

**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

комплекс неразрывно связана с применяемой сельскохозяйственной техникой и зависит от уровня ее новизны, производительности и надежности.

3. Кроме того, при принятии решений необходимо понимать, что агробизнес не берет на себя задачи решения общечеловеческих проблем, но более актуальными категориями являются повышение рентабельности бизнеса, расширение его доли на рынке и увеличение капитализации.

### **Список литературы:**

1. Шарипов А.К. Совершенствование системы регионального управления экономикой и агропромышленным комплексом республики Казахстан // Молодой ученый. - 2016. - № 7. - С. 1040-1043.

2. Государственная программа «Цифровой Казахстан» на 2017-2020 годы от 12 декабря 2017 года № 827 / [Электронный ресурс]. -2017.- URL: <http://www.economy.gov.kz> (дата обращения 13.09. 2019).

3. Аганбегян, А.Г. Устойчивый рост сельского хозяйства и его финансовое обеспечение / А.Г. Аганбегян // Деньги и кредит. – 2017. – № 7. – С. 3–9.

4. Даулетбаева Х.Д., Кайдарова Л.К. Тенденции развития сельского хозяйства в Республике Казахстан// Вестник Инновационного Евразийского университета. – 2012. – № 2. - С. 23-25.

5. Варганова, М.Л. Перспективы цифровизации сельского хозяйства как приоритетного направления импортозамещения/ М.Л. Варганова, Е.В. Дробот // Экономические отношения. – 2018. – Том 8. – № 1. – С. 1-6.

6. Материалы официального сайта. - [Электронный ресурс] <https://bala.stat.gov.kz>

## **РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ И ТРЕНИНГА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫМ БИЗНЕСОМ**

**Д.Е. Ерсайнов**  
*магистрант*

**С.М. Егембердиева**  
*д.э.н., профессор*

*ЕНУ им.Л.Н. Гумилева, Астана*

Франчайзинг является одной из наиболее динамичных и распространенных форм предпринимательства в современном мире. Система франчайзинга предоставляет возможность предпринимателям стать частью успешного бизнеса, используя уже проверенный бизнес-модель и получая поддержку от франчайзора. Однако, несмотря на привлекательность франчайзинга, многие предприниматели сталкиваются с трудностями в эффективном управлении своим бизнесом. В данной статье мы рассмотрим роль образования и тренинга в повышении эффективности управления франчайзинговым бизнесом [1].

Франчайзинг представляет собой систему сотрудничества между независимыми предпринимателями (франчайзи) и фирмой-владельцем торговой марки и бизнес-модели (франчайзор). Франчайзинговая система обеспечивает стандартизацию продуктов, услуг и операций, что способствует повышению узнаваемости бренда и снижению рисков для предпринимателя [2].

Франчайзинговая модель предоставляет ряд преимуществ для обеих сторон: франчайзора и франчайзи. Франчайзор получает возможность расширения своего бренда без необходимости вложения больших финансовых ресурсов, а франчайзи получают шанс начать собственный бизнес с поддержкой и готовой бизнес-моделью.

Необходимость соблюдения стандартов и жесткой конкуренции требует от франчайзи строгого соблюдения всех норм и положений, предложенных франчайзором. Однако, некорректное или неэффективное управление может привести к снижению производительности и убыточности франчайзингового бизнеса [1].

Образование играет ключевую роль в успешном управлении франчайзинговым бизнесом. Франчайзи должны быть оснащены знаниями и навыками в области управления, маркетинга, финансов и операций. Образовательные программы, предоставляемые франчайзором, помогают франчайзи лучше понимать бизнес-модель, требования к стандартам, а также современные тенденции в отрасли.

Кроме того, роль образования в контексте франчайзинга является критически важной, поскольку успешное функционирование франчайзинговой системы требует от франчайзи полного понимания и активного применения бизнес-модели, стандартов и процедур, предоставленных франчайзором. Ссылаясь на источники, в нашей статье мы определили аспекты, которые подчеркивают роль образования в франчайзинге [3].

Первым из них является понимание бизнес-модели, образовательные программы должны включать в себя подробный обзор бизнес-модели франчайзинга. Это включает в себя разъяснение структуры оплаты, обязательств франчайзи по стандартам, роли и обязанности франчайзора и франчайзи.

Помимо данного, образование должно освещать требования к качеству, стандартам обслуживания, маркетинговым и операционным процессам. Франчайзи должны полностью понимать, как следовать установленным стандартам, чтобы поддерживать единообразие бренда.

Что касается финансовой грамотности: образование должно охватывать аспекты финансового управления в контексте франчайзинга. Это включает в себя понимание стартовых инвестиций, операционных затрат, систем оплаты, а также основ бюджетирования и финансового анализа [4].

Эффективные образовательные программы также включают в себя обучение маркетинговым стратегиям, продажам и методам привлечения клиентов. Это позволяет франчайзи эффективно продвигать продукты или услуги бренда.

В зависимости от сферы бизнеса франчайзи могут требоваться технические знания. Образование может включать в себя обучение использованию специфического оборудования, программного обеспечения, а также соблюдению технических стандартов.

В некоторых случаях, например, в пищевой индустрии или здравоохранении, образование также должно охватывать специфические требования отрасли, связанные с безопасностью, сертификациями и регулированием. Образование в франчайзинге должно быть непрерывным и включать как теоретический, так и практический опыт, чтобы франчайзи могли эффективно применять полученные знания в повседневной деятельности и успешно управлять своим бизнесом.

Касаемо тренинга – он играет важную роль в развитии навыков и компетенций персонала франчайзи. Эффективные программы обучения помогают персоналу лучше понимать стандарты обслуживания, процессы работы и взаимодействия с клиентами. Тренинг также способствует укреплению корпоративной культуры и повышению мотивации персонала [5].

В рамках темы статьи мы рассмотрели влияние тренинга на повышение эффективности управления франчайзинговым бизнесом. В контексте динамичной и конкурентной среды франчайзинга понимание роли тренинга становится ключевым элементом успешного функционирования.

Франчайзинг, как форма бизнеса, требует от участников высокой степени стандартизации и соблюдения установленных бизнес-процессов. В данной статье рассматривается, как тренинговые программы могут воздействовать на навыки и знания управляющего франчайзинговым предприятием, с целью оптимизации процессов управления и повышения конкурентоспособности [6].

Тренинг в данном контексте рассматривается как систематизированный и структурированный процесс, направленный на развитие навыков управления у франчайзи. Программы тренинга охватывают широкий спектр аспектов, включая управление персоналом, финансовым планированием, маркетинговыми стратегиями и соблюдение стандартов бренда [7].

Согласно исследованию, базирующемуся на анализе данных, собранных из опыта управляющих франчайзинговых единиц, участвующих в тренинговых программах [8]. Анализ результатов показал, что комплексный тренинг способствует не только повышению профессиональных навыков управленческого персонала, но и формированию единых корпоративных ценностей. Это влияет на улучшение операционной эффективности, увеличение клиентской удовлетворенности и, как следствие, усиление позиций франчайзингового бренда на рынке.

Анализируя вышеперечисленное, можно отметить, что образование и тренинг играют фундаментальную роль в повышении эффективности управления франчайзинговым бизнесом. Франчайзоры должны инвестировать в разработку образовательных программ и тренингов, которые обеспечат франчайзи необходимыми знаниями и навыками для успешного ведения бизнеса. В свою очередь, франчайзи должны осознавать важность образования и

тренинга как ключевого элемента своего успеха в рамках франчайзинговой системы.

### Список литературы:

1. Азбука образовательного менеджмента. - [Электронный ресурс] Франчайзинг с педагогическим лицом; авт. Калужская М. А. - Электрон, дан. - М., 2005. (дата обращения 15.01.2024)
2. Brickley J. A., Smith C. W., Zimmerman J. L. Managerial Economics and Organizational Architecture. 2009.
3. Черемных М.Б. «Франчайзинг как стратегия развития малого предпринимательства»// Электронный научный журнал: Управление экономическими системами.-2012-.№1-с.5
4. Андрощук С. Твердая выгода мягкого франчайзинга/ С.Андрощук. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.fr-lib.ru/articles3127.php> (дата обращения 15.01.2024)
5. Басс А.Я. Франчайзинг Учеб.-метод. комплекс / А.Я. Басс. - Новосибирск: НГАЭиУ, 2003.
6. Lafontaine F., Shaw K. L. (2016). The Economics of Franchising. Cambridge University Press.
7. Довгань, В.В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса / В.В. Довгань. - Тольятти: Дока-пресс, 2001.
8. International Franchise Association. Retrieved from -[Электронный ресурс]. - URL: <https://www.franchise.org/> (дата обращения 15.01.2024)

## ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В КАЗАХСТАНЕ

**К.Т. Ескараева**

*к.э.н., главный консультант*

*Аппарата Сената Парламента Республики Казахстан, Астана*

Стремительное развитие цифровых технологий меняет ландшафт жизнедеятельности государств. Во всех странах СНГ ведется работа по цифровизации экономики.

Развитие курса на цифровизацию в Казахстане было дано государственными программами по формированию и развитию «электронного правительства» [1], «Информационный Казахстан-2020» [2], Государственная программа «Цифровой Казахстан» (*утративший силу в 2022 г.* [3]), Национальный проект «Технологический рывок за счет цифровизации, науки и инноваций» (*утративший силу в 2023 г.*) [4].

Среди достижений на сегодняшний день: 99 % населения охвачено интернетом, более 90 % государственных услуг доступны онлайн, доля крупных и средних предприятий, использующих элементы Индустрии 4.0 составила 5 %,