

Ж.Т. Хишауева*

Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, Караганда, Казахстан

zhanat-t2007@mail.ru

<http://orcid.org/0000-0003-2048-2265>

Scopus Author ID: 57208010179

Researcher ID: AAG-1701-2020

Развитие электронной торговли в Казахстане

Аннотация:

Цель: Изучение основных показателей внутренней и трансграничной электронной торговли в Казахстане и разработка направления развития.

Методы: В статье проанализированы статистические данные, проведен SWOT-анализ, корреляционно-регрессионный анализ с помощью Microsoft Excel.

Результаты: Гипотеза о влиянии домашних хозяйств, подключенных к Интернету, на объем розничной электронной торговли в Казахстане получила подтверждение, а гипотеза о влиянии предприятий, подключенных к Интернету, на объем розничной электронной торговли в Казахстане — не получила.

Выводы: В ходе исследования было выявлено, что электронная торговля в Казахстане в период с 2018 по 2022 гг. пережила новый этап развития, отмечен устойчивый рост показателей данного сектора. Среди важнейших тенденций наблюдалось увеличение удельного веса электронной торговли в общем объеме торговли; предпочтительными являлись доставка с использованием услуг почты, оплата платежными карточками, банковские и почтовые переводы; основная масса населения Казахстана предпочитает покупать товары в традиционных местах розничной торговли; имеется налоговая льгота; реализована Государственная программа «Цифровой Казахстан». На основе проведенного SWOT-анализа были предложены следующие направления развития: совершенствование государственного регулирования сферы электронной торговли; выход на новые рынки с новыми предложениями; стимулирование существующих клиентов к покупкам; внедрение новых механизмов безопасности; повышение информированности покупателей о преимуществах электронных платежей; стимулирование инвестиций в транспортную инфраструктуру.

Ключевые слова: интернет-магазин, онлайн-бизнес, оптовая торговля, торговля, торговая площадка, электронная торговля, розничная торговля, цифровая экономика.

Введение

Проникновение цифровых технологий в экономическую жизнь привело к изменениям традиционных способов организаций торговли и к развитию электронной торговли.

Электронная торговля открывает новые возможности: онлайн взаимодействие клиентов и предпринимателей в любое время, с любой точки мира; возможность предложить клиенту больше информации; экономия времени; экономия затрат; простая демонстрация товаров и т.д.

В период пандемии электронная торговля стала более актуальной, и торговые предприятия вынуждены были перейти от традиционной торговли к электронной.

Таким образом, изучение развития электронной торговли в Казахстане обусловлено возрастающим значением электронной торговли для развития экономики.

Теоретические и методологические аспекты электронной торговли нашли отражение в трудах ученых: S. Arya, A.R. Asa, M. Işoraité, V. Jain, C.M. Kabango, J. Kinal, X. Luo, B. Malviya, S. Mexmonov, N. Miniotiené, Y. Wang, X. Zhang, А.Б. Амерханова и другие.

Объектом исследования является электронная торговля как развивающийся сегмент рынка товаров и услуг. Предметом исследования выступает развитие электронной торговли в Казахстане.

Цель исследования — изучить основные показатели внутренней и трансграничной электронной торговли в Казахстане и предложить направления развития.

Цель исследования предопределила постановку следующих задач:

- рассмотреть сущность электронной торговли;
- анализ тенденции электронной торговли в Казахстане;

* Автор-корреспондент: E-mail: zhanat-t2007@mail.ru

- разработка направлений развития электронной торговли в РК.

В статье проверены гипотезы влияния домашних хозяйств, имеющие подключение к Интернету, и предприятий, имеющие доступ к Интернету, на объем розничной электронной торговли в Казахстане. На основе SWOT-анализа предложены рекомендации по направлению развития электронной торговли в Казахстане. Результаты исследования вносят определенный вклад в развитие электронной торговли и могут быть применены для подготовки лекций по соответствующим дисциплинам, в разработке стратегии развития электронной торговли, а также служить базой для проведения исследований.

Литературный обзор

Электронная торговля в развитых и развивающихся странах становится все более популярной, она оказывает положительное влияние не только на бизнес, но и на качество жизни населения. С развитием электронной торговли у граждан появляется возможность приобрести большое количество различных товаров, дополнительные возможности для сравнения и выбора более дешевого и лучшего варианта, экономия времени и т.д. С точки зрения бизнеса следует отметить тот факт что растущая популярность электронной торговли способствует увеличению количества клиентов, к расширению своего рынка до уровня международных, снижению расходов и т.д.

Электронная торговля является перспективной отраслью и имеет огромный потенциал для роста.

Быстрый темп роста электронной торговли, а также тот факт, что она считается одним из ключевых инструментов повышения эффективности и увеличения масштабов внешней торговли, обуславливает повышенный интерес к данной теме.

За последние годы мы стали свидетелями быстрого развития электронной торговли, наряду с развитием технологий и в связи с пандемией COVID-19. Электронная торговля также привлекла значительное внимание исследователей.

X. Luo, Y. Wang, X. Zhang исследуют развитие электронной торговли и роста потребления домохозяйств в Китае и делают следующие выводы: во-первых, развитие электронной торговли связано с ростом потребления; во-вторых, связь сильнее для сельской выборки, внутренних регионов; в-третьих, выросло потребление товаров длительного пользования быстрее, чем потребление местных услуг (X. Luo и другие, 2019).

C.M. Kabango, A.R. Asa в своих исследованиях оценили состояние электронной торговли в развивающихся странах. Они считают, что необходимо немедленно внедрить государственную инфраструктуру для поддержки электронной торговли (C.M. Kabango, A.R. Asa, 2015).

V. Jain, B. Malviya, S. Arya рассматривают такие аспекты электронной торговли, как важность, факторы, преимущества, проблемы и масштабы в Индии (V. Jain и другие, 2021).

J. Kinal в своей статье «Peculiarities of e-commerce development: a case of Poland» представляет закономерности развития электронной торговли в Польше, выделяет факторы, влияющие на этот рынок и анализирует исторические данные по этому рынку (J. Kinal, 2022).

M. Išoraitė, N. Miniotienė анализируют понятие, преимущества и недостатки электронной торговли, а также ситуацию с электронной торговлей в Литве (M. Išoraitė, N. Miniotienė, 2018).

S. Mexmonov изучает зарубежный опыт развития электронной торговли и возможности его применения в Республике Узбекистан, а также основные направления повышения эффективности развития электронной торговли (S. Mexmonov, 2020).

А.Б. Амерханова считает, что вклад электронной торговли в экономику страны имеет огромное значение, по этой причине необходимо оценивать целесообразность регулирования данной сферы (А.В. Amerkhanova, 2020).

Обзор литературы показывает, что вопросу развития электронной торговли в мире уделяется большое внимание и большинство исследований посвящены отдельным странам, что является основанием для проведения исследования и изучению положения в Казахстане.

Методы

В статье анализированы статистические данные, проведен SWOT-анализ, корреляционно-регрессионный анализ с помощью Microsoft Excel.

Информационно-эмпирической базой исследования послужили материалы, опубликованные в научной литературе, периодической и экономической печати, данные Бюро национальной статистики Республики Казахстан, а также другие информационные источники.

Результаты

По индексу электронной торговли В2С UNCAD в 2020 году в ТОП-10 стран вошли: Швейцария, Нидерланды, Дания, Великобритания, Сингапур, Германия, Финляндия, Ирландия, Норвегия, Китай.

В индексе развития электронной торговли В2С UNCTAD Казахстан в 2020 году занял 60-е место среди 152 стран мира.

По данным Бюро национальной статистики Казахстан на внутреннем рынке объем розничной электронной торговли в 2022 году по сравнению с 2018 годом вырос в 13,6 раза, а по сравнению с 2021 годом в 4 раза (рис. 1). В рассматриваемый период наблюдалась положительная тенденция.

В Казахстане доля розничной электронной торговли в общей структуре розничной торговли в 2022 году по сравнению с 2018 годом показала значительный рост: от 1,4 до 12,5 %.

В 2020 году на значительный рост доли розничной электронной торговли повлияла пандемия COVID-19. По сравнению с 2018 годом удельный вес электронной торговли в общем объеме розничной торговли в 2020 году вырос на 2,7 % и составил 4,1 %. Когда началась пандемия, многие офлайн бизнесы перешли на онлайн платформы и адаптировали свои продукты в соответствии с новыми потребностями клиентов. Традиционные продавцы больше всего пострадали от закрытия магазинов или сокращения посещения клиентов. В 2020 году 70 % работников перешли на удаленный режим работы; традиционные торговые центры столкнулись с оттоком покупателей, и все больше перешли в онлайн, чтобы обеспечить устойчивость; вынужденная изоляция.

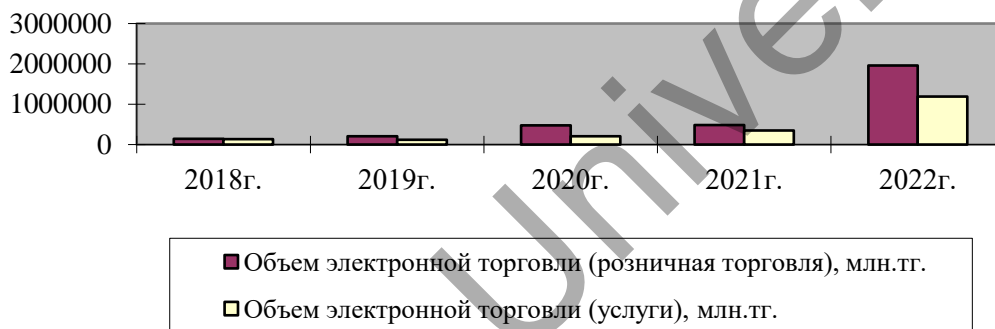


Рисунок 1. Основные показатели внутренней электронной торговли в Казахстане за 2018–2022 годы

Примечание – Составлен автором на основании (<http://www.stat.gov.kz>)

В Казахстане в 2018 году в структуре розничной торговли через Интернет основная доля приходилась на одежду, обувь, спортивные товары — 58,7 %, продукты питания — 29,3 %, лекарственные препараты — 18,4 %, наименьшая активность получила покупка через сеть электронных учебных материалов — 7,8 %.

В 2022 году в Казахстане особенно активно в розничной электронной торговле приобретали товары домашнего пользования — 34,7 %, одежда, обувь, спортивные товары — 17,3 %, продукты питания — 13,2 %. Наименьшую активность получила покупка через сеть фильмы, музыка — 0,001 %.

В трансграничной электронной торговле Казахстана за 2018–2022 годы наблюдаются позитивные изменения. Количество заказов за рассматриваемый период увеличилось от 5,0 млн единиц в 2018 году до 32,4 млн единиц в 2022 году. Стоимость заказов в 2022 году по сравнению с 2018 годом увеличилась на 170948 млн тг и составила 247968,7 млн тг. (табл. 1).

Таблица 1. Основные показатели трансграничной электронной торговли в Казахстане за 2018–2022 годы

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Платежи за товары и услуги (трансграничная электронная торговля)					
Количество, млн единиц	5,0	9,5	10,4	16,3	32,4
Сумма, млн тенге	77020,7	109675,8	127758,1	175964,9	247968,7

Примечание – Составлена автором на основании (<http://www.stat.gov.kz>)

Если, в 2020 году в оплате онлайн покупок казахстанцы предпочли в основном платежные карточки — 27,0 %, то в 2022 году банковские и почтовые переводы — 31,5 % (рис. 2).

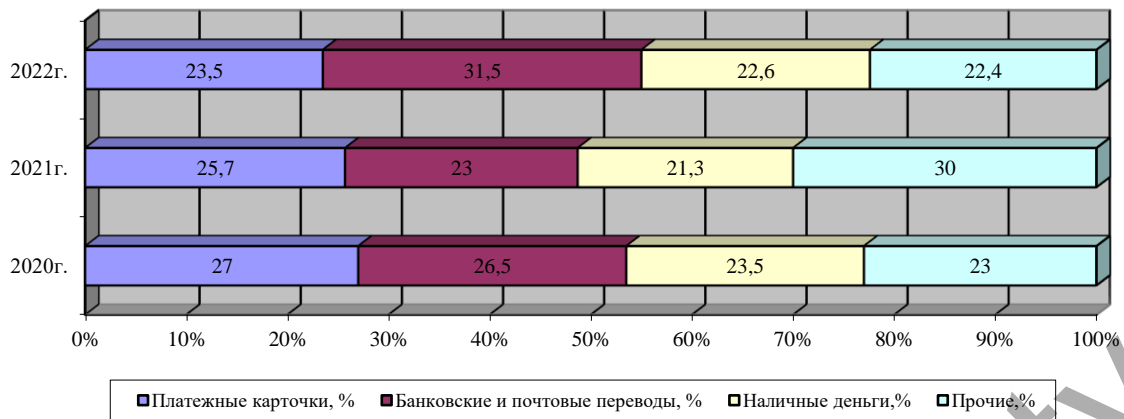


Рисунок 2. Способы оплаты товаров и услуг через сеть Интернет в Казахстане за 2020–2022 годы

Примечание – Составлен автором на основании (<http://www.stat.gov.kz>)

Из способов доставки товаров наиболее предпочтительными являлись доставка с использованием услуг обычной почты или других способов в 2020 году — 57,8 % (в 2021 г. — 42,2 %, в 2022 г. — 46,9 %), самовывоз покупателями в 2020 г. — 30,9 % (в 2021 г. — 28,9 %, в 2022 г. — 35,3 %), онлайн-доставка в 2020 г. — 11,3 % (в 2021 г. — 13,3 %, в 2022 г. — 17,8 %).

Развитие электронной торговли связано с проведением онлайн-оплаты банковскими картами, уровнем надежности системы доставки, безопасности серверов и доступности Интернета в стране.

В рейтинге UNCTAD в 2020 г. Казахстан получил 59 баллов от 100 возможных по количеству банковских карт. Если, сравнить страны СНГ по данному показателю, то в индексе UNCTAD в 2020 г. Россия (81 б.), Беларусь (81 б.) и Украина (63 б.) имели более высокие показатели по сравнению с Казахстаном. В других государствах СНГ показатели еще ниже: Армения — 48 б., Таджикистан — 47 б., Молдова — 44 б., Кыргызстан — 40 б., Узбекистан — 37 б. и Азербайджан — 29 б. По уровню надежности почтовой системы Казахстану присвоили 64 баллов от 100. В данном индексе надежность почтовой системы Молдовы (95 б.), Украины (91 б.), Азербайджана (82 б.), Беларуси (81 б.), России (74 б.) оценивались более высокими баллами, чем Казахстан. А по числу безопасных Интернет-серверов Казахстан получил 63 б. из 100, уступая таким странам СНГ, как Россия (74 б.), Украина (72 б.), Беларусь (70 б.) и Молдова (68 б.). Остальные государства отличаются низкими баллами.

Количество домашних хозяйств, подключенные к Интернету в Казахстане, в 2018 году составило 87,6 %, а в 2022 году выросло до 96,2 %.

Цифровые навыки имеют решающее значение для развития электронной торговли. Переход от традиционной торговли к онлайн торговле требует новых навыков, связанных с технологиями, а также цифровой грамотности потребителей.

Доля Интернет-пользователей Казахстана в возрасте 16–74 лет если в 2018 г. составила 83,4 %, то в 2022 г. — 94,5 %.

Основными причинами неосуществления покупки товаров и услуг через Интернет казахстанцев в 2020 г. не видят в этом необходимости — 82,5 % (2021 г. — 76,6 %, 2022 г. — 75,6 %); а 16,2 % предпочитают совершение личных покупок (в 2021 г. — 17,3 %, в 2022 г. — 23,3 %). Таким образом, имея доступ к Интернету и электронным торговым площадкам, большинство населения предпочитают покупать товары в магазинах и других местах розничной торговли.

Электронная торговля способна повышать эффективность предприятий. Удельный вес предприятий, имеющих доступ к Интернету в Казахстане, в 2022 г. по сравнению с 2018 годом вырос на 4 % и составил 79,1 %. Удельный вес предприятий, получающих заказы на товары и услуг через Интернет, в 2022 г. по сравнению с 2018 г. увеличился в 5,8 раза. Удельный вес предприятий, заказывающих товары и услуги через Интернет, за рассматриваемый период вырос в 2,2 раза (рис. 3).

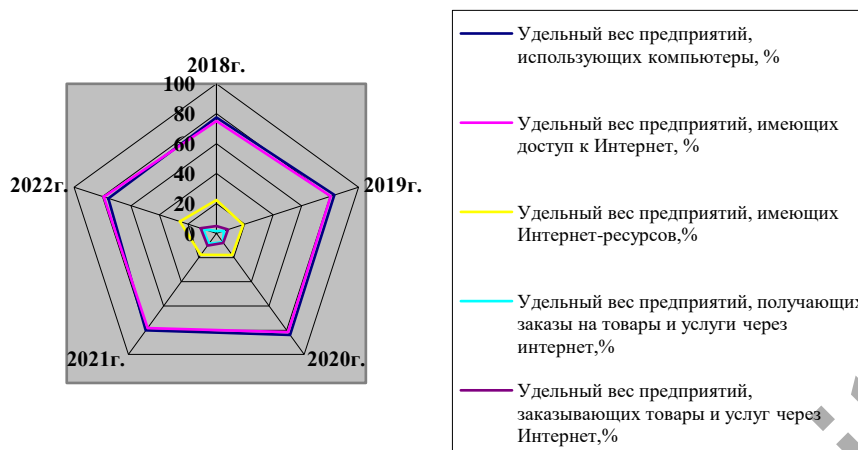


Рисунок 3. Показатели использования информационно-коммуникационных технологий в организациях Казахстана, %

Примечание – Составлен автором на основании (<http://www.stat.gov.kz>)

Обсуждение

Для исследования влияния домашних хозяйств, подключенных к Интернету, и предприятий, имеющих доступ к Интернету, на объем розничной торговли в Казахстане применены корреляционно-регрессионный анализ и Microsoft Excel. Где Y — объем розничной электронной торговли в Казахстане, X₁ — домашние хозяйства, подключенные к Интернету, X₂ — доля предприятий, имеющих доступ к Интернету. За 2018–2022 гг. с помощью Microsoft Excel рассчитали коэффициенты корреляции (табл. 2).

Таблица 2. Матрица парных коэффициентов корреляции

	Y	X1	X2
Y	1		
X1	0,67098	1	
X2	0,059123	0,427218	1

По рассчитанным коэффициентам видно:

- связь между домашними хозяйствами, подключенными к Интернету, и объемом розничной электронной торговли средняя и положительная. Отмеченная взаимосвязь иллюстрируется графиком поля корреляции (рис. 4);
- связь между долей предприятий, имеющих доступ к Интернету, и объемом розничной электронной торговли очень слабая.

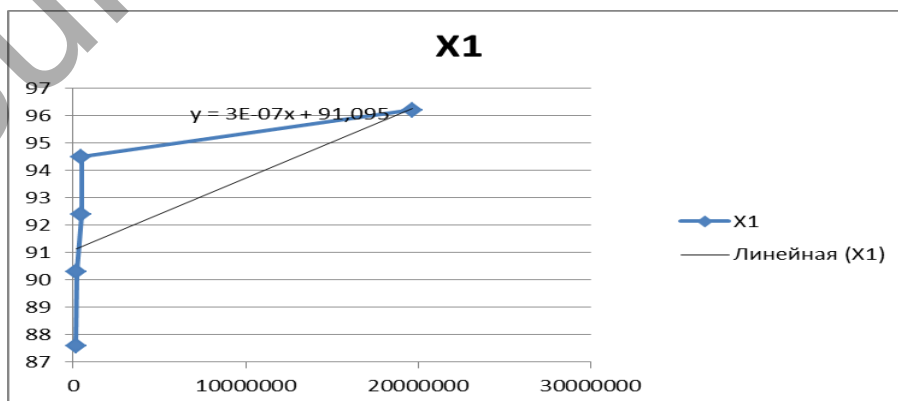


Рисунок 4. График поля корреляции между долей домашних хозяйств, имеющие доступ к сети Интернет, и объемом розничной электронной торговли в Казахстане

Примечание – Составлен автором

Правительство Казахстана реализует различные инициативы по развитию электронной торговли в стране. Государственная программа «Цифровой Казахстан» на 2018–2022 годы была направлена на повышение конкурентоспособности местного бизнеса, на развитие электронной торговли в Казахстане.

Предусмотрена налоговая льгота. Согласно п. 3 ст. 293 Налогового кодекса Казахстана, лицо, осуществляющее онлайн торговлю товарами, может уменьшить корпоративный подоходный налог на 100 %, если доходы от такой деятельности составляют не менее 90 % общего годового дохода, включая разницу между положительными и отрицательными курсовыми разницеми, возникшими в результате операций. Если данное условие не соблюдается, налогоплательщик не имеет право применять эту льготу. В Казахстане существуют более 2000 онлайн магазинов. Однако только 601 из них зарегистрированы для получения налоговых льгот. Это говорит о том, что предъявляемые требования для получения налоговых льгот завышенные или владельцы Интернет-магазинов недостаточно осведомлены.

Развитию казахстанского рынка электронной торговли будет также способствовать выход отечественных компаний на международные торговые площадки. В настоящее время уже 22 казахстанские фирмы заключают сделки на «Алиэкспресс», где они планируют продать товары на 28 млн долл., на Wildberries 21 казахстанская фирма уже реализует 594 вида товара в страны ЕАЭС и планируют вход на пространство ЕС.

На платформу Alibaba в 2020 г. вышли 50 предприятий со статусом «Золотой поставщик». Это дает возможность продвижения своих товаров к широкой аудитории. Работа по данному направлению продолжается в платформах Яндекс, Amazon, Ozon, Shopify. По поддержке Mastercard 10–15 бизнесменов переводят свой бизнес на Интернет-платформы и получают возможность расширения своих бизнесов.

Проведем SWOT-анализ (табл. 3).

Таблица 3. SWOT-анализ электронной торговли в Республике Казахстан

Сильные стороны	Слабые стороны
Реализована Государственная программа «Цифровой Казахстан». Имеется налоговая льгота для тех, кто занимается электронной торговлей. Рост домашних хозяйств, подключенных к Интернету	Недостаточный уровень онлайн платежей. Неполное использование возможностей электронной торговли
Возможности	Угрозы
Расширение рынка сбыта. Повышение экспортного потенциала. Отсутствие географических ограничений для совершения покупки. Относительно низкий барьер для входа на рынок	Жесткая конкуренция в электронной торговле. Кража данных клиентов. Зависимость от развития IT-технологий
<i>Примечание – Составлена автором</i>	

На основе SWOT-анализа предлагаются следующие направления развития электронной торговли в Республике Казахстан:

- совершенствование государственной поддержки электронной торговли;
- разработка новых товаров для новых рынков;
- мотивация действующих покупателей;
- усовершенствование механизмов безопасности совершения онлайн покупок;
- оптимизация процессов перевода денежных средств;
- поощрение использования онлайн платежей;
- информирование населения о преимуществах электронной торговли;
- стимулирование инвестиций в транспортную инфраструктуру.

Таблица 4. Рекомендации по направлению развития электронной торговли в Казахстане

SWOT-анализ	Возможности	Угрозы
	Расширение рынка сбыта. Повышение экспортного потенциала. Отсутствие географических ограничений для совершения покупки. Относительно низкий барьер для входа на рынок	Жесткая конкуренция в электронной торговле. Кража данных клиентов. Зависимость от развития IT-технологий
Сильные стороны	Сильные стороны и возможности	Сильные стороны и угрозы
Реализована Государственная программа «Цифровой Казахстан». Имеется налоговая льгота для тех, кто занимается электронной торговлей. Рост домашних хозяйств, подключенных к Интернету	Совершенствование государственной поддержки электронной торговли. Разработка новых товаров для новых рынков	Стимулирование существующих клиентов к покупке. Внедрение новых механизмов безопасности
Слабые стороны	Слабые стороны и возможности	Слабые стороны и угрозы
Недостаточный уровень онлайн платежей. Неполное использование возможностей электронной торговли	Упрощение процессов межбанковских переводов	Мотивация использования онлайн платежей. Повышение информированности покупателей о преимуществах электронных платежей. Стимулирование инвестиций в транспортную инфраструктуру
<i>Примечание – Составлена автором</i>		

Выводы

Электронная торговля в Казахстане в период пандемии получила масштабный толчок в развитии. К основным тенденциям можно отнести следующие моменты:

1. В Казахстане доля розничной электронной торговли в общей структуре розничной торговли в 2022 г. по сравнению с 2018 г. показала значительный рост: в 2018 г. составила —1,4 %, в 2022 г. — 12,5 %. Данный показатель превысил планируемый уровень (2,6 %) Государственной программы «Цифровой Казахстан», однако он еще ниже показателя таких стран, как Китай, Великобритания.

2. В трансграничной электронной торговле Казахстана за 2018–2022 гг. наблюдаются позитивные изменения. Количество заказов за рассматриваемый период увеличилось от 5,0 млн единиц в 2018 г. до 32,4 млн единиц в 2022 г.

3. В Казахстане в 2018 г. в структуре розничной торговли через Интернет основная доля приходилась на одежду, обувь, спортивные товары — 58,7 %, продукты питания — 29,3 %, лекарственные препараты — 18,4 %, наименьшая активность получила покупка через сеть электронных учебных материалов — 7,8 %. В 2022 г. в Казахстане особенно активно в розничной электронной торговле приобретали товары домашнего пользования — 34,7 %, одежда, обувь, спортивные товары — 17,3 %, продукты питания — 13,2 %. Наименьшую активность получила покупка через сеть фильмы, музыка — 0,001 %.

4. Если, в 2020 г. в оплате онлайн покупок казахстанцы предпочли в основном платежные карточки — 27,0 %, то в 2022 г. банковские и почтовые переводы — 31,5 %

5. Из способов доставки товаров наиболее предпочтительным являлась доставка с использованием услуг обычной почты: в 2020 г. — 57,8 % (в 2021 г. — 42,2 %, в 2022 г. — 46,9 %).

6. В рейтинге UNCTAD в 2020 г. Казахстан по количеству банковских карт между странами СНГ занял 4-е место (набрал 59 балла из 100), уступив России (81 б.), Беларуси (81 б.) и Украине (63 б.).

7. Казахстан (64 б.) по надежности почтовой системы занял 6-е место среди стран СНГ.

8. Число безопасных Интернет-серверов Казахстана оценивается в 63 б. от 100, уступая таким странам СНГ, как Россия (74 б.), Украина (72 б.), Беларусь (70 б.) и Молдова (68 б.).

9. Имея доступ к Интернету и электронным торговым площадкам, часть населения Казахстана предпочитает покупать товары в магазинах и других местах розничной торговли.

10. Гипотеза о влиянии доли домашних хозяйств, подключенных к Интернету, на объем розничной электронной торговли в Казахстане подтвердилась, а гипотеза о влиянии предприятий, имеющих доступ к Интернету, на объем розничной электронной торговли в Казахстане не подтвердилась.

11. Реализована Государственная программа «Цифровой Казахстан», которая была направлена на повышение конкурентоспособности местного бизнеса, на развитие электронной торговли в Казахстане.

12. Те, кто занимаются электронной торговлей, освобождаются от уплаты КПП. Но в Казахстане только одна треть онлайн магазинов зарегистрированы для получения налоговых льгот.

Так как в электронной торговле нет географической границы, возможности широки. Развитие электронной торговли является ключевым фактором развития экономики страны в целом. Поэтому на уровне государства должна оказываться поддержка через создание благоприятных технических, нормативно-правовых, организационных условий, через стимулирование активности участников электронной торговли, через информирование субъектов бизнеса о преимуществах электронной торговли.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грант № AP19680223).

Список литературы

- Amerkhanova, A. B. Electronic commerce development trends in Kazakhstan / A.B. Amerkhanova // REPORTS of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan — 2020. — No 3. — P. 253–257.
- Işoraitè, M. Electronic commerce: Theory and practice / M. Işoraitè, N. Miniotienè // Munich Personal RePEc Archive. — 2018. — P. 200.
- Jain, V. An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce) / V. Jain, B. Malviya, S. Arya // Journal of Contemporary Issues in Business and Government. — 2021. — Vol. 27, No. 3. — P. 666.
- Kabango, C.M. Factors influencing e-commerce development: Implications for the developing countries / C. M. Kabango, A.R. Asa // International Journal of Innovation and Economic Development. — 2015. — Vol. 1, No. 1. — P. 64–72.
- Kinal, J. Peculiarities of e-commerce development: a case of Poland / J. Kinal // Entrepreneurship and Sustainability Issues. — 2022. — Vol. 9, No. 3. — P. 50.
- Luo, X. E-Commerce development and household consumption growth in China / X. Luo, Y. Wang, X. Zhang // World Bank Policy Research Working Paper. — 2019. — No. 8810.
- Мехмоннов, S. Actual issues of electronic commerce development in the Republic of Uzbekistan / S. Mexmonov // Архив научных исследований. — 2020. — Вып. 33, № 1.
- The UNCTAD B2C e-commerce index 2020. Spotlight on Latin America and the Caribbean. — [Electronic resource]. // UNCTAD Technical Notes on ICT for Development No 17. Access mode: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf.
- Platon.asia. — [Electronic resource]. — Access mode: www.platon.asia.
- Ranking.kz. — [Electronic resource]. — Access mode: www.ranking.kz.
- Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Об электронной коммерции в Республике Казахстан. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz> (Дата обращения: 10.03.2024).
- Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Об использовании домашними хозяйствами информационно-коммуникационных технологий в Республике Казахстан. — 2018. — 16 сер. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz> (Дата обращения: 26.09.2022).
- Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Об использовании информационно-коммуникационных технологий на предприятиях Республики Казахстан. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz> (Дата обращения: 07.04.2024).
- Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Об использовании домашними хозяйствами информационно-коммуникационных технологий в Республике Казахстан. — 2022. — 16 сер. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz> (Дата обращения: 07.04.2024).
- Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан. О развитии электронной торговли. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/article/details/148679?lang=ru> (Дата обращения: 26.09.2022).

О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс) Кодекс Республики Казахстан: Закон РК от 25 декабря 2017 г. № 120–VI (с изм. доп. по состоянию на 12.02.2024 г.). — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637.

Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан»: Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://online.zakon.kz>

Ж.Т. Хишаева

Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан

zhanat-t2007@mail.ru

<http://orcid.org/0000-0003-2048-2265>

Scopus Author ID: 57208010179

Researcher ID: AAG-1701-2020

Қазақстандағы электрондық сауданың дамуы

Аңдатпа:

Мақсаты: Қазақстандағы ішкі және трансшекаралық электрондық сауданың негізгі көрсеткіштерін зерттеу және дамыту бағыттарын ұсыну.

Әдісі: Мақалада статистикалық мәліметтер талданды. Сонымен қатар SWOT-талдау, Microsoft Excel көмегімен корреляциялық-регрессиялық талдау жүргізілді.

Қорытынды: Интернетке қосылған үй шаруашылықтарының Қазақстандағы бөлшек электрондық сауда көлеміне әсері туралы гипотеза расталды, ал Интернетке қосылған кәсіпорындардың Қазақстандағы бөлшек электрондық сауда көлеміне әсері туралы гипотеза расталмады.

Тұжырымдама: Зерттеу барысында Қазақстандағы электрондық сауда 2018–2022 жылдары дамудың жаңа кезеңін бастан өткергенін, оның көрсеткіштері оң үрдіске ие екендігі анықталды. Негізгі үрдістерге мыналарды жатқызуға болады: сауданың жалпы құрылымындағы электрондық сауданың үлесінің өсуі; почта қызметтерін пайдалана отырып жеткізу, төлем карточкаларымен төлеу, банк және почта аударымдары; Қазақстан халқының басым бөлігі тауарларды дәстүрлі бөлшек сауда орындарынан сатып алуды жөн көреді; салықтық жеңілдік көзделген; «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы іске асырылды. Жүргізілген SWOT-талдау негізінде келесі даму бағыттары ұсынылды: электрондық сауда саласын мемлекеттік реттеуді жетілдіру; жаңа ұсыныстармен жаңа нарықтарға шығу; әрекет етуші тұтынушыларды сатып алуға ынталандыру; қауіпсіздіктің жаңа механизмдерін енгізу; сатып алушыларды электрондық төлемдердің артықшылықтары туралы хабардар ету; көліктік инфрақұрылымды инвестициялауды ынталандыру.

Кілт сөздер: интернет-дүкен, онлайн-бизнес, көтерме сауда, сауда, сауда алаңы, бөлшек сауда, электрондық сауда, сандық экономика.

Zh.T. Khishauyeva

Karaganda Buketov University, Kazakhstan

zhanat-t2007@mail.ru

<http://orcid.org/0000-0003-2048-2265>

Scopus Author ID: 57208010179

Researcher ID: AAG-1701-2020

Development of electronic commerce in Kazakhstan

Abstract

Object: Study the main indicators of domestic and cross-border electronic commerce in Kazakhstan and suggest directions for development.

Methods: In the article statistical data were analyzed, SWOT analysis, correlation and regression analysis using Microsoft Excel were conducted.

Findings: The hypothesis about the influence of households connected to the Internet on the volume of retail e-commerce was confirmed, but the hypothesis about the influence of enterprises connected to the Internet on the volume of retail e-commerce wasn't confirmed.

Conclusions: The study revealed that in Kazakhstan in the period from 2018 to 2022 there was a steady increase in e-commerce indicators. Among the most important trends, there is an increase in the share of e-commerce in the total trade volume; Delivery using postal services, payment by payment cards, bank and postal transfers were preferred; the bulk of the population of Kazakhstan prefers to buy goods in traditional retail outlets; there is a tax benefit; The program "Digital Kazakhstan" was implemented. Based on the SWOT analysis, the following development directions were proposed: entering new markets with new offers; encouraging existing customers to make purchases; introduction of new security mechanisms; increasing consumer awareness of the benefits of electronic payments; stimulating investment in transport infrastructure.

Keywords: online store, online business, wholesale e-commerce, trade, e-marketplace, retail, e-commerce, digital economy.

References

- (2018). Biuro natsionalnoi statistiki Agentstva po strategicheskemu planirovaniu i reformam Respubliki Kazakhstan. Ob ispolzovanii domashnimi khoziaistvami informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii v Respublike Kazakhstan, 16 seriia [Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. On the use information and communication technologies by households in the Republic of Kazakhstan, 16 Series]. Retrieved from <https://stat.gov.kz> [in Russian].
- (2022). Biuro natsionalnoi statistiki Agentstva po strategicheskemu planirovaniu i reformam Respubliki Kazakhstan. Ob ispolzovanii domashnimi khoziaistvami informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii v Respublike Kazakhstan, 16 seriia [Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. On the use information and communication technologies by households in the Republic of Kazakhstan, 16 Series]. Retrieved from <https://stat.gov.kz> [in Russian].
- Amerkhanova, A.B. (2020). Electronic commerce development trends in Kazakhstan. *REPORTS of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*, 3, 253–257.
- Biuro natsionalnoi statistiki Agentstva po strategicheskemu planirovaniu i reformam Respubliki Kazakhstan. Ob elektronnoi kommertsii v Respublike Kazakhstan [Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan]. About e-commerce in the Republic of Kazakhstan]. Retrieved from <https://stat.gov.kz> [in Russian].
- Biuro natsionalnoi statistiki Agentstva po strategicheskemu planirovaniu i reformam Respubliki Kazakhstan. Ob ispolzovanii informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii na predpriatiakh Respubliki Kazakhstan [Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. On the use of information and communication technologies at enterprises of the Republic of Kazakhstan]. Retrieved from <https://stat.gov.kz> [in Russian].
- Išoraitė, M., & Miniutienė, N. (2018). Electronic commerce: Theory and practice. *Munich Personal RePEc Archive*, 200.
- Jain, V., Malviya, B., & Arya, S. (2021). An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce). *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3), 666.
- Kabango, C. M., & Asa, A. R. (2015). Factors influencing electronic-commerce development: Implications for the developing countries. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 1(1), 64–72.
- Kinal, J. (2022). Peculiarities of e-commerce development: a case of Poland. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(3), 50.
- Luo, X., Wang, Y., & Zhang, X. (2019). E-Commerce development and household consumption growth in China. *World Bank Policy Research Working Paper*, 8810.
- Mexmonov, S. (2020). Actual issues of electronic commerce development in the Republic of Uzbekistan. *Arkhiv nauchnykh issledovaniy*, 33(1).
- Ministerstvo torgovli i integratsii Respubliki Kazakhstan. O razvitii eelektronnoi torgovli [Ministry of Trade and integration of the Republic of Kazakhstan. On the development of electronic commerce]. Retrieved from <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/article/details/148679?lang=ru> [in Russian].
- O nalogakh i drugikh obiazatelnykh platezhakh v biudzheth (Nalogovyi kodeks). [On taxes and other obligatory payments to the budget (Tax Code) Code of the Republic of Kazakhstan dated December 25, 2017 No. 120-VI ZRK (with changes and additions as of 12.02.2024)]. Retrieved from https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637 [in Russian].
- Ob utverzhdenii Gosudarstvennoi programmy «Tsifrovoyi Kazakhstan». Postanovlenie Pravitelstva Respubliki Kazakhstan ot 12 dekabria 2017 goda No. 827 [On approval of the State Program "Digital Kazakhstan" Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated December 12, 2017 No 827] [in Russian].

The UNCTAD B2C e-commerce index 2020. Spotlight on Latin America and the Carribien. *UNCTAD Technical Notes on ICT for Development*, No 17. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf.

Platon.asia. Retrieved from www.platon.asia.

Ranking.kz. Retrieved from www.ranking.kz.

Букеетов Университет