

Л.Н. ГУМИЛЕВ атындағы ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ
NATIONAL UNIVERSITY «YURI KONDRATYUK POLTAVA POLYTECHNIC»
POLTAVA STATE AGRARIAN ACADEMY
UNIVERSITY OF ECONOMICS IN BRATISLAVA

**«ЖАҒАНДЫҚ ПАНДЕМИЯ СЫН-ҚАТЕРЛЕРІ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ
ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКАЛАРДЫҢ ҚАЗІРГІ ТЕНДЕНЦИЈАЛАРЫ МЕН
ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ»**

*Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ*

СБОРНИК ТРУДОВ

Международной научно-практической конференции

**«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВОВ МИРОВОЙ
ПАНДЕМИИ»**

Works of the international scientific- practical conference

**« CURRENT TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF
NATIONAL ECONOMIES IN THE CONTEXT OF GLOBAL PANDEMIC
CHALLENGES»**

Нұр-Сұлтан, 2020

ӘОЖ 339.9(063)
ҚБЖ 65.5
Ж 52

Редакция алқасы

РАИМБЕКОВ Ж.С. - төрағасы, э.ғ.д., профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан

РАХМЕТУЛИНА Ж.Б. - э.ғ.к., профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан

АЗАТБЕК Т.А. - э.ғ.д., профессор, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан

МАДИЯРОВА Д.М. - э.ғ.д., профессор, Ресей халықтар достығы университеті, Москва қ., Ресей

ДУБИНА И.Н. - э.ғ.д., профессор, Новосибирск мемлекеттік университеті, Новосибирск қ., Ресей

КОМЕЛИНА О.В. - э.ғ.д., профессор, менеджмент және логистика кафедрасының меңгерушісі, «Юрий Кондратюк атындағы Полтава политехникумы» ұлттық университеті, Полтава қ., Украина

ISBN 978-601-337-395-9

Ж52 «Жаһандық пандемия сын-қатерлері жағдайындағы ұлттық экономикалардың қазіргі тенденциялары мен даму перспективалары» халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының еңбектер жинағы. - Нұр-Сұлтан: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2020. - 514 б.

Сборник трудов международной научно-практической конференции «Современные тенденции и перспективы развития национальных экономик в условиях вызовов мировой пандемии». - Нур-Султан: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2020. – 514 с.

Works of the international scientific-practical conference «Modern trends and prospects for the development of national economies under the challenges of the world pandemic». - Nur-Sultan: L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2020. - 514 p.

ӘОЖ 339.9(063)
ҚБЖ 65.5

ISBN 978-601-337-395-9

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2020

© Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2020

23. Statt D.A. (1997) *Understanding the consumer: A psychological approach*. London: Palgrave.
24. Foxall G.R. (2010) *Interpreting Consumer Choice*. London and New York: Routledge.
25. Skinner B.F. (1953) *Science and Human Behaviour*. New York: The Free Press. London: Collier-MacMillan.
26. Becker G. (1976) *The Economic Approach to Human Behaviour*. Chicago: University of Chicago Press.
27. Horton R.L. (1984) *Buyer Behaviour: A decision making approach*. Columbus: Charles E. Merrill Publishing Company.
28. Frederick S. (2002) *Automated heuristics* in Gilovich D., Griffing D., & Kahneman D. *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*. Cambridge: Cambridge University Press.

Жанбозова А.Б.

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилёва
г. Нур-Султан, Республика Казахстан

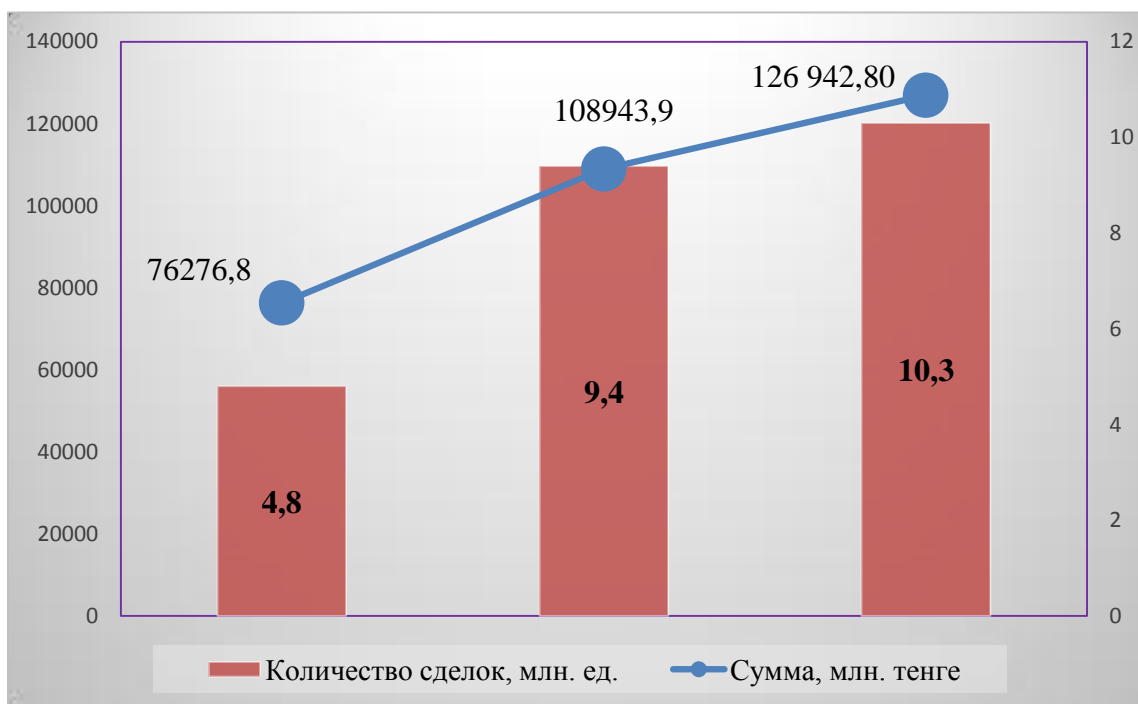
РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: ВЫЗОВЫ ДЛЯ МИРА И КАЗАХСТАНА

В результате реализации карантинных мер по сдерживанию пандемии коронавируса, мировая экономика подверглась глубокой рецессии. Согласно представленному Всемирным банком прогнозу, в 2020 году ожидается спад экономики планеты на 5,2% [1], что может стать самым глубоким падением со времен Второй мировой войны. Сегодня мировое сообщество проявляет озабоченность в части устранения таких отрицательных последствий пандемии как снижение прибыли компаний, закрытие огромного количества малых и средних предприятий, рост безработицы и как следствие снижение доходов населения.

Между тем, социальное дистанцирование серьезно изменило привычные способы покупки товаров и услуг – глобальный объем электронной коммерции по всему миру показывает значительный рост. Так, по данным компании Visa, во втором квартале 2020 года произошел рост расходов онлайн-продаж в США на 18%, а 13 миллионов латиноамериканских держателей карт Visa впервые совершили онлайн-операции в первом квартале 2020г. В Казахстане за этот период держателями платежных карточек проведено 714,6 млн. операций на сумму 12,3 трлн тенге, что превышает показатели аналогичного периода прошлого года на 72% и 53% соответственно. Наблюдается рост доли безналичных операций в общей структуре, от 39% в аналогичном периоде 2019 года до 62% [2]. По прогнозам экспертов, в условиях пандемии коммерция все больше будет уходить в онлайн формат, и эти возможности необходимо использовать отечественным компаниям. Вместе с тем, увеличение количества

местных онлайн-покупателей не всегда позитивно влияет на объем реализации продуктов и услуг отечественных субъектов электронной коммерции (рис.1).

Как видно из представленных данных в рис.1, казахстанцы все больше переключаются на международные площадки электронной коммерции, количество покупок возросло с 4,8 млн. единиц в 2016 г. до 10,3 млн. единиц в 2018 г. Отток средств потенциальных покупателей зарубежным конкурентам определенную угрозу для роста внутреннего рынка электронной коммерции Казахстана. Для сравнения приведем таблицу 1.



Составлено на основе данных Национального Банка РК

Рисунок 1. Трансграничные онлайн-покупки казахстанцев в 2016-2018 гг.

Таблица 1. Объем совершенных онлайн-покупок на внутреннем рынке Казахстана в 2016-2018 гг.

| Показатели | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| Объем розничной электронной торговли, млн. тенге | 78 500,5 | 106 918,1 | 144 606,0 |
| Объем оптовой электронной торговли, млн. тенге | 67 741,0 | 87 248,8 | 114 856,8 |
| Объем реализации услуг через Интернет, млн. тенге | 80 198,4 | 70 356,2 | 136 123,0 |
| Всего, млн. тенге | 226439,9 | 264523,1 | 395585,8 |

Данные таблицы 1 свидетельствуют о росте электронной торговли на внутреннем рынке Казахстана. Используя данные рисунка 1 и таблицы 1 посчитаем их соотношение (табл.2).

Если ранее проведенные исследования рынка электронной коммерции показывали мизерную долю отечественного содержания интернет-покупок, то сейчас ситуация выглядит более позитивной. Так, в ранних исследованиях Ассоциации интернет бизнеса Казахстана отмечалось, что в 2005 году из 10 тенге осуществленных покупок только 1 тенге оставалось на территории РК. Уже тогда стало ясно, что Казахстану необходимо стимулировать активность отечественных компаний в секторе электронной коммерции и для этого создать соответствующие условия. С тех пор постепенно были увеличены территории охвата интернета и телекоммуникационных сетей, скорость связи и т.д., что привело к повышению электронной вовлеченности казахстанцев. Это в свою очередь способствовало тому, что казахстанцы начали совершать интернет-покупки внутри Казахстана: в 2018 году из 10 тенге онлайн-покупок только 2,4 тенге уходили в зарубежные страны.

Таблица 2. Соотношение объемов трансграничных и внутренних онлайн-покупок казахстанцев

| Объем онлайн-покупок казахстанцев | 2016 | 2017 | 2018 | Доля в общей структуре | | |
|---|----------|----------|------------|------------------------|------|------|
| | | | | 2016 | 2017 | 2018 |
| Трансграничная электронная коммерция, млн.тг. | 76276,8 | 108943,9 | 126 942,80 | 25% | 29% | 24% |
| Внутренний рынок, млн.тг. | 226439,9 | 264523,1 | 395585,8 | 75% | 71% | 76% |
| Всего | 302716,7 | 373467 | 522528,6 | 100% | 100% | 100% |

В Казахстане меры по развитию онлайн-торговли были заложены в Законе РК от 2 апреля 2019 года по вопросам развития бизнес-среды и регулирования торговой деятельности. В рамках закона было закреплено понятие электронной коммерции, а также усилен институт защиты прав потребителей [3]. Принятие Закона предоставило возможность защиты интересов онлайн покупателя наравне с обычным покупателем. Министерством национальной экономики РК была разработана Дорожная карта развития электронной торговли до 2025 года, реализация которой началась в 2019 году. Заложенные в ней меры структурированы по 3 направлениям: наращивание экспорта в электронной торговле, вовлечение отечественных предпринимателей в электронную торговлю и развитие инфраструктуры, защита прав потребителей и продвижение электронной торговли [4]. По плану профильного министерства, в 2021-2022 годах к широкополосному интернету по технологии 3G/4G будут подключены 877 сел с населением менее 250 человек, остальные 930 сел – к спутниковому интернету. Реализация этих мероприятий играют первостепенную роль для увеличения спроса на электронные покупки, так как в настоящее время отдаленные регионы Казахстана не имеют доступ к

высокоскоростным сетям, соответственно, лишены возможностей совершения онлайн покупок.

В условиях кризиса эффективные и доступные услуги в области информационно-коммуникационных технологий, становятся критически важным фактором. Сидящим дома людям приходится чаще заказывать товары из интернета, а некоторые и вовсе делают это впервые. Можно предположить, что последние даже после изоляции будут продолжать совершать электронные покупки. Все это свидетельствует о существовании и расширении возможностей для электронной коммерции в условиях самоизоляции людей. С другой стороны, во время карантина люди стали свидетелями некоторых проблем с доставкой интернет-заказов. Даже компания Amazon испытала огромную нагрузку на свою цепочку поставок, что привело к задержкам, техническим сбоям и нехватке рабочей силы. Вместе с тем, такие сбои наблюдались только в электронной торговле физическими товарами. Деятельность тех компаний электронной коммерции, которые оказывают услуги или продают виртуальные (неосязаемые) продукты не пострадала от текущего кризиса. Обычно это сферы, которые проводят онлайн-тренинги, предоставляют различные базы данных и готовые IT-решения и т.д.

Наряду с этим, уместно обратить внимание на вероятность негативного воздействия электронной коммерции на развитие розничного сектора в будущем. В последние годы оттеснение традиционной розницы электронной коммерцией превращается в тренд в развитых странах. Так, в США за последние два года закрылось 10 тысяч розничных магазинов, в Великобритании – 23 тысячи. На наш взгляд, данная тенденция со временем может настичь и Казахстан, и в свете этого важно уже сейчас предпринимать активные действия для развития внутренних условий функционирования электронной коммерции, стимулировать предпринимателей выходить на онлайн-рынок и активно продавать в интернете. В противном случае, местный бизнес могут заменить иностранцы.

Глобальный характер пандемии и ее влияние на прирост доли электронной коммерции может способствовать укреплению международного сотрудничества и дальнейшей разработке единых регламентов покупок и поставок через Интернет. В качестве путей реализации подобной идеи можно рекомендовать консолидацию усилий в рамках ЕАЭС.

Таким образом, несмотря на общее отрицательное воздействие на всю глобальную экономику, реалии текущей пандемии показали, что электронная коммерция может стать эффективным инструментом не только для потребителей, но и для отечественных субъектов электронной коммерции.

Список литературы:

1. Доклад Всемирного банка «Перспективы мировой экономики» за июнь 2020 года. URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/publication/global-economic-prospects> (дата обращения: 08.09.2020)
2. Режим ЧП приучил казахстанцев к онлайн-оплатам URL: <https://profit.kz/news/57399/Rezhim-ChP-priuchil-kazahstancev-k-onlajn-oplatam/>

3. Левин А. За 10 лет объем рынка электронной торговли в Казахстане вырос в 20 раз... URL: <https://kursiv.kz/news/rynki/2020-06/za-10-let-obem-rynka-elektronnoy-torgovli-v-kazahstane-vyros-v-20-raz> (дата обращения: 11.09.2020)

4. В 2019 году объем покупок в казахстанских интернет-магазинах составил 422 млрд тенге... URL: <https://primeminister.kz/ru/news/v-2019-godu-obem-pokupok-v-kazahstanskih-internet-magazinah-sostavil-422-mlrd-tenge>

Каштыкова Елена, Киттова Зузана
Экономический университет в Братиславе, Словакия

ПОЗИЦИЯ СТРАН ВЫШЕГРАДСКОЙ ГРУППЫ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ СЛОВАКИИ

Введение

Развитие мировой экономики на современном этапе глобализации под влиянием мировой пандемии хотя и затрагивает все экономики мира, но не оказывает однородного воздействия на их развития. Поэтому долгосрочным успехом является постоянное взаимное согласование экономических целей кооперирующих стран и их совместная реализация шагов для достижения. Существующая тенденция преобладает в мировой экономике уже со второй половины 20 века, и примером можно назвать создание Вышеградской группы в 1991г. Данная интеграционная группировка является лишь свидетельством того, насколько важно региональное сотрудничество для достижения более высоких целей. [Baláž, 2019].

Внешняя торговля Словакии как независимой республики стала датироваться с момента обретения ею независимости от Чешской Республики. Важнейшим аспектом в развитии международной торговли было присоединение Словакии к Европейскому Союзу в 2004г., после чего начали реализовываться принципы общей торговой и сельскохозяйственной политики ЕС. Европейская экономическая промышленность также расширилась, и принципы внешней торговли изменились в отношениях с третьими странами (не являющимися членами ЕС). [Zubaľová, 2017]. В Словакии имеет внешняя торговля большое влияние на ВВП. Значительная часть валютных средств являются доходы от внешней торговли. Из-за высокой доли экспорта экономический рост Словакии тесно связан с ее экспортом, который производится в основном за счет прямых иностранных инвестиций.

Основной целью данного доклада является анализ позиции стран Вышеградской группы во внешней торговле Словакии и их сотрудничество после вступления в Европейское сообщество.

Развитие внешней торговли Словакии со странами Вышеградской группы

С вступлением Словакии в ЕС ее внешняя торговля ежегодно увеличивалась, но сальдо торгового баланса было в течение последующих 5 лет