

МАЗМҰНЫ / СОДЕРЖАНИЕ / CONTENT

Мақала туралы мәлімет

Конференция атауы	«Жастар және ғылым: бүгін мен болашағы» жас ғалымдардың халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдар жинағы
Сборник	«Молодежь и наука: настоящее и будущее». Сборник материалов Международной научно-практической конференции молодых ученых
Conference	The collection of materials from the International Scientific and Practical Conference of Young Scientists «Youth and Science: Present and Future»
Өткізілген күні	7 сәуір 2025, Атырау
ISBN	978-601-262-587-5
Жинақтағы жариялану №	026
Жинақтағы беттері	117-120
ӘОЖ/УДК/UDC	УДК 339
Секция	Секция IV. I Жұмысшы кәсіптері-экономикалық өсу мен дамудың драйверлері // Рабочие профессии - драйверы экономического роста и развития
Автор(лар)	Есенқосов Жарасхан
Мәртебесі	Студент
Ғылыми жетекші	Ғылыми жетекшісі: э.ғ.м. Мукашева А.
Мақала атауы	ЭЛЕКТРОНДЫ САУДА НАРЫҒЫН ТАЛДАУ

Ескерту: бұл бет сайтқа орналастыру және мақала PDF-ін сәйкестендіру үшін қосылды. Төменде жинақтағы мақаланың түпнұсқа беттері берілген.

ЭЛЕКТРОНДЫ САУДА НАРЫҒЫН ТАЛДАУ

Есенқосов Жарасхан

murat---79@mail.ru

6B04101 Экономика ББ 3 курс студенті

Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университеті, Атырау қ, Қазақстан Республикасы
Ғылыми жетекшісі: э.ғ.м. Мукашева А.

Телекоммуникацияның дамуы жеке және заңды тұлғалардың электронды арналары арқылы өзара байланысуына әкелді. Ғаламтор бірыңғай ақпараттық кеңістікті ұйымдастыру құралы бола отырып, бизнесті дамудың жаңа деңгейіне шығарды. Бір жағынан, тауар өндірушілерге тікелей тұтынушыларға шығуға мүмкіндік берді. Ал екінші жағынан электронды интерфейстер арқылы өндірісті басқару жүйесіне тапсырыстарды салуға мүмкіндік береді. Осылайша, соңғы жылдары электронды бизнес және электронды сауда шағын және ірі фирмалардың қызметінің, жеке тұлғалардың өмірінің маңызды бөлігіне айналды.

Электронды сауданың артықшылықтары: өткізу нарығының кеңеюі және шетелдік нарыққа шығу мүмкіндігі, қолжетімділік, маркетингтік ақпараттың автоматизациясы.

Бөлшек электрондық коммерцияның анықтамасында объектілер ретінде жеке тұлғаларға тауарларды онлайн сатумен ғана байланысты айналысатын кәсіпкерлік қызмет кіреді. Келесі санаттар талдау мазмұнына кірістірілмеді: жеке тұлғаларға теміржол және авиабилеттерін, автомобильдерді, пәтерлерді, фитнес-абонементтерді, білім беру курстары мен тренингтерді сату, тамақ жеткізу, хабарландыру сайттары, купондық және букмекерлік қызметтер, коммуналдық және өзге де төлемдер.

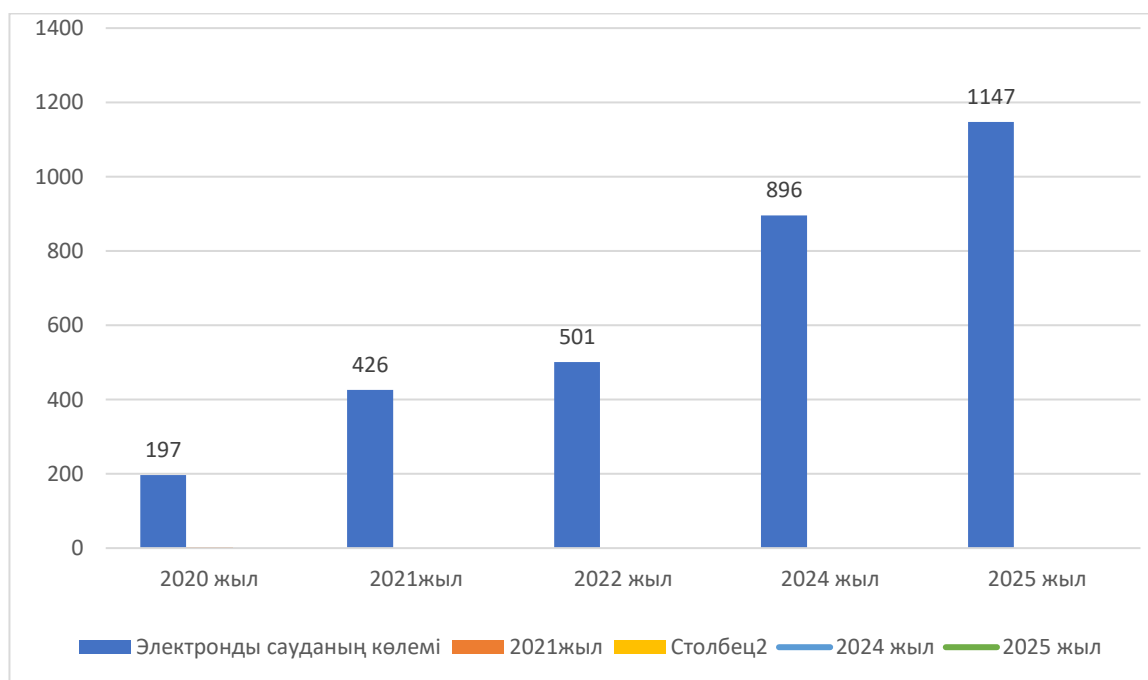
2024 жылдың бірінші жартыжылдығында Қазақстандағы бөлшек электрондық коммерция нарығы 2023 жылы қалыптасқан серпінді жалғастыра отырып, тұрақты өсуді көрсетті. Нарық көлемі 2023 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 61% - ға ұлғайып, 1,45 трлн теңгеге жетті. Электрондық коммерцияның енуі 16,6% құрады. Осылайша, Қазақстан электрондық коммерцияның орташа әлемдік ену деңгейіне 20,1% - ға тез жақындап, жаһандық өсу қарқынынан 8,4% озып отыр. Ғаламтор мен қаржы секторын цифрландырудың ұлғаюына байланысты электрондық коммерция нарығын дамыту үшін жағдайлар қолайлы болып қала береді. Жергілікті сатушылар аудиторияны кеңейту және шығындарды оңтайландыру үшін маркетингтік шарттарды пайдаланады, ал тұтынушылар ұсыныстардың әртүрлілігінен және жеткізу шарттарын жақсартудан пайда көреді. Бәсекелестік нарықты дамытудың маңызды драйвері болып табылады: жергілікті және халықаралық маркетингтік логистиканы дамыта отырып, тапсырыс беру пункттері мен постматтардың санын көбейтті, бөліп төлеу сияқты ыңғайлы қаржы құралдарын ұсына отырып, қатысуды белсенді түрде кеңейтті. Бұл тұтынушыларды көбірек тартады және транзакциялардың өсуін ынталандырады, бірақ орташа бақылауды төмендетеді, бұл сатып алынған тауарлар құрылымындағы күнделікті тауарларға өзгерістерді көрсетеді. Кең ассортимент және маркетингтік шарттардағы сатушылардың бәсекелестігі де орташа бақылаудың төмендеуіне ықпал етеді. Төмендегі кестеде 2024 жылдың соңғы 6 айдағы көрсеткіші салынған.

Кесте 1 - Электронды сауданың маңызды көрсеткіштері

№	Көрсеткіштер/жылдар	2020		2021		2022		2023		2024	
1	Бөлшек электронды сауда нарығының көлемі	+53 %	197 млрд. тг	+116 %	426 млрд. тг	+18 %	501млр д.тг	+79 %	896 млрд. тг	+61 %	1447млр д.тг
2	Электронды сауданың	4,3 %	-	8,0%	-	8,2 %	-	11,5 %	-	16,6 %	-

	жалпы бөлшек саудадағы үлесі										
3	Бөлшек электронды сауда негізінде жасалған транзакциялар саны	+3 %	9,7 млн бірлік	+66 %	16,2 млн бірлік	+19 %	19,3 млн бірлік	+87 %	36 млн бірлік	+97 %	70,8 млн бірлік
4	Орташа бақылау көлемі	+48 %	-	+30 %	-	-1%	-	-4%	-	-18%	-
8	Бөлшек электронды сауда маркетплейстерінің Қазақстандағы сату үлесі	-	-	82%	-	83 %	-	85%	-	89%	-

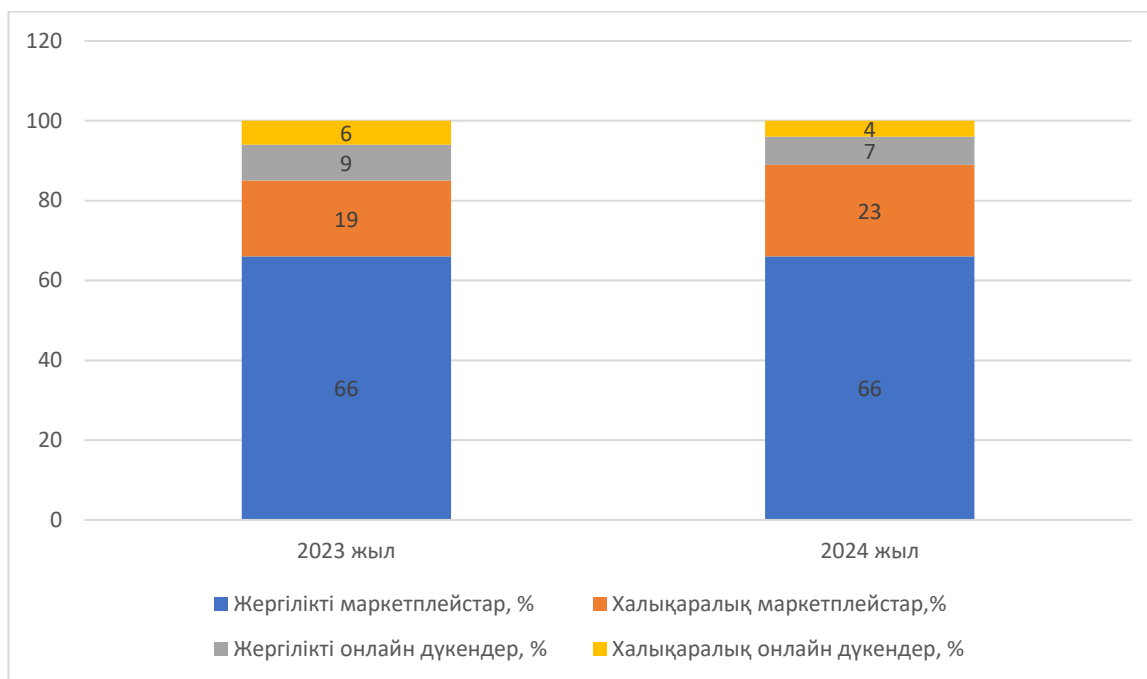
2024 жылдың бірінші жартыжылдығында бөлшек электрондық коммерцияның жалпы көлемі 1 447 млрд теңгеге (+61%) жетті, бұл 3,2 млрд АҚШ долларына тең. Бөлшек электрондық сауданың үлесі 2023 жылдың екінші жартыжылдығындағы 13,3% - дан 2024 жылдың бірінші жартыжылдығындағы 16,6% - ға дейін өсті. Жасалған сатып алулар / транзакциялар саны 70,8 млн (+97%) дейін өсті, ал орташа чек 20,4 мың теңгеге (-18%) немесе 45,5 АҚШ долларына (-17%) дейін төмендеді. Орташа чектің төмендеуі электрондық коммерцияның күнделікті өмірге енуінің артқанын көрсетеді. Қазақстандағы бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі бөлшек электрондық коммерцияның үлесі 16,6% құрады. Электрондық коммерцияның енуін күшейтуге көптеген факторлар оң әсер етеді, соның ішінде цифрландыру деңгейін арттыруда және электрондық сауданы дамытуда мемлекеттің қолдауы, сондай-ақ жергілікті және халықаралық маркетплейстер арасындағы бәсекелестіктің күшеюі, нәтижесінде тұтынушылар қолайлы баға шарттарын алады. Алайда, электрондық коммерцияның өсу әлеуеті өте жоғары болып қала береді.



Сурет 1 - Қазақстандағы электронды сауданың жалпы бөлшек саудадағы үлесі

Электрондық коммерция нарығының қарқынды өсуі бірқатар факторларға байланысты: тұтынушылардың мінез-құлқының өзгеруі (мұнда драйвер жұмыспен қамтудың жоғары деңгейі және оффлайн сатып алуға уақыттың болмауы), цифрлық және логистикалық инфрақұрылымның дамуы, интернеттің жоғары деңгейдегі енуі (92,3%) және электронды сайттардағы тауарлардың жақсы таңдауы, Бұл онлайн сатып алу адамдарға ыңғайлы болды.

Маркетплейстер әлі де бөлшек сауда нарығының негізгі драйвері болып табылады. Олардың бәсекеге қабілеттілігінің маңызды факторлары: белсенді трансшекаралық сауда (онлайн алаңдар кең ассортиментті ұсынады), баға саясаты (оның ішінде жеңілдіктер, акциялар, бонустар), жеткізілім процесінің жақсаруы (жеткізу мерзімі қысқарып, тапсырыс беру пункттерінің саны өсті), BNPL-дің ыңғайлы шарттары (Buy Now Pay Later - төлем 12 немесе 24 айға бөлінген). Логистикалық қызметтерді жақсарту үрдісі жалғасуда, қатысушылар сатып алушыларға тапсырыстарды ыңғайлы өңдеу, сақтау және жеткізу үшін қойма инфрақұрылымы мен аяқтау орталықтарына инвестиция салады.

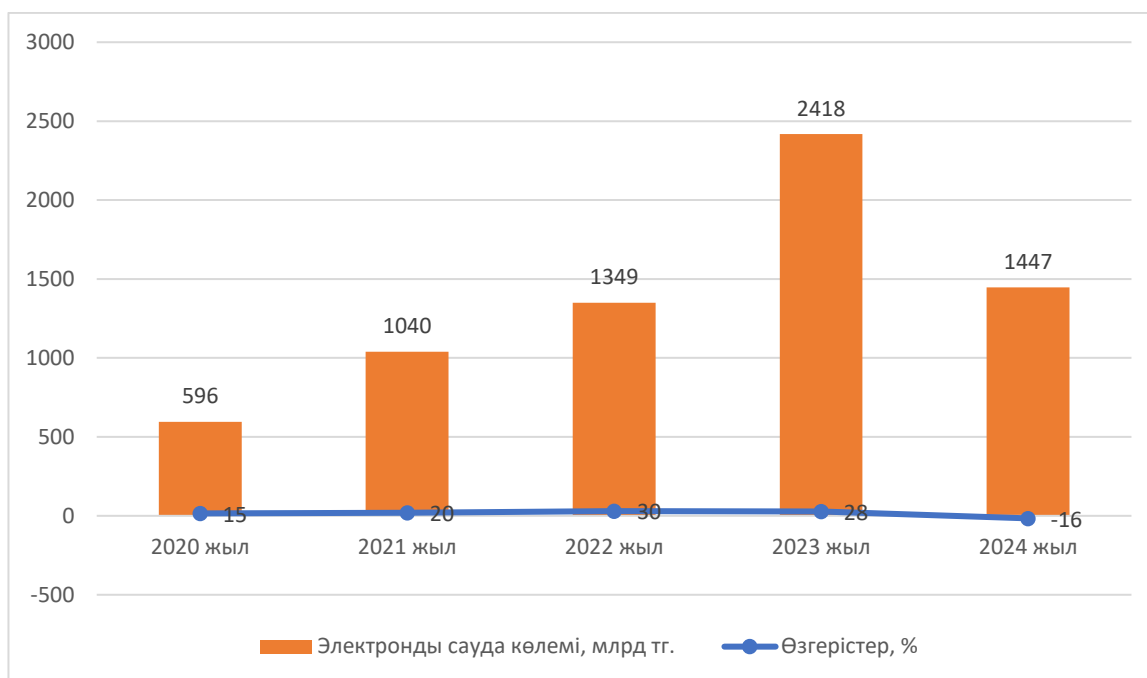


Сурет 2 - Қазақстандағы сату бойынша маркетплейстің үлесі

2024 жылдың бірінші жартыжылдығында жергілікті және халықаралық нарық қатысушыларының табысы артты, 2023 жылы байқалған маркетплейс үлесінің өсу тенденциясы сақталды. Маркетплейстер арқылы сату теңге валютасындағы бөлшек электрондық сауданың жалпы көлемінің 89% - на жетті, ал транзакциялар үлесі 93% - ға дейін өсті. Тұтынушылар үшін маркетплейстердің тартымдылығы тауарлардың кең ассортиментіне және жеңілдіктерді оңай бақылауға, әртүрлі сатушылардың бағаларын салыстыруға мүмкіндік береді. Жергілікті маркетплейстер теңге валютасындағы сату көлемі бойынша нарықтағы жетекші үлесті сақтап отыр. Қазақстандағы барлық бөлшек электрондық коммерция көлемінің 66% - н құрайды. Сонымен қатар, халықаралық маркетплейстер бәсекелестік бағамен сатып алушыларды тарта отырып, Қазақстанда қатысу белсенділігін арттыруда. Осы платформаларда теңге валютасымен сатудың өсуі жылдық мәнде 96% -ды құрады, ал транзакциялар саны 103% - ға артты.

2024 жылдың бірінші жартыжылдығында Қазақстандағы бөлшек электрондық сауда нарығының көлемі өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 61% - ға айтарлықтай өсім көрсетіп, 1 447 миллиард теңгеге жетті. Сонымен қатар, тарихи өсу қарқыны айқын маусымдық тәуелділікті көрсетеді. 2024 жылы электронды сауда көлемі аз ғана кеміген.

Себебі нарық біртіндеп тауар, қызмет және өнім түрлерін сатып алуға қаныққан.



Сурет 3 - Қазақстандағы электронды сауданың жалпы көлемі

Бөлшек электрондық сауда көлемінің тоқсандық динамикасын талдау 2024 жылдың бірінші жартыжылдығында электрондық сауда нарығы 2023 жылдың ұқсас тоқсандарымен салыстырғанда сенімді өсуді көрсетті. Алайда өсу қарқыны өткен жылмен салыстырғанда төмен болды. Бұл құлдырау ішінара жоғары базаның әсеріне байланысты: 2023 жылы нарық 2022 жылғы өзгерістермен белсенді түрде қалпына келтіріліп, рекордтық өсу қарқынын көрсетті. Доллардағы бөлшек электрондық сауда көлемінің серпіні 2024 жылдың бірінші жартыжылдығындағы теңге айырбас бағамының салыстырмалы тұрақтылығына байланысты ұқсас трендтерге сәйкес келеді. Бұл KZT және USD-дегі сату динамикасын салыстырмалы деңгейде сақтай отырып, айтарлықтай валюталық ауытқуларды болдырмауға мүмкіндік берді.

Онлайн сатып алу күнделікті өмірдің ажырамас бөлігіне айналады, бұл транзакциялар санының тұрақты өсуімен расталады. 2024 жылдың бірінші тоқсанында теңге валютасымен электрондық коммерцияның жалпы көлемінің 16% - ға төмендеуіне қарамастан, транзакциялар саны 7% - ға өсті және екінші тоқсанда өсуді жалғастырды. Транзакциялар санының артуының негізгі факторларының бірі күнделікті тауарлардың кең ассортиментімен және тапсырыстың ең аз мөлшерімен нарыққа маркетплейстердің белсенді енуі болды. Бұл сатып алушыларға кішігірім тапсырыстармен сауда жасауға мүмкіндік берді, бұл оларды жиі транзакцияларға итермеледі және электрондық сауда нарығында белсенділіктің артуын қамтамасыз етті.

Электрондық сауда нарығы өсуде, бірақ сатып алу сипаты уақыт сайын өзгеруде. Егер бұрын тұрмыстық техника және электроника сияқты ірі тауарлар орташа чектің едәуір бөлігін құраса, қазір кішігірім және арзан позицияларға ауысу байқалады. Сатып алушылар күнделікті қажеттіліктерді қанағаттандыратын тауарларды көбірек таңдайды. Дәрі-дәрмек, косметика, үй бұйымдары және e-grocery сияқты санаттардағы онлайн сатылымдардың өсуі байқалады. Интернеттегі сатудың жалпы құрылымындағы осы санаттардың үлесінің артуы орташа чектің төмендеуіне әсер етті, өйткені көптеген тұтынушылар күнделікті тауарларды интернет арқылы сатып алуды таңдайды. Маркетплейстердегі сатушылар да орташа чек динамикасына үлес қосады. Жаңа сатып алушыларды тартуға деген ұмтылыс тауарлар ассортиментінің кеңеюіне және қол жетімділікке баса назар аударуға әкеледі. Көптеген сатушылар бағаны төмендетеді