

ISSN 2518-1467 (Online),
ISSN 1991-3494 (Print)



«ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ҰЛТТЫҚ ҒЫЛЫМ АКАДЕМИЯСЫ» РҚБ
«ХАЛЫҚ» ЖҚ

Х А Б А Р Ш Ы С Ы

ВЕСТНИК

РОО «НАЦИОНАЛЬНОЙ
АКАДЕМИИ НАУК
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН»
ЧФ «Халық»

THE BULLETIN

OF THE ACADEMY OF SCIENCES
OF THE REPUBLIC OF
KAZAKHSTAN
«Halyk» Private Foundation

PUBLISHED SINCE 1944

3 (409)

May – June 2024

ALMATY, NAS RK



В 2016 году для развития и улучшения качества жизни казахстанцев был создан частный Благотворительный фонд «Халык». За годы своей деятельности на реализацию благотворительных проектов в областях образования и науки, социальной защиты, культуры, здравоохранения и спорта, Фонд выделил более 45 миллиардов тенге.

Особое внимание Благотворительный фонд «Халык» уделяет образовательным программам, считая это направление одним из ключевых в своей деятельности. Оказывая поддержку отечественному образованию, Фонд вносит свой посильный вклад в развитие качественного образования в Казахстане. Тем самым способствуя росту числа людей, способных менять жизнь в стране к лучшему – профессионалов в различных сферах, потенциальных лидеров и «великих умов». Одной из значимых инициатив фонда «Халык» в образовательной сфере стал проект *Ozgeris powered by Halyk Fund* – первый в стране бизнес-инкубатор для учащихся 9-11 классов, который помогает развивать необходимые в современном мире предпринимательские навыки. Так, на содействие малому бизнесу школьников было выделено более 200 грантов. Для поддержки талантливых и мотивированных детей Фонд неоднократно выделял гранты на обучение в Международной школе «Мирас» и в *Astana IT University*, а также помог казахстанским школьникам принять участие в престижном конкурсе «*USTEM Robotics*» в США. Авторские работы в рамках проекта «Тәлімгер», которому Фонд оказал поддержку, легли в основу учебной программы, учебников и учебно-методических книг по предмету «Основы предпринимательства и бизнеса», преподаваемого в 10-11 классах казахстанских школ и колледжей.

Помимо помощи школьникам, учащимся колледжей и студентам Фонд считает важным внести свой вклад в повышение квалификации педагогов, совершенствование их знаний и навыков, поскольку именно они являются проводниками знаний будущих поколений казахстанцев. При поддержке Фонда «Халык» в южной столице был организован ежегодный городской конкурс педагогов «*Almaty Digital Ustaz*».

Важной инициативой стал реализуемый проект по обучению основам финансовой грамотности преподавателей из восьми областей Казахстана, что должно оказать существенное влияние на воспитание финансовой

грамотности и предпринимательского мышления у нового поколения граждан страны.

Необходимую помощь Фонд «Халык» оказывает и тем, кто особенно остро в ней нуждается. В рамках социальной защиты населения активно проводится работа по поддержке детей, оставшихся без родителей, детей и взрослых из социально уязвимых слоев населения, людей с ограниченными возможностями, а также обеспечению нуждающихся социальным жильем, строительству социально важных объектов, таких как детские сады, детские площадки и физкультурно-оздоровительные комплексы.

В копилку добрых дел Фонда «Халык» можно добавить оказание помощи детскому спорту, куда относится поддержка в развитии детского футбола и карате в нашей стране. Жизненно важную помощь Благотворительный фонд «Халык» оказал нашим соотечественникам во время недавней пандемии COVID-19. Тогда, в разгар тяжелой борьбы с коронавирусной инфекцией Фонд выделил свыше 11 миллиардов тенге на приобретение необходимого медицинского оборудования и дорогостоящих медицинских препаратов, автомобилей скорой медицинской помощи и средств защиты, адресную материальную помощь социально уязвимым слоям населения и денежные выплаты медицинским работникам.

В 2023 году наряду с другими проектами, нацеленными на повышение благосостояния казахстанских граждан Фонд решил уделить особое внимание науке, поскольку она является частью общественной культуры, а уровень ее развития определяет уровень развития государства.

Поддержка Фондом выпуска журналов Национальной Академии наук Республики Казахстан, которые входят в международные фонды Scopus и WoS и в которых публикуются статьи отечественных ученых, докторантов и магистрантов, а также научных сотрудников высших учебных заведений и научно-исследовательских институтов нашей страны является не менее значимым вкладом Фонда в развитие казахстанского общества.

С уважением, Благотворительный Фонд «Халык»!

БАС РЕДАКТОР:

ТҮЙМЕБАЕВ Жансейіт Қансейітұлы, филология ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА құрметті мүшесі, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің ректоры (Алматы, Қазақстан)

ҒАЛЫМ ХАТШЫ:

ӘБІЛҚАСЫМОВА Алма Есімбекқызы, педагогика ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі, Абай атындағы ҚазҰПУ Педагогикалық білімді дамыту орталығының директоры (Алматы, Қазақстан), **Н = 2**

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

САТЫБАЛДЫ Әзімхан Әбілқайырұлы, экономика ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі, Экономика институтының директоры (Алматы, Қазақстан), **Н = 5**

САПАРБАЕВ Әбдіжапар Жұманұлы, экономика ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА құрметті мүшесі, Халықаралық инновациялық технологиялар академиясының президенті (Алматы, Қазақстан), **Н = 6**

ЛУКЪЯНЕНКО Ирина Григорьевна, экономика ғылымдарының докторы, профессор, «Киево-Могилян академиясы» ұлттық университетінің кафедра меңгерушісі (Киев, Украина), **Н=2**

ШИШОВ Сергей Евгеньевич, педагогика ғылымдарының докторы, профессор, К. Разумовский атындағы Мәскеу мемлекеттік технологиялар және менеджмент университетінің кәсіптік білім берудің педагогикасы және психологиясы кафедрасының меңгерушісі (Мәскеу, Ресей), **Н = 4**

СЕМБИЕВА Ләззат Мыктыбекқызы, экономика ғылымдарының докторы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің профессоры (Нұр-Сұлтан, Қазақстан), **Н = 3**

АБИЛЬДИНА Салтанат Қуатқызы, педагогика ғылымдарының докторы, профессор, Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті педагогика кафедрасының меңгерушісі (Қарағанды, Қазақстан), **Н = 3**

БУЛАТБАЕВА Күлжанат Нурымжанқызы, педагогика ғылымдарының докторы, профессор, Б. Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясының бас ғылыми қызметкері (Нұр-Сұлтан, Қазақстан), **Н = 2**

РЫЖАКОВ Михаил Викторович, педагогика ғылымдарының докторы, профессор, Ресей білім академиясының академигі, «Білім берудегі стандарттар және мониторинг» журналының бас редакторы (Мәскеу, Ресей), **Н=2**

ЕСІМЖАНОВА Сайра Рафихевна, экономика ғылымдарының докторы, Халықаралық бизнес университетінің профессоры, (Алматы, Қазақстан), **Н = 3**

«Қазақстан Республикасы Ұлттық ғылым академиясы РҚБ-нің Хабаршысы».

ISSN 2518-1467 (Online),

ISSN 1991-3494 (Print).

Меншіктенуші: «Қазақстан Республикасының Ұлттық ғылым академиясы» РҚБ (Алматы қ.). Қазақстан Республикасының Ақпарат және коммуникациялар министрлігінің Ақпарат комитетінде 12.02.2018 ж. берілген

№ 16895-Ж мерзімдік басылым тіркеуіне қойылу туралы куәлік.

Тақырыптық бағыты: *әлеуметтік ғылымдар саласындағы зерттеулерге арналған.*

Мерзімділігі: жылына 6 рет.

Тиражы: 300 дана.

Редакцияның мекен-жайы: 050010, Алматы қ., Шевченко көш., 28, 219 бөл., тел.: 272-13-19

<http://www.bulletin-science.kz/index.php/en/>

© «Қазақстан Республикасының Ұлттық ғылым академиясы» РҚБ, 2024

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

ТУЙМЕБАЕВ Жансеит Кансеитович, доктор филологических наук, профессор, почетный член НАН РК, ректор Казахского национального университета им. аль-Фараби (Алматы, Казахстан)

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ:

АБЫЛКАСЫМОВА Алма Есимбековна, доктор педагогических наук, профессор, академик НАН РК, директор Центра развития педагогического образования КазНПУ им. Абая (Алматы, Казахстан), **Н = 2**

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

САТЫБАЛДИН Азимхан Абылкаирович, доктор экономических наук, профессор, академик НАН РК, директор института Экономики (Алматы, Казахстан), **Н = 5**

САПАРБАЕВ Абдижапар Джуманович, доктор экономических наук, профессор, почетный член НАН РК, президент Международной академии инновационных технологий (Алматы, Казахстан), **Н = 6**

ЛУКЪЯНЕНКО Ирина Григорьевна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой Национального университета «Киево-Могилянская академия» (Киев, Украина), **Н = 2**

ШИШОВ Сергей Евгеньевич, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой педагогики и психологии профессионального образования Московского государственного университета технологий и управления имени К. Разумовского (Москва, Россия), **Н = 4**

СЕМБИЕВА Лязат Мыктыбековна, доктор экономических наук, профессор Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Нур-Султан, Казахстан), **Н = 3**

АБИЛЬДИНА Салтанат Куатовна, доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой педагогики Карагандинского университета имени Е.А.Букетова (Караганда, Казахстан), **Н=3**

БУЛАТБАЕВА Кулжанат Нурымжановна, доктор педагогических наук, профессор, главный научный сотрудник Национальной академии образования имени Ы. Алтынсарина (Нур-Султан, Казахстан), **Н = 3**

РЫЖАКОВ Михаил Викторович, доктор педагогических наук, профессор, академик Российской академии образования, главный редактор журнала «Стандарты и мониторинг в образовании» (Москва, Россия), **Н=2**

ЕСИМЖАНОВА Сайра Рафихевна, доктор экономических наук, профессор Университета международного бизнеса (Алматы, Казахстан), **Н = 3**

«Вестник РОО «Национальной академии наук Республики Казахстан».

ISSN 2518-1467 (Online),

ISSN 1991-3494 (Print).

Собственник: РОО «Национальная академия наук Республики Казахстан» (г. Алматы).
Свидетельство о постановке на учет периодического печатного издания в Комитете информации Министерства информации и коммуникаций и Республики Казахстан № **16895-Ж**, выданное 12.02.2018 г.

Тематическая направленность: *посвящен исследованиям в области социальных наук.*

Периодичность: 6 раз в год.

Тираж: 300 экземпляров.

Адрес редакции: 050010, г. Алматы, ул. Шевченко, 28, ком. 219, тел. 272-13-19

<http://www.bulletin-science.kz/index.php/en/>

© РОО «Национальная академия наук Республики Казахстан», 2024

EDITOR IN CHIEF:

TUIMEBAYEV Zhansait Kanseitovich, Doctor of Philology, Professor, Honorary Member of NAS RK, Rector of Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan).

SCIENTIFIC SECRETARY:

ABYLKASSYMOVA Alma Esimbekovna, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Executive Secretary of NAS RK, President of the International Academy of Innovative Technology of Abai Kazakh National Pedagogical University (Almaty, Kazakhstan), **H = 2**

EDITORIAL BOARD:

SATYBALDIN Azimkhan Abilkairovich, Doctor of Economics, Professor, Academician of NAS RK, Director of the Institute of Economics (Almaty, Kazakhstan), **H = 5**

SAPARBAYEV Abdizhapar Dzhumanovich, Doctor of Economics, Professor, Honorary Member of NAS RK, President of the International Academy of Innovative Technology (Almaty, Kazakhstan) **H = 4**

LUKYANENKO Irina Grigor'evna, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of the National University "Kyiv-Mohyla Academy" (Kiev, Ukraine) **H = 2**

SHISHOV Sergey Evgen'evich, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Pedagogy and Psychology of Professional Education of the Moscow State University of Technology and Management named after K. Razumovsky (Moscow, Russia), **H = 6**

SEMBIEVA Lyazzat Maktybekova, Doctor of Economic Science, Professor of the L.N. Gumilyov Eurasian National University (Nur-Sultan, Kazakhstan), **H = 3**

ABILDINA Saltanat Kuatovna, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Pedagogy of Buketov Karaganda University (Karaganda, Kazakhstan), **H = 3**

BULATBAYEVA Kulzhanat Nurymzhanova, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Chief Researcher of the National Academy of Education named after Y. Altynsarın (Nur-Sultan, Kazakhstan), **H = 2**

RYZHAKOV Mikhail Viktorovich, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, academician of the Russian Academy of Education, Editor-in-chief of the journal «Standards and monitoring in education» (Moscow, Russia), **H = 2**

YESSIMZHANOVA Saira Rafikhevna, Doctor of Economics, Professor at the University of International Business (Almaty, Kazakhstan), **H = 3**.

Bulletin of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan.

ISSN 2518-1467 (Online),

ISSN 1991-3494 (Print).

Owner: RPA «National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan» (Almaty). The certificate of registration of a periodical printed publication in the Committee of information of the Ministry of Information and Communications

of the Republic of Kazakhstan **No. 16895-Ж**, issued on 12.02.2018.

Thematic focus: *it is dedicated to research in the field of social sciences.*

Periodicity: 6 times a year.

Circulation: 300 copies.

Editorial address: 28, Shevchenko str., of. 220, Almaty, 050010, tel. 272-13-19

<http://www.bulletin-science.kz/index.php/en/>

© National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, 2024

BULLETIN OF NATIONAL ACADEMY OF
SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
ISSN 1991-3494
Volume 3. Number 409 (2024), 388–405
<https://doi.org/10.32014/2024.2518-1467.775>

MPHTI: 06.51.65

© **K.V. Malenko***, **A.A. Kurmanalina**, 2024

Aktobe Regional University named after K. Zhubanova, Aktobe, Kazakhstan.

E-mail: semenikhinak@bk.ru

ELECTRONIC MARKETING: FEATURES AND TRENDS OF ELECTRONIC COMMERCE IN THE WORLD AND IN KAZAKHSTAN

Malenko Kristina Viktorovna — doctoral student, Aktobe Regional University named after K. Zhubanov, Aktobe, Republic of Kazakhstan

E-mail: semenikhinak@bk.ru;

Kurmanalina Aigul Aitzhanovna - Candidate of Economic Sciences, senior lecturer, Aktobe Regional University named after K. Zhubanov, Aktobe, Republic of Kazakhstan

E-mail: kurmanalina@mail.ru.english

Abstract. The purpose of the research is to identify prospects for the development of the e-commerce market in Kazakhstan. To achieve this goal, the following tasks were set: to reveal the definition of e-commerce and its segments, to consider marketplaces in e-commerce, the number of transactions in the e-commerce market, and to establish the features and development trends in the Republic of Kazakhstan. Methodology. As research methods, an analysis was made of the data of the Agency of the Republic of Kazakhstan on Statistics and the data of the Statista platform, analytical materials, scientific literature materials, electronic resources data and a comparative method were also used to identify general patterns of e-commerce development in Kazakhstan and in the world. Originality / value of the research. The value of this research is due to the growth and development of the e-commerce market in Kazakhstan, as well as new opportunities for domestic entrepreneurs. The article gives an assessment of the current state of e-commerce in the world and in the Republic of Kazakhstan. In addition, an analysis was made of the most visited foreign marketplaces, as well as an analysis of the number of non-cash payments of the study period in the territory and outside the Republic of Kazakhstan of payment cards issued by Kazakhstani issuers. Findings. The main trends and features of the development of e-commerce in Kazakhstan were identified, recommendations were proposed for the development of e-commerce, taking into account the improvement in the conditions for its use in the Republic of Kazakhstan.

Keywords: marketplace, online store, website, e-commerce, e-commerce

© К.В. Маленко*, А.А. Құрманалина, 2024

. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті, Ақтөбе, Қазақстан.

E-mail: semenikhinak@bk.ru

ЭЛЕКТРОНДЫҚ МАРКЕТИНГ: ӘЛЕМДЕГІ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ТРЕНДТЕРІ

Маленко Кристина Викторовна — докторант, Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті, Ақтөбе, Қазақстан Республикасы

E-mail: semenikhinak@bk.ru;

Құрманалина Айгүл Айтжанқызы — экономика ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы,

Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті, Ақтөбе, Қазақстан Республикасы

E-mail: kurmanalina@mail.ru.

Аннотация. Зерттеудің мақсаты – Қазақстандағы электрондық коммерция нарығының даму перспективаларын анықтау. Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттер қойылды: электрондық коммерцияның және оның сегменттерінің анықтамасын ашу, электрондық коммерциядағы нарықтарды, электрондық коммерция нарығындағы транзакциялар санын қарастыру, ерекшеліктері мен даму тенденцияларын белгілеу. Қазақстан Республикасында. Әдіснамасы. Зерттеу әдістері ретінде Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректеріне және Statista платформасының деректеріне талдау жасалды, сондай-ақ, Қазақстандағы және дүниежүзіндегі электрондық коммерция дамуының жалпы заңдылықтарын анықтау үшін аналитикалық материалдар, ғылыми әдебиеттер материалдары, электронды ресурстар деректері және салыстырмалы әдіс қолданылды. Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы. Бұл зерттеудің құндылығы Қазақстандағы электронды коммерция нарығының өсуі мен дамуымен, сондай-ақ отандық кәсіпкерлер үшін жаңа мүмкіндіктермен байланысты. Мақалада әлемдегі және Қазақстан Республикасындағы электрондық коммерцияның қазіргі жағдайына баға берілген. Сонымен қатар, ең көп баратын шетелдік нарықтарға талдау жасалды, сондай-ақ қазақстандық эмитенттердің шығарған төлем карточкалары бойынша Қазақстан Республикасының аумағында және одан тыс жерлерде зерттеу кезеңіндегі қолма-қол ақшасыз төлемдер санына талдау жасалды. Зерттеу нәтижелері – Қазақстандағы электрондық коммерцияның дамуының негізгі тенденциялары мен ерекшеліктері анықталды, Қазақстан Республикасында оны пайдалану жағдайларының жақсаруын ескере отырып, электрондық коммерцияны дамыту бойынша ұсыныстар ұсынылды.

Түйін сөздер: маркетинг, интернет-дүкен, веб-сайт, электронды сауда, электронды коммерция

© К.В. Маленко*, А.А. Курманалина, 2024

Актюбинский региональный университет имени К. Жубанова, Актобе, Казахстан.

E-mail: semenikhinak@bk.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Маленко Кристина Викторовна — докторант, Актюбинский региональный университет имени К. Жубанова, Актобе, Республика Казахстан

E-mail: semenikhinak@bk.ru;

Курманалина Айгуль Айтжановна — кандидат экономических наук, старший преподаватель, Актюбинский региональный университет имени К. Жубанова, Актобе, Республика Казахстан

E-mail: kurmanalina@mail.ru.

Аннотация. Цель исследования – является выявление перспектив развития рынка электронной коммерции в Казахстане. Для достижения данной цели были установлены следующие задачи: раскрыть определение электронной коммерции и её сегментов, рассмотреть маркетплейсы в e-commerce, количество транзакций на рынке электронной коммерции и установить особенности и тренды развития в РК. Методология. В качестве методов исследования был проведен анализ данных Агентства Республики Казахстан по статистике и данных платформы Statista, также использованы аналитические материалы, материалы научной литературы, данные электронных ресурсов и сравнительный метод для выявления общих закономерностей развития e-commerce в Казахстане и в мире. Оригинальность / ценность исследования. Ценность данного исследования обусловлена ростом и развитием рынка электронной коммерции в Казахстане, а также новыми возможностями для отечественных предпринимателей. В статье дана оценка текущего состояния электронной коммерции в мире и в Республике Казахстан. Кроме того, проведен анализ самых посещаемых зарубежных маркетплейсов, а также анализ по количеству безналичных платежей исследуемого периода на территории и за пределами Республики Казахстан платежных карточек, выпущенных казахстанскими эмитентами. Результаты исследования: выявлены основные тенденции и особенности развития электронной коммерции в Казахстане, предложены рекомендации по развитию электронной коммерции с учетом улучшения условий ее применения в Республике Казахстан.

Ключевые слова: маркетплейс, интернет-магазин, веб-сайт, электронная торговля, электронная коммерция

Введение

В современных условиях одним из важных направлений в развитии экономики государства является – электронная коммерция (ЭК). E-commerce представляет собой вид предпринимательской деятельности, в процессе которой происходит продвижение, рекламирование, распространение и реализация товаров или услуг с помощью сети Интернет. Электронная коммерция стремительно набирает темпы развития в сфере экономики, которая внедряется во все области деятельности человека. ЭК на сегодняшний день направлена на использование новых, более инновационных технологий в торговой сфере, которая приходит на смену традиционной. Таким образом, экономическая часть жизни общества подвергается модернизации своего содержания.

Рынок электронной коммерции в мире с каждым годом совершенствуется и переходит в стадию стабильного развития (Быстрова, Максимова, 2018). Кризисная экономическая ситуация в последние года не только не приостановила развитие рынка, но даже благоприятно сказалась на нем. Необходимость в экономии замотивировала клиентов перейти из традиционной покупки в онлайн. Покупателей привлекает в ЭК большой выбор товаров, выгодные и привлекательные цены, комфорт и несомненно первый удачный опыт делает данных покупателей постоянными клиентами онлайн-платформ. В 2019–2020 года был установлен всплеск интереса к онлайн-покупкам тех отраслей, которые раньше были представлены в нем незначительно. Среди данных отраслей эксперты отмечали такие категории, как продукты питания, медицинские товары и др. (Соколова и др., 2019). С помощью интернета бизнес смог выйти на новый уровень экономических и рыночных отношений. Электронная коммерция помогла предприятиям повысить свою эффективность за счет оптимизации производства и предоставления услуг. В целом значимость e-commerce на рынке невозможно переоценить, так как она создала большие изменения в способах ведения бизнеса.

Уверенно развивается логистика электронной коммерции. В этой части рынка уже есть определенные лидирующие компании, которые стабильно развиваются, в то время как многие небольшие компании стремятся продавать свой бизнес крупным, так как уже не в силах обеспечить качественный сервис соответствующего качества. Особое влияние на данный сектор оказало расширение географии работы логистических компаний, а также совершенствование доставки через пункт выдачи заказов и автоматизированных терминалов – эти виды наиболее удобны и экономичны как для онлайн-магазинов, так и для пользователей ритейла.

В процессе исследования и анализа литературы, рассматривающей вопросы понятия электронной коммерции, возникновения рынка и распространения по всем регионам мира, в аспекте нашего исследования, существенное значение представляют работы зарубежных авторов (Kosiur, 1997; Smith и др., 2005; Fellenstein и др., 2000; Leamer и др., 2001; Liman и др., 2001; Климченя и др., 2004).

Д.Р. Козье разработал концепцию ЭК и опубликовал свои труды в 1997 году, в то время, когда концепция ЭК была только на этапе зарождения и не интересовала многих людей, которые тогда уделяли главное внимание сохранности своих сбережений, что в настоящее время, ее использование, почти через четверть века это стало обычным явлением Дэвид Козье и его приемники считали, что определение «электронная коммерция» и «электронная торговля» являются синонимами (Kosiur, 1997). К примеру, Л.С. Климченя представляет e-commerce как составляющую электронного бизнеса, а электронную торговлю считает проявлением частного случая ЭК (Климченя, 2004). Этой же позицией по толкованию придерживаются и (Кобелев, 2011). Мы считаем, что можно сформулировать «общее» понятие на основании анализа вышеперечисленных ученых, электронная коммерция — это предпринимательская деятельность, направленная на торговлю товарами и услугами, с помощью электронных инноваций, которые осуществляются через Интернет.

При литературном обзоре e-commerce следует учитывать, что в отечественных и зарубежных источниках разные трактовки определений «электронная торговля», «электронная коммерция», «электронный бизнес» «онлайн-торговля». В большинстве случаев в казахстанской экономической и образовательной литературе данные понятия так же признаются синонимами.

П.Р. Смит и Д. Чаффи являются яркими провайдерами продвигающими революцию цифрового маркетинга, рассматривающих превращение данных в информацию, информацию в понимание. При этом понимание превращается в энергию, способствующую развитию цифрового маркетинга, рассматривая электронный маркетинг как дополнительный инструмент основной маркетинговой деятельности компании (Smith и др., 2005).

К. Фелленштейн и Р. Вуд выделяют электронную коммерцию в отдельный вид деятельности компании, использующих достижения целей маркетинга благодаря использованию цифровых технологий (Fellenshtein и др., 2000).

Э. Лимер и М. Сторпер объединяют реперные точки международного экономиста с точкой соприкосновения экономического географа, чтобы определить степень влияния Интернета на экономическую деятельность, в зависимости от геолокации. Совершенствование инфраструктуры транспорта в XX веке не привел к расширению географии ритейла физическими товарами, оставив их по-прежнему в тех же географически ограниченных регионах. Авторы рассматривают понятие «Интернет», как универсальную дефиницию при применении огромного ряда информационно-коммуникационных средств и технологий, для программного обеспечения тотального применения, расположенных в доступных для общества, частных и одноранговых сетях. Иными словами Интернет «убрал» расстояние при экономической торговле. «Заключенный под ярлык электронной торговли, этот процесс может вызвать значительные изменения в организации и месте производства и потребления. При этом захватывающий потенциал Интернета не означает, что конкретное использование или реализация неизбежны» (Leamer и др., 2001).

В.В. Царев и А.А. Кантарович систематизировано рассмотрели пути решения проблем создания эффективных систем электронной коммерции, под которой понимают, концепцию, включающую все формы деловых операций и взаимодействий, осуществляемой в электронном виде используя телекоммуникационные технологии (Царев и др., 2002).

Л.П. Гаврилов фундаментально изложил электронную коммерцию в соответствии с веяниями современного состояния информационных технологий, которые базируются на передовых веб-технологиях, сети Интернет, виртуализации и облачных технологий с огромными защищенными базами данных (Гаврилов, 2019).

В Республике Казахстан также, относительно недавно стал популярным рынок электронной торговли, который стремительно растет. Вопросам применения рынка электронной коммерции, электронной торговли и маркетинга на современном этапе в Республике Казахстан посвящены работы исследователей (Davletbayeva и др., 2018; Тулегенова и др., 2019; Дуламбаева и др., 2021).

Системным проблемам развития предпринимательства в регионах Казахстана в условиях глобализации экономики, её высокой активности и разработке мер по их решению посвящена работа ряда казахстанских исследователей Н. Давлетбаевой, А. Таубаевым, М. Куттыбай (Davletbayeva и др., 2018).

М. Тулегенова и А. Тулейбаева в своей работе выявили основные пути изменений рынка труда в условиях цифровизации экономики и на основе его изменений технологического обновления (Тулегенова и др., 2019).

Проблемам цифровизации экономики, развитию информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) в Казахстане посвящена работа Р.Т. Дуламбаевой

и М.Б. Жумашевой, которые провели анализ влияния цифровизации, оказывающим глобальное влияние на многие процессы развития человечества. Они определяют понятие «цифровизация», как «трансформацию бизнес процессов с применением ИКТ, направленную на повышение эффективности деятельности и обеспечения высокого уровня жизни населения» (Дуламбаева и др., 2021).

А.Б. Жанбозова совместно с другими исследователями посвятили свои работы анализу состояния, направлению рынка электронной коммерции и развитию в Казахстане (Жанбозова и др., 2021).

Развитие и повсеместное использование сети Интернет способствовало возникновению рынка электронной торговли и распространению по всем регионам мира.

Создание маркетплейсов в виде торговых площадок дистрибьюторских центров, для осуществления оптовой торговли, позволит участникам электронной торговли сэкономить на создании сайтов, применить безналичную оплату, службу доставки, приемку, обработку, упаковку, хранение, санитарный контроль и качество оптовой торговли, используя автоматизированные электронные информационно-расчетные системы (Velesco и др., 2021).

Несмотря на то, что в Казахстане рынок электронной коммерции прогрессирует, отсутствуют конкурентноспособные отечественные площадки для продаж товаров или услуг. Недооценка решений данной задачи препятствует развитию предпринимательства в стране, тормозит стремлению субъектов экономики удачно развивать свой бизнес. В результатах проведенного анализа выявлены:

- определение электронной коммерции и основные сегменты электронного бизнеса;
- масштабные интернет-площадки в мире и уровень их посещаемости;
- уровень развития ЭК в Казахстане и количество транзакций на рынке e-commerce.

Основные методы исследования

В данной статье были использованы различные методы исследования для анализа текущего состояния рынка электронной коммерции в Казахстане и выявления основных тенденций и перспектив развития этого рынка. Одним из основных методов исследования был анализ данных, предоставленных Агентством Республики Казахстан по статистике. Этот метод позволил получить общую картину рынка и оценить его текущее состояние.

Кроме того, в исследовании были использованы данные, предоставленные платформой Statista, которая является одним из крупнейших источников статистической информации в мире. Это позволило получить дополнительные данные о мировых тенденциях и перспективах развития рынка электронной коммерции.

Для углубленного анализа особенностей развития рынка были использованы аналитические материалы, научная литература и данные электронных ресурсов. Этот метод позволил выявить причины и факторы, влияющие на развитие рынка электронной коммерции в Казахстане, а также сравнить опыт других стран в этой области.

В итоге, с использованием различных методов исследования была проведена комплексная оценка текущего состояния рынка электронной коммерции

в Казахстане и выявлены основные тенденции и перспективы его развития. Это позволило предложить рекомендации по развитию рынка электронной коммерции в Казахстане и описать новые возможности для отечественных предпринимателей.

Основная часть исследования

Электронная коммерция — это область экономики, включающая в себя все финансовые и коммерческие транзакции, которые осуществляются с помощью компьютерных систем.

Сейчас существует более десятка видов сегментации рынка электронной коммерции. Основными и более практикующие на рынке являются модели по схеме «продавец – покупатель»: B2C: компания – потребитель; C2C: потребитель – потребитель; B2B: компания – компания; G2B: администрация – бизнес.

Business to Customer – «бизнес для клиента», покупателя, живого человека, частного лица. Данные организации изготавливают потребительские товары или услуги, которыми мы пользуемся ежедневно. Существует несколько типов потребительских товаров: первый (еда, напитки, медицинские товары, одежда и обувь), второстепенный (автомобили, недвижимость, увлечения) и роскоши (искусство и украшения). К услугам относятся – парикмахерские, салоны красоты, ремонт машин на СТО и др.

В связи с масштабами и характера представления товаров главных игроков B2C электронной коммерции можно разделить на следующие основные группы:

Мегамаркеты — это такие веб-сайты, где есть определенный набор ассортимента товаров. В данную группу товаров также относятся онлайн-подразделения масштабных сетевых офлайн-ритейлеров;

Интернет магазины — определенные сайты, благодаря которым находится сведения об интересующем товаре или услуге и можно оформить заказ. Размер ассортимента, который предлагается меняется широко. Это самый распространенный вид площадок онлайн-торговли;

Маркетплейсы — это специализированные представители, автоматически выполняющие сбор и обработку данных от разных поставщиков (офлайн и онлайн) по различным товарным классам, притом, что на многих из них на сегодняшний день возможно оформить и приобрести товар, без захода на сайт поставщика.

Объявления в социальных сетях — представляются в виде интернет-каталога товаров или услуг, размещенный в аккаунте или сообществе в социальных сетях, который принадлежит юридическому лицу для того, чтобы организовать и продвигать продажи товаров и услуг. Также есть возможность совершить непосредственный заказ и покупки заинтересованного товара или услуги (Соколова, Орехова, 2019).

Consumer to consumer — «потребитель – потребителю» – определение относится к одному из видов e-commerce, в котором деловые отношения основываются между двумя клиентами (потребителями), в большинстве случаев, при помощи третьей стороны – посредника (коммерческая платформа), задача которого состоит в том, чтобы способствовать облегчению транзакции и обеспечить площадку для лучшей коммуникации между людьми. Для посредника есть возможность получать вознаграждения или комиссию, однако он не несет ответственность за обмен продукта. C2C чаще всего принимает форму аукциона, продажи совершаются онлайн. Предложение исходит от одного из клиентов, а остальные клиенты являются целевой группой.

Наглядным примером деловых отношений С2С являются:

1) веб-порталы с объявлениями о купле-продаже. Данный портал относится к представителям бизнеса, а также является той самой третьей стороной, которая предоставляет условия для осуществления взаимодействия С2С. Продавцы, которые юридически не относятся к предпринимательской деятельности, продают или приобретают на данных порталах какие-либо товары для своего личного пользования;

2) интернет-аукционы. Ситуация схожая с предыдущей. Аукцион – это коммерческая площадка, где частные лица – покупатели – приобретают или продают разные товары. К С2С сегменту будет относиться именно взаимосвязь продавцов и потребителей;

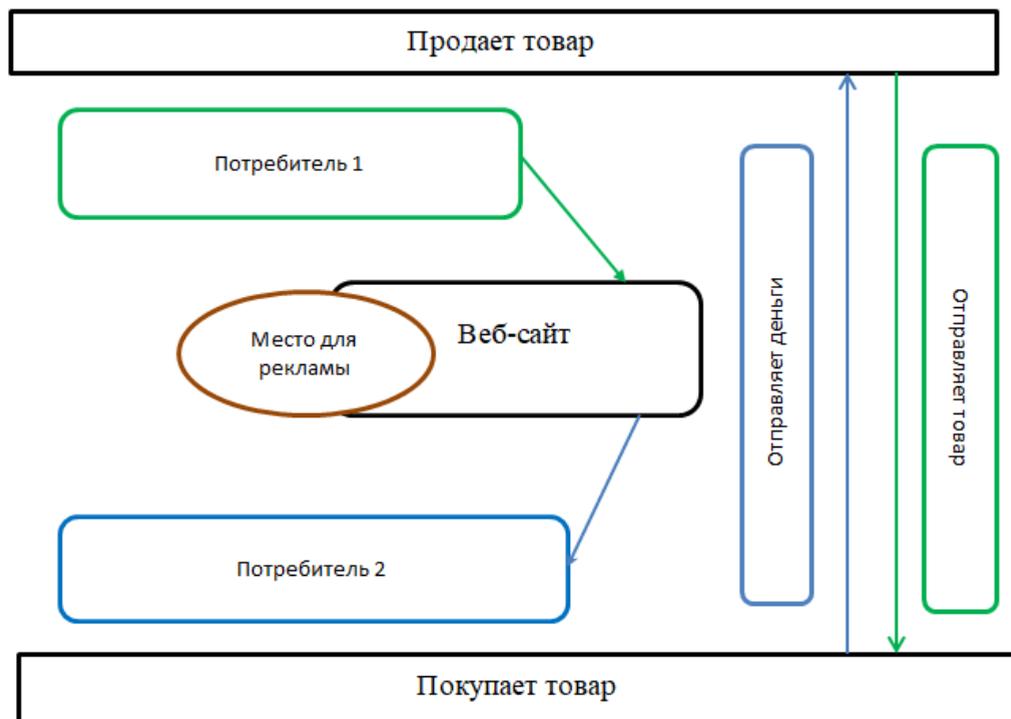
3) печатные газеты с объявлениями. Аналогично, за исключением того, что вместо онлайн-ресурса платформой является печатное издание, где продавцы и покупатели могут найти друг друга. Модель «consumer to consumer» используется не только для электронной коммерции, но также для многих маркетинговых и деловых мероприятий среди самих потребителей.

Основные функциональные возможности рынка С2С:

- Потребитель имеет право приобрести товар разных торговцев;
- Один клиент может быть, как покупателем, так и продавцом;
- Благодаря интернет-рынку, покупатель может искать товары с применением различных показателей, таких как: хороший и надежный торговец, экологически чистый товар, популярная продукция, товары рядом из нашего города и т.д.

- Разные продавцы могут принимать участие в аукционах по продажам, торгах продуктами из перечня товаров, заявленным потребителем, которые они ищут, чтобы потребители могли получать различные расценки и предложения от продавцов.

На рисунке 1 представлен пример взаимодействия по модели продаж С2С «потребитель – потребитель», участниками модели являются два клиента (потребитель 1 и потребитель 2), информационный сайт (веб-сайт), предлагающий объявление продаваемого товара в виде рекламы. Первый потребитель выставляет объявление о продаже товара на веб-сайт, второй потребитель рассматривает данное объявление на веб-сайте при поиске товара, который он желает приобрести. Условие соглашения между клиентами будет продолжаться до того, когда будет произведена оплата и доставка товара.



Источник - UNCTAD B2C e-commerce index 2020

Рисунок 1 – Бизнес-модель С2С

Business to business — «бизнес для бизнеса». Этот сегмент e-commerce, который работает по принципу «бизнес — бизнесу». Когда один бизнес предоставляет свои услуги или товары другому бизнесу, а не рядовым покупателям. Возможна в этом сегменте и оптовая торговля, для того, чтобы клиент потом мог реализовать эти товары потребителям в розницу.

Сегмент B2B в Республике Казахстан по анализу экспертов в данное время находится на первоначальном этапе развития, однако имеет огромное преимущество и может в недалеком будущем стать главным драйвером роста всего рынка e-commerce. В силу его специфики он требует отдельного рассмотрения, выходящего за рамки данного обзора.

Government to business – «правительство — бизнесу». Этот сегмент определяется взаимодействием правительства с бизнесом, то есть это модель, которая относится к правительству, предоставляющему услуги или информацию бизнес-организациям. Правительство пользуется веб-сайтами модели B2G для взаимодействия с бизнес-организациями. Такие веб-сайты поддерживают аукционы, тендеры и функции подачи заявок. Хорошие отношения между правительством и местными предприятиями, как крупными, так и малыми, невероятно важны в процветающей экономике. Из-за этого взаимодействия G2B и B2G одинаково важны. Одним из распространенных примеров сотрудничества G2B/B2G является заключение государственных контрактов. Программы захвата государственных контрактов могут объединять различные задачи, связанные с просмотром и подачей

заявок на государственные контракты, облегчая предприятиям участие в торгах, выигрыш и поддержание контрактов в порядке.

На сегодняшний день самой популярной формой электронной коммерции является сектор B2C. Данная форма ЭК устраняет географическую дифференциацию и увеличивает доступность товаров для большинства покупателей, уравнивая их возможности, но при условии наличия доступа к сети Интернет и действующих платежных систем, а также служб доставки. Она глобальная – независимо от места и времени у пользователя есть возможность сделать заказ на какой-либо товар или услугу. Помимо этого, онлайн-торговля сокращает до минимума количество посредников, что предоставляет компаниям возможность установления конкурентных цен на местах и увеличивать норму прибыли. Однако в ЭК есть недостатки, к ним можно выделить: недоступность оценить товар так же, как при реальной покупке, проблемы при доставке товаров, небезопасность электронных платежей и защиты персональных данных и т.д. (Жилина, 2018).

Таким образом, исследую данный раздел статьи, можно сделать вывод что, электронная коммерция – это различные виды сделок, внутри которых взаимодействие компаний осуществляется с помощью ИКТ. Они обеспечивают быстрым взаимодействием компаний между собой и позволяют выбирать им поставщика, несмотря на их геолокацию. Также благодаря e-commerce компании имеют возможность продвигать их товары и услуги на мировом рынке.

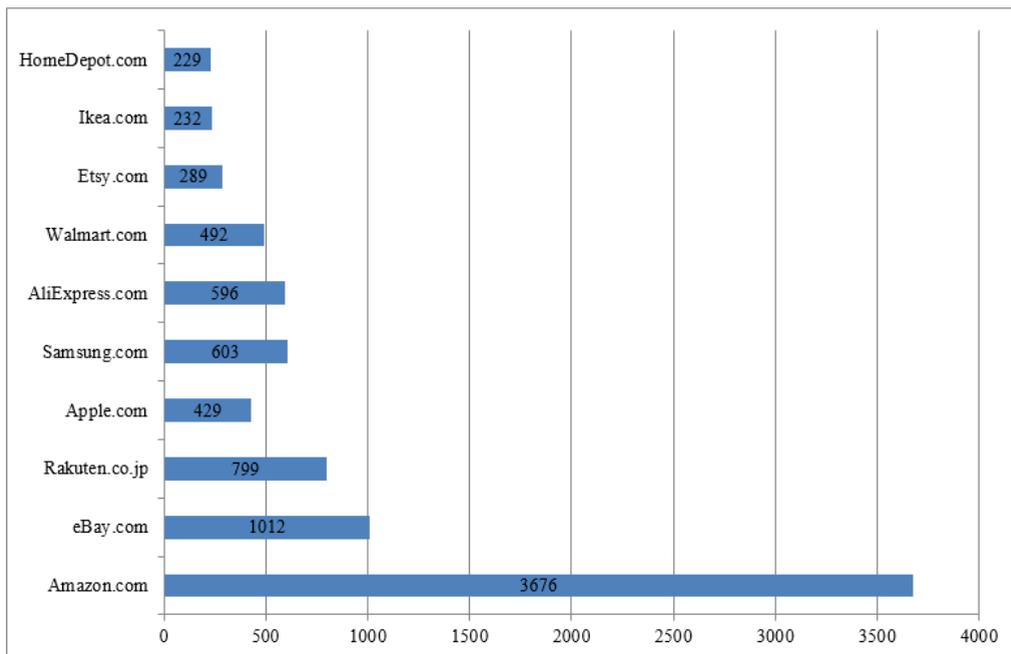
Результаты

В 2020 году объем рынка электронной торговли составил более 10 трлн. долларов. На сегодняшний момент самыми масштабными интернет- площадками в мире являются: Amazon.com, eBay.com, Rakuten.co.jp, Samsung.com, AliExpress.com и другие. Сайты онлайн-торговли стремительно повысили посещаемость в результате кризиса, так как большинство людей оставались дома и заказывали товары в сети.

«Amazon.com» – американская компания, которая является самой масштабной в мире по обороту среди остальных предприятий и организаций, продающих товары или услуги онлайн. Это компания, созданная еще в 1994 году, зарегистрировалась как первый интернет-магазин. В 2020 году у Amazon.com среднемесячный трафик насчитывал практически 3,68 млрд. посещений на сайт, далее по результатам большого трафика следует eBay.com с 1,01 млрд. посещений в среднем за месяц. Из-за пандемии мировой трафик e-commerce увеличился на 35 % в 2020 году сравнительно с тем же периодом 2019 года.

На рисунке 2 представлены данные о самых посещаемых в мире интернет-магазинах розничной торговли 2020 года, а также их среднемесячная посещаемость.

Международный опыт демонстрирует положительную динамику развития e-commerce именно благодаря развитию электронных торговых площадок, позволяющие предпринимателям экономить средства на создание сайтов, формирование клиентской базы, обеспечение системой безналичных платежей, службе доставки и т.д.



Источник – Statista

Рисунок 2 – Самые посещаемые в мире интернет-магазины розничной торговли 2020 года. Среднемесячная посещаемость / млн. посещений.

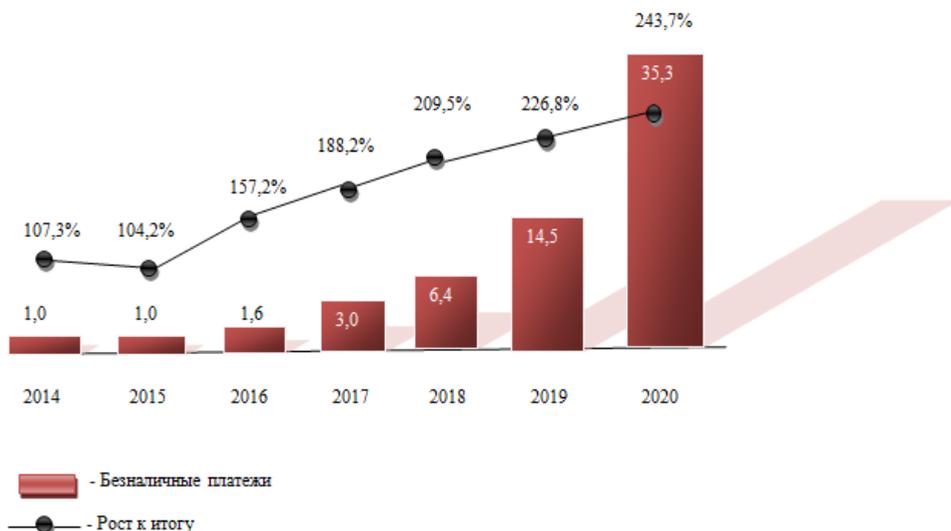
В Республике Казахстан распространение интернета сейчас довольно высокое. Помимо этого, по сравнению с другими странами цены на услуги небольшие, интернет-провайдеры усиленно влияют ее более глубокому проникновению. Онлайн-покупки стали более актуальными за последние года, особенно после объявления самоизоляции населения. Если за 2019 год в Казахстане результат электронной торговли составлял более чем 700 млрд. тенге, то уже в 2020 году результат уже повысил метку в 1,1 трлн. тенге что составило 9,7 % от всего товарооборота розничной торговли (это 11,6 трлн. тенге). Число активных потребителей онлайн также продемонстрировало рост – практически на 20 %, до 3,8 млн., против 3,2 млн. в 2019 году. На сегодняшний день на рынке функционирует около 650 онлайн-магазинов.

Основными игроками рынка электронной коммерции рынка в Казахстане являются маркетплейсы: Kaspi.kz, Wildberries, Lamoda, Arbus.kz и другие. Kaspi.kz – крупнейшая площадка e-commerce в Казахстане с оборотом 600 млн. долларов за 9 месяцев 2020 года. В текущих условиях карантинных ограничений традиционной торговли, маркетплейс Kaspi.kz является ключевой площадкой поддержки для многих предпринимателей Республики Казахстан. Он помогает партнерам осуществлять продажи, тем самым сохраняя бизнес и рабочие места. Торговля на маркетплейсах дает возможность малому и среднему бизнесу новым онлайн-каналам продаж, огромной клиентской базе, доставке и рекламе.

К примеру, в 2019 году количество покупок казахстанцев на международных интернет-платформах достигли 280 млрд. тенге. Важно отметить: совершать покупки

на данных платформах возможно только при использовании карт международных платёжных систем.

На рисунке 3 представлены данные безналичных платежей с использованием на территории и за пределами Республики Казахстан платёжных карточек, выпущенных казахстанскими эмитентами. На период с 1 апреля 2021 года в Республике Казахстан в обращении числятся более 50 млн. платёжных карточек, среди них почти 36 млн. – карты международных платёжных систем. К тому же среди них 95,3 % относится к MasterCard Worldwide и Visa International.



Источник - Ranking.kz

Рисунок 3 – Безналичные платежи с использованием на территории и за пределами Республики Казахстан платёжных карточек, выпущенных казахстанскими эмитентами / трлн. тенге

В общей сложности в 2020 году было осуществлено 2,9 млрд. онлайн-транзакций на сумму 35,3 трлн. тенге. В Казахстане среди всех международных платёжных систем в 2020 году в большей степени осуществлены безналичные транзакции платёжных карт системы MasterCard Worldwide: более 553 млн. транзакций на общий платеж 4,4 трлн. тенге. Общее количество безналичных операций составляет 19,2 %.

Крупнейшим национальным оператором почтовой службы Республики Казахстан является АО «Казпочта» в течении 5 лет достигли хороших результатов в своей деятельности и участвует в трансграничной электронной коммерции. Недавно на сайте данного почтового оператора появилась функция отслеживания груза, тем не менее скорость обработки заявок и реализация доставки почтовых служб Республики Казахстан уступают почтовым оператором, к примеру, Китая. Это обусловлено отставанием местных почтовых операторов в области внедрения инновации. Главной причиной этого является отсутствие конкуренции на рынке почтовых услуг в Республике Казахстан, что явно тормозит развитие данного рынка. Широкое применение международной транзакции при расчетах, использование

доставки, в том числе почтой приводят к необходимости участия государственных структур в регулирование этих отношений на законодательном уровне в целях защиты потребителей и предпринимателей, участвующих в данном процессе.

Благодаря развитию электронной коммерции есть большие преимущества экономического роста в Казахстане. С помощью e-commerce у населения есть доступ к большому количеству товаров по низким ценам. Данное направление способствует уменьшению теневого оборота и общего предпринимательского роста.

Более того, в стране предпринимаются меры по продвижению отечественных компаний на международных электронных площадках. К примеру, в 2020 году выбрано 50 компаний, которым будет выдан доступ на платформу Alibaba в роли «Золотого поставщика». Этот привилегированный статус предоставляет выход к мировой аудитории, а также дает возможность комплексно продвигаться внутри маркетплейса.

В 2021 году состоялась поставка казахстанских товаропроизводителей на новые маркетплейсы – Amazon, Яндекс, Ozon, Shopify. В связи с ежегодным финансированием Mastercard в сумме 100 тыс. евро 10–15 предпринимателям будет проводиться обучение по переходу их бизнеса в онлайн, а также масштабирование бизнеса на новые рынки.

Электронная торговля уже много лет имеет высокую тенденцию как в мире, так и в Казахстане. Если в 2019 году онлайн-продажи для многих – был не основной и второстепенный канал продаж, то спустя год многих ограничений и самоизоляции, основные игроки поменяли свое направление. Перераспределение инвестиций происходит в пользу развития интернет-платформ, поскольку потребители перешли в онлайн. Все больше потребителей предпочитают приобретать товары через сеть Интернет, а торговые организации все чаще начали использовать возможности данной сети для осуществления предпринимательской деятельности

В Республике Казахстан электронная коммерция – самый открытый к инновациям вид предпринимательской деятельности. Реальный сдвиг электронной коммерции в Республике Казахстан начался в 2011 году, именно в тот год 20 % населения страны пришли в интернет. В положительную сторону изменился интерес потребителей к онлайн-покупкам, а также уже определенно видна тенденция на улучшение условий доставки. Малый бизнес будет успешно внедряться в продажи при помощи маркетплейсов, повысится количество предпринимателей, которые будут продавать исключительно онлайн. Казахстан расположен в очень удобном географическом положении между Китаем и Европой. С помощью транспортного коридора «Западная Европа – Западный Китай» планируется повысить объем транзита до 864 миллионов посылок к 2025 году. Это позволит увеличить доходы казахстанских компаний с 132 миллиардов тенге до 1 триллиона 270 миллиардов тенге. Рост электронной коммерции будет оказывать влияние на торговлю и развитие смежных отраслей, включая транзит. К 2025 году это может увеличить ВВП на 1,1 процентного пункта ежегодно. (Report of the strategy 2050, 2019).

Большинство предпринимателей планируют наращивать номенклатуру товаров, поднимаясь на новый свой уровень. О возникновении новых участников в маркетплейсах сообщают также и сотрудники торговой марки Mечта.kz. Все это будет способствовать развитию конкуренции за потребителя, соответственно и обслуживанию клиентов. Еще одной тенденцией для e-commerce является

модернизация способов оплаты, удобство транзакции выдвигается на первый план.

Совершенствование налогового законодательства, а также правил работы международных платежных систем будет служить отправной точкой для развития электронной коммерции в Казахстане. Одним из препятствий все еще остается качество интернета, в особенности в отдаленных регионах. В 2020 году к интернету подключили только 200 населенных пунктов Казахстана. В течение того же года в 5 000 поселений был подключен доступ к интернету, однако преобладающее большинство имеет доступ только к мобильному интернету. На сегодняшний день более тысячи населенных пунктов в Казахстане еще не имеют доступ к интернет сети. Министерство планирует до 2022 года подключить данные поселения к спутниковому интернету. Благодаря чему произойдет увеличение спроса на электронные покупки.

Индустрия электронной коммерции постоянно развивается по всему миру. Каждый день появляются новые рынки электронной коммерции, а устоявшиеся рынки достигают новых высот. В Казахстане, как и во многих странах, люди предпочитают совершать покупки через зарубежные платформы электронной коммерции, что является препятствием для развития отечественного рынка электронной коммерции. В связи с этим необходимо создавать условия для повышения конкурентоспособности местных компаний в секторе электронной торговли. В данном случае поддержка со стороны государства является ключевым фактором. Уровень развития ЭК в стране значительно увеличился за период пандемии. Однако степень распространения e-commerce недостаточно высока, и для предпринимателей существует огромное количество неиспользованных возможностей.

Электронная коммерция и современная логистика оказали большое влияние на развитие экономики. Онлайн-торговля становится существенным фактором успеха, и она ведет к колоссальным изменениям в ведении бизнеса. E-commerce имеет множество привилегий, так как работает круглосуточно, предоставляет доступ большому количеству пользователей, сокращает время на покупке и выборе товаров, предоставляет возможность ознакомиться с широким ассортиментом товаров. Покупка не ограничена ни географией, ни временем работы, ни площадью.

Электронная коммерция является достаточно молодым сегментом казахстанской экономики. Развитие всей инфраструктуры онлайн-торговли, и особенно в логистике движения товаров – является большим успехом интернет-торговли. Самую значимую роль в трансформации e-commerce в Республике Казахстан может сыграть интегрирование казахстанских малых и средних компаний в масштабные площадки e-commerce, как например Amazon, а также создание собственных площадок электронной коммерции. Поэтому немало важным в этом отношении является создание необходимых условий для образования собственных крупных маркетплейсов в рамках Евразийского экономического союза. Однако следует отметить, что Казахстану важным является введение ограничительных мер касательно деятельности международных поставщиков путем регулирования тарифов.

Малый размер рынка Республики Казахстан не способен масштабировать проекты электронной коммерции. Внедрение в глобальную сеть доставок позволит им уменьшить транзакционные издержки, повысить охват рынка. В связи с отсутствием необходимых цифровых навыков у предпринимателей Казахстана, государству следует поддерживать их в формате предоставления консультативной и

правовой помощи для выхода на крупные маркетплейсы.

Электронная торговля оказала значительное влияние на развитие региональной экономики. В этом случае мы примем эффективные меры для разработки разумной стратегии развития. Активно содействуя развитию и применению электронной коммерции, рационально организуя развитие логистических парков, ускоряя строительство транспортной инфраструктуры и информационной сети грузовых перевозок, способствуя скоординированному развитию и способствуя здоровому и быстрому развитию региональной экономики.

В будущем мы продолжим проводить исследования в сфере беспроводной сети и логистики, в том числе о том, как поднять экономические условия логистической отрасли и электронной коммерции в регионе, и вклад индустрии логистики и электронной коммерции в региональный экономический рост, с тем чтобы сформулировать активную и соответствующую политику в области логистики, бизнеса с учетом всех проблемных моментов, таких как отечественные торговые площадки, конкурентоспособные цены, широкий ассортимент товаров, выбор способа доставки, поможет продвинуть Казахстан в интернет-пространстве. Казахстанский рынок электронной коммерции достаточно привлекателен не только для отечественных игроков, но и для иностранных инвесторов.

Бизнес-преимущества предоставляются тем, кто может быстро реагировать на изменения на рынке и приспосабливаться к новым условиям в режиме реального времени.

В пандемический и постпандемический периоды цифровые площадки стали самым доступным, малозатратным и быстрым инструментом, позволяющим осуществлять продажи по всему миру. Масштабы с каждым годом будут только расти. В этой связи сотрудничество с одной из крупных международных торговых платформ для казахстанских поставщиков весьма важно в вопросе повышения узнаваемости их продукции среди пользователей платформы. Используя возможности интернет-магазинов, казахстанские поставщики наращивают экспорт своих товаров по всему миру.

Можно с уверенностью сказать, что в Казахстане динамично развивается электронная торговля и в последующие годы ожидается очередной рост сектора. К 2025 году доля электронной торговли составит минимум 15 %.

В Казахстане по данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан рынок электронной коммерции прогрессирует (Бюро национальной статистики РК, 2021). При этом популярным это направление в стране стало относительно недавно.

В заключении приведем основные выводы из данного исследования:

1. Во всем мире и в Казахстане на современном этапе активно развивается рынок электронной торговли и логистика, благодаря распространению и проникновению Интернета в быденную жизнь населения и широкого его использования. Доступность телекоммуникационной инфраструктуры, степень цифровизации общества, широкое применение международной транзакции при расчетах, использование доставки, в том числе почтой приводят к необходимости участия государственных структур в регулирование этих отношений на законодательном уровне в целях защиты потребителей и предпринимателей, участвующих в данном процессе.

2. Несмотря на то, что Казахстан относится к странам с высоким уровнем готовности к электронной коммерции по сегменту B2C, остаются проблемы по развитию инфраструктуры по наличию сети интернета в удаленных районах. Также отсутствуют конкурентоспособные маркетплейсы, в результате чего казахстанцы все чаще покупают товары у зарубежных поставщиков. Участие в мировой торговле может увеличить охват рынка и уменьшить затраты на транзакции. В этой связи Казахстану необходимо стимулировать активность отечественных компаний в секторе электронной коммерции и создать условия для повышения уровня их конкурентоспособности. В этом плане роль государства является ключевой. Уровень развития ЭК в Казахстане значительно увеличился за период пандемии. Однако степень распространения e-commerce недостаточно высока, и для предпринимателей существует огромное количество неиспользованных возможностей.

3. Потенциал рынка электронной коммерции в Казахстане используются недостаточно высоко по сравнению с мировым уровнем, отставание в общей структуре на один порядок меньше в процентном отношении 1,7 %

ЛИТЕРАТУРА

Быстрова Н.В., Максимова К.А. (2018). Электронная коммерция и перспективы ее развития // *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2018. — № 7(33). — С. 86–90.

Гаврилов Л.П. (2019). Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 477 с.

Davletbayeva N., Taubayev A., Kutybai M. (2018). System problems of entrepreneurship development in Kazakhstan regions in conditions of globalization // *IDIMT 2018: Strategic Modeling in Management, Economy and Society. 26th Interdisciplinary Information Management Talks*, 2018. — Pp. 113–119.

Дуламбаева Р.Т., Жумашева М.Б. (2021). Цифровая трансформация: ретроспектива и развитие информационно-коммуникационных технологий в Казахстане // — *Вестник университета «Туран»*. 2021. — № 3(91). — С. 124–132.

Жанбосова А.Б., Азатбек Т.А., Валиева С.Н., Тулзбаева И.Н., Жуманазаров К.Б. (2021). Рынок электронной коммерции в Казахстане: анализ состояния и направления развития // *Экономика: стратегия и практика*. 2021. — № 1(16). — С. 34–48.

Жилина И.Ю. (2018). Электронная розничная торговля в России: состояние и перспективы // *Экономика. Экономические науки*. 2018. — № 1. — С. 39–70.

Климченя Л.С. (2004). Электронная коммерция. — Минск: Высш школа, 2004. — 191 с.

Кобелев О.А. (2011). Электронная коммерция: учебное пособие. — М.: «Дашков и К», 2011. — 674 с.

Kosior D.R. (1997). *Understanding Electronic Commerce*. — Redmond, Washington: Microsoft Press, 1997. — 287 p.

Какие возможности дает Казахстану электронная коммерция [Электронный ресурс] // *Strategy 2050 [web-портал]*. — URL: <https://strategy2050.kz/ru/news/53127/>.

Leamer E.E., Storper M. (2001). The economic geography of the internet age // *Journal of international Business Studies*, 2001. — № 32(4). — Pp. 641–665.

Liman R.E., Rivlin A.M. (2001). Projecting the economic impact of the internet // *American Economic Review*. 2001. — № 91(2). — Pp. 313–317.

Smith P.R., Chaffey D.E. (2005). *Marketing excellence: at the heart of e-Business*. — Butterworth Heinemann, Oxford, 2005. — 125 p.

Fellenshtein C., Wood R. (2000). *Exploring E-commerce, Global E-business and E-societies*. — Upper Saddle River: Prentice-Hall, 2000. — 269 p.

Развитие электронной торговли в РК и в мире [Электронный ресурс] // *Ranking.kz [web-портал]*. 2021. — URL: <http://ranking.kz/ru/a/reviews/razvitie-elektronnoj-torgovli-v-rk-i-mire-2021> (Дата обращения: 23.10.2021).

Соколова Д.Д., Орехова Л.Г. (2019). Маркетплейс или интернет-магазин: противостояние эффективных каналов продаж // — *Научный журнал «Студенческий»*. 2019. — № 36(80). — С. 55–59.

- Царев В.В., Кантарович А.А. (2002). Электронная коммерция. — СПб.: Питер, 2002. — 309 с.
- Тулегенова М., Тулейбаева А. (2019). Трансформация рынка труда в Казахстане в условиях перехода к цифровой экономике // Вестник Казахского национального университета. Серия экономическая. — 2019. — № 127(1). — С. 266–273.
- Velesco S.E., Panzabekova A.Zh., Zhanbozova A.B. (2021). The development of e-commerce in Russia and Kazakhstan // Economic series of the bulletin of L.N. Gumilyov ENU. — 2021. — № 3. — Pp. 11–21.
- UNCTAD B2C e-commerce index 2020 [Электронный ресурс] // United Nations Conference on Trade and Development [web-портал]. — 2021. — URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf (Дата обращения: 23.10.2021).
- Top online stores worldwide in 2020, by e-commerce net sales [Электронный ресурс] // Statista [web-портал]. — URL: <https://www.statista.com/forecasts/860716/top-online-stores-global-ecommercedb#:~:text=Amazon.com%20is%20leading%20the,revenue%20of%20US%24%2041%2C114%20million> (Дата обращения: 23.10.2021).
- Об электронной коммерции Республики Казахстан [Электронный ресурс] // Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [web-портал]. — 2021. — URL: <https://stat.gov.kz/official/industry/17/statistic/5> (Дата обращения: 05.10.2021).

REFERENCES

- Bystrova N.V., Maximova K.A. (2018). E-commerce and prospects for its development // Innovative economy: prospects for development and improvement. 2018. — № 7(33). — Pp. 86–90.
- Davletbaeva N., Taubaev A., Kuttybay M. (2018). Systemic problems of entrepreneurship development in the regions of Kazakhstan in the context of globalization //— IDIMT 2018: Strategic Modeling in Management, Economics and Society. 26th Interdisciplinary Information Management Talks, 2018. — Pp. 113–119.
- Dulambaeva R.T., Zhumasheva M.B. (2021). Digital transformation: retrospective and development of information and communication technologies in Kazakhstan // — Bulletin of Turan University. 2021. — № 3(91). — Pp. 124–132.
- Development of electronic commerce in RK and in the world [Electronic resource] // Ranking.kz [web-portal]. — 2021. — URL: <http://ranking.kz/ru/a/reviews/razvitie-elektronnoj-torgovli-v-rk-i-mire-2021> (Date of reference: 23.10.2021).
- Fellenshtein C., Wood R. (2000). Exploring E-commerce, Global E-business and E-societies. - Upper Saddle River: Prentice-Hall, 2000. — 269 p.
- Gavrilov L. P. (2019). Electronic commerce: textbook and practical work for universities. — M.: Publishing house Yurait, 2019. — 477 p.
- Kosiur D.R. (1997). Understanding electronic commerce. — Redmond, Washington: Microsoft Press, 1997. — 287 p.
- Klimchenya L.S. (2004). Electronic commerce. — Minsk: Higher School, 2004. — 191 p.
- Kobelev O.A. (2011). Electronic commerce: a training manual. — Moscow: “Dashkov and K”, 2011. — 674 p.
- Limer E.E., Storper M. (2001). The economic geography of the Internet age // — Journal of International Business Studies, 2001. — № 32(4). — Pp. 641–665.
- Liman R.E., Rivlin A.M. (2001). Predicting the economic impact of the Internet // American Economic Review. 2001. — № 91(2). — Pp. 313–317.
- Sokolova D.D., Orekhova L.G. (2019). Marketplace or Internet-shop: confrontation of effective sales channels // Scientific Journal “Student”. 2019. — № 36(80). — Pp. 55–59.
- Smith P.R., Chaffey D.E. (2005). Marketing excellence: at the heart of e-Business. — Butterworth Heinemann, Oxford, 2005. — 125 p.
- On e-commerce of the Republic of Kazakhstan [Electronic resource] // Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan [web-portal]. — 2021. — URL: <https://stat.gov.kz/official/industry/17/statistic/5> (Date of reference: 05.10.2021).
- Tsarev V. V., Kantarovich A.A. (2002). Electronic commerce. — Spb: Peter, 2002. — 309 p.
- Tulegenova M., Tuleybaeva A. (2019). Transformation of the labor market in Kazakhstan in the transition to a digital economy // — Bulletin of the Kazakh National University. Economic Series. 2019. — № 127(1). — Pp. 266–273.
- Top online stores worldwide in 2020, by e-commerce net sales [Electronic resource] // Statista [web-portal]. — URL: <https://www.statista.com/forecasts/860716/top-online-stores-global-ecommercedb#:~:text=Amazon>.

com%20is%20leading%20the,revenue%20of%20US%24%2041%2C114%20million (Accessed 23.10.2021).

Velesko S.E., Panzabekova A.Zh., Zhanbozova A.B. (2021). Development of electronic commerce in Russia and Kazakhstan // — Economic Bulletin Series of L.N. Gumilyov ENU. 2021. — № 3. — Pp. 11–21.

UNCTAD B2C e-commerce index 2020 [Electronic resource] // UN Conference on Trade and Development [web-portal]. - 2021. — URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf (Accessed 23.10.2021).

What possibilities e-commerce gives to Kazakhstan [Electronic resource] // Strategy 2050 [web-portal]. — URL: <https://strategy2050.kz/ru/news/53127/>.

Zhanbosova A.B., Azatbek T.A., Valieva S.N., Tulezbaeva I.N., Zhumanazarov K.B. (2021). The market of electronic commerce in Kazakhstan: analysis of the state and directions of development // Economics: Strategy and Practice. 2021. — № 1(16). — Pp. 34–48.

Zhilina I.Yu. (2018). Electronic retail trade in Russia: state and prospects // — Economics. Economic Sciences. 2018. — № 1. — Pp. 39–70.

МАЗМҰНЫ

ПЕДАГОГИКА

Г.Б. Аргингазинова ҚАЗАҚСТАНДА ДИРИЖЕРЛІК-ХОРЛЫҚ БІЛІМІНІҢ ЖҮЙЕСІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-МӘДЕНИ ФАКТОРЛАРЫ.....	7
М.С. Балганова, Э.Т. Адылбекова, Х.И. Булбул АРАЛАС ОҚЫТУДА ЭЛЕКТРОНДЫҚ РЕСУРСТАРДЫ ПАЙДАЛАНУДЫҢ МҰҒАЛІМНІҢ КӘСІБИ ҚҰЗЫРЕТТІЛІГІНЕ ӘСЕРІ.....	22
Б. Дилдебай, С. Адиканова, В. Войчик, А. Кадырова УНИВЕРСИТЕТТІҢ АҚПАРАТТЫҚ ЖҮЙЕЛЕРІНІҢ АРХИТЕКТУРАСЫНЫҢ МАҚСАТТЫ ЖАҒДАЙЫН ЗЕРТТЕУ.....	38
Е. Ергөбек, Е. Досымов, S. Eser КВАНТТЫҚ ФИЗИКА БӨЛІМІНДЕГІ БІЛІМДІ ӨТКЕН КЕЗІНДЕГІ ҚАТЕЛІКТЕРДІ АЛДЫН АЛУДЫҢ ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ӘДІСТЕРІ.....	49
Д.А. Ердембекова, А.И. Булшекбаева, Ж.Б. Саткенова МЕКТЕПКЕ ДЕЙІНГІ ЕРЕСЕК ЖАСТАҒЫ БАЛАЛАРДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК ДАҒДЫСЫН РЕДЖИО ЭМИЛИЯ ТЕХНОЛОГИЯСЫ НЕГІЗІНДЕ ДАМУДЫҢ ОТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ.....	62
Ж.Е. Зулпыхар, А. Нұрланқызы, Л. Рохая, Н. Карелхан ИНКЛЮЗИВТІ БІЛІМ БЕРУДІ ДАМУ ЖӘНЕ ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ЕНГІЗУ.....	77
Н. Ибадильдин, А. Нургужина, Д. Жумалдинова, Ш. Борашова ASTANA IT UNIVERSITY-ДЕ «АТ-МЕНЕДЖМЕНТ» БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫН ОДАН ӘРІ ЖЕТІЛДІРУ.....	90
Р.К. Измагамбетова СНАТГРТ ИНТЕГРАЦИЯСЫ: БІЛІМ БЕРУ ҚОСЫМШАСЫНА ЖАН-ЖАҚТЫ ШОЛУ.....	101
Г.К. Исмаилова, Г.Б. Григорьева, А.Ж. Турикпенова, К.Е. Хасенова, З.Қ. Тешабоева ОҚУ САУАТТЫЛЫҒЫ – ФУНКЦИОНАЛДЫҚ САУАТТЫЛЫҚТЫҢ ҚҰРАМДАС БӨЛІГІ	110
Э. Кауынбаева, А.Д. Майматаева, С.В. Суматохин ЖОҒАРЫ ОҚУ ОРНЫНДА БИОЛОГИЯЛЫҚ ПӘНДЕРДІ ОҚЫТУДА ЗАМАНАУИ ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ПАЙДАЛАНУ ТӘЖІРИБЕСІ.....	124
А.Б. Кенесары, А.Ж. Сейтмұратов, Н.Ю. Фоминых, Г. Пилтен, П. Пилтен МАТЕМАТИКАНЫ ОҚЫТУ ӘДІСТЕМЕСІНДЕГІ САНДЫҚ ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ШЕШІМДЕР.....	137
Г. Клычнязова, Ж. Дәулетбекова ОҚУШЫЛАРДЫҢ СӨЙЛЕУ МӘДЕНИЕТІН ДАМУДЫҢ ПЕДАГОГИКАЛЫҚ СТРАТЕГИЯЛАРЫ.....	148
А. Куралбаева, Ж. Садуова, Г. Абылова, А. Тасова ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ БІЛІМ ИНТЕГРАЦИЯЛАУ: ҚАЗІРГІ	

ҮРДІСТЕР МЕН БОЛАШАҚТАҒЫ ҚИЫНДЫҚТАР.....	161
М.У. Мукашева, А.А. Өмірзақова, С.Г. Григорьев, А.Х. Давлетова МЕКТЕПТЕ ИММЕРСИВТІ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУДАҒЫ ҚАУІПСІЗДІК ШАРТТАРЫ: ПИЛОТТЫҚ ЗЕРТТЕУ.....	176
А.Ж. Мурзалинова, Ж.А. Макатова, Л.С. Альмагамбетова, А.Н. Иманова, А.Е. Зейнелова ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ДИЗАЙН ТҰЖЫРЫМДАМАЛАРЫ НЕГІЗІНДЕ ҚАЗАҚСТАН ПЕДАГОГТЕРІНІҢ ҚӘСІБИ ДАМУЫН ЖОБАЛАУ.....	191
Ф. Наметкулова, Е. Тасболат, Г. Баймбетова, А. Сугирбекова МЕКТЕП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ ФИЗИКА ЕСЕПТЕРІН ТАЛДАУ ДАҒДЫЛАРЫН ДАМУЫТУ ӘДІСТЕМЕСІ.....	212
А.Р. Сабдалиева, Г.А. Орынханова ЕРМЕК ТҮРСҮНОВ ШЫҒАРМАШЫЛАРЫН ОҚУ БАРЫСЫНДА МӘНІНДІ ОҚУДЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ.....	233
Ә.Х. Сарыбаева, Ж.И. Исаева, Али Чорух БОЛАШАҚ МҰҒАЛІМДЕРГЕ «ФИЗИКАНЫҢ КОМПЬЮТЕРЛІК ӘДІСТЕРІ» ПӘНІН ЦИФРЛЫҚ РЕСУРСТАРДЫ ҚОЛДАНЫП АДАПТИВТІ ОҚИТУ ӘДІСТРІ.....	246
Б.Ш. Тұрғанбаева, Ж. Сапарқызы, А.М. Өтешқалиева БАСТАУЫШ МЕКТЕПТЕ МАТЕМАТИКА САБАҒЫНДА ПӘНАРАЛЫҚ БАЙЛАНЫСТАРДЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ.....	266
Г.М. Усайнова, А.Ж. Сейтмұратов, Г.Б. Исаева, А.А. Куралбаева, А.Ж. Изекенова ПЕДАГОГИКАЛЫҚ УНИВЕРСИТЕТТЕРДЕ МАТЕМАТИКА МҰҒАЛІМДЕРІН ДАЙЫНДАУДЫҢ ЗАМАНАУИ ӘДІСТЕРІ.....	276

ЭКОНОМИКА

О. Абралиев, А. Баймбетова, Ж. Кусмолдаева ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БИДАЙ ӨНДІРУ ДИНАМИКАСЫНЫҢ ЭКОНОМЕТРИЯЛЫҚ ТАЛДАУЫ.....	291
И.Т. Айнабекова, А.Д. Ажигулова, М.Ж. Есенова, ҚАЗАҚСТАННЫҢ МЕМЛЕКЕТТІК ҚАРЖЫСЫН БАСҚАРУДЫҢ ЖЕКЕЛЕГЕН ПРОБЛЕМАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ.....	308
З.А. Арынова, В.П. Шеломенцева, С.Е. Қайдарова, С.В. Золотарева, Д.С. Бекниязова ЭКОНОМИКАНЫ ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ЕҢБЕК НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУ ҮРДІСТЕРІ.....	318
Ж.Қ. Басшиева, Э.С. Балапанова, А.К. Джусибалиева, Ж. Мырзабек, А.К. Адельбаева ӘЛЕМДІК ЭКОНОМИКАНЫ ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМҒА КӨШУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ: ҚР АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ САЛАСЫНЫҢ ҚОРЫТЫНДЫЛАР МЕН МҮМКІНДІКТЕРІ.....	334
Г.Б. Есенғараева, А.К. Бекхожаева, Б.Х. Айдосова, Г.Н. Аппақова БИЗНЕСТІ ДАМУЫТУДЫ ҚАРЖЫЛЫҚ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ЖОЛДАРЫН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ.....	346

Е.М. Жусупов, Ж.Т. Темірханов, А.С. Бекболсынова ЖАСЫЛ ҚАҒАЗДАР НАРЫҒЫН БОЛЖАУДА ТЕРЕҢ ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ- ТІ ҚОЛДАНУ МҮМКІНДІКТЕРІ.....	360
А.С. Карбозова, Э.С. Балапанова, А.К. Бекхожаева, Г.Б. Дузельбаева, Г.Ш. Шайхисламова, А.А. Куралбаев АЙМАҚТЫҢ АУЫЛШАРУАШЫЛЫҒЫН ДАМУДАҒЫ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ БАСҚАРУ (ҚЫЗЫЛОРДА ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА).....	373
К.В. Маленко, А.А. Құрманалина ЭЛЕКТРОНДЫҚ МАРКЕТИНГ: ӘЛЕМДЕГІ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ТРЕНДТЕРІ.....	388
Д.М. Мұсаева ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖАҒАНДАНУ КОНТЕКСТІНДЕГІ ЦИФРЛЫҚ ЭКОНОМИКА	406
П.Қ. Салибекова, Ә.К. Қожахметова, Ж.Н. Тажиева, У.Д. Сандықбаева ЖОҒАРЫ ТЕХНОЛОГИЯЛАР НАРЫҒЫНДА ЖОБАЛЫҚ БАСҚАРУДЫ ҚОЛДАНУ: ЖАСЫЛ ЭНЕРГЕТИКА САЛАСЫНА БИБЛИОМЕТРИЯЛЫҚ ШОЛУ	418
К.Б. Сатымбекова, А.Е. Есенова, Г.А. Куаналиева, Ғ.Е. Керімбек ҚАРЖЫЛЫҚ ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ ЦИФРЛЫҚ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ БОЙЫНША НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕР ЖӘНЕ ОНЫ ШЕШУ ЖОЛДАРЫ.....	431
Ш.Ж. Сейітжағыпарова, Ш. Қосымбаева, Ж. С. Булхаирова, Б.К. Нурмаганбетова, О.Ж. Жадигерова ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ АГРОТУРИСТІК ДАМУ: АУЫЛДЫҚ ӘЛЕУМЕТТІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМДЫ ЗАМАНАУИ БАСҚАРУ.....	446
А.О. Сыздықова ЦИФРЛЫҚ БРЕНДИНГТІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ МЕН ДАМУЫНЫҢ АЛҒЫШАРТТАРЫН АНЫҚТАУ.....	462
Н.А. Урузбаева, М.Х. Каражанова ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ АҚМОЛА ОБЛЫСЫНЫҢ ТҰРАҚТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫНЫҢ НЕГІЗІ РЕТІНДЕ.....	474
Чжай Сюань, Ж. Жұман, Ә.В. Хамзаева ҚАЗАҚСТАННАН ҚЫТАЙҒА ГАЗ ТАСЫМАЛДАУДЫҢ ЖАЙ-КҮЙІ МЕН КЕЛЕШГІ.....	490

СОДЕРЖАНИЕ

ПЕДАГОГИКА

Г.Б. Аргингазинова СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ДИРИЖЕРСКО-ХОРООВОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КАЗАХСТАНЕ.....	7
М.С. Балганова, Э.Т. Адылбекова, Х.И. Булбул ВЛИЯНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ В СМЕШАННОМ ОБУЧЕНИИ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ КОМПЕТЕНТНОСТЬ УЧИТЕЛЯ...22	
Б. Дилдебай, С. Адиканова, В. Войчик, А. Кадырова ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕВОГО СОСТОЯНИЯ АРХИТЕКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УНИВЕРСИТЕТА.....	38
Е. Ергобек, Е. Досымов, S. Eser ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПРОФИЛАКТИКИ ОШИБОК ПРИ СДАЧИ ЕНТ ПО РАЗДЕЛУ КВАНТОВОЙ ФИЗИКИ.....	49
Д.А. Ердембекова, А.И. Булшекбаева, Ж.Б. Саткенова ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ НАВЫКОВ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕДЖИО ЭМИЛИЯ.....	62
Ж.Е. Зулпыхар, А. Нұрланқызы, Л. Рохая, Н. Карелхан РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА.....	77
Н. Ибадильдин, А. Нургужина, Д. Жумалдинова, Ш. Борашова ДАЛЬНЕЙШЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «ИТ-МЕНЕДЖМЕНТ» В ASTANA IT UNIVERSITY.....	90
Р.К. Измагамбетова ИНТЕГРАЦИЯ СНАТGPT В ОБУЧЕНИЕ: ВСЕСТОРОННИЙ ОБЗОР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.....	101
Г.К. Исмаилова, Г.Б. Григорьева, А.Ж. Турикпенова, К.Е. Хасенова, З.Қ. Тешабоева ЧИТАТЕЛЬСКАЯ ГРАМОТНОСТЬ – КОМПОНЕНТ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ГРАМОТНОСТИ.....	110
Э. Кауынбаева, А.Д. Майматаева, С.В. Суматохин ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ БИОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ВУЗЕ.....	124
А.Б. Кенесары, А.Ж. Сейтмұратов, Н.Ю. Фоминых, Г. Пилтен, П. Пилтен ЦИФРОВЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В МЕТОДИКЕ ОБУЧЕНИЯ МАТЕ МАТИКЕ.....	137
Г.Н. Клычниязова, Ж. Дәулетбекова ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ.....	148
А. Куралбаева, Ж. Садуова, Г. Абылова, А. Тасова ИНТЕГРАЦИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В БУДУЩИЕ ВЫЗОВЫ.....	161

М.У. Мукашева, А.А. Омирзакова, С.Г. Григорьев, А.Х. Давлетова УСЛОВИЯ БЕЗОПАСНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИММЕРСИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ШКОЛЕ: ПИЛОТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ.....	176
А.Ж. Мурзалинова, Ж.А. Макатова, Л.С. Альмагамбетова, А.Н. Иманова, А.Е. Зейнелова ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕДАГОГОВ КАЗАХСТАНА НА ОСНОВЕ КОНЦЕПТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА.....	191
Ф. Наметкулова, Е. Тасболат, Г. Баймбетова, А. Сугирбекова МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ У ШКОЛЬНИКОВ НАВЫКОВ АНАЛИЗА ЗАДАЧ ПО ФИЗИКЕ.....	212
Р.Б. Сабдалиева, Г.А. Орынханова ФОРМИРОВАНИЕ СМЫСЛОВОГО ЧТЕНИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЕРМЕКА ТУРСУНОВА.....	233
А.Х. Сарыбаева, Ж.И. Исаева, Али Чорух МЕТОДЫ АДАПТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВЫХ РЕСУРСОВ ПО ПРЕДМЕТУ «КОМПЬЮТЕРНЫЕ МЕТОДЫ ФИЗИКИ» ДЛЯ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ	246
Б.Ш. Турганбаева, Ж. Сапаркызы, А.М. Утешкалиева РЕАЛИЗАЦИЯ МЕЖПРЕДМЕТНЫХ СВЯЗЕЙ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ.....	266
Г.М. Усайнова, А.Ж. Сейтмуратов, Г.Б. Исаева, А.А. Куралбаева, А.Ж. Изекенова МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ МАТЕМАТИКИ В ВУЗЕ.....	276

ЭКОНОМИКА

О. Абралиев, А. Баймбетова, Ж. Кусмолдаева ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРОИЗВОДСТВА ПШЕНИЦЫ В КАЗАХСТАНЕ.....	291
И.Т. Айнабекова, А.Д. Ажигулова, М.Ж. Есенова ОТДЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ФИНАНСАМИ КАЗАХСТАНА.....	308
З.А. Арынова, В.П. Шеломенцева, С.Е. Кайдарова, С.В. Золотарева, Д.С. Бекниязова ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	318
Ж.К. Басшиева, Э.С. Балапанова, А.К. Джусибалиева, Ж. Мырзабек, А.К. Адельбаева ЦИФРОВИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ПЕРЕХОДА К НО- ВОМУ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ УКЛАДУ: ВЫВОДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ АПК В РК.....	334
Г.Б. Есенгараева, А.К. Бекхожаева, Б.Х. Айдосова, Г.Н. Аппакова ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА.....	346

Е.М. Жусупов, Ж.Т. Темирханов, А.С. Бекболсынова ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ГЛУБОКОГО ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПРОГНОЗИРОВАНИИ РЫНКА ЗЕЛЕННЫХ БУМАГ	360
А.С. Карбозова, Э.С. Балапанова, А.К. Бекхожаева, Г.Б. Дузельбаева, Г.Ш. Шайхисламова, А.А. Куралбаев УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ РЕГИОНА В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА (НА ПРИМЕРЕ КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ).....	373
К.В. Маленко, А. А. Курманалина ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЗАХСТАНЕ.....	388
Д.М. Мусаева ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	406
П.К. Салибекова, А.К. Кожаметова, Ж.Н. Тажиева, У.Д. Сандыкбаева ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА РЫНКЕ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ: БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПО ОТРАСЛИ ЗЕЛеной ЭНЕ РГЕТИКИ.....	418
К.Б. Сатымбекова, А.Е. Есенова, Г.А. Куаналиева, Г.Е. Керимбек ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ.....	431
Ш.Ж. Сейтжагипарова, Ш. Косымбаева, Ж.С. Булхаирова, Б.К. Нурмаганбетова, О.Ж. Жадигерова АГРОТУРИСТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В КАЗАХСТАНЕ: СОВРЕМЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ СЕЛЬСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ.....	446
А.О. Сыздықова ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДПОСЫЛОК ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО БРЕНДИНГА.....	462
Н.А. Урузбаева, М.Х. Каражанова ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА АКМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ОСНОВЫ ЕЕ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.....	474
Чжай Сюань, Ж. Жуман, А.В. Хамзаева СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАСПОРТИРОВКИ ГАЗА ИЗ КАЗАХСТАНА В КИТАЙ	490

CONTENTS

PEDAGOGYR

G.B. Argingazinova SOCIAL AND CULTURAL FACTORS OF ESTABLISHMENT OF CONDUCTOR CHORAL EDUCATION SYSTEM IN KAZAKHSTAN.....	7
M.S. Balganova, E.T. Adylbekova, H.I. Bulbul THE IMPACT OF THE USE OF ELECTRONIC RESOURCES IN BLENDED LEARNING ON THE PROFESSIONAL COMPETENCE OF A TEACHER.....	22
B. Dildebai, S. Adikanova, Waldemar Wojcik, A. Kadyrova RESEARCH OF THE TARGET STATE OF THE UNIVERSITY INFORMATION SYSTEMS ARCHITECTURE.....	38
E. Ergobek, E. Dosymov, S. Eser PEDAGOGICAL METHODS OF PREVENTION OF ERRORS WHEN PASSING THE UNT IN SECTION QUANTUM PHYSICS.....	49
D. Erdembekova, A. Bulshekbayeva, Zh. Satkenova DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL SKILLS OF OLDER PRESCHOOL CHILDREN BASED ON REGGIO EMILIA TECHNOLOGY.....	62
Zh.E. Zulpykhar, A. Nurlankyzy, R. Latip, N. Karelkhan DEVELOPMENT OF INCLUSIVE EDUCATION AND THE INTRODUCTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE.....	77
N. Ibadildin, A. Nurguzhina, D. Zhumaldinova, Sh. Borashova FURTHER IMPROVEMENT OF EDUCATIONAL PROGRAM IT MANAGEMENT AT ASTANA IT UNIVERSITY.....	90
R.K. Izmagambetova INTEGRATING CHATGPT INTO TRAINING: COMPREHENSIVE REVIEW OF EDUCATIONAL APPLICATIONS.....	101
G.K. Ismailova, G.B. Grigorieva, A.Zh. Turikpenova, K.E. Khasenova, Z.K. Teshaboeva READING LITERACY IS A COMPONENT OF FUNCTIONAL LITERACY.....	110
E. Kauynbayeva, A.D. Maimatayeva, S.V. Sumatokhin THE EXPERIENCE OF USING MODERN DIGITAL TECHNOLOGIES IN TEACHING BIOLOGICAL DISCIPLINES AT THE UNIVERSITY.....	124
A.B. Kenessary, A.Zh. Seitmuratov, N.Y. Fominykh, G. Pilten, P. Pilten DIGITAL PEDAGOGICAL SOLUTIONS IN THE METHODOLOGY OF TEACHING MATHEMATICS.....	137
G. Klychniyazova, Zh. Dauletbekova PEDAGOGICAL STRATEGIES FOR DEVELOPING STUDENTS’ SPEECH CULTURE.....	148
A. Kuralbayeva, J. Saduova, G. Abylova, A. Tasova INTEGRATING DIGITAL TECHNOLOGIES INTO EDUCATION: CURRENT TRENDS AND FUTURE CHALLENGES.....	161
M. Mukasheva, A. Omirzakova, S.G. Grigoriev, A.H. Davletova CONDITIONS FOR THE SAFE USE OF IMMERSIVE TECHNOLOGIES IN	

SCHOOLS: A PILOT STUDY.....	176
A.Zh. Murzalinova, Zh.A. Makatova, L.S. Almagambetova, A.N. Imanova, A.E. Zeynelova	
DESIGNING PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF TEACHERS IN KAZAKHSTAN BASED ON TEACHING DESIGN CONCEPTS.....	191
F. Nametkulova, Y. Tasbolat, G. Baimbetova, A. Sugirbekova	
METHODOLOGY FOR THE DEVELOPMENT OF SCHOOLCHILDREN'S SKILLS IN ANALYZING PHYSICS PROBLEMS.....	212
R.B.Sabdaliyeva¹, G.A.Orynkhanova	
FORMATION OF MEANINGFUL READING WHEN STUDYING THE WORKS OF ERMEK TURSUNOV.....	233
A.Kh. Sarybayeva, Zh.I. Issayeva, Ali Choruh	
THE METHOD OF ADAPTIVE LEARNING WITH THE USE OF DIGITAL RESOURCES FOR THE SUBJECT «COMPUTER METHOD OF PHYSICS» FOR FUTURE TEACHERS.....	246
B.Sh. Turganbaeva, Zh. Saparkyzy, A.M. Uteshkalieva	
IMPLEMENTATION OF INTER-SUBJECT CONNECTIONS IN MATHEMATICS LESSONS IN PRIMARY SCHOOL.....	266
G.M. Ussainova, A.Zh. Seitmuratov, G.B. Issayeva, A. Kuralbayeva, A.ZH. Izekenova	
METHODOLOGY FOR PROFESSIONAL TRAINING OF FUTURE MATHEMATICS TEACHERS AT UNIVERSITY.....	276

EKONOMICS

O. Abraliyev, A. Baimbetova, Zh. Kusmoldayeva	
ECONOMETRIC ANALYSIS OF WHEAT PRODUCTION DYNAMICS IN KAZAKHSTAN.....	291
I.T. Ainabekova, A.D. Azhigulova, M.Zh. Yessenova	
SOME PROBLEMATIC ASPECTS OF PUBLIC FINANCE MANAGEMENT IN KAZAKHSTAN.....	308
Z.A. Arynova, V.P. Shelomentseva, S.E. Kaidarova, S.V. Zolotareva, D.S. Bekniyazova	
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE LABOR MARKET IN THE CON- TEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY.....	318
Zh. Bashieva, E.S. Balapanova, A. Jussibaliyeva, ZH. Myrzabek, A. Adelbayeva	
DIGITIZATION OF THE WORLD ECONOMY AS A FACTOR OF TRANSITION TO A NEW TECHNOLOGICAL STORY: CONCLUSIONS AND OPPORTUNITIES FOR THE AGRICULTURAL INDUSTRY IN THE RK.....	334
G. Yessengarayeva, A. Bekkhozhayeva, B. Aidosova, G. Appakova	
WAYS TO IMPROVE FINANCIAL SUPPORT MEASURES FOR BUSINESS DEVELOPMENT.....	346
Y.M. Zhusupov, Zh.T. Temirkhanov, A.S. Bekbolsynova	
POSSIBILITIES OF APPLYING DEEP ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN FORE- CASTING THE GREEN SECURITY MARKET.....	360
A.S. Karbozova, E. Balapanova, A.K. Bekkhozhaeva, G.B. Duzelbaeva, G.Sh.	

Shaikhislamova, A.A. Kuralbayev MANAGING THE INVESTMENT ACTIVITY OF THE REGION IN THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURE (ON THE EXAMPLE OF THE KYZYLORDA REGION).....	373
K.V. Malenko, A.A. Kurmanalina ELECTRONIC MARKETING: FEATURES AND TRENDS OF ELECTRONIC COMMERCE IN THE WORLD AND IN KAZAKHSTAN.....	388
D.M. Mussayeva THE DIGITAL ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE TRANSFORMATION OF THE GLOBAL ECONOMY.....	406
P.Q. Salibekova, A.K. Kozhakhmetova, Zh.N. Tazhiyeva, E. Keser APPLYING PROJECT MANAGEMENT IN THE HIGH-TECH MARKET: BIBLIOMETRIC REVIEW ON THE GREEN ENERGY INDUSTRY.....	418
K. Satymbekova, A. Yessenova, G. Kuanaliyeva, G. Kerimbek THE MAIN CHALLENGES OF DIGITAL TRANSFORMATION IN FINANCIAL SERVICES AND SOLUTIONS TO OVERCOME THEM.....	431
Sh. Seiitzhagyparova, Sh. Kossymbayeva, Zh. Bulkhairova, B. Nurmaganbetova, O. Zhadigerova AGROTURISTIC DEVELOPMENT: MANAGEMENT OF RURAL SOCIAL INFRASTRUCTURE IN KAZAKHSTAN.....	446
A. Syzdykova DETERMINING THE PREREQUISITES FOR THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF DIGITAL BRANDING.....	462
N.A. Uruzbayeva, M.H. Karazhanova FEATURES OF ECOLOGICAL TOURISM OF AKMOLA REGION AS THE BASIS OF ITS SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT.....	474
Zhai Xuan, J. Juman, A.V. Khamzayeva STATUS AND PROSPECTS OF GAS TRANSPORTATION TO CHINA FROM KAZAKHSTAN.....	490

Publication Ethics and Publication Malpractice in the journals of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan

For information on Ethics in publishing and Ethical guidelines for journal publication see <http://www.elsevier.com/publishingethics> and <http://www.elsevier.com/journal-authors/ethics>.

Submission of an article to the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan implies that the work described has not been published previously (except in the form of an abstract or as part of a published lecture or academic thesis or as an electronic preprint, see <http://www.elsevier.com/postingpolicy>), that it is not under consideration for publication elsewhere, that its publication is approved by all authors and tacitly or explicitly by the responsible authorities where the work was carried out, and that, if accepted, it will not be published elsewhere in the same form, in English or in any other language, including electronically without the written consent of the copyright-holder. In particular, translations into English of papers already published in another language are not accepted.

No other forms of scientific misconduct are allowed, such as plagiarism, falsification, fraudulent data, incorrect interpretation of other works, incorrect citations, etc. The National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan follows the Code of Conduct of the Committee on Publication Ethics (COPE), and follows the COPE Flowcharts for Resolving Cases of Suspected Misconduct (http://publicationethics.org/files/u2/New_Code.pdf). To verify originality, your article may be checked by the originality detection service Cross Check <http://www.elsevier.com/editors/plagdetect>.

The authors are obliged to participate in peer review process and be ready to provide corrections, clarifications, retractions and apologies when needed. All authors of a paper should have significantly contributed to the research.

The reviewers should provide objective judgments and should point out relevant published works which are not yet cited. Reviewed articles should be treated confidentially. The reviewers will be chosen in such a way that there is no conflict of interests with respect to the research, the authors and/or the research funders.

The editors have complete responsibility and authority to reject or accept a paper, and they will only accept a paper when reasonably certain. They will preserve anonymity of reviewers and promote publication of corrections, clarifications, retractions and apologies when needed. The acceptance of a paper automatically implies the copyright transfer to the National Academy of sciences of the Republic of Kazakhstan.

The Editorial Board of the National Academy of sciences of the Republic of Kazakhstan will monitor and safeguard publishing ethics.

Правила оформления статьи для публикации в журнале смотреть на сайте:

[www: nauka-nanrk.kz](http://www.nauka-nanrk.kz)

ISSN 2518–1467 (Online),

ISSN 1991–3494 (Print)

<http://www.bulletin-science.kz/index.php/en>

Подписано в печать 20.06.2024.

Формат 60x881/8. Бумага офсетная. Печать - ризограф.

46,0 п.л. Тираж 300. Заказ 3.

*РОО «Национальная академия наук РК»
050010, Алматы, ул. Шевченко, 28, т. 272-13-19*