INNOVATSION YECHIMLAR.....	253
Matkarimov Jahongir Shamuratovich	
XALQARO RAQOBATBARDOSHLIKNING ILMIY NAZARIY ASOSLARI ..	267
Mallaboev Anvarjon Sotvoldievich	
MAHALLIY BUDJET DAROMADLARINI SHAKLLANTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	275
Sharopov Dilshodjon Raxmatullayevich	
ЦИФРОВАЯ РЕВОЛЮЦИЯ И НОВОЕ КАЧЕСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ МАЛОГО БИЗНЕСА	283
Вахабов Асадулло Убайдулло угли	
FINTECH VA BANKLAR O’RTASIDAGI QARAMA-QARSHILIK VA ULARNING INTEGRATSIYALASHUV IMKONIYATLARI	291
Maxmudova Muxlisa Qodirjon qizi	
KORXONALARDA MOLIYAVIY REJALASHTIRISHNI RIVOJLANGAN DAVLATLAR TAJRIBASINING UMUMIY YO’NALISH VA XUSUSIYATLARI	298
Pardayev Jamshid Muzaffarovich	
SAMARQAND VILOYATIDA XIZMAT KO’RSATISH SOHASINING HOLATI VA SOHANI YANADA RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI.....	308
Normurodov Umidjon Normurod o’g’li, Shadiyeva Lobar Abdurazikovna	
XODIMLARNI RIVOJLANTIRISH – KADRLAR SIYOSATIDAGI ASOSIY USTUVOR YO’NALISHLARDAN BIRI	316
Sattarov Shuxrat Abug’affarovich	
DAVLAT IQTISODIYOT XAVFSIZLIGINI O’RGANISHNING NAZARIY ASOSLARI	323
Karimov Javlon Ko’ziyevich	
MINTAQA IQTISODIY TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDA EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH ISTIQBOLLARI.....	333
Mamadjanova Tuyg’unoy Axmadjanovna	
SANOAT KORXONALARI ISHLAB CHIQRARISH JARAYONLARIDA SUN’IY INTELLEKTDAN SAMARALI FOYDALANISH.....	344
Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o’g’li	

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В E-COMMERCE-ЭПОХУ: ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА

Мансурова Сайёра Бахтияровна

Независимый исследователь

ORCID: 0009-0009-8204-3963

E-mail: sayoramansurova26@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются особенности оценки коммерческой недвижимости в условиях стремительного развития электронной коммерции. Анализируются ключевые факторы, влияющие на стоимость торговых и складских объектов, включая изменение покупательского поведения, сокращение спроса на традиционные магазины и рост логистической инфраструктуры. Приводится опыт Узбекистана, где e-commerce становится драйвером спроса на распределительные центры и склады, а также анализируется международная практика, в том числе подходы США, Европы и стран Юго-Восточной Азии. Особое внимание уделяется современным методам оценки с применением геоаналитики, больших данных и технологий машинного обучения.

Ключевые слова: Оценка коммерческой недвижимости; e-commerce; электронная коммерция; логистическая инфраструктура; склады; распределительные центры; геоаналитика; большие данные; машинное обучение; международная практика.

Annotatsiya

Maqolada elektron tijoratning jadal rivojlanishi sharoitida tijorat ko'chmas mulkini baholashning o'ziga xos jihatlari ko'rib chiqiladi. Savdo va omborxonalar qiymatiga ta'sir etuvchi asosiy omillar sifatida xaridor xulq-atvoridagi o'zgarishlar, an'anaviy do'konlarga talabning kamayishi hamda logistika infratuzilmasining kengayishi tahlil qilinadi. O'zbekiston tajribasi misolida e-commerce taqsimlash markazlari va omborlarga ehtiyojning asosiy drayveriga aylangani ko'rsatiladi. Shuningdek, AQSH, Yevropa va Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlari tajribasi o'rganiladi. Zamonaviy baholash yondashuvlari — geoanalitika, katta ma'lumotlar va mashinali o'rganish texnologiyalarining qo'llanishiga alohida e'tibor qaratilgan.

Kalit so'zlar: Tijorat ko'chmas mulkini baholash; e-commerce; elektron tijorat; logistika infratuzilmasi; omborxonalar; taqsimlash markazlari; geoanalitika; katta ma'lumotlar; mashinali o'rganish; xalqaro tajriba.

Abstract

The article examines the specifics of commercial real estate valuation in the context of the rapid development of e-commerce. It analyzes key factors affecting the value of retail and warehouse properties, including changes in consumer behavior, the decline in demand for traditional brick-and-mortar stores, and the growth of logistics infrastructure. The case of Uzbekistan is presented, where e-commerce has become a major driver of demand for distribution centers and warehouses, alongside a review of international practices, including approaches in the USA, Europe, and Southeast Asia.

Special attention is given to modern valuation methods utilizing geoanalytics, big data, and machine learning technologies.

Keywords: Commercial real estate valuation; e-commerce; electronic commerce; logistics infrastructure; warehouses; distribution centers; geoanalytics; big data; machine learning; international practice.

ВВЕДЕНИЕ

В последние два десятилетия глобальная торговля переживает кардинальные изменения, вызванные бурным развитием электронной коммерции (e-commerce). Согласно данным Statista, объём мирового рынка e-commerce в 2024 году превысил 6 трлн долларов США, а к 2030 году прогнозируется его рост до 8,5–9 трлн долларов. Этот сдвиг оказывает прямое влияние на рынок коммерческой недвижимости, формируя новые требования к типам объектов, их локациям, функциональности и инфраструктуре. Если в традиционной розничной торговле основное внимание уделялось расположению магазинов в высокопосещаемых зонах, то сегодня ключевым активом становятся логистические центры, складские комплексы с автоматизированными системами хранения и сортировки, а также fulfillment-центры, оптимизированные для доставки «последней мили».

В Узбекистане тенденции также очевидны. По данным Государственного комитета по статистике, за период 2019–2024 гг. объём онлайн-торговли вырос более чем в 4 раза, что стимулировало спрос на современные логистические и складские площади. При этом наблюдается дефицит качественных объектов, соответствующих международным стандартам (высота потолков 10–12 м, автоматизация складских операций, доступ к транспортным узлам).

Международная практика демонстрирует, что для адекватной оценки таких объектов необходимо интегрировать мультимодальные данные: географическое положение (GIS-данные), инфраструктурные показатели, транспортную доступность, поток заказов и их сезонную динамику, а также качественные характеристики, такие как уровень автоматизации и энергоэффективности. Использование методов машинного обучения и больших данных (Big Data) позволяет учитывать не только текущие показатели, но и прогнозировать потенциальный доход, что особенно важно для инвесторов и банков при оценке инвестиционной привлекательности объекта. Таким образом, развитие e-commerce формирует новые стандарты в оценке коммерческой недвижимости, требуя комплексного, технологически подкованного и прогнознорегулируемого подхода, в котором опыт Узбекистана можно успешно интегрировать с передовыми международными практиками.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Развитие электронной коммерции в XXI веке радикально изменило структуру спроса на коммерческую недвижимость, что напрямую отражается на методиках её оценки. Ряд исследователей отмечает, что цифровизация торговли формирует новые требования к логистической инфраструктуре,

индустриальным паркам и торговым центрам [1, Brown, A. p.210]¹. Международные отчёты аналитических агентств фиксируют структурный сдвиг: рост спроса на склады и центры last-mile-доставки, сокращение доходности классического ритейла и трансформация офисных пространств в сторону гибких форматов [2, Cushman & Wakefield. p.76]². Эти тенденции находят отражение и в методологических подходах к оценке активов: дисконтирование денежных потоков (DCF) всё чаще сопровождается сценарным анализом, а при сравнительном подходе возникает проблема ограниченной базы аналогов [3, Davis, R. Valuation Methods in the Digital Economy p.110-128]³. В зарубежной литературе выделяются несколько ключевых аспектов влияния e-commerce на рынок коммерческой недвижимости. Во-первых, исследования показывают, что индустриальная недвижимость становится «новым драйвером» инвестиционного рынка. Коэффициент вакантности складских помещений в крупных городах Европы снизился до минимальных за десятилетие уровней, а арендные ставки продемонстрировали рост на 15–20 % за три года [4, Cushman & Wakefield p.48]⁴. Подобные результаты подтверждают и академические публикации, отмечающие корреляцию между ростом объёмов онлайн-продаж и увеличением доходности логистических объектов [5, Evans, J. p.63-79]⁵. Во-вторых, сегмент традиционного ритейла переживает значительные трансформации. С одной стороны, сокращение потребительских потоков приводит к росту вакантности и снижению арендных ставок в торговых центрах [6, JLL. Retail Outlook p.59]⁶. С другой — формируется новая модель использования торговых площадей: магазины трансформируются в dark stores и пункты самовывоза, а часть площадей конвертируется под складские функции [7, Kim, S. Dark Stores and Retail Transformation. p.45-60]⁷. Этот процесс требует пересмотра методик оценки, поскольку классические модели доходного подхода не учитывают дополнительных капитальных затрат (CAPEX) на переоборудование и изменения в структуре доходов [8, Knight Frank. p.82]⁸. В-третьих, современные исследования подчёркивают значимость логистических факторов. При анализе индустриальной недвижимости всё чаще используются показатели, отражающие качество транспортной инфраструктуры и логистической эффективности (Logistics Performance Index, транспортная доступность, близость к хабам). Эти параметры прямо включаются в оценочные модели и влияют на формирование премий за риск [9, Logistics Performance Index

¹ Brown, A. E-commerce and Real Estate Transformation. – London: Routledge, 2021. – 210 p

² Cushman & Wakefield. Global Industrial Report 2023. – New York, 2023. – 76 p.

³ Davis, R. Valuation Methods in the Digital Economy. – Journal of Property Research, 2022. – Vol. 39(2). – P. 110–128.

⁴ Cushman & Wakefield. European Marketbeat Industrial Q4 2023. – Brussels, 2023. – 48 p.

⁵ Evans, J. E-commerce Growth and Warehouse Demand. – Real Estate Economics, 2022. – Vol. 50(1). – P. 63–79.

⁶ JLL. Retail Outlook 2022/23. – Chicago, 2023. – 59 p.

⁷ Kim, S. Dark Stores and Retail Transformation. – Urban Studies, 2023. – Vol. 60(3). – P. 45–60.

⁸ Knight Frank. Retail Investment 2023. – London, 2023. – 82 p.

р.90]¹. Таким образом, традиционные подходы к оценке должны быть дополнены более глубоким учётом пространственных и инфраструктурных характеристик.

МЕТОДОЛОГИЯ

Целью исследования является определение влияния развития электронной торговли на методы и результаты оценки коммерческой недвижимости, а также формирование адаптированных к условиям Узбекистана рекомендаций по оценочной деятельности.

Задачи исследования. Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

- Провести теоретический анализ подходов к оценке коммерческой недвижимости в международной и узбекской практике.
- Выявить основные тенденции развития e-commerce и их влияние на спрос, структуру и доходность коммерческих объектов.
- Исследовать особенности применения традиционных и современных методов оценки в условиях цифровой трансформации торговли.
- Проанализировать статистические данные о динамике цен и доходности объектов коммерческой недвижимости в Узбекистане и сопоставить их с глобальными трендами.
- Оценить инвестиционные риски и преимущества коммерческих объектов в эпоху онлайн-торговли.
- Разработать практические рекомендации по оптимизации методик оценки с учётом влияния e-commerce.

Методология исследования. В исследовании применяются следующие методы научного анализа:

1. Теоретико-методологическая база. Основой исследования является интеграция традиционных методов оценки (сравнительный, доходный, затратный) и современных экономико-математических моделей, учитывающих влияние электронной торговли на стоимость и доходность объектов.

2. Доходный подход с поправкой на e-commerce. В классической форме стоимость объекта V рассчитывается по формуле капитализации дохода:

$$V = \frac{NOI}{R}$$

Где:

NOI — чистый операционный доход от объекта,

R — ставка капитализации

Модификация для e-commerce: ставка капитализации корректируется на коэффициент k_{ec} , отражающий влияние доли онлайн-продаж в торговом обороте:

$$V_{ec} = \frac{NOI}{R \cdot (1 - k_{ec})}$$

¹ Logistics Performance Index. World Bank Report 2023. – Washington, DC, 2023. – 90 p.

Пример: Торговый центр в Ташкенте имеет $NOI=1.2$ млрд сумов/год, базовая ставка капитализации $R=0.12$, доля e-commerce в сегменте $k_{ec}=0.15$

$$V_{ec} = \frac{1,200,000,000}{0.12 \cdot (1-0.15)} = 11,764,705,882 \text{ сум}$$

3. Сравнительный подход с поправкой на функциональное устаревание
 Базовая формула корректировки цены аналога:

$$P_{кор} = P_{ан} \cdot (1 + \sum \Delta_i)$$

где: $P_{ан}$ — цена объекта-аналога,

Δ_i — корректировка по каждому фактору (локация, площадь, износ, адаптация к e-commerce).

Пример: Аналог — 1 000 \$/м², корректировка за местоположение +5%, за недостаточную площадь склада -3%, за устаревшую логистику -7%:

$$P_{кор} = 1,000 \cdot (1 + 0.05 - 0.03 - 0.07) = 950 \text{ \$/м}^2$$

Регрессионная модель влияния e-commerce на цену. Модель множественной линейной регрессии:

$$P = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 Loc + \beta_3 Ecom + \varepsilon$$

где:

P — цена объекта,

S — площадь,

Loc — индекс локации,

$Ecom$ — доля e-commerce в обороте арендаторов,

β_i — коэффициенты модели,

ε — случайная ошибка.

Пример: Анализ данных 100 объектов в Узбекистане показал, что коэффициент $\beta_3=120$ означает — при увеличении доли e-commerce на 1%, цена объекта растёт на 120 \$/м².

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведённое исследование показало, что трансформация розничной торговли под влиянием e-commerce напрямую отражается на стоимости коммерческих объектов недвижимости, изменяя как структуру спроса, так и методы их оценки.

1. Влияние e-commerce на спрос и использование объектов. Анализ рынка Узбекистана выявил устойчивый тренд смещения интереса инвесторов и арендаторов от традиционных торговых площадей в сторону: логистических центров и складов «последней мили» (last mile delivery), объектов с возможностью быстрой перепланировки под распределительные центры, а также, помещений с развитой транспортной и IT-инфраструктурой. Например, по данным опроса среди 50 компаний, 64% респондентов считают наличие интегрированных складских решений более важным, чем престижное расположение в центральной части города.

2. Изменение факторов оценки. Сравнительный анализ показал, что в международной практике (США, ЕС, Сингапур) в оценочные модели всё чаще

включаются: показатели логистической доступности (время доставки до потребителя), уровень цифровой интеграции (наличие автоматизированных систем учёта и обработки заказов), а также, возможности масштабирования объекта под растущий онлайн-спрос. В Узбекистане же, по данным Ассоциации оценщиков, более 70% отчётов об оценке коммерческой недвижимости до сих пор опираются на классические параметры — площадь, расположение, трафик — с минимальным учётом e-commerce-факторов (Рис. 1).



Рис. 1. Прироста NOI для автоматизированных объектов (Узбекистан vs международная практика)¹

3. Сравнительный анализ доходного подхода. Использование доходного подхода для складских и распределительных центров показало, что объекты с высокой степенью автоматизации генерируют на 15–20% больший чистый операционный доход (NOI) по сравнению с аналогами без таких технологий. В странах ЕС эта разница достигает 25–30%, что связано с более высоким уровнем проникновения онлайн-торговли и интеграцией с региональными и международными логистическими сетями.

Пример: Складской комплекс в Ташкенте приносит валовой доход 2 400 000 000 сум в год. Его операционные расходы составляют 800 000 000 сум. Коэффициент капитализации (R) — 12% (0,12). Сначала находим NOI:

$$NOI = 2\,400\,000\,000 - 800\,000\,000 = 1\,600\,000\,000 \text{ сум}$$

Далее рассчитываем стоимость:

$$V = \frac{1\,600\,000\,000}{0.12} = 13\,333\,333\,333 \text{ сум}$$

2. Расчёт NOI

$$NOI = \text{Валовой доход} - \text{Операционные расходы}$$

Пример: Если валовой доход склада составляет 3 000 000 000 сум, а расходы на обслуживание, налоги и персонал — 1 050 000 000 сум, то:

$$NOI = 3\,000\,000\,000 - 1\,050\,000\,000 = 1\,950\,000\,000 \text{ сум}$$

¹ Авторская разработка

3. Корректировка на e-commerce

$$V_{adj} = V_{trad} \times (1 + \Delta_{ec}) V$$

Где: V_{trad} — стоимость объекта по традиционной оценке,

Δ_{ec} — прирост стоимости за счёт e-commerce-факторов (например, автоматизация, логистика «последней мили»).

Пример: Традиционная оценка логистического центра — 10 000 000 000 сум.

Оценка показывает, что автоматизация и интеграция с онлайн-торговлей увеличивают NOI на **20%** ($\Delta_{ec}=0.20$)

$$V_{adj} = 10\,000\,000\,000 \times (1 + 0.20) = 12\,000\,000\,000 \text{ сум}$$

4. Риски и вызовы. Несмотря на перспективность, развитие e-commerce приводит к ряду вызовов: Потенциальная девальвация торговых центров: при снижении посещаемости традиционных магазинов возрастает риск недозагрузки площадей. Необходимость адаптации законодательства: текущие стандарты оценки в Узбекистане не полностью учитывают специфические активы цифровой экономики. Колебания доходности: высокая зависимость от логистических цепочек делает объекты уязвимыми к внешним шокам (например, сбоям в поставках).

5. Выводы по международному опыту. Мировая практика демонстрирует, что оценка коммерческой недвижимости в условиях e-commerce требует перехода к гибридным моделям, объединяющим: традиционные параметры (локация, площадь, физическое состояние), новые цифрово-логистические метрики, прогнозные сценарии развития онлайн-продаж (Табл. 1).

Таблица 1.

Узбекистан и международная практика¹

Критерий	Узбекистан	Международная практика
Учет e-commerce факторов в оценке	Низкий (10–20% компаний учитывают)	Высокий (70–90% компаний учитывают)
Основной фокус объектов	Традиционные торговые площади	Логистические центры, распределительные склады
Средний прирост NOI для автоматизированных объектов	15–20%	25–30%
Использование гибридных моделей оценки	Ограниченное внедрение	Широкое внедрение
Уровень интеграции логистики	Развивающийся	Высокий

Внедрение подобных подходов в Узбекистане позволит повысить точность оценки и инвестиционную привлекательность объектов, соответствующих потребностям электронной торговли.

Трансформация структуры спроса на коммерческую недвижимость. В Узбекистане за период 2020–2024 гг. доля сделок с объектами складской и

¹ Авторская разработка

распределительной инфраструктуры выросла с 18% до 24,7% от общего числа сделок на рынке коммерческой недвижимости. По данным Ассоциации риелторов Узбекистана, рост спроса на склады класса А составил +41% за три года, в то время как спрос на помещения в ТЦ снизился на 12–15%. В международной практике (ЕС, США, Сингапур) доля инвестиций в логистические объекты уже превышает 45–55%, а в некоторых странах Азии — до 60%.

Отставание в адаптации методик оценки. Анализ 120 отчётов об оценке показал, что только 18% включают факторы, связанные с электронной коммерцией (доступность магистралей, интеграция с системами «последней мили», уровень автоматизации). В международной практике (по данным RICS и IVSC) 85–92% оценочных отчётов содержат эти показатели. Отсутствие учёта таких факторов в Узбекистане приводит к занижению рыночной стоимости объектов на 10–18% при продаже и на 15–20% при привлечении международных инвесторов.

Влияние автоматизации на доходность. Средний прирост чистого операционного дохода (NOI) для автоматизированных складов в Узбекистане — +17,5%. В ЕС и США — +27,5%, что объясняется более высоким уровнем интеграции с цифровыми платформами, оптимизированными цепочками поставок и применением роботизированных систем сортировки. Пример: склад в Ташкенте с WMS и автоматизированной линией сортировки заказов увеличил годовой NOI с 1,6 млрд сум до 1,88 млрд сум при тех же операционных расходах.

Риски девальвации торговых центров. За последние 3 года посещаемость крупных ТЦ в Ташкенте снизилась на 21%, в регионах — на 13% (данные по 14 объектам). Прогноз: при сохранении темпа падения посещаемости арендные ставки могут снизиться на 10–15% в течение ближайших 5 лет, что приведёт к снижению рыночной стоимости на 12–18%.

Необходимость нормативной реформы. Национальные стандарты оценки (ред. 2019 г.) не предусматривают обязательного учёта факторов e-commerce. В международных стандартах (IVS 2022) есть отдельные рекомендации по оценке специализированных логистических объектов, включая метрики: время доставки до конечного потребителя, интеграцию с ИТ-системами, а также, возможности масштабирования под растущий онлайн-спрос.

Рекомендации.

Для оценщиков. Расширить набор факторов в моделях доходного подхода: Логистическая доступность (время до ключевых рынков ≤ 2 часов). Уровень автоматизации (наличие WMS, сортировочных линий, роботизированных систем). Возможность масштабирования (резервные площади, модульная планировка).

Применять корректировку на e-commerce:

$$V_{adj} = V_{trad} \times (1 + \Delta_{ec})$$

Где, $\Delta_{ec} = 0,15-0,25$ в зависимости от уровня интеграции. Вводить сценарное прогнозирование: оценка NOI при росте онлайн-продаж на +10%, +20%, +30% в горизонте 3–5 лет.

Для инвесторов. Приоритет на объекты с интеграцией в цепочку поставок последней мили. Инвестировать в автоматизацию и цифровую инфраструктуру объектов — по международным данным, это увеличивает доходность на 3–5 п.п. годовых. Использовать смешанную стратегию — комбинация логистических центров, складов-хабов и адаптированных ТЦ (с зонами выдачи онлайн-заказов).

Для государства и ассоциаций. Обновить национальные стандарты оценки с учётом цифровой экономики и требований IVS. Ввести налоговые льготы: снижение налога на имущество для автоматизированных логистических объектов на 50% в первые 3 года эксплуатации, ускоренная амортизация оборудования для автоматизации складов. Запустить программы обучения оценщиков по методикам оценки e-commerce-активов с привлечением международных экспертов. Разработать национальную карту логистической инфраструктуры, интегрированную с геоаналитическими сервисами, для упрощения анализа транспортной доступности.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведённое исследование подтвердило, что развитие электронной коммерции в Узбекистане оказывает всё более значимое влияние на структуру рынка коммерческой недвижимости и методологию её оценки. За последние годы в стране наблюдается явный сдвиг интереса инвесторов и арендаторов в сторону объектов, обеспечивающих быстрый и эффективный товароборот: распределительных центров, складов «последней мили» и многофункциональных логистических комплексов. При этом существующие оценочные практики в Узбекистане в значительной степени остаются ориентированными на традиционные параметры — местоположение, площадь и трафик — и редко учитывают логистические, цифровые и технологические факторы, определяющие конкурентоспособность объекта в эпоху e-commerce. Это приводит к недооценке доходного потенциала современных логистических объектов и снижает их инвестиционную привлекательность.

Международная практика демонстрирует, что комплексный учёт цифрово-логистических параметров, автоматизации и сценарного прогнозирования позволяет повысить точность оценки и укрепить позиции страны на глобальном инвестиционном рынке. Для Узбекистана это особенно актуально в условиях растущей интеграции в мировую торговую систему и активного развития внутреннего онлайн-ритейла.

Обновление национальных стандартов оценки. Включить в обязательный перечень факторов: логистическая доступность, уровень автоматизации, цифровая интеграция, гибкость планировочных решений. Гармонизировать национальные стандарты с международными (IVS, RICS), добавив раздел об оценке e-commerce-активов.

Развитие кадрового потенциала. Организовать сертификационные курсы для оценщиков по методикам оценки логистических объектов в цифровой экономике. Привлечь международных экспертов для адаптации лучших практик к условиям Узбекистана.

Стимулирование инвестиций в логистическую инфраструктуру. Ввести налоговые льготы для высокотехнологичных складов и распределительных центров. Поддерживать проекты, интегрированные с онлайн-торговыми платформами и сервисами «последней мили».

Создание национальной логистической карты. Интегрировать данные о существующих и планируемых логистических объектах в единый геоаналитический портал. Использовать карту как инструмент для принятия решений инвесторами, застройщиками и органами власти.

Переориентация торговых центров. Стимулировать переоборудование части площадей ТЦ под пункты выдачи интернет-заказов и мини-склады. Внедрять смешанные форматы (ритейл + логистика), повышающие окупаемость в условиях падения офлайн-трафика.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нормативно-правовая база Республики Узбекистан

1.1 Закон Республики Узбекистан «Об оценочной деятельности» № ЗРУ-42 от 19.08.1999 г. (в ред. 2023 г.) Определяет принципы, субъектов, объекты и виды оценочной деятельности. Устанавливает, что результат оценки должен соответствовать требованиям рыночной достоверности, объективности и документальной обоснованности.

1.2 Закон «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество» (ЗРУ-378 от 24.12.2014 г.) Регламентирует учет прав на объекты недвижимости, включая кадастровую стоимость как базу для налогообложения.

1.3 Закон «О кадастре» (ЗРУ-548 от 17.12.2019 г.) Устанавливает принципы ведения государственных кадастров, включая земельный, имущественный и градостроительный кадастры.

1.4 Постановление Кабинета Министров № 54 от 26.01.2018 г. «О мерах по совершенствованию порядка проведения оценочной деятельности» — утверждает порядок государственной аккредитации оценщиков, стандарты отчетности и критерии экспертного заключения.

1.5 Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5580 от 28.11.2018 г. «О мерах по коренному реформированию системы управления государственной недвижимостью» — подчеркивает необходимость внедрения информационных технологий и цифровых платформ в систему учета и оценки объектов.

1.6 Указ Президента № УП-101 от 07.02.2022 г. «О мерах по ускоренному внедрению цифровых технологий в системе управления недвижимостью» — устанавливает задание по внедрению автоматизированных систем оценки, интеграции кадастров с банками и налоговыми органами.

1.7 Национальные стандарты оценки (НСО) Применяются профессиональными оценщиками на территории Узбекистана. Включают

правила по определению рыночной и иной стоимости, отчётности и методологии.

2. Международные источники и стандарты

2.1 International Valuation Standards (IVS) — международные стандарты оценки, утверждаемые IVSC (International Valuation Standards Council). Особое внимание в последних редакциях уделено цифровой оценке, использованию AVM (Automated Valuation Models), Big Data и учёту ESG-факторов.

2.2 RICS Global Valuation Standards (Red Book) — стандарты Британского королевского института оценщиков (RICS), содержащие требования к автоматизированной и массовой оценке.

2.3 TEGoVA – European Valuation Standards (EVS) — применимы в ЕС, охватывают массовую оценку, контроль качества отчётов, а также цифровые платформы оценки.

3. Научная литература и исследования

3.1. Brown, A. E-commerce and Real Estate Transformation. – London: Routledge, 2021. – 210 p.

3.2. Cushman & Wakefield. Global Industrial Report 2023. – New York, 2023. – 76 p.

3.3. Davis, R. Valuation Methods in the Digital Economy. – Journal of Property Research, 2022. – Vol. 39(2). – P. 110–128.

3.4. Cushman & Wakefield. European Marketbeat Industrial Q4 2023. – Brussels, 2023. – 48 p.

3.5. Evans, J. E-commerce Growth and Warehouse Demand. – Real Estate Economics, 2022. – Vol. 50(1). – P. 63–79.

3.6. JLL. Retail Outlook 2022/23. – Chicago, 2023. – 59 p.

3.7. Kim, S. Dark Stores and Retail Transformation. – Urban Studies, 2023. – Vol. 60(3). – P. 45–60.

3.8. Knight Frank. Retail Investment 2023. – London, 2023. – 82 p.

3.9. Logistics Performance Index. World Bank Report 2023. – Washington, DC, 2023. – 90 p.

4. Цифровые и платформенные источники

4.1. Statista – Портал статистических данных. Раздел E-commerce worldwide: статистика роста онлайн-ритейла, объёмы инвестиций в логистику, прогнозы по рынку коммерческой недвижимости. <https://www.statista.com>

4.2. UNCTAD E-commerce Dashboard – Глобальные данные о цифровой торговле. Интерактивная аналитика о доле e-commerce в ВВП, развитии платежных и логистических систем. <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy>

4.3. World Bank Data – Logistics Performance Index (LPI). Показатели качества логистики, инфраструктуры и таможенных процедур по странам, включая Узбекистан. <https://lpi.worldbank.org>

4.4. CBRE Global Research Portal. Исследования по влиянию электронной коммерции на офисные, торговые и складские помещения. <https://www.cbre.com/insights>

4.5. Cushman & Wakefield – MarketBeat. Ежеквартальные обзоры коммерческой недвижимости и логистики, включая данные по Азии и Центральной Азии. <https://www.cushmanwakefield.com/en/insights>

4.6. Open Data Portal Uzbekistan — предоставляет данные о сделках, налогах и кадастровой стоимости.

4.7. My.gov.uz — информация о правовом статусе и собственниках недвижимости.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, avgust, 8-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**