



У.А. Тасбулатова\* , Э. Е. Баймуханбетова 

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

\*e-mail: tasbulatovaumit@gmail.com

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА МИРОВОМ И КАЗАХСТАНСКОМ РЫНКАХ

Развитие электронной коммерции в последние годы связано с цифровизацией и информатизацией мирового рынка. Пандемия коронавируса, локдаун и карантин в странах способствовали сокращению розничной торговли и общественному питанию, а также увеличению доли электронной торговли.

Целью данной статьи является исследование развития электронной коммерции и ее влияния на мировой и казахстанский рынки ритейла.

Основные направления исследования заключаются в изучении рынка электронной коммерции в условиях цифровизации и информатизации общества.

Идея исследования заключается в определении основных тенденций развития электронной коммерции в мировой и казахстанской экономике.

Научная значимость исследования заключается в изучении основных факторов развития электронной коммерции в условиях многоканального ритейла в Казахстане.

Практическая значимость исследования определяется анализом данных развития и расширения электронной коммерции на мировом и казахстанском рынке.

Исследование проводилось по материалам из официальных источников, научно-практических изданий, публикаций государственных органов и международных организаций.

Методология исследования представлена анализом, обобщением, систематизацией и предположениями, в соответствии с которыми были определены пути развития электронной коммерции в современных условиях.

Основные результаты исследования представлены в выводах и рекомендациях.

Ценность проведенного исследования заключается в анализе направлений развития и расширении возможностей электронной коммерции в условиях многоканального ритейла.

Практическое значение итогов работы находится в области развития электронной коммерции и многоканального ритейла в Казахстане.

**Ключевые слова:** интернет-торговля, многоканальный ритейл, цифровизация, электронная коммерция.

U.A. Tasbulatova\*, E.Y. Baimukhanbetova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

\*e-mail: tasbulatovaumit@gmail.com

### The main directions of development of e-commerce in the world and Kazakhstan markets

The development of e-commerce in recent years is associated with the digitalization and informatization of the world market. The coronavirus pandemic, lockdowns and quarantines in countries contributed to a reduction in retail and catering, as well as an increase in the share of e-commerce.

The purpose of this article is to study the development of e-commerce and its impact on the global and Kazakhstani retail markets.

The main areas of research are to study the e-commerce market in the context of digitalization and informatization of society.

The idea of the study is to determine the main trends in the development of e-commerce in the global and Kazakhstani economies.

The scientific significance of the study lies in the study of the main factors in the development of e-commerce in the context of multi-channel retail in Kazakhstan.

The practical significance of the study is determined by the analysis of data on the development and expansion of e-commerce in the world and Kazakhstani markets.

The study was conducted based on materials from official sources, scientific and practical publications, publications of state bodies and international organizations.

The research methodology is presented by analysis, generalization, systematization and assumptions, in accordance with which the ways of development of e-commerce in modern conditions were determined.

The main results of the study are presented in the conclusions and recommendations.

The value of the study is in the analysis of development directions and expansion of e-commerce opportunities in the context of multi-channel retail.

The practical significance of the results of the work is in the development of e-commerce and multi-channel retail in Kazakhstan.

**Key words:** e-commerce, multi-channel retail, digitalization, e-commerce.

У. А. Тасбулатова\*, Э. Е. Баймұханбетова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

\*e-mail: tasbulatovaumit@gmail.com

### **Әлемдік және қазақстандық нарықтағы электрондық коммерцияны дамытудың негізгі бағыттары**

Соңғы жылдардағы электронды коммерцияның дамуы әлемдік нарықты цифрландырумен және ақпараттандырумен байланысты. Елдердегі коронавирустық пандемия, құлыптар мен карантиндер бөлшек сауда мен қоғамдық тамақтандырудың қысқаруына, сондай-ақ электрондық коммерция үлесінің артуына ықпал етті.

Бұл мақаланың мақсаты – электронды коммерцияның дамуын және оның әлемдік және қазақстандық бөлшек сауда нарықтарына әсерін зерттеу.

Зерттеудің негізгі бағыттары қоғамды цифрландыру және ақпараттандыру жағдайында электронды коммерция нарығын зерттеу болып табылады.

Зерттеудің идеясы әлемдік және қазақстандық экономикадағы электрондық коммерцияның негізгі даму тенденцияларын анықтау болып табылады.

Зерттеудің ғылыми маңыздылығы Қазақстандағы көп арналы бөлшек сауда жағдайында электрондық коммерцияның дамуының негізгі факторларын зерттеуде жатыр.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы әлемдік және қазақстандық нарықтардағы электрондық коммерцияның дамуы мен кеңеюі туралы мәліметтерді талдаумен анықталады.

Зерттеу ресми дереккөздердің, ғылыми-практикалық басылымдардың, мемлекеттік органдардың және халықаралық ұйымдардың басылымдарының материалдары негізінде жүргізілді.

Зерттеу әдістемесі талдау, жалпылау, жүйелеу және болжамдар арқылы ұсынылған, соған сәйкес қазіргі жағдайда электрондық коммерцияның даму жолдары анықталды.

Зерттеудің негізгі нәтижелері қорытындылар мен ұсыныстарда көрсетілген.

Зерттеудің құндылығы даму бағыттарын талдау және көп арналы бөлшек сауда контекстінде электрондық коммерция мүмкіндіктерін кеңейту болып табылады.

Жұмыс нәтижелерінің практикалық маңыздылығы Қазақстанда электронды коммерция мен көп арналы бөлшек сауданы дамытуда.

**Түйін сөздер:** электронды коммерция, көп арналы бөлшек сауда, цифрландыру, электронды коммерция

## **Введение**

Актуальность темы исследования определяется расширением возможностей электронной коммерции, особенно в период локдауна во всем мире и в Казахстане. Диверсификация и развитие электронной коммерции стало возможным благодаря появлению мобильных приложений, информатизации и цифровизации.

Исследования проблем и перспектив электронной коммерции в Казахстане недостаточно изучены, особенно в теоретическом плане. Это дает возможность исследовать основные направления развития электронной коммерции и участников рынка в стране.

Эти и другие проблемы приводят к сбоям в e-коммерции и являются существенными факторами, повлиявшими на выбор темы исследования.

Объектом исследования является сфера электронной коммерции в Казахстане и на мировом рынке.

Предметом исследования является состояние и основные направления развития электронной коммерции в Республике Казахстан.

Целью исследования является анализ развития и диверсификации рынка электронной коммерции как одного из перспективных направлений развития ритейла.

В ходе исследования были поставлены следующие задачи:

- показать современное состояние электронной коммерции в мире и Казахстане;
- исследовать основные проблемы в развитии электронной коммерции;
- представить состояние электронной коммерции в Казахстане и Алматы.

В процессе исследования были использованы сравнительный и факторный анализ, проведенные на основе статистических данных и рейтинговой оценки.

## Обзор литературы

Основные направления развития электронной коммерции рассматриваются с появления интернета и первых сделок, совершенных через интернет. На протяжении последних 30–40 лет электронная коммерция обсуждалась в плане практического развития, а затем и в теоретическом аспекте.

Основные труды по практике электронной коммерции проводились международными рейтинговыми агентствами, такими как Data Insight, UNCTAD и другими.

Основными авторами теоретических исследований развития электронной коммерции являются Бакос Я., Баннел Д., Кохави Р., Провост Ф., Сейболд П. Б., Эванс Р. и другие авторы.

Исследования теории электронной коммерции начались с 2000-х годов, в частности, в работах таких авторов, как Аллеманн Э., Айзингерих А., Грэм М., Кесслер М., Келли К., Ниссанов Д., Лоури П. Б. и других.

Исследования по развитию электронной коммерции продолжают и нашли отражение в работах авторов из разных стран, в числе которых Кава А. (Kawa, 2017: 433), Цинбяо С. (Цинбяо, 2017: 116), Михайлюк М.В. (Mikhaulyuk, 2019: 645), Сабаноглу Т. (Sabanoglu, 2021: 16) и других.

Расширение сферы электронной коммерции отмечено во время пандемии, что представлено в работах ряда исследователей, таких как Анам Б. (Anam, 2020: 1449), Клемент Дж. (Clement, 2021: 2), Коныгина М.Н. (Коныгина, 2020: 77), Чуб А.А. (Чуб, 2020: 45) и других.

Важное значение на развитие электронной коммерции оказал процесс цифровизации и развития мобильной связи, что показано в работах Дудина М. Н. и Шкодинского С. В. (Дудин, 2021: 691).

В Казахстане два значимых события повлияли на развитие электронной коммерции, что

нашло отражение в официальной информации государственных органов и независимых аналитических агентств. Пандемия с последующим карантинном уже нашла свое отражение и оценку в научно-практической литературе. События января 2022 года, последствия которых были непредсказуемы, еще предстоит осмыслить и проанализировать. Ход развития электронной коммерции, бизнеса и экономики в целом могло быть отброшено на много лет назад, если бы ситуация осталась нестабильной продолжительное время.

## Методология

Методология исследования основана на изучении вопросов развития электронной коммерции на разных рынках и сферах деятельности.

Гипотеза исследования базируется на предположении, что развитие электронной коммерции наиболее успешно происходит в крупных мегаполисах, хотя даже внутри города разные районы могут развиваться в разной степени.

Основная цель исследования заключалась в изучении казахстанского опыта электронной коммерции на примере города Алматы.

В ходе исследования использовались сравнительный, статистический и факторный анализ, метод группировки данных и ранжирование.

Особое внимание уделялось ранжированию стран и регионов по степени развития электронной коммерции, которая проводилась казахстанскими и зарубежными рейтинговыми агентствами. Сравнительный анализ проводился по странам, а также районам города Алматы. Статистический анализ производился по данным международных организаций, государственных органов Республики Казахстан и города Алматы.

Сравнительный анализ по городу Алматы проводился в разрезе районов, так как даже внутри города развитие районов различается, что влияет на занятость, уровень доходов и развитие электронной коммерции.

Таким образом, исследование подчеркивает важность развития электронной коммерции как в целом для экономики страны, так и для повышения благосостояния народа. Основные материалы исследования по вопросам развития электронной коммерции в стране и мире представлены в разделе «результаты и обсуждения», а в заключении даны полученные выводы и рекомендации.

## Результаты и обсуждение

В масштабах мирового рынка действуют крупные игроки интернет-торговли, которые осуществляют поставки по всему миру, причем не только оптовым покупателям, но и индивидуальным покупателям. В регионах работают средние поставщики, поставляющие товары посредством индивидуальных, мелких и средних заказов, а также производители, работающие с

покупателями напрямую. В пределах страны поставки осуществляют отечественные производители, оптовые и оптово-розничные поставщики, а также казахстанские и иностранные интернет-магазины.

ЮНКТАД проводит ранжирование стран по показателю индекса электронной коммерции, в соответствии с которым за 2020 год в Топ-10 вошли наиболее развитые страны, как это представлено в таблице 1.

**Таблица 1** – 10 ведущих стран по Индексу электронной коммерции В2С ЮНКТАД за 2020 год

| Рейтинг 2020 | Страна             | Доля лиц, пользующихся Интернетом (2019 г. или позднее) | Доля физических лиц со счетом (15+, 2017 г.) | Безопасные интернет-серверы (нормализовано, 2019 г.) | Оценка надежности почтовых отправлений ВПС* (2019 г. или позднее) | Значение индекса 2020 г. | Изменение значения индекса (данные за 2018–2019 годы) | Рейтинг 2019 |
|--------------|--------------------|---|--|--|---|--------------------------|---|--------------|
| 1            | Швейцария          | 97  | 98   | 92   | 97  | 95.9                     | 0.6   | 2            |
| 2            | Нидерланды         | 96  | 100  | 94   | 93  | 95.8                     | 0.1   | 1            |
| 3            | Дания              | 97  | 100  | 100  | 81  | 94.5                     | 0.1   | 6            |
| 4            | Сингапур           | 89  | 98   | 94   | 97  | 94.4                     | -0.3  | 3            |
| 5            | Великобритания     | 96  | 96   | 84   | 98  | 93.6                     | 0.1   | 4            |
| 6            | Германия           | 93  | 99   | 90   | 91  | 93.4                     | -0.1  | 9            |
| 7            | Финляндия          | 95  | 100  | 88   | 91  | 93.4                     | -0.1  | 5            |
| 8            | Ирландия           | 88  | 95   | 92   | 98  | 93.4                     | 0.7   | 7            |
| 9            | Норвегия           | 98  | 100  | 84   | 88  | 92.6                     | -0.1  | 8            |
| 10           | Китай, САР Гонконг | 92  | 95   | 88   | 92  | 91.8                     | 0.3   | 14           |

Примечание: составлено авторами по данным из источника (UNCTADSTAT, 2022)  
ВПС\* – Всемирный почтовый союз

В таблице 2 представлен рейтинг развивающихся стран по индексу электронной коммерции В2С, причем в этом списке указан Сингапур, который занимает 4 место в общемировом рейтин-

ге, а также Китай, САР Гонконг, который находится на 10 месте. Обе страны входят в Топ-10 в мире, так как электронная коммерция и цифровизация их достаточно развиты (таблицы 1 и 2).

**Таблица 2** – 10 ведущих развивающихся стран в индексе электронной коммерции В2С ЮНКТАД 2020 г.

| Рейтинг 2020 | Страна             | Доля лиц, пользующихся Интернетом (2019 г. или позднее) | Доля физических лиц со счетом (15+, 2017 г.) | Безопасные интернет-серверы (нормализовано, 2019 г.) | Оценка надежности почтовых отправлений ВПС* (2019 г. или позднее) | Значение индекса 2020 г. | Изменение значения индекса (данные за 2018–2019 годы) | Рейтинг 2019 |
|--------------|--------------------|---|--|--|---|--------------------------|---|--------------|
| 4            | Сингапур           | 89  | 98   | 94   | 97  | 94.4                     | -0.3  | 3            |
| 10           | Китай, САР Гонконг | 92  | 95   | 88   | 92  | 91.8                     | 0.3   | 14           |
| 18           | Корея, Республика  | 96  | 95   | 68   | 100   | 89.8                     | 0.0   | 19           |
| 30           | Малайзия           | 84  | 85   | 71   | 85  | 81.3                     | 1.5   | 31           |

Продолжение таблицы

| Рейтинг 2020 | Страна                        | Доля лиц, пользующихся Интернетом (2019 г. или позднее) | Доля физических лиц со счетом (15+, 2017 г.) | Безопасные интернет-серверы (нормализовано, 2019 г.) | Оценка надежности почтовых отправлений ВПС* (2019 г. или позднее) | Значение индекса 2020 г. | Изменение значения индекса (данные за 2018–2019 годы) | Рейтинг 2019 |
|--------------|-------------------------------|---|--|--|---|--------------------------|---|--------------|
| 37           | Объединенные Арабские Эмираты | 99  | 88   | 61   | 64  | 78.2                     | 0.0   | 28           |
| 42           | Таиланд                       | 67  | 82   | 59   | 97  | 76.0                     | 0.5   | 48           |
| 44           | Иран (Исламская Республика)   | 70  | 94   | 57   | 79  | 75.0                     | -1.5  | 45           |
| 49           | Саудовская Аравия             | 96  | 72   | 43   | 78  | 72.3                     | 0.0   | 49           |
| 50           | Катар                         | 100   | 66   | 50   | 73  | 72.1                     | 0.0   | 47           |
| 54           | Оман                          | 92  | 74   | 43   | 73  | 70.6                     | 0.0   | 60           |

Примечание: составлено авторами по данным из источника (UNCTADSTAT, 2021)  
ВПС\* – Всемирный почтовый союз

Казахстан в рейтинге по индексу электронной коммерции В2С ЮНКТАД за 2020 год входит в региональную десятку и находится на 60 месте в общемировом рейтинге (таблица 3).

Электронная торговля в Казахстане развивается в соответствии с развитием информатизации и цифровизации. Ранжирование элек-

тронной торговли осуществляют рейтинговое агентство Ranking.kz, а также Министерство национальной экономики, Бюро национальной статистики и другие ведомства Казахстана. Однако, отмечается больший рост розничной торговли, нежели оптовой интернет-торговли (рис. 1).

Таблица 3 – 14 бывших республик СССР в индексе электронной коммерции В2С ЮНКТАД за 2020 год

| Рейтинг 2020 | Страна               | Доля лиц, пользующихся Интернетом (2019 г. или позднее) | Доля физических лиц со счетом (15+, 2017 г.) | Безопасные интернет-серверы (нормализовано, 2019 г.) | Оценка надежности почтовых отправлений ВПС* (2019 г. или позднее) | Значение индекса 2020 г. | Изменение значения индекса (данные за 2018–2019 годы) | Рейтинг 2019 |
|--------------|----------------------|---|--|--|---|--------------------------|---|--------------|
| 14           | Эстония              | 90  | 98   | 91   | 84  | 90.8                     | 0.2   | 15           |
| 27           | Литва                | 82  | 83   | 83   | 83  | 82.6                     | -0.9  | 30           |
| 35           | Беларусь             | 83  | 81   | 70   | 81  | 78.8                     | -0.5  | 37           |
| 39           | Латвия               | 86  | 93   | 80   | 52  | 77.8                     | -3.9  | 35           |
| 41           | Российская Федерация | 83  | 76   | 74   | 74  | 76.6                     | -1.3  | 40           |
| 47           | Грузия               | 71  | 61   | 64   | 98  | 73.6                     | 0.8   | 51           |
| 51           | Украина              | 59  | 63   | 72   | 91  | 71.2                     | -1.2  | 52           |
| 53           | Молдова              | 76  | 44   | 68   | 95  | 70.8                     | -1.5  | 53           |
| 60           | Казахстан            | 87  | 59   | 63   | 64  | 68.2                     | -1.5  | 56           |
| 65           | Азербайджан          | 81  | 29   | 49   | 82  | 60.0                     | -1.8  | 63           |
| 84           | Армения              | 65  | 48   | 51   | 36  | 49.9                     | -3.8  | 78           |
| 97           | Кыргызстан           | 80  | 40   | 47   | 11  | 44.3                     | 2.7   | 110          |
| 107          | Узбекистан           | 30  | 37   | 50   | 30  | 37.0                     | -8.4  | 94           |
| 121          | Таджикистан          | 36  | 47   | 36   | 1   | 30.0                     | 4.3   | 130          |

Примечание: составлено авторами по данным из источника (UNCTAD, 2021)  
ВПС\* – Всемирный почтовый союз

Электронная торговля в Республике Казахстан. Внутренний рынок (млрд тг)

Объём розничной торговли через интернет



Объём оптовой торговли через интернет



На основе данных Комитета по статистике АНФР РК

Finprom.kz

**Рисунок 1** – Динамика объемов розничной и оптовой e-commerce в Республике Казахстан, млрд.тенге  
Примечание – составлено авторами на основе источника (Ranking.kz, 2022)

Доля казахстанских интернет-магазинов составляет на 2020 год 435, а зарубежных 66,4, а также 14 и 5,4 соответственно (рис. 2).

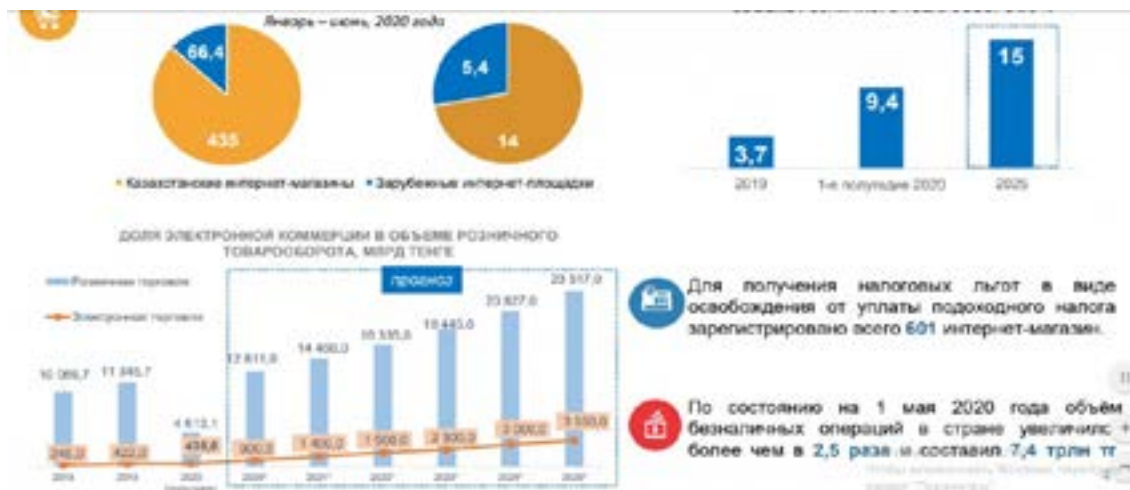
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли в Казахстане выросла почти в три раза в 2020 году, как это видно на рисунке 3, что было связано с карантинными мерами по время пандемии коронавируса.

Для стимулирования развития электронной торговли в Казахстане были предоставлены налоговые льготы интернет-магазинам, вследствие чего по состоянию на 2020 год

было зарегистрировано 601 интернет-магазина. Объем электронной оптово-розничной торговли и реализации услуг в Казахстане различается по регионам, как это представлено на рисунке 4.

Наибольшие объемы электронной коммерции отмечаются в Алматы (314143 млн. тенге), а наименьшие в Кызылординской области (367 млн. тенге).

Как следует из рисунка 5, наибольший объем в составе электронной коммерции составляет розничная торговля и реализация услуг.



**Рисунок 2** – Доли казахстанских и зарубежных интернет-площадок в Республике Казахстан за январь-июнь 2020 года  
Примечание – составлено авторами на основе данных источника (Ranking.kz, 2022)

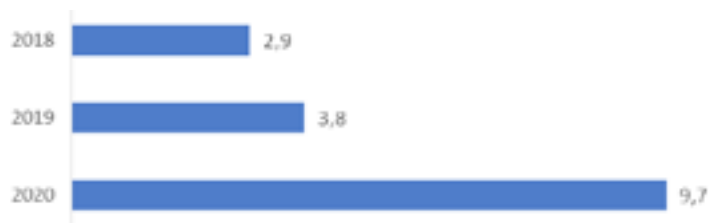


Рисунок 3 – Динамика доли электронной торговли в общем объеме розничной в Республике Казахстан, %  
Примечание – составлено авторами на основе данных источника (Ranking.kz, 2022)

ОБЪЕМ РЕАЛИЗАЦИИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ В РЕГИОНАХ РК ЗА 2019 ГОД

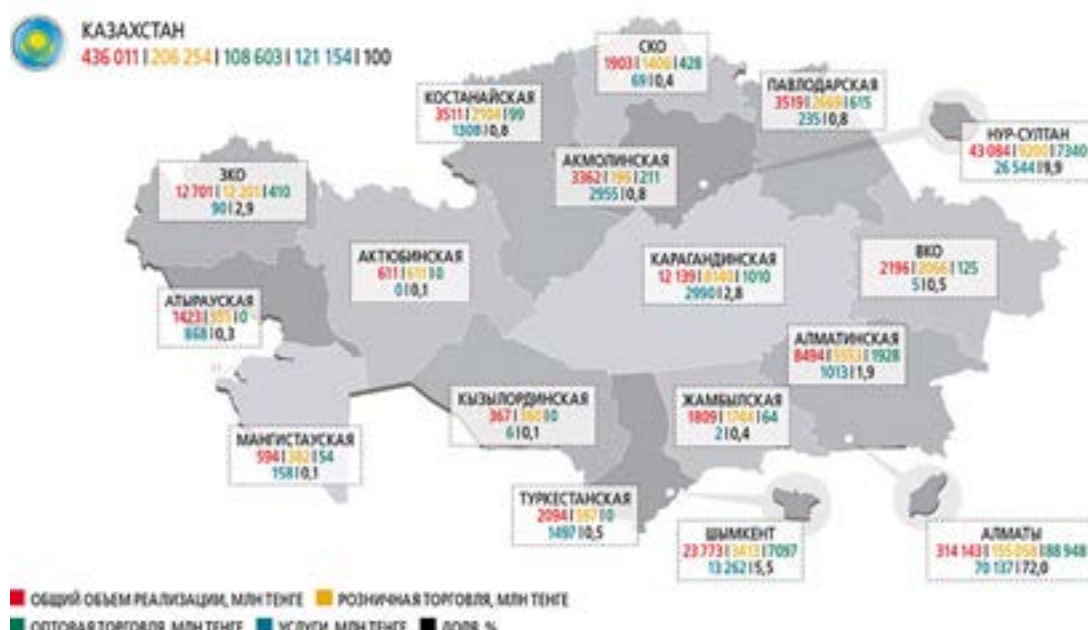


Рисунок 4 – Объем электронной коммерции в регионах Республики Казахстан в 2019 году  
Примечание – составлено авторами на основе данных источника (Forbes.kz, 2020)



Рисунок 5 – Объем электронной коммерции в Республике Казахстан за 2015–2019 годы, млрд. тенге  
Примечание – составлено авторами на основе данных источника (Forbes.kz, 2020)

Таблица 4 – Основные участники электронной коммерции Республики Казахстан на 2020 год

| Компании                                    | Выручка за 2019 год, млн. долларов США | География                                      | Головной офис    | M-коммерция     |
|---|--|--|------------------|-----------------|
| АО «Kaspi.kz» Kaspi.kz                      | 475,51                                 | Казахстан                                      | Алматы, 2014     | iOS, Android    |
| АО Эйр Астана Airastana.com                 | 114,42                                 | весь мир                                       | Алматы, 2001     | iOS, GooglePlay |
| ТОО «Aviata» Aviata.kz                      | 111,3                                  | Казахстан                                      | Алматы, 2013     | iOS, Android    |
| ТОО «Chocofamily holding» Chocotravel.com   | 89,6                                   | Казахстан                                      | Алматы, 2013     | iOS, Android    |
| ТОО «Вайлдберриз»                           | 63,46                                  | Казахстан                                      | Москва, 2004     | iOS, Android    |
| ООО «Купишуз» Lamoda.kz                     | 56,55                                  | Казахстан                                      | Москва, 2011     | iOS, Android    |
| ТОО «ТИКЕТС КЗ»                             | 56,21                                  | Казахстан                                      | Вена, 2008       | iOS, Android    |
| ТОО «Арена S» Sulpak.kz                     | 30,07                                  | Казахстан, Кыргызстан                          | Алматы, 2009     | сайт            |
| ТОО «Тревелизи» Santufei.com                | 28,08                                  | Казахстан                                      | Алматы, 2014     | iOS, GooglePlay |
| ТОО «Колеса» Kolesa.kz                      | 26,24                                  | Казахстан, Узбекистан                          | Алматы, 2006     | iOS, Android    |
| АО «НК «КТЖ» Bilet.railways.kz              | 23,49                                  | страны СНГ и Балтии                            | Нур-Султан, 2000 | iOS, Android    |
| АО «Technodom Operator» Technodom.kz        | 22,47                                  | Казахстан, Кыргызстан                          | Алматы, 2002     | iOS, Android    |
| ТОО «ОЭЛкс Групп» OLX.kz                    | 21,88                                  | Казахстан                                      | Нидерланды, 2007 | iOS, Android    |
| ТОО «Gulser Computers» Alser.kz             | 16,18                                  | Казахстан                                      | Алматы, 2007     | iOS, Android    |
| ТОО «Мечта Маркет» Mechta.kz                | 15,55                                  | Казахстан                                      | Нур-Султан, 2007 | iOS, Android    |
| ТОО «Ticketon Events» Ticketon.kz           | 13,36                                  | Казахстан, Узбекистан, Таджикистан, Кыргызстан | Алматы, 2012     | iOS, Android    |
| АО «Авиакомпания FlyArystan» Flyarystan.com | 12,36                                  | Казахстан                                      | Алматы, 2018     | iOS, Android    |
| ТОО «Chocofamily Holding» Chocofood.kz      | 8,62                                   | 16 городов Казахстана                          | Алматы, 2013     | iOS, Android    |
| ТОО «Белый ветер KZ» Shop.kz                | 8,1                                    | Казахстан                                      | Караганда, 2000  | iOS, Android    |
| ТОО «Редпрайс» Chocolife.me                 | 7,84                                   | Казахстан                                      | Алматы, 2011     | iOS, Android    |
| ТОО «Flip.kz» Flip.kz                       | 7,58                                   | Казахстан                                      | Караганда, 2007  | iOS, Android    |
| ТОО «Колеса» Krisha.kz                      | 4,56                                   | Казахстан                                      | Алматы, 2006     | iOS, Android    |
| ТОО «Интертоп Центральная Азия» Intertop.kz | 3,9                                    | Казахстан                                      | Алматы, 2006     | iOS, Android    |
| ТОО «FORA TRADE» Fora.kz                    | 3,77                                   | Казахстан                                      | Актобе, 1997     | Нет             |
| ТОО «Office-Expert.kz» Office-expert.kz     | 3,36                                   | Казахстан, Кыргызстан                          | Алматы, 2012     | Нет             |
| ТОО «РА Сату.кз» Satu.kz                    | 2,84                                   | Казахстан                                      | Киев, 2008       | iOS, Android    |
| ТОО «EUROPHARMA» Europharma                 | 2,14                                   | 10 городов Казахстана                          | Шымкент, 2014    | Нет             |
| ТОО «Компания Эврика» Evrika                | 1,8                                    | Казахстан                                      | Шымкент, 2013    | Нет             |
| ТОО «Arbuz Group (Арбуз Групп)» Arbuz.kz    | 1,63                                   | Алматы   | Алматы, 2011     | Нет             |
| ТОО «Амадео Центральная Азия» Pandora       | 0,65                                   | Казахстан                                      | Алматы, 2015     | Нет             |

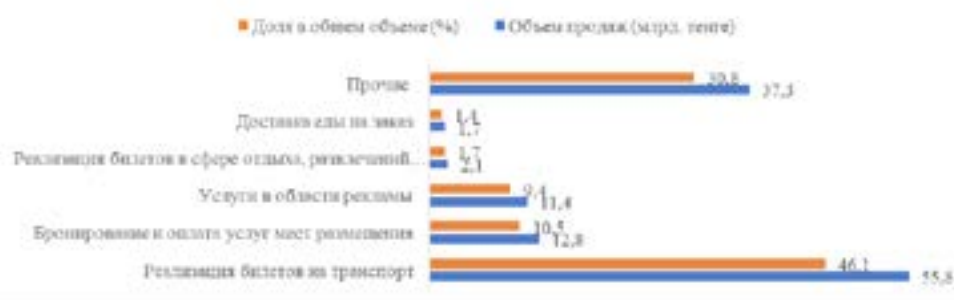
Примечание: составлено авторами по данным из источника (Forbes.kz, 2020)



В таблице 4 представлены наиболее крупные участники электронной коммерции в Казахстане и большинство из этих компаний (18 из 30) имеют головной офис в Алматы, что объясняется развитой инфраструктурой и количеством населения в мегаполисе.

Основные виды услуг в составе электронной коммерции представлены на рисунке 6, из которой следует, что большая часть услуг (55,8%) приходится на реализацию билетов на авиа и железнодорожный транспорт.

Наибольшее развитие электронной торговли отмечается в самом крупном мегаполисе страны Алматы, который имеет для этого развитую инфраструктуру, географическое положение и природно-климатические условия. Зарубежные интернет-магазины в стране представлены в виде франшизы крупных международных интернет-площадок, что дает возможность осуществлять доставку самостоятельно по территории Казахстана и за его пределы.



**Рисунок 6** – Основные услуги в электронной коммерции в Республике Казахстан за 2019 год, млрд. тенге и %  
Примечание – составлено авторами на основе данных источника (Forbes.kz, 2020)



**Рисунок 7** – Сегментация Алматы по районам и объему деятельности  
Примечание – составлено авторами на основе данных источника (Digital-almaty.kz., 2022)

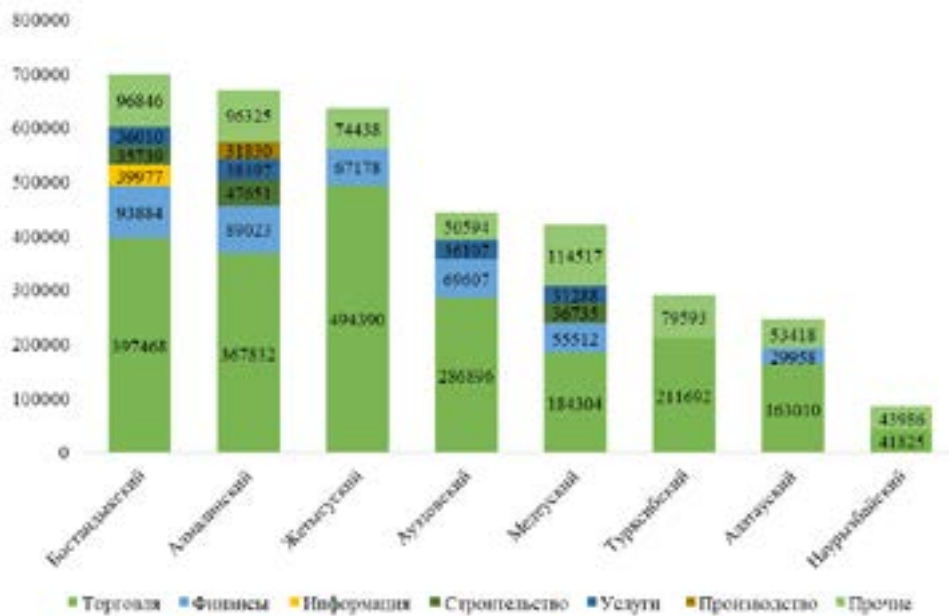
На рисунке 7 показана сегментация деятельности по районам города Алматы, из которой видно, что наибольшее количество производств и других видов деятельности сосредоточено в Бостандыкском, Жетысуском и Алмалинском районах. Алатауский и Наурызбайский районы

имеют наименее развитое производство, так как Наурызбайский район образовался из вновь присоединенных сельскохозяйственных районов.

Аналогичная картина наблюдается при анализе денежных оборотов по районам города Алматы, по которому видно, что наибольшие

обороты представлены в Бостандыкском, Алмалинском и Жетысуйском районах. Однако, основной оборот денежных средств в разрезе

видов деятельности приходится на оптовую и розничную торговлю, в том числе на электронную коммерцию (рис. 8).



**Рисунок 8** – Оборот денежных средств по видам деятельности по районам города Алматы, млн. тенге  
Примечание – составлено авторами на основе данных источника (Digital-almaty.kz, 2022)

Вследствие того, что основная масса денежных средств и товаров сосредоточена в городе Алматы, происходит дисбаланс в развитии городов и областей Казахстана, а это приводит к социальному неравенству и напряженности. Развитию электронной коммерции в отдаленных регионах страны препятствует развитие цифровых технологий и отсутствие интернета в сельских населенных пунктах.

События января 2022 года в Казахстане и, в особенности в городе Алматы, показали, что условия хранения товаров, а также их поставка и доставка, находятся на ненадлежащем уровне. Хранение опасных товаров, в том числе оружия, боеприпасов, наркотических средств, а также ювелирных изделий и ценностей, должны соблюдаться в соответствии с требованиями безопасности на случай форс-мажорных обстоятельств. Должно быть оборудовано сейфовое хранилище для предотвращения проникновения нежелательных лиц и хищения предметов, требующих особой сохранности.

Также в случае чрезвычайных обстоятельств могут нарушиться цепи поставок из других стран, внутри страны между регионами и даже в

городе. Вследствие этого производится градация цепи поставок по территориальному, страновому и районному признаку.

В случае форс-мажорных обстоятельств могут нарушаться все виды поставок, а также страховые возмещения чаще всего не производятся, что немаловажно при хищении или порче грузов в чрезвычайных ситуациях. В этом случае действие непреодолимой силы дает возможность страховым компаниям и охранным службам не исполнять взятые на себя обязательства.

### Заключение

Целью исследования являлось определение основных направлений развития и расширения рынка электронной коммерции в мире и Казахстане, в том числе в городе Алматы.

В исследовании производились статистический, сравнительный и факторный анализ, а также ранжирование и обобщение.

В ходе исследования были проанализированы научно-практические исследования по теории и практике электронной коммерции и ее расширению в Казахстане.

Результаты исследования показывают основные этапы развития и локацию сосредоточения электронной коммерции в Казахстане, который обладает девятой по величине территорией в мире, но при этом имеет низкую плотность населения.

Несмотря на возможности электронной коммерции, электронных платежей и других инновационных технологий, малейший дисбаланс может привести к сбою в поставках товаров до потребителей. Это касается отключения интернета, электричества, локдауна и прочих непредвиденных обстоятельств.

Возможности электронной коммерции в Казахстане особенно ярко проявились в период пандемии, так как в условиях карантина население пользовалось услугами по приобретению медикаментов, товаров и услуг в онлайн-режиме и посредством курьерской доставки.

В процессе исследования были поставлены и раскрыты следующие задачи:

- проведен сравнительный анализ современного состояния рынка электронной коммерции в разных странах;
- исследовано развитие и распространение электронной коммерции в Казахстане и городе

Алматы, а также проблемы расширения его рынка на всей территории страны.

Период локдауна 2019–2022 годы показал увеличение потребителей электронной коммерции, а также наиболее предпочтительные в этот период товары. События января 2022 года в Казахстане и, в наибольшей степени, в городе Алматы, показали возможные проблемы в организации не только электронной коммерции, но и всей системы торговли вследствие форс-мажорных обстоятельств.

Данные проведенного исследования могут быть использованы для организации электронной коммерции в Казахстане и анализа потребностей в товарах и услугах в форс-мажорных ситуациях. Практика последних лет показывает, что в первую очередь увеличивается потребность в продуктах питания и других товарах первой необходимости.

Бизнес должен более тщательно анализировать и планировать свою деятельность с учетом уроков пандемии и январских событий в стране. Должна быть обеспечена сохранность товарно-материальных ценностей, особенно товаров опасных, подлежащих строгому учету.

## Литература

Bhatti, Anam, Akram Hamza, Hafiz Muhammad Basit, Ahmed Usman Khan, Syeda Mahwish Raza Naqvi, and Muhammad Bilal. 2. E-commerce Trends During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13 (2): 1449– 1452.

Чуб А.А. Использование современных цифровых технологий потребителями продуктового рынка в условиях пандемии Covid 19 // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – С. 40–58.

Цинбяо С. Особенности применения больших данных в электронной коммерции // Международная торговля и торговая политика. – 2017. – № 4 (12). – С. 114–119.

Clement, J. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/274708/online-retail-and-auction-ranked-by-worldwide-audiences/> (Дата обращения: 4.05.2021)

COVID-19 AND E-COMMERCE. A GLOBAL REVIEW. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d13\\_en\\_0.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d13_en_0.pdf) (Дата обращения: 4.05.2021)

Digital-almaty.kz. Upravlenie cifrovizacii goroda Almaty. URL: <https://digital-almaty.kz/ru> (Дата обращения: 22.01.2022)

Дудин М.Н., Шкодинский С.В. Тенденции, возможности и угрозы цифровизации национальной экономики в современных условиях. URL: <https://1economic.ru/lib/111785> (Дата обращения: 22.01.2022)

Forbes Kazakhstan. 30 крупнейших торговых интернет-площадок. URL: [https://forbes.kz/leader/30\\_krupneyshih\\_torgovyih\\_internet-ploschadok\\_-\\_2020\\_1604068634](https://forbes.kz/leader/30_krupneyshih_torgovyih_internet-ploschadok_-_2020_1604068634). 2020 (Дата обращения: 22.01.2022)

Kawa, Arkadiusz. LogForum. URL: [https://www.logforum.net/pdf/13\\_4\\_4\\_17.pdf](https://www.logforum.net/pdf/13_4_4_17.pdf) (дата обращения: 4.05.2021)

Конягина М.Н., Есаян С.К Пандемия как стимул для развития цифровой экономики // Научные труды северо-западного института управления. – РАНХИГС – 2020. – С. 76–84.

Korusconsulting.ru. Что такое цепи поставок: концепция, виды, преимущества. URL: <https://supplychain.korusconsulting.ru/blog/upravlenie-tsepyami-postavok-na-predpriyatii-cto-eto-takoe#konceptcia-upravlenia-cp> (Дата обращения: 19.01.2022)

Mikhaylyuk M.V. Identification of Current Scientific and Practical Research Trends in the Performance of the Product Distribution System in Traditional and Ecommerce. *International Journal of Applied Exercise Physiology*. URL: <http://ijaep.com/incomplete/18-0587%20Exercise.pdf> (Дата обращения: 10.01.2022)

Ranking.kz. URL: <http://www.ranking.kz/ru/a/infopovody/v-celom-po-strane-8-iz-10-tenge-ot-obshego-oborota-po-platyozhnyum-kartam-prihodyatsya-na-beznalichnye-platezhi>. 2022. (Дата обращения: 21.01.2022)

Sabanoglu, Tugba. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (дата обращения: 4.05.2021)

Шайдуллина В. К. Электронная торговля и перспективы ее развития в мировой экономике // Вестник университета. Экономика: проблемы, решения и перспективы. – № 3. – 2019 – С. 114-120.

THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020. Spotlight on Latin America and the Caribbean. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/tn\\_unctad\\_ict4d17\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf) (Дата обращения: 20.01.2022)

UNCTADstat – General Profile. URL: <https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/en-GB/398/index.html> (Дата обращения: 20.01.2022)

### References

Bhatti, Anam, Akram Hamza, Hafiz Muhammad Basit, Ahmed Usman Khan, Syeda Mahwish Raza Naqvi, and Muhammad Bilal. 2. E-commerce Trends During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13 (2): 1449–1452.

Chub A.A. Ispol'zovanie sovremennyh cifrovyyh tekhnologiy potrebitelyami produktovogo rynka v usloviyah pandemii Covid 19. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, – 2020. – S. 40–58.

Cinbyao S. Osobennosti primeneniya bol'shikh dannyh v elektronnoy kommercii // *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*. – 2017. – № 4 (12). – S. 114–119.

Clement, J. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/274708/online-retail-and-auction-ranked-by-worldwide-audiences/> (Access on: 4.05.2021)

COVID-19 AND E-COMMERCE.A GLOBAL REVIEW. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d13\\_en\\_0.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d13_en_0.pdf) (Access on: 4.05.2021)

Digital-almaty.kz. Upravlenie cifrovizacii goroda Almaty. URL: <https://digital-almaty.kz/ru> (Access on: 22.01.2022)

Dudin M. N., Shkodinskij S. V. Tendencii, vozmozhnosti i ugrozy cifrovizacii nacional'noj ekonomiki v sovremennyh usloviyah / *Pervoe ekonomicheskoe izdatel'stvo. Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*. URL: <https://1economic.ru/lib/111785> (Access on: 22.01.2022)

Forbes Kazakhstan. 30 krupnejshih trgovyyh internet-ploshchadok. URL: [https://forbes.kz/leader/30\\_krupnejshih\\_torgovyih\\_internet-ploshchadok\\_-\\_2020\\_1604068634](https://forbes.kz/leader/30_krupnejshih_torgovyih_internet-ploshchadok_-_2020_1604068634)

Kawa, Arkadiusz. LogForum. URL: [https://www.logforum.net/pdf/13\\_4\\_4\\_17.pdf](https://www.logforum.net/pdf/13_4_4_17.pdf) (Access on: 4.05.2021)

Konyagina M.N., Esayan S.K. Pandemiya kak stimul dlya razvitiya cifrovoy ekonomiki. *Nauchnye trudy severo-zapadnogo instituta upravleniya, RANHIGS* – 2020. – S. 76–84.

Korusconsulting.ru. Chto takoe cepi postavok: koncepciya, vidy, preimushchestva. URL: <https://supplychain.korusconsulting.ru/blog/upravlenie-tsepyami-postavok-na-predpriyatii-cto-eto-takoe#koncepcia-upravlenia-cp> (Access on: 19.01.2022)

Mikhaylyuk M.V. Identification of Current Scientific and Practical Research Trends in the Performance of the Product Distribution System in Traditional and Ecommerce. *International Journal of Applied Exercise Physiology*. URL: <http://ijaep.com/incomplete/18-0587%20Exercise.pdf> (Access on: 4.05.2021)

Ranking.kz. URL: <http://www.ranking.kz/ru/a/infopovody/v-celom-po-strane-8-iz-10-tenge-ot-obshego-oborota-po-platyozhnyam-kartam-prihodyatsya-na-beznalichnye-platezhi> (Access on: 21.01.2022)

Sabanoglu, Tugba. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (Access on: 4.05.2021)

Shajdullina V. K. Elektronnaya trgovlya i perspektivy ee razvitiya v mirovoj ekonomike. *Vestnik universiteta. Ekonomika: problemy, resheniya i perspektivy*, – № 3. – 2019 – S. 114–120.

THE UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2020. Spotlight on Latin America and the Caribbean. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/tn\\_unctad\\_ict4d17\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf) (Access on: 20.01.2022)

UNCTADstat – General Profile. URL: <https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/en-GB/398/index.html> ((Access on: 20.01.2022)