

**ЦЕНТР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ –
ФИЛИАЛ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ КОМИТЕТА НАУКИ МНВО
РК В Г.АСТАНА
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.Л.Н.ГУМИЛЕВА**

**ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЗЕРТТЕУЛЕР ОРТАЛЫҒЫ-ҚР
ҒЖБМ ҒЫЛЫМ КОМИТЕТІ ЭКОНОМИКА ИНСТИТУТЫНЫҢ
АСТАНА ҚАЛАСЫНДАҒЫ ФИЛИАЛЫ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**ASTANA BRANCH OF THE ECONOMICS INSTITUTE
OF COMMITTEE OF SCIENCE OF MSHE RK
L.N. GUMILEV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY**

**«ЦИФРАНДЫРУДЫ ДАМЫТУ ЖӘНЕ ЭЛЕКТРОНДЫҚ
КОММЕРЦИЯНЫҢ ИНСТИТУЦИОНАЛДЫҚ ОРТАСЫН
ҚАЛЫПТАСТЫРУ: ТРЕНДТЕР, МӘСЕЛЕЛЕРІ ЖӘНЕ ШЕШУ
ЖОЛДАРЫ»**

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының

ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ

20 ақпан 2024 жыл

СБОРНИК ТРУДОВ

международной научно-практической конференции

**«РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ФОРМИРОВАНИЕ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ:
ТРЕНДЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ»**

20 февраля 2024 год

WORKS

of the international scientific- practical conference

**«THE DEVELOPMENT OF DIGITALIZATION AND THE
FORMATION OF THE INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF E-
COMMERCE: TRENDS, PROBLEMS AND SOLUTIONS»**

2024, February 20th

Астана 2024

УДК 33:004
ББК 65:32.973
Ц 42

Издается под общей редакцией профессора Азатбек Т.А.

Редакционная коллегия:

Азатбек Т.А. – д.э.н., профессор; Жанбозова А.Б. - PhD, Сиксимбаева Г.Т. – магистр государственного и местного управления.

Ц 42 Цифрландыруды дамыту және электрондық коммерцияның институционалдық ортасын қалыптастыру: трендтер, мәселелері және шешу жолдары = Развитие цифровизации и формирование институциональной среды электронной коммерции: тренды, проблемы и пути решения = The development of digitalization and the formation of the institutional environment of e-commerce: trends, problems and solutions. -Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция/ Международная научно-практическая конференция. – International scientific-practical conference. - Астана: Центр социально-экономических исследований – филиал Института экономики Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан, 2024. 378 с.- қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде.

ISBN 978-601-215-232-6

В сборник включены научные доклады отечественных и зарубежных экономистов-исследователей, вузовских работников, специалистов-практиков, докторантов и магистрантов, представленные на международной научно-практической конференции «Развитие цифровизации и формирование институциональной среды электронной коммерции: тренды, проблемы и пути решения». Конференция проведена в рамках реализации научных исследований по проекту грантового финансирования МНВО РК «Формирование институциональной среды рынка электронной коммерции в Казахстане, ее оценка и разработка механизма развития» (ИРН: AP14871419).

Материалы и рекомендации конференции предназначены для практического использования субъектами бизнеса, государственными органами, научными работниками, преподавателями и обучающимися высших учебных заведений.

Жинаққа «Цифрландыруды дамыту және электрондық коммерцияның институционалдық ортасын қалыптастыру: трендтер, мәселелері және шешу жолдары» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясына ұсынылған отандық және шет елдік экономист-зерттеушілердің, жоғарғы оқу орындары қызметкерлерінің, маман-практиктердің, докторанттардың және магистранттардың ғылыми баяндамалары мен ұсыныстары енгізілген. Конференция ҚР ҒЖБМ «Қазақстандағы электрондық коммерция нарығының институционалдық ортасын қалыптастыру, оны бағалау және дамыту тетігін әзірлеу» гранттық қаржыландыру жобасы бойынша (ЖТН: AP14871419) ғылыми зерттеулерді жүзеге асыру шеңберінде өткізілді.

Конференцияның материалдары мен ұсыныстары бизнес субъектілерінің, мемлекеттік органдардың, ғылыми қызметкерлердің, жоғары оқу орындарының оқытушылары мен студенттерінің тәжірибелік пайдалануына арналған.

The collection includes scientific reports by domestic and foreign economists-researchers, university employees, practitioners, PhD students and undergraduates, presented at the international scientific and practical conference «Development of digitalization and the formation of an institutional environment for e-commerce: trends, problems and solutions».

The conference was held as part of the implementation of scientific research under the grant funding project of the MSHE RK «Formation of the institutional environment of the e-commerce market in Kazakhstan, its assessment and development of a development mechanism» (IRN: AP14871419).

УДК 33:004
ББК 65:32.973

© «Институт экономики» Центр социально-экономических исследований – филиал в г. Астана, 2024

Участие бизнеса в жизни креативного сектора проявляется не только в финансовой поддержке, но и позволяет обустраивать и развивать территории, формировать инфраструктуру поселений, создавать новые арт-объекты. Благодаря развитию креативных индустрий происходит формирование туристического имиджа региона, развивается мелкий и средний бизнес, повышается востребованность культурных, спортивных организаций, растет востребованность услуг ресторанного и гостиничного сектора, происходит решение социальных проблем, увеличивается прибыль в местный бюджет.

Данное исследование подготовлено в рамках грантового финансирования при поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования РК (грант ИРН АР19680192).

Список литературы:

1. Государственная программа «Цифровой Казахстан». Постановление Правительства Республики Казахстан от 17 мая 2022 года № 311.
2. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстана. URL: <https://old.stat.gov.kz>
3. UNCTAD. Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy. - Электронный ресурс. - URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf
4. Global Innovation Index 2023. Innovation in the face of uncertainty. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf>
5. Электронный ресурс. - Measuring digital development. Facts and Figures 2021. URL: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2021/>.
6. Bridging the gender divide URL: <https://www.itu.int/en/mediacentre/backgrounders/Pages/bridgingthe-gender-divide.aspx>.
7. Серікқызы А., Бактымбет Ә.С., Бактымбет С.С., Дадабаева Д.М. Цифровые технологии и развитие креативных индустрий // Вестник университета «Туран». 2023. №.4. P.188-199. URL: <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2023-1-4-188-199>
8. Электронный ресурс.- URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>

ТРАНСГРАНИЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ф.Р. Рахымбай
Магистрант

Т.А. Азатбек

д.э.н., профессор

ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана

Трансграничная электронная коммерция, или возможность покупки и продажи товаров и услуг через интернет между различными странами, является

одним из ключевых аспектов развития цифровизации. Этот сектор коммерции стал все более популярным с появлением интернета и расширением его возможностей.

Трансграничная электронная коммерция проделала огромный путь эволюции с момента своего возникновения. В начале, когда интернет только появился, трансграничная электронная коммерция была ограничена возможностями платежных систем и доставки товаров. Однако с развитием технологий и появлением новых платежных и доставочных решений, этот сектор коммерции стал значительно более разнообразным и удобным.

Сегодня трансграничная электронная коммерция включает в себя различные модели бизнеса, такие как B2B, B2C и C2C. Компании могут заключать сделки с другими компаниями, продавать свои товары напрямую потребителям или даже принимать участие в платформах для покупки и продажи товаров между частными лицами. Это позволяет создавать глобальные бизнес-сети и упрощает процесс торговли между различными странами.

Трансграничная электронная коммерция является быстрорастущим сектором, и существуют определенные тенденции и статистика, которые свидетельствуют об этом росте. Согласно исследованиям, объем трансграничной электронной коммерции ожидается увеличиться в несколько раз в ближайшие годы. Это связано с увеличением числа интернет-пользователей и повышением уровня доверия потребителей к онлайн-покупкам.

Одной из основных тенденций в трансграничной электронной коммерции является рост популярности мобильных устройств. С каждым годом все больше людей предпочитают делать покупки через мобильные приложения и сайты. Это требует от компаний создания мобильных дружелюбных интерфейсов и оптимизации процесса покупки для мобильных устройств.

Трансграничная электронная коммерция представляет как вызовы, так и возможности для бизнеса. Одним из главных вызовов является сложность в управлении логистикой и доставкой товаров. Компании должны найти надежных партнеров для доставки товаров в различные страны и обеспечить своевременную доставку. В то же время, благодаря интернету, компании могут легко достигать новых клиентов и развивать свой бизнес на глобальном уровне. Они могут использовать различные стратегии маркетинга и продвижения, чтобы привлечь внимание потребителей и увеличить продажи.

Технологии играют важную роль в развитии трансграничной электронной коммерции. Они позволяют компаниям автоматизировать процессы покупки, оплаты и доставки товаров. Такие технологии, как искусственный интеллект и машинное обучение, помогают улучшить пользовательский опыт и предлагать более персонализированные предложения. Кроме того, технологии обеспечивают безопасность транзакций и защиту данных потребителей. Компании должны использовать современные системы шифрования и многофакторную аутентификацию, чтобы защитить конфиденциальность клиентов и предотвратить мошенничество.

На долю десяти стран с крупнейшими объемами рынков e-commerce приходится 88,6 % всего мирового объема этой отрасли. При этом на тройку лидеров (Китай, США и Великобританию) – около 75,9 % (рисунок 1).

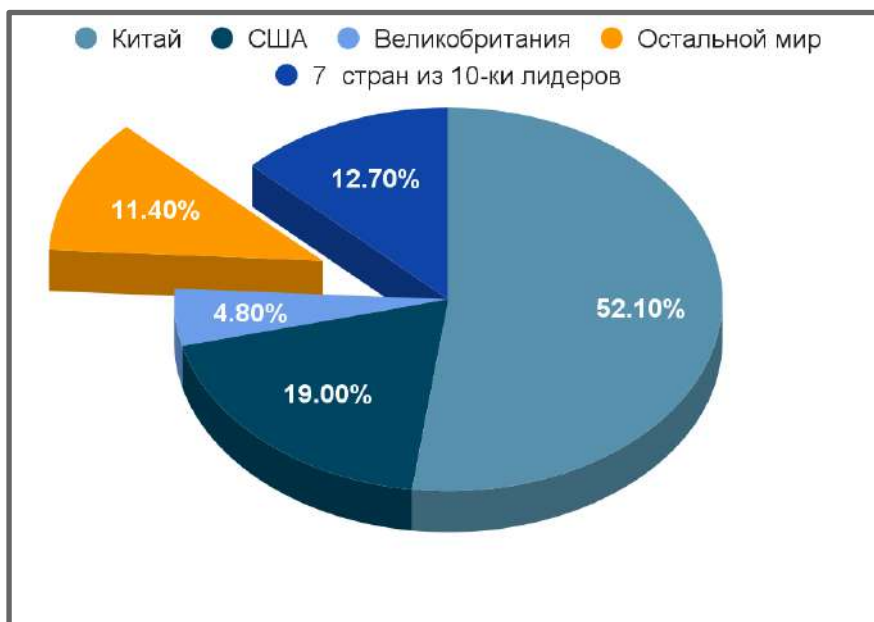


Рисунок 1 - Рейтинг стран мира по доле розничных продаж электронной коммерции в общем объеме розничной электронной торговли, 2023 г. [1].

Китайские власти уделяют этому сектору большое внимание. По оценкам китайских экономистов, уже к 2025 г. объём рынка электронной торговли в стране может вырасти до 4 трлн долл. США Именно такие показатели были включены в пятилетний план развития Китая. Такому росту способствует огромный потенциал онлайн-пользователей внутри страны (более 600 млн человек) и активное развитие международной онлайн-торговли через интернет-площадки.[2]

Будущее трансграничной электронной коммерции выглядит очень перспективным в условиях развития цифровизации. С развитием технологий и увеличением числа интернет-пользователей, этот сектор коммерции будет продолжать расти и развиваться. Компании должны быть готовы к изменениям и использовать новейшие технологии, чтобы оставаться конкурентоспособными.

Одной из основных тенденций в будущем будет рост использования искусственного интеллекта и автоматизации. Это позволит компаниям предлагать более персонализированные предложения и улучшать пользовательский опыт. Также ожидается увеличение числа платформ, объединяющих продавцов и покупателей со всего мира, что позволит упростить процесс торговли.

Таким образом, трансграничная электронная коммерция - это важный аспект развития цифровизации, который предоставляет компаниям и потребителям новые возможности. Она позволяет компаниям достигать новых клиентов и развивать свой бизнес на глобальном уровне. Однако, существуют и вызовы, связанные с логистикой и безопасностью. Тем не менее, с развитием

технологий и новыми стратегиями, компании смогут преодолеть эти вызовы и успешно развиваться в трансграничной электронной коммерции.

Список литература:

1. Research e-commerce. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rgud.ru/documents/2020-IPG.Research_E-commerce.pdf

2. Digital economy becomes a new growth engine for China and other G20 members. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.cgtn.com/news/2022-11-14/Digital-economy-turns-new-growth-engine-for-China-other-G20-members--1eWXYmrvcXe/index.html>

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Е.С. Рсалдин

докторант

А.Т. Тлеубаева

доктор PhD

ЕНУ им. Л.Н Гумилева, Астана

Цифровизация туризма ускоряет процессы трансформации туристской индустрии. Данный процесс содержит в себе интеграцию цифровых технологий в туристической деятельности. Внедрение инновационных решений при помощи искусственного интеллекта, больших данных, блокчейн и интернет вещей, прежде всего способствуют повышению качества услуг, оптимизации ценообразования и улучшению управления рисками.

Следует заметить, что цифровизация в свою очередь предъявляет новые требования к квалификации персонала, безопасности данных и защите прав потребителей. Эффективное управление цифровой трансформацией требует комплексного подхода, включающего разработку инфраструктуры, повышение цифровой грамотности и формирование инновационной экосистемы.

Цифровизация, или, цифровая трансформация – предусматривает активное внедрение современных технологий в бизнес-процессы компании, что соответственно способствует повышению эффективности организации [1].

Цифровизация в свою очередь требует гибкости от бизнеса в сфере туризма. Для перехода к цифровым платформам следует обеспечить надежной инфраструктурой и к обучению цифровых навыков персонала.

Технологии виртуальной и дополненной реальности создают эмоциональные ощущения, позволяя потенциальным туристам виртуально исследовать места назначения. Технология блокчейн обеспечивает безопасные, прозрачные транзакции, укрепляют доверие и эффективность при бронировании и платежах. [2].

Туризм 4.0- это наименование современной концепции обработки больших данных, собранных в результате исследования различных туристских