

DOI 10.52260/2304-7216.2024.1(54).24
ӘОЖ 338.43
FTAMP 06.71.07

Р.А. Егембердиев, PhD докторанты¹
А.М. Есиркепова*, э.ғ.д., профессор¹
Ж. Тайбек, э.ғ.к., доцент¹
А.С. Есенгельдина, э.ғ.к., профессор²
М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан
университеті, Шымкент қ., Қазақстан¹
Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы
Мемлекеттік басқару академиясы, Астана қ., Қазақстан²
* – негізгі автор (хат-хабарларға арналған автор)
e-mail: essirkepova@mail.ru

МАЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ӨНІМДЕРІН ӨТКІЗУДЕГІ ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯНЫҢ РӨЛІ

Мақалада мал шаруашылығы өнімдерін өткізу үшін электрондық коммерцияны енгізу ерекшеліктері қарастырылған. Авторлар мал шаруашылығында электрондық коммерцияның даму ерекшеліктерін зерттеген ғалымдардың еңбектеріне назар аударған: электрондық коммерцияның даму қарқынына әсер ететін негізгі факторлар; блокчейн арқылы электрондық коммерция өнімдерін қадағалау жүйелері; электрондық коммерцияның жоғары тиімділігін қолдайтын логистикалық индустрияны дамыту; фермерлердің ауылдық электронды коммерцияны цифрлық жаңғыртуға дайындығы; интернеттегі ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алушылардың мінез-құлқы; ішкі және халықаралық электрондық коммерция стандарттары. Мақала авторлары мал шаруашылығында электрондық коммерцияны енгізуге әсер ететін негізгі мәселелерді анықтаған: ауылдық логистикалық инфрақұрылымның нашарлығы; шығарылған өнімдердің стандартқа сәйкес келмеуі; өнімдердің жарамдылық мерзімі қысқа болуы; ауыл тұрғындарының электрондық коммерция бойынша білім беру тәжірибесінің болмауы; ауылдық интернет жылдамдығының төмендігі; ауылдық цифрлық модернизациясының нашарлығы; мал шаруашылығы өнімдерін сататын арнайы платформалардың болмауы; электрондық коммерция қызмет көрсету орталықтарының дамымауы. Мақалада мал шаруашылығы өнімдерін электронды коммерция механизмдері арқылы өткізу бағыттары ұсынылады: жарнамалық ақпараттық ағындарды пайдалана отырып, халық арасында отандық өнімді насихаттау; мал шаруашылығы өнімдерін электронды сауда нарығында өткізу бойынша ғылыми-әдістемелік нұсқауларды әзірлеу; ауыл шаруашылығы өнімдерін пайдаланушылар туралы мәліметтерді талдау үшін электронды платформа құру; блокчейн негізінде ауыл шаруашылығы өнімдерін қадағалау технологияларын енгізу.

Кілт сөздер: мал шаруашылығы, шикізат, өнім, электронды коммерция, цифрлық платформа, сауда, тұтынушы, сапа, даму, азық-түлік қауіпсіздігі.

Ключевые слова: животноводство, сырьё, продукция, электронная коммерция, цифровая платформа, торговля, потребитель, качество, развитие, продовольственная безопасность.

Keywords: animal husbandry, raw materials, products, e-commerce, digital platform, trade, consumer, quality, development, food security.

Кіріспе. Қазақстан Республикасында ішкі нарықты азық-түлік тауарларының негізгі түрлерімен, оның ішінде әлеуметтік маңызы бар мал шаруашылығы өнімдерімен қамтамасыз етуге ерекше көңіл бөлінеді.

Алайда, Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2021-2030 жылдарға арналған тұжырымдамасында көрсетілгендей, «отандық ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізудің құрылымданбаған жүйесі бағаның өсуіне және тиімсіз делдалдардың пайда болуына әкеледі» [1].

Бұл мәселелер фермерлердің маркетинг тізбегіне әлсіз тартылуымен, сондай-ақ олардың мал шаруашылығы өнімдерін жеткізудегі тұрақсыздығынан, сонымен қатар сауда орындарына қол жеткізудің қиындығымен байланысты. Тұтыну нарығына шығудың тиімді жолдарының жоқтығынан фермерлер үшін тұрақты және қанағаттанарлық пайда табу қиынға соғады.

Қазіргі уақытта аграрлық бизнесте электронды коммерцияның маңызы артып келеді. Көптеген дамыған мемлекеттер ауылдық жерлерде интернет инфрақұрылымының кеңеюіне орай, нақты өндіріске және ақпарат пен ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алуға жаңа мүмкіндіктер ашатын цифрлық революцияны бастан кешіруде. Цифрлық технологиялық жетістіктермен электронды коммерция сауданың жаңа түріне және ауыл шаруашылығы бизнесі үшін әлеуетті стратегиялық

құралға айналып отыр. Сол себепті отандық мал шаруашылығы өнімдерін электрондық коммерция мүмкіндіктері арқылы өткізу мәселесі өзекті болып табылады.

Мақаланың мақсаты отандық мал шаруашылығы өнімдерін тиімді өткізу үшін электрондық коммерцияның мүмкіндіктерін қолдану бойынша ұсыныстар беру болып табылады.

Алға қойған мақсатқа жету бірнеше міндеттерді шешкен жөн:

- электрондық коммерцияны байланысты отандық және шетелдік зерттеушілердің ғылыми мақалаларын сараптау;

- Қазақстан Республикасындағы жануарлардан алынатын ең басты өнімдердің бөлшек саудада сатылу көлеміне талдау жасау;

- мал шаруашылығында электрондық коммерцияны енгізуге әсер ететін негізгі мәселелерді анықтау;

- мал шаруашылығы өнімдерін электронды сауда нарығында тиімді өткізу үшін арнайы құжаттар тобын ұсыну.

Зерттеу әдістері. Мақалада жүйелік және статистикалық әдістер негізінде отандық мал шаруашылығы өнімдерін бөлшек саудада сатылу көлеміне талдауды жасай отырып, электрондық коммерция механизмдерін енгізуге қатысты бағыттар ұсынылған.

Әдебиеттік шолу. Мал шаруашылығы өнімдердің жарамдылық мерзімі қысқа болуына, тасымалдау мен сақтау шығындарының жоғарылығына байланысты, оларды тұтынушыларға өткізу сұрақтары қазіргі заманның өзекті мәселелеріне айналды. Көптеген ғалымдар бұл мәселені электрондық коммерция арқылы шешуді ұсынады.

Мәселен, қазақстандық ғалымдар Альмухамбетова Б.Ж. және Ерманкулова Р.И. [2] Қазақстандағы электрондық коммерцияның даму келешектерін Интернет байланысының сапасын арттырумен, тауарларды жеткізу сапасын жақсартумен, ақпараттық технологияларды дамытумен және тауарлар ассортиментін кеңейтумен тығыз байланыстырады.

Жанбозова А.Б. және басқалар [3] электрондық коммерцияның тиімді дамуы «телекоммуникациялық инфрақұрылым мен деректерді берудің қолжетімділігі, халықтың цифрлық сауаттылығы деңгейі, тұтынушылардың құқықтарын қорғауды қамтамасыз ету, заңнама, логистикалық инфрақұрылым деңгейі, сондай-ақ басқа да емес салалардың дамуы сияқты факторларға байланысты» екендігін атап көрсеткен.

Сол сияқты отандық ғалымдар Төлеуұлы А. және басқалар [4] заманауи технологияларды қолданудың өсуімен электрондық коммерция индустриясы жаңа қауіптерге тап болғанын атап көрсетеді. Олардың ойынша, бизнесті онлайн платформалар арқылы жүзеге асыру үшін тиімді стратегияларды әзірлеген жөн.

Стукалова И.Б. электрондық коммерцияның дамуы оның барлық қатысушылары (мемлекет; шаруашылық жүргізуші субъектілер мен тұтынушылар) үшін мүмкіндіктер мен қауіптердің тұтас кешенін жасайды деп есептейді. Автор анықтаған тәуекелдер мен қауіптер мүмкіндіктерді пайдалану және электрондық коммерцияны дамытудан туындайтын қатерлердің қаупін азайту бойынша шаралар кешенін әзірлеуге негіз бола алатынына сенімді [5].

Шоучен Лю және Чауи Ю [6] блокчейн электрондық коммерцияның суық тізбегін бақылау жүйесін түсінуді үш негізде зерттеген: ең жақсы оңтайландыру сілтемесі, ең жақсы синергия шкаласы және жүйенің суықты жақсарту үшін сілтемелерді қамтамасыз ету үшін бейімделу қабілеті.

Шаолонг Женг және басқалар [7] ойынша «жоғары сапалы даму аясында электрондық коммерция саласы жан-жақты дамуға ұмтылуы керек, ал логистика саласы жоғары тиімділікті сақтап қана қоймай, сонымен қатар жасыл және төмен көміртекті тасымалдау ескергені жөн».

Уилм Феске және басқалар [8] неміс фермерлерінің электронды коммерцияны қабылдауға дайындығын зерттеді. Олардың пайымдауынша, интернеттің ауылдық жерлерді дамытудағы рөлі барған сайын артып келеді. Әсіресе, фермерлер шаруашылықты басқару шешімдерін қабылдауға қатысты жаңа мүмкіндіктерді пайдалана алады.

Ван Ю және Чжан З. [9] жоспарланған мінез-құлық теориясы мен құрылымдық тендеулерді модельдеу арқылы ауылдық электрондық коммерцияның цифрлық жаңартуға дайындығын және оған әсер ететін факторларды талдаған.

Шверинг Д.С. және басқалар [10] ауылшаруашылық өнімдерін онлайн сатып алу тәртібін көп өлшемді тұрғыдан қарастырды.

Ғалымдар зерттеулерінде электрондық коммерцияның даму қарқынына әсер ететін негізгі факторларды, блокчейн арқылы электрондық коммерция өнімдерін қадағалау жүйелерін, электрондық коммерцияның жоғары тиімділігін қолдайтын логистикалық индустрияны дамытуды, фермерлердің ауылдық электронды коммерцияны цифрлық жаңғыртуға дайындығын, интернеттегі ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алушылардың мінез-құлқын, ішкі және халықаралық электрондық коммерция стандарттарын қарастырған. Дегенмен, ғылыми мақалаларда мал шаруашылығы өнімдерін электрондық коммерция механизмдерін қолдана отырып өткізу ерекшеліктері мен мәселелері назардан тыс қалған.

Негізгі бөлім. Мал шаруашылығының өнімдері азық-түлік қауіпсіздігі мен жұмыс орындарын құру үшін маңызы зор. Дегенмен, мал шаруашылығы өнімдерін өткізудің ұтымды тізбегін анықтау үшін бөлшек саудадағы сатылу көлемін зерттеген жөн.

Отандық мал шаруашылығынан алынатын ең басты өнімдердің бөлшек саудада сатылу көлемі соңғы бес жылда 755,4 млрд. теңгеден (2018 жылы) 1180,0 млрд. теңгеге (2022 жылы) дейін жеткен (кесте 1).

1-кесте

Қазақстан Республикасындағы мал шаруашылығынан алынатын ең басты өнімдердің бөлшек саудада сатылу көлемі, млрд.теңге*

Көрсеткіштер	2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл	2018 -2022 жылдардағы өзгеріс
Ет сату	320,2	374,1	410,1	501,3	446,3	+126,1
Ет өнімдерін сату	158,3	184,1	214,6	230,6	263,1	+104,8
Сүт өнімдерін сату	276,9	334,7	416,8	382,0	471,5	+194,6
Барлығы	755,4	892,9	1041,5	1113,9	1180,0	+425,5

* [11] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

Кесте мәліметтері отандық мал шаруашылығы өнімдерінің бөлшек саудада сатылымының жыл сайынғы өсімін көрсетеді. Дегенмен, ет сату мөлшері 501,3 млрд. теңгеден (2021 жылы) 446,3 млрд. теңгеге (2022 жылы) төмендеген. Бұл өзгерісті еттің жеке қосалқы шаруашылықтардың өткізуіне байланысты статистикалық есепке алынбай қалуы мүмкін. Сонымен бірге, мал шаруашылығы өнімдерінің жарамдылық мерзімі қысқа болғандықтан тасымалдау шығындары жоғары болып келеді. Бұл шығындарды төмендетудің қолайлы әдістерін қолдану қазіргі заманның басты талабы.

Қазіргі цифрландыру заманында бөлшек саудада электрондық коммерцияны қолдану мал шаруашылығы өнімдерін өткізу тізбегін жүйелендіруге мүмкіндік беруі мүмкін.

Цифрландыру белгілі бір даму деңгейіне жеткен көптеген елдердің заң шығарушылары үшін электрондық коммерцияны мемлекеттік реттеу маңызды мәселе болып қала береді.

Қазақстанда электрондық коммерция кәсіпкерлік қызмет түрі ретінде сауда қызметін реттеу туралы заңда бекітілген [12].

Қазіргі уақытта электрондық коммерция цифрлық экономиканың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады, өйткені бизнес нарығы тікелей цифрлық бәсекеге негізделген. Электрондық коммерция жұмыс орындарын құру және нарықта өнімді жылжыту арқылы ұлттық дамуға көмектеседі. Қазақстанда ауылдық жерлердегі интернет қиындықтарына байланысты мал шаруашылығы өнімдерін электронды коммерцияны арқылы өткізу дұрыс дамымай отыр (кесте 2).

2-кесте

Қазақстан Республикасындағы электрондық коммерцияның негізгі көрсеткіштері

Көрсеткіштер	2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл
Электрондық коммерцияның көлемі, млн. теңге	144 606,0	206 253,9	476 651,5	481 978,7	1963439,2
Интернет жүйесі арқылы сатылған мал өнімдерінің көлемі, млн. теңге	-	-	-	-	0,746
Мал өнімдеріне Интернет жүйесі арқылы тапсырыс саны, бірлік	-	-	-	-	29

* [13] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

Қазақстанда соңғы бес жыл ішінде электрондық коммерцияның көлемі 13,5 есе өскен, яғни 144 606,0 млн. теңгеден (2018 жылы) 1963439,2 млн. теңгеге (2022 жылы) өзгерген. Әсіресе, электрондық коммерцияның өсуі пандемиядан кейін байқалады. 2020 жылы электрондық коммерцияның көлемі 2019 жылмен салыстырғанда 2,3 есе, ал 2022 жылы 2020 жылмен салыстырғанда 4 есе өскені байқалады. Пандемия кезінде электронды коммерцияның қарқынды дамуына қарамастан, біздің елде мал шаруашылығы өнімдеріне 2022 жылы Интернет арқылы 746 мың теңгеге 29 тапсырыс жасалған. Бұл жағдай электрондық коммерцияның мал шаруашылығына қатысты тиімді механизмдерінің нашар дамығанын көрсетеді.

Біздің ойымызша, мал шаруашылығында электрондық коммерцияны енгізуге бірнеше мәселелер әсер етеді:

- ауылдық логистикалық инфрақұрылымның нашарлығы;
- шығарылған өнімдердің стандартқа сәйкес келмеуі;
- өнімдердің жарамдылық мерзімі қысқа болуы;
- ауыл тұрғындарының электрондық коммерция бойынша білім беру тәжірибесінің болмауы;
- ауылдық интернет жылдамдығының төмендігі;
- ауылдық цифрлық модернизациясының нашарлығы;
- мал шаруашылығы өнімдерін сататын арнайы платформалардың болмауы;
- электрондық коммерция қызмет көрсету орталықтарының дамымауы.

Бұл мәселелер негізінен ауылдық елді мекендерді цифрлық жаңғыртудың төмен деңгейімен, мамандандырылған ауыл шаруашылығы сауда-логистикалық орталықтарының жоқтығымен, экономиканы цифрландыру және жаһандану үдерістерінің күшеюімен байланысты.

Көптеген елдер ауыл шаруашылығының электронды саудасын дамыту үшін жеке мемлекеттік бағдарламалар қабылдаған.

Мысалы, Қытайдың Ауылдық аумақтарды жандандыру ұлттық бюросы және басқа он министрлік бірлесіп ауылдағы электронды коммерцияны цифрлық оңтайландыру мен жаңартуды жүзеге асыру үшін «Ауылды цифрлық дамыту іс-қимыл жоспарын (2022-2025)» жариялады. Орталық үкімет «14-ші бесжылдық жоспарды» қайта қарастырып, ауыл шаруашылығын және ауылды модернизациялауды алға жылжыту үшін ауылдық электронды коммерцияны дамыту жоспарын жасады [14].

Америка құрама штатының ауыл шаруашылық министрлігі электрондық коммерция фирмалары үшін ауыл шаруашылығы секторында орындалуға тиісті төрт түрлі қызметті (ақпаратты тарату, ресурстармен қамтамасыз ету, тауарларға арналған сауда алаңы және логистикалық жеткізу тізбегін басқару) анықтады [15].

Көріп отырғанымыздай, алпауыт мемлекеттер электрондық коммерция арқылы ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу үшін арнайы құжаттар енгізген.

Біздің ойымызша, электрондық коммерцияны ауыл шаруашылығында, оның ішінде мал шаруашылығында дамыту үшін Электрондық коммерцияны енгізуге қатысты құжаттарды әзірлеген жөн (сурет 1).



1-сурет. Мал шаруашылығында электрондық коммерцияны енгізуге қажет құжаттар топтамасы*

* Авторлармен құрастырылған

Сурет мәліметтері көрсеткендей, мал шаруашылығында электрондық коммерцияны енгізуге қажет құжаттар топтамасы мыналарды қамтуы тиіс:

1. Мал шаруашылығында электронды коммерцияны енгізу бойынша нұсқаулық әзірлеу. Мұнда фермерлердің өнімді жылжыту, баға бойынша келіссөздер жүргізу, логистика менеджменті, сатудан кейінгі қызмет көрсету және электронды коммерция операциялары үшін қажетті ақпаратты жинау дағдылары көрсетілуі керек.

2. Фермерлердің бизнес-үдерістерін ауқымды, мобильді және қолжетімді ететін электрондық коммерция стандартын енгізу. Стандарт электронды коммерциямен айналысатын фермерлерге көбірек қолайлы болу үшін, ауылдық жерлерде электрондық коммерция платформасы саудамен қатар, жерді пайдалану, жеңілдетілген несие алу және салық салу сұрақтарын нақты енгізу қажет.

3. Ауылдық көлік инфрақұрылымын дамытуға қатысты жол картасын республикалық деңгейде бекіту. Өйткені, жергілікті бюджет қаражаты көлік инфрақұрылымын жаңғыртуға жетпейді. Бұл өз кезегінде ауылдағы электронды коммерцияның логистикалық шығындарын азайту және ауылдағы электронды коммерциямен байланысты салаларда фермерлерді жұмыспен қамтуға мүмкіндік береді.

4. Электрондық коммерция бойынша арнайы білім беру бағдарламаларын дайындау. Бұл ауылдық елді мекендердің әлеуметтік осал топтарына цифрлық көмек көрсетуге, ауылдық электронды коммерцияны инклюзивті дамытуға ықпал етеді.

Қорытынды. Қазіргі уақыттағы дамыған мемлекеттер электрондық коммерцияны мал шаруашылығы өнімдерін өткізуге арналған бизнес ретінде қарастырып отыр. Қазақстанда электрондық коммерцияны мал шаруашылығы өнімдерін тұтынушыларға ақпарат тарату құралы ретінде пайдалану көптеген стратегиялық бағыттарды шешуді талап етеді. Мал шаруашылығы өнімдерін электрондық коммерция механизмдері арқылы өткізу үшін мынадай бағыттарды орындау қажет:

- жарнамалық ақпараттық ағындарды пайдалана отырып, халық арасында отандық өнімді насихаттау. Отандық өнімдерді танымал ету үшін қоғамдық орындарда және әлеуметтік желілерде бейнероликтер тарату, тақырыптық телебағдарламалар шығару, арнайы байқаулар өткізу және тағы басқалар;

- ауыл шаруашылығы өнімдерін пайдаланушылар туралы мәліметтерді талдау үшін электронды платформа құру. Бұл платформаны пайдалану клиенттердің капиталының мәртебесін және олардың сатып алу қабілетін анықтайды, осылайша фермерлер тұтынушыларға тиісті ауылшаруашылық өнімдерін ұсына алады;

- блокчейн негізінде ауыл шаруашылығы өнімдерін қадағалау технологияларын енгізу. Бұл технологиялар фермерлерді ауылшаруашылық өнімдерін пайдаланушылардың мінез-құлқының әртүрлі режимдері туралы ақпаратпен қамтамасыз етеді;

- мал шаруашылығы өнімдерін электронды сауда нарығында тиімді өткізу үшін арнайы құжаттар әзірлеу. Бұл құжаттарға мыналар жатады: мал шаруашылығында электронды коммерцияны енгізу бойынша нұсқаулық; электрондық коммерция стандарты; ауылдық көлік инфрақұрылымын дамытуға қатысты жол картасы; электрондық коммерция бойынша арнайы білім беру бағдарламасы.

Ұсынылған кешендік шаралар мал шаруашылығы өнімдерін электрондық коммерция арқылы тұтынушыларға тауарларды іздеу мен төлеу ыңғайлылығының арқасында сатып алуды жүзеге асыруға уақытын босатуға және қызмет көрсету сапасын жақсартуға көмектеседі. Сондықтан алдағы ғылыми еңбектерде мал шаруашылығы өнімдерін электрондық коммерция көмегімен өткізу кезінде логистикалық мәселелерге кеңінен тоқталған жөн.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Об утверждении Концепции развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2021-2030 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 декабря 2021 года № 960 // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000960#z598>.

2. Альмухамбетова Б.Ж., Ерманкулова Р.И. Перспективы развития электронной коммерции в Казахстане [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-kazahstane>.

3. Жанбозова А.Б., Азатбек Т.А., Валиева С.Н., Тузелбаева И.Н., Жуманазаров К.Б. Рынок электронной коммерции в Казахстане: анализ состояния и направления развития // *Economics: the strategy and practice*. – 2021. – 16(1). – С. 34-48. – DOI: 10.51176/JESP/vol_16_issue_1_T3.

4. Toleuuly A., Yessengeldin B., Khussainova Zh., Yessengeldina A., Jumabaeva Sh., Zhanseitov A. Features of E-Commerce Risk Management in Modern Conditions [Electronic resource] // *Academy of*

Strategic Management Journal. – 2020. – Vol. 19. Issue 1. – P. 1-6. – URL: <https://www.abacademies.org/articles/features-of-ecommerce-risk-management-in-modern-conditions-8998.html>.

5. Стукалова И.Б. Перспективы развития электронной торговли: возможности и угрозы // Теоретическая и прикладная экономика. – 2021. – № 4. – С. 29-40. – DOI: 10.25136/2409-8647.2021.4.36909.

6. Shouchen Liu, Zhaoyu Yu Modeling and efficiency analysis of blockchain agriculture products E-commerce cold chain traceability system based on Petri net, Heliyon. – Volume 9, Issue 11. – 2023. – DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e21302.

7. Shaolong Zeng, Qinyi Fu, Fazli Haleem, Yiyang Han, Ling Zhou, Logistics density, E-commerce and high-quality economic development: An empirical analysis based on provincial panel data in China // Journal of Cleaner Production. – Volume 426. – 2023. – DOI: 10.1016/j.jclepro.2023.138871.

8. Wilm Fecke, Michael Danne, Oliver Musshoff. E-commerce in agriculture – The case of crop protection product purchases in a discrete choice experiment // Computers and Electronics in Agriculture. – Volume 151. – 2018. – P. 126-135. – DOI: 10.1016/j.compag.2018.05.032.

9. Wang Y., Zhang Z. A Study on the Willingness and Factors Influencing the Digital Upgrade of Rural E-Commerce // Behavioral Sciences. – 2023. – 13(2). – P: 95. – DOI: 10.3390/bs13020095.

10. Dorothee Schulze Schwering, Winnie Isabell Sonntag, Sarah Kühl, Agricultural E-commerce: Attitude segmentation of farmers // Computers and Electronics in Agriculture. – Volume 197. – 2022. – DOI: 10.1016/j.compag.2022.106942.

11. Структура розничного товарооборота Казахстана за 2015-2022 годы [Электронный ресурс] // Статистический сборник. – Астана: Бюро национальной статистики. – 2022. – 264 с. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/local-market/dynamic-tables/>.

12. О регулировании торговой деятельности. Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544 // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544>.

13. Об электронной коммерции в Республике Казахстан [Электронный ресурс] // Статистический сборник. – Астана: Бюро национальной статистики. – 2022. – 24 с. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/local-market/spreadsheets/>.

14. Zhang S., Qiao H., Zhang Y., Li Z.L. Research status and prospect of rural e-commerce to help poverty alleviation and rural revitalization / J. Manag. – 2022. – 19. – P. 624-632.

15. Chambers William, Jeffrey Hopkins, Kenneth Nelson, Janet Perry, Shirley Pryor, Peter Stenberg, Thomas Worth. E-Commerce in United States Agriculture // ERS White Paper. – May 25. – 2001. – 87 p.

REFERENCES

1. Ob utverzhdenii Konceptii razvitiya agropromyshlennogo kompleksa Respubliki Kazahstan na 2021-2030 gody. Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 30 dekabrya 2021 goda № 960 [On approval of the Concept of development of the agro-industrial complex of the Republic of Kazakhstan for 2021-2030. Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated December 30, 2021 No. 960] // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000960> [in Russian].

2. Al'muhambetova B.Zh., Ermankulova R.I. Perspektivy razvitiya jelektronnoj kommercii v Kazahstane [Prospects for the development of e-commerce in Kazakhstan] [Elektronnyy resurs]. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-kazahstane> [in Russian].

3. Zhanbozova A.B., Azatbek T.A., Valieva S.N., Tuzelbaeva I.N., Zhumanazarov K.B. Rynok jelektronnoj kommercii v Kazahstane: analiz sostojaniya i napravleniya razvitiya [E-commerce market in Kazakhstan: analysis of the state and directions of development] // Economics: the strategy and practice. – 2021. – 16(1). – S: 34-48. – URL: https://doi.org/10.51176/JESP/vol_16_issue_1_T3 [in Russian].

4. Toleuuly A., Yessengeldin B., Khussainova Zh., Yessengeldina A., Jumabaeva Sh., Zhanseitov A. Features of E-Commerce Risk Management in Modern Conditions [Electronic resource] // Academy of Strategic Management Journal. – 2020. – Vol. 19. Issue 1. – P. 1-6. – URL: <https://www.abacademies.org/articles/features-of-ecommerce-risk-management-in-modern-conditions-8998.html>.

5. Stukalova I.B. Perspektivy razvitiya jelektronnoj trgovli: vozmozhnosti i ugrozy [Prospects for the development of electronic commerce: opportunities and threats] // Teoreticheskaja i prikladnaja jekonomika. – 2021. – № 4. – S. 29-40. – DOI: 10.25136/2409-8647.2021.4.36909 [in Russian].

6. Shouchen Liu, Zhaoyu Yu Modeling and efficiency analysis of blockchain agriculture products E-commerce cold chain traceability system based on Petri net, Heliyon. – Volume 9, Issue 11. – 2023. – DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e21302.
7. Shaolong Zeng, Qinyi Fu, Fazli Haleem, Yiyang Han, Ling Zhou, Logistics density, E-commerce and high-quality economic development: An empirical analysis based on provincial panel data in China // Journal of Cleaner Production. – Volume 426. – 2023. – DOI: 10.1016/j.jclepro.2023.138871.
8. Wilm Fecke, Michael Danne, Oliver Musshoff. E-commerce in agriculture – The case of crop protection product purchases in a discrete choice experiment // Computers and Electronics in Agriculture. – Volume 151. – 2018. – P. 126-135. – DOI: 10.1016/j.compag.2018.05.032.
9. Wang Y., Zhang Z. A Study on the Willingness and Factors Influencing the Digital Upgrade of Rural E-Commerce // Behavioral Sciences. – 2023. – 13(2). – P: 95. – DOI: 10.3390/bs13020095.
10. Dorothee Schulze Schwering, Winnie Isabell Sonntag, Sarah Kühl, Agricultural E-commerce: Attitude segmentation of farmers // Computers and Electronics in Agriculture. – Volume 197. – 2022. – DOI: 10.1016/j.compag.2022.106942.
11. Struktura roznichnogo tovarooborota Kazahstana za 2015-2022 gody [Structure of retail trade turnover in Kazakhstan for 2015-2022] [Elektronny resurs] // Statisticheskij sbornik. – Astana: Bjuro nacional'noj statistiki. – 2022. – 264 s. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/local-market/dynamic-tables/> [in Russian].
12. O regulirovanii torgovoj dejatel'nosti. Zakon Respubliki Kazahstan ot 12 aprelja 2004 goda № 544. [On regulation of trade activities. Law of the Republic of Kazakhstan dated April 12, 2004 No. 544] // https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544_ [in Russian].
13. Ob jelektronnoj kommercii v Respublike Kazahstan [About e-commerce in the Republic of Kazakhstan] [Elektronny resurs] // Statisticheskij sbornik. – Astana: Bjuro nacional'noj statistiki. – 2022. – 24 s. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/local-market/spreadsheets/> [in Russian].
14. Zhang S., Qiao H., Zhang Y., Li Z.L. Research status and prospect of rural e-commerce to help poverty alleviation and rural revitalization / J. Manag. – 2022. – 19. – P. 624-632.
15. Chambers William, Jeffrey Hopkins, Kenneth Nelson, Janet Perry, Shirley Pryor, Peter Stenberg, Thomas Worth. E-Commerce in United States Agriculture // ERS White Paper. – May 25. – 2001. – 87 p.

Егембердиев Р.А., Есиркепова А.М., Тайбек Ж., Есенгельдина А.С.

РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКТОВ ЖИВОТНОВОДСТВА

Аннотация

В статье рассмотрены особенности внедрения электронной коммерции для сбыта продуктов животноводства. Авторы уделили внимание трудам ученых, которые исследовали особенности развития электронной коммерции в животноводстве: основные факторы, влияющие на темпы развития электронной коммерции; системы отслеживания продуктов электронной коммерции с помощью блокчейна; развитие индустрии логистической отрасли, поддерживающую более высокую эффективность электронной коммерции; готовность фермеров к цифровой модернизации сельской электронной коммерции; поведение покупателей сельскохозяйственной продукции в Интернете; стандарты внутренней и международной электронной торговли. Авторами статьи выявлены основные проблемы, которые влияют на внедрение электронной коммерции в животноводстве: плохая сельская логистическая инфраструктура; несоответствие выпускаемой продукции стандарту; короткий срок хранения продукции; отсутствие опыта обучения электронной коммерции сельских жителей; низкая скорость интернета в сельской местности; слабая цифровая модернизация села; отсутствие специальной платформы по реализации продукции животноводства; неразвитость сервисных центров электронной коммерции. В статье рекомендованы направления для реализации продукции животноводства через механизмы электронной коммерции: пропагандировать отечественную продукцию среди населения с помощью рекламных информационных потоков; разработать научно-методические инструкции по продаже продуктов животноводства на рынке электронной коммерции; создать электронную платформу для анализа данных о пользователях сельскохозяйственной продукции; внедрить технологии отслеживания сельскохозяйственной продукции на основе блокчейна.

Yegemberdiyev R., Yessirkepova A., Taibek Zh., Yessengeldina A.

THE ROLE OF E-COMMERCE IN LIVESTOCK PRODUCTS TRADE

Annotation

The article discusses the features of introducing e-commerce for marketing livestock products. The authors paid attention to the works of scientists who studied the features of the development of e-commerce in livestock farming: the main factors influencing the pace of development of e-commerce; e-commerce product tracking systems using blockchain; development of the logistics industry supporting higher efficiency of e-commerce; farmers' readiness for digital modernization of rural e-commerce; behavior of buyers of agricultural products on the Internet; standards for domestic and international electronic commerce. The authors of the article identified the main problems that affect the implementation of e-commerce in livestock farming: poor rural logistics infrastructure; non-compliance of manufactured products with the standard; short shelf life of products; lack of experience in e-commerce training for rural residents; low Internet speed in rural areas; weak digital modernization of rural areas; lack of a special platform for the sale of livestock products; underdevelopment of e-commerce service centers. The article recommends directions for selling livestock products through e-commerce mechanisms: promoting domestic products among the population using advertising information flows; develop scientific and methodological instructions for selling livestock products on the e-commerce market; create an electronic platform for analyzing data on users of agricultural products; implement blockchain-based tracking technologies for agricultural products.

