

**БҮЛЕНТ ШЕН**

**Қазақстанда электронды сауданы басқару жүйесін жетілдіру**

6D050700 – Менеджмент

Философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін  
дайындалған диссертация

Ғылыми кеңесші:  
экономика ғылымдарының докторы,  
профессор Ыдырыс С.С.

Шетелдік ғылыми кеңесші:  
доктор PhD, профессор Бурхан Өзкан

## МАЗМҰНЫ

<b>НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР</b> .....	3
<b>БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР</b> .....	4
<b>КІРІСПЕ</b> .....	6
<b>1 ҚАЗАҚСТАНДА ЭЛЕКТРОНДЫ САУДАНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ЖӘНЕ БАСҚАРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ</b> .....	12
1.1 Электронды сауданы тұрақтандырудың мәні мен принциптері.....	12
1.2 Электронды сауда жүйесін басқарудың әлемдік тәжірибесі .....	29
1.3 Қазақстанда электронды сауданы қалыптастыру және басқару жүйесінің алғышарттары.....	45
<b>2 ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭЛЕКТРОНДЫ САУДАНЫ БАСҚАРУДЫҢ ЗАМАНАУИ ЖАҒДАЙЫ МЕН ШАРТТАРЫН ТАЛДАУ</b> .....	63
2.1 Қазақстандағы электронды сауданы басқару жүйесінің элементтерін талдау.....	63
2.2 Қазақстанда электронды сауданы басқарудың негізгі бағыттары.....	82
<b>3 ҚАЗАҚСТАНДА ЭЛЕКТРОНДЫ САУДА ЖҮЙЕСІН БАСҚАРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ</b> .....	104
3.1 Электронды сауданың көліктік-логистикалық жүйесін басқаруды жетілдіру.....	104
3.2 Қазақстанда электронды сауданы басқарудың заңнамалық базасын жетілдіру.....	118
3.3 Электрондық саудада тұтынушылық таңдауды дамыту жағдайындағы процесті модельдеу .....	124
<b>ҚОРЫТЫНДЫ</b> .....	141
<b>ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ</b> .....	147
<b>ҚОСЫМША</b> .....	155

## НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР

Осы диссертацияда мынандай нормативтік актілерге сілтемелер жасалған:  
Қазақстан Республикасының Кодексі. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі: 1994 жылдың 27 желтоқсаны, №269 XIII қабылданған.

Қазақстан Республикасының заңы. Қазақстан Республикасының Ұлттық банкі туралы: 1995 жылдың 30 наурызы, №2155 қабылданған.

Қазақстан Республикасының заңы. Электрондық құжат және электрондыцифрлық қолтаңба туралы: 2003 жылының 7 қаңтары, №370 қабылданған.

Қазақстан Республикасының Заңы. Сауда қызметін реттеу туралы: 2004 жылының 12 сәуірі, №544 қабылданған.

Қазақстан Республикасының Заңы. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы: 2010 жылының 4 мамырда, №274-IV қабылданған

Қазақстан Республикасының Заңы. Рұқсаттар және хабарламалар туралы: 2014 жылының 16 мамырда, №202-V қабылданған.

Қазақстан Республикасының Кодексі. Қазақстан Республикасының кәсіпкерлік кодексі туралы: 2015 жылының 29 қазанында, №375-V қабылданған.

Қазақстан Республикасының Заңы. Ақпараттандыру туралы: 2015 жылының 24 қарашада, №418-V қабылданған.

Қазақстан Республикасының Заңы. Төлемдер және төлем жүйелері туралы: 2016 жылының 26 шілдесі, №11-VI қабылданған.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы: 2017 жылының 12 желтоқсаны, №827 бекітілген

«Қазақстанның Үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік» Мемлекет басшысы Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы. 2017 жылғы 31 қаңтар.

Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы. Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі стратегиялық дамыту жоспарын бекіту туралы: 2018 жылының 15 ақпанында, №636 бекітілген.

Қазақстан Республикасының Сауда және интеграция министрінің бұйрығы. Қазақстан Республикасында электронды коммерцияны дамытудың 2025 жылға дейінгі жол картасын бекіту туралы: 2020 жылының 24 ақпанында, №34-НҚ бекітілген.

## БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

АТТ	- ақпараттық теңсіздікті төмендету
ЖПК	- жекеменшік пәтер иелерінің кооперативі
ЕАЭО	- Еуразиялық Экономикалық Одақ
СЭҚ ТН	- Сыртқы экономикалық қызметтер бойынша тауарлар номенклатурасы
ЖІӨ	- Жалпы ішкі өнім
ЭЕМ	- Электронды есептеуіш машинасы
ISO	- International Standard Organization
OSI	- Open System Interconnection
MRP	- Material Requirements Planning
ERP	- Enterprise Resource Planning
АКТ	- Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар
A2A	- Administration-to-Administration
B2C	- Business-to-Consumer («фирма-тұтынушы»)
B2G	- Business-to-Government («фирма-мемлекет»)
B2A	- Business-to-Administration
B2B	- Business-to-Business («фирма-фирма»)
C2B	- Consumer-to-Business («тұтынушы-фирма»)
C2C	- Client-to-Client
P2P	- Peer-to-Peer («бірдей-бірдей»)
G2B, A2B	- Government-to-Business («мемлекет-фирма»)
G2C, A2C	- Government-to-Consumer немесе Administration-to-Consumer («мемлекет-тұтынушы»)
C2G, C2A	- Consumer-to-Government («тұтынушы-мемлекет»)
G2G, A2A	- Government-to-Government («мемлекет-мемлекет»)
E2E	- Exchange-to-Exchange («биржа-биржа»)
VAN	- Value added network
EDI	- Electronic Data Interchange
EFS	- Electronic Funds Transfer
SWIFT	- Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications
e-cash	- Электронды ақша
e-trade	- Электронды сауда
e-marketing	- Электронды маркетинг
HTML	- HyperText Markup Language
АҚШ	- Америка Құрама Штаттары
ҚХР	- Қытай Халық Республикасы
FTC	- Федералды сауда комиссиясы
ЭЫДҰ	- Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы
КОК	- Кіші және орта кәсіпкерлік
АСК	- аймақтық сауда келісімдері
ТМД	- тәуелсіз мемлекеттер достастығы
ДСҰ	- Дүниежүзілік сауда ұйымы

ЭСА	- Электронды сауда алаңы
ҚР	- Қазақстан Республикасы
ЖШС	- Жауапкершілігі шектеулі серіктестік
ЖК	- Жеке кәсіпкерлік
КТС	- Корпоративтік табыс салығы
ҚҚС	- қосымша құн салығы
ЭС	- электронды сауда
ЕО	- Еуропалық одақ
ХПЖ	- халықаралық пошта жөнелтілімдерді
LPI	- логистиканың тиімділігі индексі
ICAO	- азаматтық авиацияның халықаралық ұйымдары стандарты

## КІРІСПЕ

**Зерттеу тақырыбының өзектілігі.** Мемлекет дамуында, әсіресе, дамудың жаңа индустриалды-инновациялық жолымен келе жатқан Қазақстан үшін экономикалық өсудің тұрақтылығы мен серпінділігін қамтамасыз ететін инфрақұрылымдық жүйекүруші салаларды дамыту деңгейінің заманауи жағдайы маңызды фактор болып тұр.

Қазақстан экономикасының 2000-2014 жылдары (15 жылдық кезеңінде 3 есеге) жылдам өсуі көбінесе кен өндіруші салалардың ресурстарын экспорттау өндірісі көлемінің арттырылуы арқылы қамтамасыз етілді. Қазақстанның заманауи индустриалды қоғамға өту мақсатындағы ресурсқа тәуелділік мәселелерін жою басқа перспективалық салаларды дамыту үшін сапалы басқарушылық шараларды қабылдауды талап етеді. Осындай сфералардың бірі ретінде шығатын ұлттық экономиканың мұнай-газ секторынан кейінгі аса ірі саласы (2019 жылдың басындағы мәліметтер бойынша ЖІӨ-нің 18%-ын қамтамасыз ететін және қызмет көрсету саласында елдің ЖІӨ-нің 17%-ын өндіретін ең маңызды салаларының бірі) [1] сауда болып табылады. Сауда экономикада халықтың 15%-ынан астамын еңбекпен қамтиды.

Соңғы уақытта дүниежүзілік және ұлттық экономикада рөлі жаһандандырудың, интеграциялаудың және цифрландырудың объективті процестерімен шарттастырылған электронды сауда интенсивті даму үстінде. Бұл өз кезегінде Қазақстанда электрондық сауданың дамуына мүмкіндік берген «цифрлық экономиканың» жаңа ақиқаттылығының дамуында қызмет етті.

Елдің дамуы үшін электрондық сауданың рөлінің қаншалықты екендігін қайта бағалау әрине қиын. Дегенмен электрондық сауда технологияларының дамуынан келген экономикалық нәтиже жағымды өсуді көрсетіп отыр және бүгінде аталмыш сфера қызметі дүниежүзіндегі елдердің көбісінде заманауи қоғамдастық өмірдің ажырамас бір бөлігі болып табылуда. Сондай-ақ, электрондық сауданың дамуы кіші және орта кәсіпорындардың ірі бизнеспен бәсекелестігіндегі мүмкіндіктерін айтарлықтай арттырып отыр. Мұның өзі тауар өткізу нарығы географиясын кеңейтуге, тұтынушылардың үлкен клиенттік базасын қалыптастыруға мүмкіндік беріп тұр. Бұдан басқа электрондық сауданың дамуы, сонымен бірге, өзін қамтамасыз ететін инфрақұрылымдық дамудың қажеттілігін де, сондай-ақ Интернеттен алынған тауарларды сапалы және жылдам жеткізу үшін нормативті-құқықтық реттеу, электрондық есептер, көліктік-логистикалық сфералар жүйесін дамыту, елдегі тұрғындардың интернетке дендеп ену дәрежесін арттыру, компьютерлік сауаттылығын дамыту және т.б. шараларды қабылдау сияқты сабақтас мәселелерді де терең анықтауды және шешуді арттырады.

Сондықтан да дүниежүзіндегі әр түрлі елдердің үкіметтері электрондық сауданы дамыту жөніндегі мемлекеттік басқару шараларын жасауға және іске асыруға назар аудара отырып, өз экономикасындағы: қаржылық, басқарушылық, ұйымдастырушылық, маркетингтік, АТ-қадағалау, көліктік инфрақұрылымды дамыту және т.б. секілді басқа сабақтас салаларды дамытуға

мүмкіндік жасайды.

Ұлт көшбасшысы 2017 жылғы 31 қаңтардағы Қазақстан халқына Жолдауында өзегі цифрландыру болып табылатын Үшінші жаңғыруды жариялады, цифрлық технологияларды қолдана отырып құрылған жаңа өндірістерді өсіру қажеттілігін атап өтті және «бұл байланыстың дамуын, талшықты-оптикалық инфрақұрылымға кең қол жетімділікті қамтамасыз ету үшін маңызды. Цифрлық индустрияны дамыту барлық басқа салаларға серпін береді» [2]. Үкімет экономика үшін электронды сауданы дамытудың маңыздылығын түсіне отырып, интернетте қызметті реттеуді қамтамасыз ететін ең аз құқықтық базаны қалыптастырған, сабақтас сфераларды дамытатын электронды сауданы дамыту жөніндегі Жол картасымен бекітілген «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы аясында белсенді іс-шараларды іске асыруда. Мәселен, 2018 жылдан бастап логистикалық инфрақұрылымдарды дамыту мақсатыменен сұрыптау орталықтары мен логистикалық хабтарды-Fulfillment орталықты құру бойынша жұмыстар басталды. Өңделіп, жіберілетін заттың санын 20%-ға, яғни 5,148 млн. данадан 6 млн. данаға дейін арттырылу көзделген, бұл Қазақстан территориясында заттарды жеткізу мерзімі 15 күннен 6 күнге дейін төмендеп, қысқартылғанын көрсетеді, сондай-ақ экспресс поштаның көмегімен кейбір бағыттар бойынша 1 күнге дейін қысқартылған [2].

Қазақстандағы электронды сауданы басқару жүйесін ескере отырып, оны реттеудің, өзара әрекеттестірудің түйткілді мәселелерінің перспективалық және қажет етілетін зерттемелері ұсынылады; бүгінде елдегі бар мүмкіндіктер мен қауіп-қатерлерді, сондай-ақ, экономиканың күшті және әлсіз жақтарын міндетті түрде ескере отырып, Қазақстандағы электронды сауданың өсуін және интенсивті дамуын қамтамасыз етуге қабілетті заманауи басқару механизмдерін пайдалану қажет. Қазақстандағы электронды сауданы дамытуды ең жоғары мемлекеттік деңгейде қайта құрмайынша, ең алдыменен, басқарудың экономикалық және құқықтық салаларын өзгертуге қатысты мәселелерді шешпейінше табысқа жету мүмкін емес. Мемлекеттік басқару органдарының қазақстандық ақиқаттылыққа бағдарланған нақты басқарушылық бағыттарын құру аталмыш сфераны басқару тиімділігін айтарлықтай арттыруға қабілетті жаңа мемлекеттік менеджменттің құралдарын қолдануға қайта бағдарланған жағдайда ғана электронды сауда жүйесін дамытудың жоғары көрсеткіштерінің жетістіктеріне қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Дүниежүзілік экономикалық дағдарыстар жаңа сын-қатерлерді тудырады және мемлекеттік саясаттың халықтың қажетті әлеуметтік қорғалуын қамтамасыз етуге бағытталғандығына байланысты мемлекеттің экономикаға көбірек қатысуына әкеледі. Мемлекеттің жоғары белсенділігінің жанама әсері - бұл халықтың және бизнестің тәуекелге барғысы келмеуі және олардың қазіргі заманғы сын-қатерлерге қарсы экономикалық агент ретінде өзін-өзі ұстауды өзгерту қажеттілігі. Әлемде орын алған COVID-19 пандемиясы электрондық сату мен сатып-алу үдерісін жеделдетті және жаңа компаниялар мен клиенттердің санын күрт көбеюіне өз ықпалын тигізді. Мысалы, ҚР Сауда

және интеграция министрлігінің деректеріне сәйкес 2020 жылдың бірінші жартыжылдығында электрондық сауда көлемінің күрт өсуі тіркелді. COVID-19 пандемиясы онлайн-сауданың айтарлықтай өсуіне әкелді және B2C арналары арқылы сатылымды арттырды. Интернет арқылы бөлшек сауда белсенділігінің артуы науқастанғанда және карантин кезеңінде орын алды. B2C арналары арқылы сатылымның артуы әсіресе дәрі-дәрмектерді, тұрмыстық заттар мен тамақ өнімдерін онлайн сатуда байқалады.

Карантин кезінде онлайн-сауданың және төлем операцияларын жүргізудің ұлғаюы байқалды. Ұлттық банктің деректеріне сәйкес, 2020 жылғы 1 мамырдағы жағдай бойынша елдегі қолма-қол ақшасыз операциялардың көлемі 2,5 еседен астамға ұлғайды және шамамен 7,5 трлн теңгені құрады [1].

Осы себепте диссертациялық зерттеу тақырыбының өзектілегі ешқандай күмән туғызбайды.

**Ғылыми проблеманы толық пайдалану дәрежесі.** Шетелдің және посткеңестік кеңістіктің ғалымдары мемлекеттік басқаруды дамытуды оның жаңа парадигмасы мемлекеттік менеджмент ретінде, электронды сауданы экономиканың маңызды сферасы ретінде қарастырып, ал оны басқарудың әр түрлі аспектілерін, атап айтқанда: электронды сауда нарығын қалыптастыруды және дамытуды, оны мемлекеттік реттеу және басқару мәселелерін, құқықтық және нормативтік қамтамасыз етілуін, киберкеңістіктегі тұтынушылардың меншіктік құқықтарын қорғауды, бизнестің әр түрлі салаларында электронды сауданы қолданудың тиімділігін бағалауды, жасалған халықаралық электронды сауданы реттеуді, электрондық сауданың жаһандық экономикалық процеске және жаһандастыруға ықпалын, ұлттық инфрақұрылымдарды дамытуға әсерін және т.б. зерттеумен белсенді түрде айналысуда.

Электронды бизнестің, электронды коммерцияның теориялық аспектілері Козье Д., Илайес Э., Эймор Д. Звасс В., Чафей Д., Саммер А., Дункан Г., Тризе С., Фафенбергер Б., Уолл Д. еңбектерінде жан-жақты негізделген.

Мищенко В.И., Шаповалов А.В., Юрчук В., Кудряшов А.А., Климченя Л.С., Кобелев О.А., Пирогов С.В., Грехов А.М., Тедеев А.А., Плескач В. Л., Царев В.В., Кантарович А.А. секілді ресейлік зерттеушілер мен бірқатар басқа ғалымдар мемлекеттік және саяси басқарудың әр түрлі аспектілерін зерттеген.

«Интернет» жаһандық ақпараттық желісінің құқықтық аспектілеріне арналған еңбектердің саны көп екендігін атап өткеніміз дұрыс, атап айтқанда, Ю.А.Букреев, И.Голдовский, С.В.Овсейко, Н.В. Козинец және басқалар осы бағытты зерттеп жүр.

Электронды бизнесті, электронды коммерцияны дамыту мәселелері отандық ғалымдар еңбектерінде әзірге аз көрініс тапқан. Қазақстандық авторлар арасынан С.В.Минихановтың, Р.Г.Шакированың, М.Жумадилова, М.К.Жусупбекова, А.Альшанская, Б.Садыков, С.С.Ыдырыс, А.К.Казыбаев сияқты ғалымдардың еңбектерін айтуға болады, олар өз зерттеулерінде Қазақстандағы электронды сауданы басқару жүйесінің сол немесе басқа аспектілерін атап көрсеткен.

Бұдан басқа, Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы (ЭЫДҰ)



дамушы елдердегі электрондық сауданы дамыту мәселелеріне тұтас бірқатар құжаттарды арнаған. Көптеген ғалымдар электрондық сауданың ұғынықты базасы мен жүйелендірудің және бірегейлендірудің жалпы категориялды аппараты бойынша жұмыстар орындады. Сонымен бірге көрсетілген еңбектерде, сондай-ақ бұрын жүргізілген зерттеулерде ұлттық экономика аясындағы электронды сауданың мемлекеттік басқару сферасын дамытуға қатыстылығы туралы кешенді зерттеулер орындалмаған.

Осылайша, жоғарыда баяндалғандарға сүйене отырып, диссертациялық зерттеу тақырыбының өзектілігі ешқандай күмән туғызбайды деп айта аламыз.

Диссертациялық зерттеудің **мақсаты:** Қазақстан Республикасында электронды сауда тиімді мемлекеттік басқару жүйесін қамтамасыз етудің мүмкіндігіне, бағытына және құралына теориялық негіздерді дәлелідеу, оларды жүзеге асыру бойынша практикалық ұсыныстарды дайындау болып табылады.

Жұмысты зерттеу барысында осы мақсаттан келіп шығатын бірқатар **міндеттер** шеңбері белгіленді:

-электронды сауданы басқарудың теориялық аспектілерін қарастыру, электронды сауданы басқарудың мәні мен принциптерін белгілеу, категориялық аппаратты анықтау;

-электронды сауданы басқару жүйесінің дамуы барысында пайда болған проблемаларын негіздеу;

-Қазақстанда электронды сауда жүйесін басқаруды дамытудың негізгі перспективаларын нақтылау;

-Қазақстандағы электронды сауда жүйелерін дамытуды құрайтын ұсыныстарды жасау және негіздеу.

**Зерттеу объектісі** – Қазақстандағы интернет желісін пайдалану арқылы электрондық сауда жүйесінің субъектілері болып табылады.

**Зерттеу пәні** – Қазақстандағы электронды сауда жүйесінде мемлекеттік менеджменттің барлық заманауи құралдарын пайдалану арқылы басқару процесі.

**Диссертациялық зерттеудің теориялық негіздерін** мемлекеттік саясат және мемлекеттік басқару мәселелері саласындағы электронды сауда жүйесін дамыту, электронды сауда сферасындағы әрекет етуші кәсіпорын қызметін нормативтік-құқықтық реттеуді тұрақтандыруды қамтамасыз етуі үшін оның инфрақұрылымдары, электронды сауда инфрақұрылымдары және т.б. туралы зерттеген отандық та, шетелдік те авторлардың еңбектері құрайды.

Диссертациялық зерттеудің **методологиялық негізі** жүйелік және салыстырмалы, қаржылық-экономикалық, ұйымдастырушылық-басқарушылық талдау әдістері, сондай-ақ Қазақстандағы және дүниежүзіндегі электронды сауда дамуының статистикалық талдамасы болып табылады. Мәліметтерді зерттеу барысында зерттеудің бақылау және жиынтықтау, талдау, мәліметтерді топтастыру және синтездеу, концептуалды модельдеу секілді жалпы ғылыми әдістері де, сондай-ақ дедуктивті және индуктивті әдістер де пайдаланылды.

Жұмыстың **ғылыми жаңалығы** мыналармен қорытындыланады:

-«электронды сауда», «электронды коммерция» және «электронды сауда

жүйесін мемлекеттік басқару» ұғымдарының категориялық аппаратының анықтамасы ұсынылды;

-Қазақстанда электронды сауданы басқарудың негізгі алғышарттары мен факторлары анықталды және топтастырылды;

-Қазақстандағы электронды сауда жүйесін басқарудың негізгі элементтеріне сипаттама берілді;

-Қазақстандағы электронды сауданы басқарудың түйінді проблемалары аталмыш процестің негізгі бағыттарына талдау жасау негізінде топтастырылды және перспективасы белгіленді;

-электронды дүкеннің сауда қызметін, «тұтынушы-сатушы» жүйесінде электронды саудаға қатысушылардың өзара әрекеттерін, сондай-ақ электронды саудадағы тұтынушылар таңдауын дамыту жағдайында компьютерлік сауаттылық деңгейін арттыруды жоспарлаудың моделі ұсынылды.

**Қорғауға шығарылған диссертациялық зерттеудің негізгі жағдайы.** Диссертациялық қорғауға Қазақстан Республикасындағы электронды сауда жүйесін басқаруды жетілдіру жөніндегі ұсыныстар түріндегі ғылыми әзірлемелер шығарылды:

- электронды сауда жүйесін басқару процесіндегі элементтері тығыз өзара байланысты және тұтынушылар сұраныстарын қанағаттандырудың жалпы мақсаттарының жетістіктері үшін бірлесіп қызмет істейтін жүйелік, процестік және ситуациялық тәсілдерді бір уақытта қолдану негіздемесі;

- электронды сауданы басқару процесі жүйені тұтас басқару әрекеттерін, оны қамтамасыз ететін жекелеген салаларды қамтамасыз етуге қатысты қаржылық салаларды, электронды ақшаны тұрақтандыру қажеттілігі негізделген;

- электронды саудадағы сатып алушылар мен сатушылар арасында сауалнама жүргізу негізінде олардың сауаттылық деңгейін және сатып алу (сату) интенсивтілігін анықтау үшін тұтынушылар таңдауын дамыту жағдайында компьютерлік сауаттылығы деңгейін арттыру процесін модельдеудің нәтижелері;

- электронды саудадағы тұтынушылар таңдауын дамыту жағдайында компьютерлік сауаттылығы деңгейін арттыру жөніндегі ұсыныстар.

Диссертациялық зерттеудің **теориялық және практикалық маңыздылығы** «электронды сауда жүйесін басқарудың» категориялық және инструментарлық аппаратын нақтылаумен және жанжақты, «электронды сауда», «электронды сауданы басқару», «электронды сауда жүйесі» анықтамаларын нақтылаумен және баяндаумен қорытындыланады. Автордың алған нәтижелері мен тұжырымдамалары Қазақстанның электронды сауда жүйесін дамытуды реттеу мәселелерінде ілгерілемелі экономикалық дамудың жалпы стратегияларын іске асыру тиімділігін жақсарту, Қазақстан Республикасының әлемдік экономикалық аренадағы бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатыменен электронды сауда сферасында әрекет етуші аталмыш бағыттағы биліктің мемлекеттік органдары субъектілері қызметінің және бизнес субъектілерінің барлық спектрлерінің тікелей сапалы жаңа дамуға

көтеру мақсатыменен мемлекеттік басқару процесін кеңейтуге, нақтылауға, жетілдіруге мүмкіндік жасайды.

**Жұмыстың нәтижесі:** Қазақстандағы электронды бизнесті дамыту бағдарламасы шеңберіндегі басқарудың жаңа стратегияларын қалыптастыру және жүзеге асыру үшін биліктің мемлекеттік органдарының практикалық қызметінде одан ары қарай пайдаланылуы мүмкін.

Зерттеу жұмысының негізгі нәтижелері мен қорытындылары отандық және шетелдік ғылыми басылымдарда 10 мақала түрінде жарияланған, соның ішінде: ҚР Білім және ғылым министрлігінің Білім және ғылым саласында сапаны қамтамасыз ету комитетімен бекітілген журналдарда-3 мақала, Халықаралық конференциялардың материалдарында-5, Халықаралық журналда – 1 мақала және импакт-фактор «Scopus» базасына кіретін ғылыми базада-1 мақала.

Диссертация нәтижесі «Қазпочта» Акционерлік қоғамы оңтүстік Қазақстан филиалы қызметіне енгізілді (Қосымша А).

**Зерттеу гипотезасы:** мемлекеттік басқарудың заманауи әдіснамасымен және аспаптарымен ымыраласу электронды сауда жүйесін басқару сферасындағы неғұрлым сапалы және мақсатқа бағытталған саясатын жасауға, Қазақстанда электронды сауда жүйесінің ілгерілемелі дамуын қамтамасыз ететін оның сабақтас сфераларын дамыту белсенділігін ынталандырудың неғұрлым әрекетті шаралары үшін оның субъектілері мен әзірлемелерін жасауға мүмкіндік береді.

**Диссертациялық зерттеудің құрылымы.** Жұмыс классикалық құрылымға ие және ол кіріспеден, параграфтары бар үш тараудан, қорытындыдан, пайдаланылған дереккөздер тізімінен, зерттеу тақырыбы бойынша қосымшалардан тұрады. Жұмыста 47 сурет және 18 кесте бар.