

**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 20<sup>th</sup>**

**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

измеримое улучшение конкретных показателей деятельности органов управления государственного и муниципального уровня.

### Список литературы

1. Сычева А.В. Кадровый потенциал в условиях цифровизации экономики //, Science Time. 2022. №6 (102). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadrovyy-potentsial-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki> (дата обращения: 01.02.2024).

2. Махов Е.Н. Система оценки кадров и кадрового потенциала организации, учреждения: учебно-методическое пособие./ Е.Н. Махов. – М.: РАГС, 2008. - 33с.

3. Шведова С.А. Формирование кадрового потенциала государственной и муниципальной службы в современных условиях //Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. №19, 2015 г., стр 169-173.

4. Сулемов В.А. Государственная кадровая политика в современной России: Теория, история, новые реалии: монография. /В.А. Сулемов. – М.: Изд-во РАГС, 2008. - 390 с.

## РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

**М.М. Халитова**

*д.э.н, главный научный сотрудник,  
Институт экономики КН МНВО РК, Алматы*

**Н.С. Сабыр**

*докторант ЕНУ им. Л.Н. Гумилёва, Астана*

В настоящее время цифровая трансформация экономики является необходимым условием повышения конкурентоспособности стран на мировой арене. При этом цифровая трансформация многих отраслей происходит в первую очередь за счет создания цифровых платформ электронной коммерции, которые способны модернизировать стандартные методы ведения предпринимательской деятельности, стимулируя генерацию инноваций, экономический рост и конкуренцию. Это подтверждается растущими темпами капитализации крупнейших платформенных компаний мира, таких как Google, Amazon, Facebook, Alibaba и др., которые давно совершили экспансию на развивающиеся страны, коим является и Казахстан.

В самом общем понимании цифровая платформа представляет собой новую бизнес-модель для цифровой экономики, систему, состоящую из стабильного ядра и меняющейся периферии, предоставляющую бизнесу и населению различные рыночные услуги. Согласно сформировавшемуся научному заделу по теме платформенной экономики предпосылками для создания цифровых платформ явились развитие ИКТ и глобализация сети Интернет. При этом мотивы создания этих платформ разнообразны. Например, мотивы появления платформ электронной коммерции, таких как Aliexpress, были схожи с мотивами

появления рыночных площадей тысячелетия назад: снижение логистических издержек; повышение конкуренции и информированности покупателей; повышение спроса и интенсивности торговли.

Сектор цифровизации является основным фактором, способствующим появлению цифровых платформ. Сенсоры извлекают данные из компьютеров, смартфонов, с датчиков Интернета вещей, и строится параллельная виртуальная карта мира. Искусственный интеллект позволяет автоматизировать управление большим объемом данных, извлеченных из реальности.

Цифровые платформы относятся к механизмам, которые объединяют множество сторон для взаимодействия (покупатели и продавцы или потенциальные клиенты и рекламодатели). Платформы создают новые рыночные возможности, привлекая новых участников и «новую рабочую силу» (водителя автомобиля, домовладельца и т.д.) или мобилизуя «новый» капитал, что часто оказывает разрушительное воздействие на существующие рынки и операторов, будь то налоговые компании, отели, финансовые учреждения, традиционные дистрибьюторы товаров или контента [1].

Цифровая платформа электронной коммерции может охватывать множество различных и не связанных друг с другом областей. Комиссия ЕС воздерживается от предложения обоснованного определения. Вместо этого ею перечислены некоторые общие характеристики цифровых платформ [2]:

- ♦ они способны создавать и формировать новые рынки, бросать вызов традиционным и организовывать новые формы участия или ведения бизнеса на основе сбора, обработки и редактирования больших объемов данных;
- ♦ они работают на многосторонних рынках, но с разной степенью контроля над прямым взаимодействием между группами пользователей;
- ♦ они извлекают выгоду из «сетевых эффектов», когда ценность услуги возрастает с увеличением числа пользователей;
- ♦ они часто полагаются на ИКТ, чтобы мгновенно и без особых усилий связаться со своими пользователями;
- ♦ они играют ключевую роль в создании цифровой стоимости, в частности за счет захвата значительной стоимости (в том числе путем накопления данных).

Первые исследователи цифровых платформ Д. Эванс и Р. Шмаленсе характеризуют экономическую сущность цифровых платформ следующим образом: «Цифровая платформа имеет две или более групп клиентов, которые в чем-то нуждаются друг в друге, но не могут самостоятельно извлечь выгоду от взаимодействия. Она представляет собой цифровой «катализатор», облегчающий взаимодействие между ними, создающее ценность» [3]. Другими словами, организатор сети или катализатор – это компания, которая способствует созданию сети пользователей, деятельность которых, в свою очередь, создает ценность для компании. Эта бизнес-модель использует явление, известное как сетевые эффекты, которые возникают, когда ценность товара или услуги увеличивается по мере увеличения числа людей, использующих их.

Первая классификация цифровых платформ электронной коммерции была предложена ОЭСР, в которой используются шесть категорий в зависимости от вида услуг, которые потребители могут использовать через онлайн-платформы: [4].

- 1) посредники доступа в Интернет;
- 2) провайдеры хостинга и обработки данных;
- 3) онлайн-посредники электронной коммерции;
- 4) поисковые системы;
- 5) порталы;
- 6) совместные сетевые платформы.

Хотя цифровые платформы электронной коммерции могут быть задействованы в различных сферах экономической деятельности и секторах, сбор цифровых данных является неотъемлемым элементом их бизнес-моделей. Цифровые платформы могут способствовать взаимодействию, создающему ценность, между различными сторонами платформы как производителями и потребителями различных товаров и услуг. Но, по сути, их эффективное функционирование зависит от цифровых данных, а основным источником создания их стоимости – разумное использование этих данных. Крупные компании, занимающиеся цифровыми платформами, считают свои пулы данных и мощности по обработке данных ключевым конкурентным преимуществом. Таким образом, то, как конкретные фирмы извлекают ценность из таких данных, является ключом к пониманию и влиянию на процесс создания стоимости в цифровой экономике.

Сила платформенных бизнес-моделей частично связана с их способностью позволять фирмам быстрее добиваться эффекта масштаба. Вместо того чтобы быть владельцем конкретных товаров, услуг или рабочей силы, платформа часто работает, «создавая новую рыночную площадку» для транзакций различных сторон. Не владея основными активами (такси) и сотрудниками (водители такси), они вкладывают небольшие средства в человеческие и материальные активы, что обеспечивает более быстрое расширение при низких затратах. Платформенные фирмы также являются агрегаторами и пользователями больших данных, поскольку владение платформами позволяет им собирать обширные данные, генерируемые взаимодействием пользователей со всех сторон платформы.

Внушительный рост рыночной капитализации компаний, владеющих цифровыми платформами, превышает несколько триллионов долларов США в целом. Так, по состоянию на август 2021 г. капитализация Amazon составила 1,73 трлн долл. США, Alphabet – 1,93 трлн долл. США, социальной сети Facebook – 1,07 трлн долл. США [5]. По оценкам аналитического агентства Morningstar, Google поисковик занимает 90% мирового интернет-поиска, а его доля в мировом рынке интернет-рекламы составляет 41%. Facebook занимает 59% рынка социальных сетей и 30% рынка интернет-рекламы. Рыночная доля Amazon в розничных продажах США составляет 40% [6]. Подобная концентрация рынка увеличивает риски, связанные с ростом влияния глобальных цифровых платформ на национальные экономики, и представляет угрозу для здоровой конкуренции на

местном уровне. Таким образом, растет консенсус в отношении того, что для сохранения открытости и конкурентоспособности Интернета требуется определенная форма регулирования.

Для развивающихся стран крайне важно развивать производственный потенциал цифровой экономики. Лишь немногим странам удалось создать динамичную платформенную экосистему, подобную сформировавшейся в Китае и США. В зависимости от регулятивной среды и рыночных условий местные цифровые платформы могут быть жизнеспособным вариантом в развивающихся странах, но, как правило, сталкиваются с проблемами, если они ставят задачу расширить масштабы деятельности. Целесообразно оказывать прямую государственную поддержку рынку электронной коммерции, цифровых платежей, микрофинансирования. Государство может также стремиться поддержать создание региональных инновационных платформ и экосистем. Задача состоит в том, чтобы определить инновационные пути с долгосрочным потенциалом и работать над созданием общей, открытой и эффективной цифровой инфраструктуры. Это отчасти предполагает более широкую интеграцию существующих собственных систем, например, путем установления требований для операторов мобильной связи по открытию и/или улучшению интерфейсов прикладных программ внутри страны.

Проведенное исследование показало, что рост цифровых платформ в результате технического прогресса тесно связан с их увеличивающейся способностью собирать и анализировать цифровые данные. В свою очередь, цифровые данные стали ключевым ресурсом в экономических процессах, приносящих ценность всем участникам платформы. Эта ценность возрастает с увеличением числа взаимодействующих сторон на цифровой платформе и обнуляется при отсутствии одной из этих сторон на платформе.

Несмотря на преимущества глобальной экспансии цифровых платформ для потребителей, сложившиеся тенденции концентрации рынков представляют угрозу для национальных экономик в плане ограничения конкуренции и получения глобальными компаниями больших рента за счет пользователей. Поэтому данная сфера требует урегулирования на уровне государства. Странам, отстающим в развитии технологий, представляется важным создать условия для появления местных цифровых платформ и применять ограничительные меры для глобальных цифровых платформ в целях выравнивания конкурентных условий на местном рынке.

*Статья подготовлена в рамках грантового финансирования Комитета науки Министерства образования и науки Республики Казахстан ИРН AP14871419 «Формирование институциональной среды рынка электронной коммерции в Казахстане, ее оценка и разработка механизма развития».*

#### **Список литературы:**

1. Strowel A.M., Vergote W. Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate? 2018. URL: <http://hdl.handle.net/2078.3/141669> (accessed: 12.12.2021) (in

Eng.)

2. UNCTAD. Digital Economy Report. Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries // United Nations Publications, New York. 2019. ISBN: 978-92-1-112955-7 (in Eng.)

3. Evans D., Schmalense R. Matchmakers. The new economics of multisided platforms // Harvard Business Review Press. 2016. ISBN: 978-1633691728 (in Eng.)

4. OECD. The economic and social role of Internet intermediaries. 2010. ISSN: 20716826 (online). (in Eng.)

5. Gavrikova V. Apple стала первой в США компанией с капитализацией в \$2,5 трлн [Apple becomes the first US company with a capitalization of \$2.5 trillion]. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/612dbe7b9a794738a55d90a2> (accessed: 12.12.2021) (in Russ.)

6. Интернет во всем мире захватили IT-корпорации [The Internet has been taken over by IT corporations all over the world]. URL: <https://lenta.ru/articles/2020/12/11/giants/> (accessed: 12.12.2021) (in Russ.)

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

**Э.Э. Энназарова**

*магистрант*

**Ш.Ш. Турмаханбетова**

*к.э.н., доцент*

*ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана*

Цифровая экономика имеет огромное влияние на все сферы бизнеса, включая управление персоналом. В современном мире технологические изменения приводят к необходимости адаптации и переосмысления подходов к управлению людьми. Роль отдела кадров (HR) становится все более стратегической и ориентированной на аналитику.

Влияние технологических изменений на управление персоналом. С появлением цифровой экономики и автоматизации бизнес-процессов, HR-отделы сталкиваются с новыми вызовами и возможностями. Технологические изменения имеют глубокое влияние на управление персоналом, позволяя снизить рутинные задачи и сосредоточиться на стратегических аспектах работы [1].

Одной из основных тенденций в цифровой экономике является автоматизация бизнес-процессов. Это включает в себя автоматизацию рутинных задач, управление данными и процессами, а также использование искусственного интеллекта для принятия решений. Для HR-отделов это означает возможность сосредоточиться на стратегических аспектах, таких как развитие персонала и улучшение рабочей среды.