

«АКАДЕМИК Е.А. БӨКЕТОВ АТЫНДАҒЫ ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ
НАО «КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. АКАДЕМИКА Е.А. БУКЕТОВА»
NLC "KARAGANDY UNIVERSITY OF THE NAME OF ACADEMICIAN E.A. BUKETOV"

ЦИФРЛЫҚ ЭКОНОМИКА: БИЗНЕСТІҢ ЖАҢА АРХИТЕКТОНИКАСЫ ЖӘНЕ ҚҰЗЫРЕТТІЛІКТЕР ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ

Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдар жинағы

8 желтоқсан 2023 ж.

Ғылыми электрондық басылым

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: НОВАЯ АРХИТЕКТОНИКА БИЗНЕСА И ТРАНСФОРМАЦИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сборник материалов Международной научно-практической конференции

8 декабря 2023 г.

Научное электронное издание

DIGITAL ECONOMY: NEW BUSINESS ARCHITECTONICS AND TRANSFORMATION OF COMPETENCIES

Collection of materials of the International Scientific and Practical Conference

December 8th, 2023

Scientific electronic publication

Қарағанды
2023

ӘОЖ 33:004
КБЖ 65:32.973
Ц42

Басылымның электрондық аналогы — Электронный аналог печатного издания

Цифрлық экономика: бизнестің жаңа архитектурасы және құзыреттіліктер трансформациясы: Халықарал. ғыл.-тәжір. конф. материалдар жин. (8 желтоқсан 2023 ж.) = Цифровая экономика: новая архитектура бизнеса и трансформация компетенций: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (8 декабря 2023 г.) = Digital economy: new business architectonics and transformation of competencies: Collection of materials of the Intern. Sci. and Pract. Conf. (Dec. 8, 2023). — Қарағанды: «Акад. Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды ун-ті» КЕАҚ баспасы, 2023. — 840 б. — Қазақша – орысша – ағылшынша.

Ұйымдастыру комитеті – Организационный комитет

Тажбаев Е.М. (председатель), **Ламбекова А.Н.** (сопредседатель),
Касымов С.С., Мыржықбаева А.Б., Акбаев Е.Т., Мамбетова С.Ш.,
Мамраева Д.Г., Куттыбаева Н.Б., Атабаева А.К.

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Ламбекова А.Н., Мыржықбаева А.Б., Калкабаева Г.М., Хишаева Ж.Т.,
Газизова М.Р., Торжанова Д.А., Ескерова З.А.

Ц42 **Цифрлық экономика: бизнестің жаңа архитектурасы және құзыреттіліктер трансформациясы** : Халықарал. ғыл.-тәжір. конф. материалдар жин. (8 желтоқсан 2023 ж.) : ғыл. электрон. басылым = **Цифровая экономика: новая архитектура бизнеса и трансформация компетенций**: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (8 декабря 2023 г.) : науч. электрон. изд. = **Digital economy: new business architectonics and transformation of competencies**: Collection of materials of the Intern. Sci. and Pract. Conf. (Dec. 8, 2023) : sci. electron. publ. — Қарағанды: «Акад. Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды ун-ті» КЕАҚ баспасы, 2023. — Баспа басылымы бойынша шығарылған. — PDF-файл. — Жүйеге қойылатын талаптар: Pentium 4; 1,3 ГГц және жоғары; Internet Explorer Acrobat Reader 4.0 немесе үлкен. — Қазақша – орысша – ағылшынша.

ISBN 978-601-362-180-7

Жинаққа Қазақстан Республикасының және шетел ғалымдардың, оқытушылардың, жас зерттеушілердің экономиканы цифрландыру, Индустрия 4.0 жағдайындағы менеджмент, туризм, Төртінші өндірістік революция жағдайындағы кәсіпкерлік іс-әрекетін бухгалтерлік және қаржылық қамтамасыз ету саласындағы ғылыми зерттеулерді қамтитын еңбектері енген.

В сборник вошли труды ученых, преподавателей, молодых исследователей Республики Казахстан и зарубежных стран, в которых отражены результаты научных исследований в области предпринимательства, цифровизации экономики, туризма, менеджмента в условиях Индустрии 4.0, финансового и бухгалтерского обеспечения предпринимательской деятельности в условиях Четвертой промышленной революции.

The collection includes the works of scientists, teachers, young researchers of the Republic of Kazakhstan and foreign countries, which reflect the results of scientific research in the field of entrepreneurship, digitalization of the economy, tourism, management in the context of Industry 4.0, financial and accounting support for entrepreneurship in the Fourth industrial revolution.

ӘОЖ 33:004
КБЖ 65:32.973

Материалдар жинағы авторлық басылымда жарияланады
Сборник материалов издается в авторской редакции

«Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті» КЕАҚ баспасы
100024, Қарағанды қ., Университет к-сі, 28, Тел. (7212) 35-63-16. E-mail: izd_kargu@mail.ru

ISBN 978-601-362-180-7

© Акад. Е.А. Бөкетов ат. Қарағанды ун-ті, 2023

**Экономиканың цифрлық трансформациясы:
жаңа бизнес-модельдер, технологиялар және құзыреттіліктер**

**Цифровая трансформация экономики:
новые бизнес-модели, технологии и компетенции**

**Digital transformation of the economy:
new business models, technologies and competencies**

Цифровая экономика в Казахстане: особенности формирования и тенденции развития в контексте современных вызовов и возможностей

Д.Б. Абдрахманова¹, М.А. Гопфауф², С.Т. Мусина³

^{1,2}студенты 2-го года обучения по специальности «Мировая экономика и таможенное регулирование»

³м.э.н., ст. преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса
dilya.abdrahmanova.04@mail.ru, whatwho5248@gmail.com

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная статья рассматривает ключевые аспекты внедрения цифровых технологий в современную экономику. В статье освещены особенности формирования цифровой экономики, включая цифровую трансформацию отраслей, использование больших данных и инновационных технологий, а также развитие цифровой инфраструктуры. Кроме того, рассмотрены текущие тенденции развития, такие как рост электронной коммерции, влияние финансовых технологий, Индустрия 4.0 и формирование цифровых платформ и экосистем. Статья подчеркивает важность адаптации к новым условиям и инвестиций в инновации для достижения устойчивого и интенсивного экономического роста в цифровую эпоху.

Ключевые слова: цифровизация, кибербезопасность, цифровые технологии, индустрия 4.0, цифровая трансформация, цифровые платформы.

Цифровизация охватывает различные сферы, включая промышленность, государственное управление, здравоохранение, образование, логистику и многие другие. Развитие цифровых технологий ускоряется под воздействием стремительных технологических изменений, проникающих во все аспекты нашей жизни и приводящих к значительным переменам. Инновации в области информационных и коммуникационных технологий не только влияют на поведение граждан, их информационные потребности, но и изменяют способы работы и обмена информацией. Передвижение цифровых инноваций, таких как облачные вычисления, мобильные услуги и искусственный интеллект, обещает еще более существенные изменения, предоставляя уникальные услуги и благосостояние, которые ранее казались невозможными. Цифровизация размывает границы, обеспечивая постоянное взаимодействие обществ на международном уровне.

Цифровая экономика (Digital Economy) – это экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях и инновационных решениях, которые являются базовыми производственными факторами и обеспечивают более высокую эффективность бизнеса. К области цифровой экономики относятся, главным образом, компании финансовой сферы, страхования, коммерции (в том числе e-commerce). Также Digital Economy включает в себя деятельность, связанную с предоставлением онлайн-услуг, с электронными платежами, краудфандингом, блокчейном и криптовалютой.

Цифровая трансформация стала ключевым элементом развития современных обществ, затрагивая все сферы и аспекты их функционирования. Необходимо развитие перспективных отраслей, таких как 3D-печать, онлайн-торговля, мобильный банкинг, цифровые сервисы и другие. Эти инновационные направления уже оказали значительное воздействие на экономики развитых стран, изменяя структуру традиционных отраслей.

На сегодняшний день Казахстан делает большие шаги в сфере IT-технологий. Благодаря этому в нашей стране появилась возможность, используя мобильное приложение или сайт, управлять документами и подписями с помощью «Egov» (Электронное Правительство), которое предоставляет всевозможные услуги юридическим и физическим лицам. «Damumed» — платформа, обеспечивающая удобный доступ к медицинским услугам, включая запись на прием к врачу, вызов врача на дом и просмотр медицинских документов. Программа, действующая во многих вузах страны, и в нашем в том числе. Это система

Platonus, предоставляющая студентам свободный выбор траектории обучения, повышение квалификации преподавателей, конкурентоспособности выпускников в эру информационных технологий и т.д. [1]

Словосочетание «цифровая экономика» всё больше входит в лексикон политиков, предпринимателей, журналистов. Одним из главных докладов Всемирного банка (ВБ) в серии «Мировое развитие» за 2016 год стал отчёт о состоянии цифровой экономики в мире. Доклад вышел под названием «Цифровые дивиденды». В предисловии к докладу, написанном бывшим президентом группы Всемирного банка Джимом Ён Кимом, говорится: «Мы переживаем величайшую информационно-коммуникационную революцию в истории человечества. Более 40 процентов населения планеты имеет доступ к Интернету, и каждый день в сеть выходят новые пользователи. Среди беднейших 20 процентов домохозяйств мобильный телефон есть почти в каждом 7 из 10. Число беднейших домохозяйств, располагающих мобильным телефоном, выше, чем имеющих доступ к туалету или чистой питьевой воде» [2].

Доклад затрагивает три основных тезиса: 1) широкое распространение Интернета, мобильной связи и информационно-компьютерных технологий (ИКТ) становится основой для создания цифровой экономики. 2) цифровая экономика многих стран мира находится в стадии бурного развития. 3) цифровая экономика приведёт к радикальному преобразованию мира со знаком «плюс».

В настоящий момент, предпосылки, обозначенные веком информационных технологий, побудили стремительное развитие в сферах здравоохранения, связи с общественностью, цифровизации правительства и всех аспектов нашей повседневной жизни. Здравоохранение теперь воспользовалось цифровыми технологиями для улучшения диагностики, лечения и мониторинга пациентов. Связь с общественностью стала более интерактивной и мгновенной благодаря социальным медиа и онлайн-платформам. Цифровизация правительства значительно упростила доступ граждан к государственным услугам, сделав процессы более прозрачными и эффективными.

На текущий момент более 5 миллиардов людей в мире используют интернет, что составляет 64,4% от общего населения Земли. Эксперты называют данное явление «цифровой революцией»: «Сегодня сети связи укрепляют связи между компаниями, гражданами и правительствами сильнее, чем когда-либо прежде. В результате цифровой революции частные лица мгновенно воспользовались преимуществами: коммуникация и получение информации стали проще и удобнее, появились бесплатные цифровые продукты, а также новые формы развлечений. Это также создало ощущение глубокой социальной взаимосвязи и глобального единства».

Они настаивают, что польза от «цифровой революции» станет ещё ощутимее («цифровые дивиденды» — ещё больше), если распространение ИКТ будет стимулироваться и направляться государствами. Охват должен быть 100-процентным! Никаких «теневых зон» на планете остаться не должно!

Государственная программа «Цифровой Казахстан».

«В целом не только я, но и наши эксперты, в том числе зарубежные эксперты констатируют некое замедление цифровизации» – Касым-Жомарт Токаев [3].

На момент ноября 2023 года Казахстан занимает 15-е место в рейтинге ООН по развитию электронного правительства.

Обеспечение конфиденциальности данных и защита от внешних атак играют существенную роль при развитии и внедрении новых технологий. Оценкой уровня кибербезопасности занимается Международный союз электросвязи (International Telecommunication Union, ITU) при Организации Объединенных Наций. Global Cybersecurity Index был запущен в 2015 году и действует по сей день, для оценки уровня страновой кибербезопасности. Его основные цели – помогать определить области для улучшения, поощрять страны принимать необходимые меры, повышая осведомленность об уязвимостях и кибербезопасности. Исходя из критериев оценивания, Республика Казахстан получила

высокие баллы. В сегменте правовых мер – 20; технических – 19,54; организационных – 18,46; в сфере мер по развитию потенциала – 15,15; мер сотрудничества – 20

Государственная программа «Цифровой Казахстан» стала ответом на вызовы времени и объективные требования внедрения цифровых технологий в различные сферы общества. Она предназначена для совершенствования производства, улучшения качества образования и здравоохранения, а также для проведения технологической и информационной революции. Программа определяет ключевые ориентиры цифровой экономики, ставя перед страной цель войти в число 30-ти развитых государств мира к 2050 году [4].

Индустрия 4.0 выступает как ядро цифровой трансформации в промышленности, научно-технологической и социальной сферах. Основная задача заключается в переносе роли ведущей силы социально-экономического развития от традиционных отраслей к цифровому сектору экономики. Цифровизация, предполагающая внедрение новых технологий, автоматизацию и модернизацию оборудования, остается важным резервом для повышения производительности труда в экономике Казахстана.

Мировые экономические изменения, вызванные научно-технологической революцией и стремительным развитием цифровых технологий, ставят перед обществом новые вызовы и возможности. Актуальность теоретических и практических вопросов формирования и развития цифровой экономики в контексте изменяющихся потребностей общества и инновационных технологий становится неоспоримой.

Цифровая трансформация отраслей становится определяющим фактором современной экономической эры, внося существенные изменения в традиционные сферы бизнеса. Процессы цифровизации охватывают различные секторы, от здравоохранения и образования до производства и финансов, проникая в каждый аспект экономики. Эти изменения не только модернизируют существующие бизнес-модели, но и открывают новые перспективы для эффективности и инноваций.

Здравоохранение: В сфере здравоохранения цифровая трансформация проявляется через внедрение электронных медицинских записей, телемедицинских платформ и медицинских приложений. Это обеспечивает более эффективное ведение медицинской документации, дистанционную консультацию врачей и улучшение качества медицинского обслуживания.

Образование: В образовании цифровые технологии приносят новые методы обучения, такие как электронные учебники, онлайн-курсы и виртуальные классы. Это расширяет доступ к образованию и создает возможности для персонализированного обучения.

Производство: Промышленный сектор подвергается радикальным изменениям с внедрением концепции Индустрии 4.0. Смарт-технологии, автоматизированные процессы и интернет вещей повышают эффективность производства, уменьшают издержки и создают гибкие производственные системы.

Финансы: В сфере финансов цифровая экономика приводит к развитию финтех-продуктов и услуг. Мобильные банковские приложения, цифровые кошельки и блокчейн технологии обеспечивают более удобные и быстрые финансовые операции.

Общий Эффект: Общий эффект цифровой трансформации состоит в том, что она не только оптимизирует существующие бизнес-процессы, но и открывает двери для инноваций и создания новых продуктов и услуг. Это стимулирует конкурентоспособность и улучшает общий уровень жизни. В целом, цифровая трансформация реформирует традиционные отрасли, делая их более гибкими, устойчивыми и адаптированными к современным требованиям.

С целью успешной адаптации к цифровому рынку экономические участники Казахстана активно внедряют цифровые технологии, улучшая производственные процессы. Они активно ищут высококвалифицированных специалистов и укрепляют партнерства с высшими и средними учебными заведениями, научными и исследовательскими организациями. Выбирая передовые направления, они инвестируют в новые технологии, развивая инновационную культуру для повышения конкурентоспособности и применяя опыт развитых стран.

Возможности цифровой экономики в Казахстане активно используются для создания новых продуктов, модернизации рабочих методов, оптимизации производственных процессов и улучшения логистики поставок. Однако, несмотря на существенные государственные инвестиции в цифровизацию, страна пока не достигла высокого международного уровня конкурентоспособности и не является равноправным торговым партнером развитых государств.

Аналитики отмечают, что у Казахстана есть определенная промышленная база для успешной интеграции цифровых технологий в экономику, но механизмы развития производства и инноваций требуют дополнительной детализации. Недостаточно разработаны привлекательные условия для совершенствования передовых технологий, и наукоемкие технологии находятся на стадии разработки.

Для улучшения конкурентоспособности страны на мировом рынке в условиях цифровой экономики предполагается дальнейшее внедрение цифровых технологий во все секторы экономики, активное общение с гражданами для изучения их потребностей, совершенствование цифровой инфраструктуры, повышение цифровой грамотности и развитие технологичного бизнеса и инноваций [5].

Развитие Электронной Коммерции: В Казахстане наблюдается рост электронной коммерции, где онлайн-торговля становится предпочтительным способом для потребителей приобретения товаров и услуг. Повышение цифровой грамотности населения и создание удобных онлайн-платформ способствуют этому тренду.

Фокус на ФинТех: Финансовые технологии приобретают важное значение в казахстанской экономике. Развитие цифровых платежных систем, мобильных банковских приложений и других инновационных финансовых продуктов способствует улучшению финансовой инфраструктуры и доступности финансовых услуг.

Интеграция Индустрии 4.0: Казахстан активно внедряет концепцию Индустрии 4.0, внедряя цифровые технологии в производственные процессы. Умные технологии, автоматизация и интернет вещей используются для повышения эффективности промышленности и улучшения конкурентоспособности.

Стимулирование Цифровых Платформ: Государство Казахстан активно поддерживает создание цифровых платформ и экосистем, объединяющих предприятия и потребителей. Это создает условия для взаимодействия бизнеса, инноваций и развития цифровой инфраструктуры.

Цифровизация Образования: В сфере образования наблюдается цифровая трансформация, включающая в себя внедрение онлайн-образования, использование электронных учебников и образовательных платформ. Это направлено на подготовку кадров с цифровыми навыками для успешной адаптации к требованиям цифровой экономики.

Создание Цифровых Инновационных Центров: Государство и частные компании инвестируют в создание цифровых инновационных центров, где поддерживаются стартапы и проводятся исследования в области информационных технологий, искусственного интеллекта и других передовых областей.

Улучшение Кибербезопасности: С увеличением цифровой активности в экономике, акцент делается на усилении кибербезопасности. Внедрение современных методов защиты информации и развитие компетентности в сфере кибербезопасности являются ключевыми приоритетами.

Такие тенденции свидетельствуют о стремлении Казахстана сделать цифровую трансформацию ключевым элементом своего экономического развития, обеспечивая инновации, эффективность и конкурентоспособность на мировой арене.

Таким образом, цифровая экономика представляет собой не просто технологическую революцию, а целый новый этап в развитии общества и бизнеса. Ее формирование и тенденции развития свидетельствуют о необходимости адаптации к новым условиям, активных инвестициях в инновации и развитии цифровой культуры.

Внедрение цифровых технологий открывает новые перспективы для устойчивого и интенсивного экономического роста. Государства и предприятия, осознанно и системно внедряющие цифровые решения, выходят на новый уровень развития, обеспечивая эффективность, инновации и конкурентоспособность.

Особое внимание уделяется электронной коммерции, финансовым технологиям, Индустрии 4.0, а также созданию цифровых платформ и экосистем. Эти тенденции не только преобразуют экономический ландшафт, но и становятся ключевыми стимулами для создания умных и инновационных обществ.

Следовательно, стратегическое внедрение цифровых технологий становится важным фактором успеха для государств и бизнеса в эпоху цифровой экономики. Активное участие в этом процессе открывает новые горизонты, обеспечивая рост, развитие и устойчивость в условиях быстрого технологического развития.

Список литературы

1. Доклад об экономике Казахстана. – 2023
[//https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/kazakhstan/publication/economic-update-spring-2023](https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/kazakhstan/publication/economic-update-spring-2023)
2. Доклада о мировом развитии 2016//<https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>
3. Заявление на расширенном заседании правительства Президента Казахстана Касым-Жомарт Токаева// www.zakon.kz
4. Государственная программа «Цифровой Казахстан» // www.zakon.kz
5. Эндрю Мак Афии Эрик Брайнольсон/Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future.— 2017

Қазақстан экономикасының дамуындағы инновациялардың рөлі

А.А. Айтбаева¹, М.Р. Газизова²

¹«Экономика» білім беру бағдарламасының бойынша 2 курс студенті

²Э.ғ.м., экономика және халықаралық бизнес кафедрасының аға оқытушысы

aidanaaitbaeva2005@gmail.com

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Инновациялар экономикалық және әлеуметтік дамудың маңызды бөлігі болып табылады. Қазіргі әлемді бүгінгі күнге дейін жүзеге асырылған инновацияларсыз әрі қарайғы эволюцияның жүруіне ықпал ететін болашақсыз елестету мүмкін емес. Инновациялар мемлекеттің экономикалық өсуіне, адамның өмір сүру деңгейінің жоғарылауына және тұрмыстағы өмірдің жеңілдеуіне әкеледі. Дүниежүзілік зияткерлік меншік ұйымы жариялайтын «Жаһандық Инновациялық Индекстер» көрсеткіштері әлем елдерінің бәсекеге қабілеттілігінің күшеюіне үлес қосады. Мақалада инновациялардың мемлекет экономикасына әсері, даму тенденциясы мен оларды экономикада дамытудағы мәселелер қарастырылған. Зерттеу мақсаты – экономиканы дамытудағы инновацияның ерекшеліктерін, туындайтын мәселелерін және маңызын анықтау. Экономикада инновацияның даму перспективасы мен мәселелерді шешу жолдарын ұсыну.

Кілт сөздер: инновация, экономика, мемлекет, бәсекелестік, даму тенденциясы, шетелдік инвестиция.

Қазіргі таңда инновациялар экономикалық және әлеуметтік дамудың маңызды бөлігі болып табылады. Мемлекеттің әлемдік деңгейіндегі орыны инновацияның дамуымен тікелей байланысты. Әлем әрқашан даму үстінде, қазіргі адамдар өз өмірлерін қалыпқа айналған технологияларсыз елестете алмайды. Бұл қалыпқа айналған технологиялар – бірнеше жылдар бұрынғы инновациялық ашылулар.

Экономикада өнім шығаруды арттырудың екі жолы бар: өндіріс процесінде пайдаланылатын ресурстардың санын арттыру немесе ресурстардың бастапқы мөлшерін қалдыра отырып, жаңа өнім шығаруды ойластыру.

Инновацияның басты артықшылықтарының бірі – оның экономикалық өсуге қосатын үлесі. Инновация өндірістің жоғарылауына әкеледі, яғни тауарлар мен қызметтер көбірек өндіріледі - басқаша айтқанда, экономиканың даму процесі жүреді. Жаңа идеялар мен технологиялар пайда болып, қолданысқа еніп, көбірек тауарлар мен қызметтер өндірілуі жалақының өсуіне және бизнестің табысалуына әкеледі. Инновациялар мен өндірістің өсуі тұтынушылар мен кәсіпорындарға үлкен пайда тигізеді. Өндіріс көлемі өскен сайын еңбеккерлердің жалақысы өседі, соның арқасында олар әдеттегіден көп тауарлар мен қызметтер сатып алады, ал бұл кәсіпорындардың көбірек пайда табуына әкеледі. Осылайша, кәсіпорындардың инвестициялауға және көбірек қызметкерлер жалдауға мүмкіндіктері болады.

Инновацияның адамдардың өмір сүру деңгейіне де әсері бар. Олар адамның өмір сүру деңгейін жоғарлатады және адамдардың тұрмыстағы өмірін жеңілдетеді. Мысалы, тұрмыстық техника және Интернет. Қазіргі заманда тұрмыстық техникалардың арқасында күшімізді және уақытымызды үнемдейміз және Интернет адамдардың байланыс шеңберін кеңейтіп, жылдам ақпарат алмасуға мүмкіндік берді.

Дүниежүзілік зияткерлік меншік ұйымы қыркүйек айының соңында 2023 жылға арналған Жаһандық инновациялар индексі (ЖИИ) жариялады. Онда 80-нен астам көрсеткішті қамтитын 7 компонент бойынша 132 ел бағаланды. Швейцария әлемдегі ең инновациялық ел, одан кейін Швеция, АҚШ, Ұлыбритания және Сингапур.

Қазақстан 2022 жылы 83-ші орыннан 2023 жылы 81-ші орынға көтеріліп, рейтингтегі өз позициясын бір жыл ішінде жақсартты. Орталық және Оңтүстік Азия елдерінің тобында Қазақстан Үндістан мен Ираннан кейін 3-ші орында тұр.

Қазақстанның мықты жақтары ретінде ЖИИ сарапшылары келесілерді атап өтті:

- Мемлекеттік онлайн-сервистер;
- Азаматтарды электрондық үкімет қызметіне тарту индексі;
- Орта білім берудегі оқушылар мен мұғалімдердің арақатынасы;
- Ғылыми дәрежесі бар жұмыс істейтін әйелдер;
- Жоғары біліммен қамту;
- Жоғары технологиялар экспорты және тағы басқалар.

Елдің әлсіз жақтарына төмендегілерді жатқызды:

- ҒЗТКЖ-ға төмен шығындар;
- Венчурлік инвесторлар мен венчурлік капиталды алушылардың саны;
- Бағдарламалық қамтамасыз ету шығындарының деңгейі;
- Елдің жалғыз мүйізді технологиялық компанияларының болуы (болмауы) [1].

Қазақстан экономикасын инновациялық даму жолына көшіру ұлттық экономиканың орнықтылығын қамтамасыз етуге бағытталған мемлекеттік саясаттың негізгі бөлігі болып табылады. Ұлттық экономиканың жаһандық бәсекеге қабілеттілігі қоғамдағы инновациялық әлеуеттің өсуіне тікелей байланысты.

Инновациялық әлеуеттің өсуі Қазақстанның дамуына келесі тұрғылардан ықпал етеді:

1. Ұзақ мерзімді перспективада елдің экономикалық өсуі. Инновациялар қоғам өмірінің барлық аспектілеріне, соның ішінде оның экономикалық құрамдас бөлігіне де әсер етеді.

2. Бірыңғай нарықтық кеңістікті құру. Қазіргі таңда әлемнің көптеген елдеріндегі интернет-дүкендер шекаралары өлшенбейтін нарықтық кеңістікті қалыптастырып тұр.

3. Елдің бәсекеге қабілеттілігін арттыру. Бәсекеге қабілетті кез-келген ел нарыққа жаңа тауарлар шығару жолдарын іздейді.

4. Елдер арасында мәдениет пен экономиканың өзара енуі. Қоғамда қолданысқа ие инновациялар қоғамның интеграциялануына әкеледі.

5. Зияткерлік құқықтар мен мүмкіндіктерді дамыту.

	2022	2023	Өзгеріс
Жаһандық инновациялық индекс	83	81	▲ 2
1. Институттар	52	61	▼ 9
Институционалдық орта	61	72	▼ 11
Реттеуші орта	49	51	▼ 2
Іскерлік орта	57	70	▼ 13
2. Адам капиталы және ғылым	60	59	▲ 1
Білім беру	73	65	▲ 8
Жоғары білім	42	50	▼ 8
Ғылыми зерттеулер мен әзірлемелер	51	54	▼ 3
3. Инфрақұрылым	58	59	▼ 1
АКТ	25	21	▲ 4
Негізгі инфрақұрылым	52	67	▼ 15
Экологиялық тұрақтылық	98	90	▲ 8
4. Ішкі нарықты дамыту	90	87	▲ 3
Кредиттер	91	87	▲ 4
Инвестициялар	102	100	▲ 2
Сауда, әртараптандыру және нарық өлшемі	66	66	◆
5. Бизнесі дамыту	68	75	▼ 7
Ақыл-ой жұмысшылары	45	46	▼ 1
Инновациялық байланыстар	123	123	◆
Білімді меңгеру	89	83	▲ 6
6. Технологиялар мен білім экономикасын дамыту	81	83	▼ 2
Білімді құру	66	63	▲ 3
Білімнің әсері	93	108	▼ 15
Білімді тарату	71	77	▼ 6
7. Креативті қызметті дамыту	118	90	▲ 28
Материалдық емес активтер	115	82	▲ 33
Креативті тауарлар мен қызметтер	106	93	▲ 13
Онлайн шығармашылық	82	73	▲ 9

Дереккөз: Global Innovation Index 2023 report

Сурет 1. Жаһандық инновациялар индексындағы ҚР көрсеткіштері
Е с к е р т у – ақпарат көзі [2]

6. Коммерциялық пайда алу. Лицензиялық шарт жасасу немесе айрықша құқықты сатудың өзі табыс көзі болып табылады.

7. Үнемді технологияларды қолдану арқылы өндірі шығындарын азайту.

8. Білікті мамандар санын арттыру. Жаңа инновациялық жобаларда жұмыс істеу үшін мамандар арнайы кәсіби білім алады.

9. Адамның қажеттіліктерін қанағаттандыру. Тұрмыстық техникалар адамның біршама қажеттіліктерін қанағаттандырып отыр.

10. Адамзаттың жаһандық мәселелерін шешу. COVID-19 пандемиясы кезінде медицина саласындағы инновациялық ашылулардың маңызы зор болды.

11. Халықтың өмір сүру деңгейінің өсуі. Жеке тұлғаның табысына оң әсер, тұрмыстық жағдайды жақсарту және жаңа коммуникация құралдарының қарым-қатына шеңберін кеңейтуі.

12. Тұлғаның тұлға ретінде дамуы. Мемлекеттік дамуда халықтың өзіндік дамуы да үлкен рөлге ие, индивидтің қоғамға пайдасын бағалау өте маңызды.

Мемлекет басшысы Қ.К.Тоқаевтың 2022 жылдың 01 қыркүйек айындағы «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» Қазақстан халқына жолдауының «Жаңа экономикалық саясат» бірінші бағдарында «Біз экономикамызда қордаланған мәселелерді жақсы білеміз. Мысалы, шикізатқа әлі де тәуелдіміз. Еңбек өнімділігі төмен, инновация жеткіліксіз. Ұлттық табыстың игілігін жұрттың бәрі бірдей көріп отырған жоқ. Әрине, мұның барлығы – күрделі мәселелер. Бірақ, оны шешудің нақты жолдары бар. Атап айтсақ, бұл – макроэкономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету, экономиканы әртараптандыру және цифрландыру. Сондай-ақ, шағын және орта бизнес пен адам капиталын дамыту, заң үстемдігін орнықтыру. Сондықтан, өзге тәсілдер қажет екені сөзсіз. Инновация енгізу үшін

тиімді ынталандыру шараларын әзірлеген жөн. Сондай-ақ, шығыстың бір бөлігін тарифтік сметаның аясында қайта бөлуге және табыстың белгілі бір бөлігін сақтап қалуға рұқсат беру керек.» деп атап өткен болатын [3].

Қазақстанның шикізат тауарларының экспортына тәуелділігі және шектеулі инновациялық қызметі экономиканы сыртқы күйзелістерге тәуелді етті. Яғни, Қазақстанның экономикалық тұрақтылығын арттыру үшін инновацияларды ынталандыруы қажет екенін көрсетеді.

Дегенмен, еліміздегі инновациялық технологияларды енгізу жағдайы мүлдем жоқ емес. Инновациялар жасалуда, бірақ кәсіпкерлер оларды қолданысқа енгізуге тәуекел етпейді. Басқа да дамушы елдер сияқты, Қазақстан Республикасындағы ең басты проблема – ішкі қаржы ресурстарының жетіспеушілігі. Сол себепті шетелдік инвестицияларды тарту қазіргі таңда өзекті мәселе болып табылады. Ал бұл әрекет мемлекет экономикасының дамуына үлкен әсерін тигізе қоймайды.

Қазақстан экономикасын инновациялық тұрғыдан дамыту үшін бірінші кезектегі маңызы бар ғылым салалары үшін мемлекеттік қолдау және ғылыми кадрларды басым даярлау қажет. Кадрлық әлеуетті, инновациялық даму қажеттіліктерінің материалдық-техникалық базасын ескере отырып, елдің жоғары оқу орындарын ғылыми-зерттеу институттарымен және ғылыми орталықтармен интеграциялау үшін нақты жағдайлар жасау және оның негізінде ғылыми зерттеулердің басым бағыттары бойынша ғылыми-білім беру кешендерін құру қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Жаһандық Инновациялар Индексіндегі Қазақстан. 2 қазан 2023 ж. «Қазақстан 2023 жылғы Жаһандық Инновациялар Индексінде 81 орынға ие болды» [Электронды ресурс] – 2023. - URL: <https://digitalbusiness.kz/2023-10-02/kazakhstan-zanyal-81-mesto-v-globalnom-innovatsionnom-indekse-2023-goda/>

2. Economic research institute. 2 қазан 2023 ж. «Қазақстанның жаһандық инновациялық индекстегі позициялары» [Электронды ресурс] – 2023. - URL: https://economy.kz/kz/Novosti_instituta/id=5964/arch=2021_63

3. Мемлекет басшысы Қ.К.Тоқаевтың Қазақстан халқына жолдауы. 1 қыркүйек 2022 ж. «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» [Электронды ресурс] – 2023.- URL: <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevty-n-kazakstan-halkyna-zholdauy-181416>

Роль коучинга в бизнесе, в повышении производительности и развитии лидерства

А.Р. Амангельды¹, С.Т. Мусина²

¹студент 4-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»

asselkaamn@mail.ru

²м.э.н., ст. преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В современном бизнес-пространстве, подверженном быстрому темпу изменений и взаимодействию разнообразных личностей, вопросы эффективного управления и развития лидерства приобретают особую важность. Одним из эффективных инструментов, способствующих достижению этих целей, является коучинг. Цель данной статьи заключается в изучении и оценке роли коучинга в контексте бизнес-процессов с фокусом на повышении производительности и развитии лидерства. Статья будет основана на анализе научных и практических материалов, включая статьи, книги, посвященные теме коучинга в

бизнес-процессах. Объектом изучения является процесс внедрения коучинга в бизнес-структуры, а предметом – роль коучинга в повышении производительности и развитии лидерства сотрудников. Таким образом, данная научная работа нацелена на более глубокое понимание и оценку практической значимости коучинга в контексте современного бизнеса, выявление его положительного влияния на эффективность труда и формирование лидерских компетенций в организации.

Ключевые слова: коучинг, бизнес, развитие лидерства, корпоративное обучение, эффективность труда, корпоративная среда, методы.

Несмотря на растущий интерес к коучингу руководителей в организациях и других контекстах обучения, этот метод критикуют за то, что он сосредоточен на индивидуальных результатах и является слишком дорогостоящим для компаний. В связи с этим некоторые ученые выступают за групповой коучинг как более экономичный и устойчивый подход к развитию лидерского потенциала [1]. Такой тип вмешательства не только способствует повышению эффективности за счет эффекта масштаба, но и позволяет участникам учиться друг у друга благодаря облегченной обратной связи и обмену опытом. Это согласуется с развивающимися и современными теориями развития лидерства.

Обоснование сочетания обучения и коучинга для целей развития менеджмента и лидерства рассматривается в литературе, но то, как коучинг используется для повышения эффективности программ развития руководителей, требует более тщательного изучения. Например, в то время как в ряде исследований изучались конкретные мероприятия и вмешательства, связанные с развитием эффективных лидеров, групповой коучинг и его потенциал в повышении эффективности лидерства в рамках программ развития руководителей не привлек особого внимания исследователей [2].

Таким образом, профессионалы в области коучинга руководителей, ориентируясь на бизнес, в основном фокусируются на повышении эффективности работы и совершенствовании навыков. Они уделяют меньше внимания теоретическим фундаментальным подходам, поэтому держат дистанцию от психологических ориентаций и подчеркивают необходимость навыков для эффективного решения управленческих проблем. Первый тип практик, сфокусированных на практических и конкретных вопросах бизнеса, можно назвать коучингом, основанным на результатах, а второй – углубленным коучингом.

В настоящее время для определения исходного уровня перед началом программ развития (включая коучинг руководителей) широко используется метод 360-градусной обратной связи. В этой связи для оценки лидерского поведения можно использовать модель 360-градусной обратной связи «голова, сердце и руки». Темы головы задают направление, темы сердца касаются эмоционального интеллекта лидеров, а темы рук связаны с достижением целей. Поскольку лидерство подразумевает влияние на других для достижения групповых целей, оно должно применяться в межличностном и организационном контексте, чтобы быть эффективным. Следовательно, ключевым фактором успеха инициатив по развитию лидерства является обеспечение того, чтобы участники критически осмысливали полученные знания и передавали их другим, а также интегрировали полученные знания в свой уникальный рабочий контекст. В отличие от коучинга руководителей, групповой коучинг – сравнительно недавнее явление в развитии лидерства.

Кроме того, процесс группового коучинга зависит от различных факторов, которые влияют на инструменты и техники, используемые групповым коучем, включая цель, состав, размер, разнообразие, постоянство и продолжительность работы группы. Выбор инструментов также зависит от того, проводится ли коучинг для группы людей с общей целью обучения или для группы, состоящей в неких симбиотических отношениях. В первом случае рекомендуется использовать темы в качестве общего якоря для участников. Сессии и темы позволяют выявить предварительное понимание, прояснить идеи и взгляды и подтвердить знания коллег. Необходимо также создать конкретные рабочие модели, которые могли бы направлять нас в поисках наилучших результатов, которые учитывали бы специфику ситуации и были бы условными, а не обобщенными (о «лучших практиках»).

Существенной трудностью в способности оценить влияние тренинга может быть отсутствие объединяющей модели и теории исследования. Примером такого подхода является «компетентностная структура команд», которая позволяет использовать концепцию компетенций как ассоциацию поведения и результата при определении целей обучения, оценке эффективности программ. Коучинг руководителей может выиграть от использования моделей такого типа. Можем выделить следующие три, из которых можно извлечь принципы, применимые к коучингу руководителей:

Во-первых, развитие лидерства должно стать систематическим процессом, а не событием. Возможно, наиболее значимый принцип заключается в том, что успешное развитие лидерства в большей степени зависит от последовательного внедрения, чем от использования инновационных практик.

Во-вторых, экспертиза требует обширной практики. Высокий уровень экспертности требует многолетней практики. Продуктивный талант в любой области, и в том числе в лидерстве, проявляется в достижениях, на которые уходят годы или месяцы. Кто-то даже определил количество необходимых усилий. Это примерно 10 000 часов. Нам нужна интенсивная деятельность в конкретной области, где можно добиться положительных результатов и исключительных показателей, полный 8-10-часовой рабочий день в течение примерно 10 лет [3].

В-третьих, коучинг требует целенаправленной практики. Основное предположение преднамеренной практики заключается в том, что экспертная производительность приобретается постепенно и что для эффективного улучшения производительности требуется возможность находить подходящие тренировочные задания, которые исполнитель может осваивать последовательно-типично. Разработкой тренировочных заданий, а также мониторингом достигнутых результатов занимается преподаватель или тренер. Эффект простого опыта (рутинной практики) в значительной степени отличается от эффекта целенаправленной практики. Она специально направлена на улучшение результатов и требует концентрации, которую можно поддерживать только в течение ограниченного периода времени.

Поведенческая практика коучинга является его центральным компонентом. С помощью коучинга руководителю предлагается разработать новые подходы и модели поведения, применить их на практике, переоценить их влияние и попробовать новый подход для повышения эффективности. Коучинговое вмешательство концептуализируется как механизм помощи в определении сильных и слабых сторон, формулировании целей совершенствования, определении и реализации планов изменений для достижения постоянного улучшения лидерских компетенций. Коуч помогает субъекту реализовать его планы действий, используя коммуникативные стратегии (в основном вопросы, слушание и обратную связь). Для руководителей или менеджеров выполнение таких планов позволяет реализовать наиболее важные цели коучинга, которые могут заключаться в развитии их потенциала, например, для:

- успешного выполнения новой миссии или роли;
- адаптации к новым потребностям бизнеса или окружающей среды;
- улучшении их вклада с точки зрения производительности и соответствия целям;
- идентификации с компанией в том, что касается ее видения, миссии, ценностей, стратегии или культуры.

Данное предложение о важных целях коучинга в бизнесе основано на трех следующих принципах:

1. Принятие приобретения опыта (например, в области лидерства) в качестве цели этих изменений с помощью преднамеренной практики - изнурительной, интенсивной рутины учебных мероприятий, разработанных с единственной целью улучшить текущие уровни действий.

2. Учет того, что происходит до поведения (антецеденты).

3. Использование того, что происходит после поведения (последствия).

Так развитие лидерства включает в себя разработку и выполнение действий, которые позволяют нам перейти от начального состояния к ситуации, когда мы можем реализовать свой талант (мастерство). Процесс активного обучения, который приводит к росту в конкретной области знаний, необходим для достижения высокого уровня достижений в осуществлении лидерства. Но лидерское мышление – это сложное явление, и лидерство нельзя развить с помощью одного краткосрочного вмешательства. Оно требует постепенного и последовательного проведения ряда мероприятий. Чтобы стать компетентным в какой-либо области, требуется соответствующая программа вмешательства и значительная доза работы, усилий и мотивации для достижения и совершенствования. В своей модели изменений Дилтца, ученый предлагает пройти как минимум шесть этапов, когда предпринимается попытка изменить набор моделей поведения.

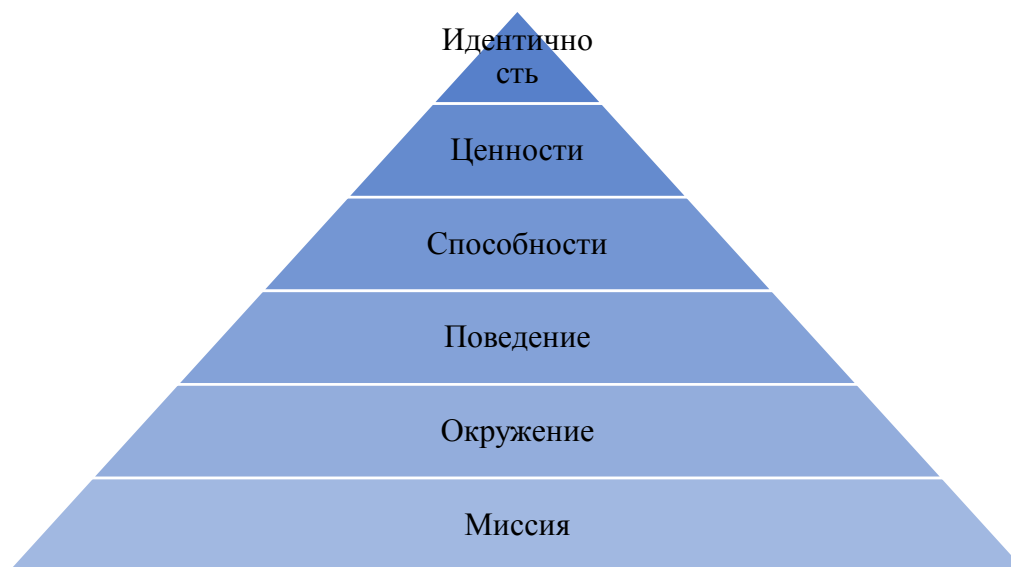


Рисунок 1. Пирамида коучинга Дилтца

Примечание – источник [4]

Поэтому принятие подхода к обучению, в котором сочетаются усилия и непрерывность, может гарантировать уровень самоотдачи, который позволит достичь мастерства в определенном навыке или значительного улучшения в выполнении задач с высокими требованиями. Эффективность лидерства в рамках коучинга связана с тем, насколько члены определенных групп охотно стремятся к достижению групповых целей. Согласно Н.О. Зиминой, процесс имеет начало, середину и конец, определяемые коучем, развивается на еженедельных, еженедельных или ежемесячных встречах, в соответствии с уже проверенной и утвержденной методикой, обеспечивающей желаемые результаты, продолжительностью от 10 до 12 сессий по 60 минут каждая, которые могут проводиться в организации или за ее пределами [4]. Согласно О.Е. Бергалю, процесс коучинга в бизнесе для повышения производительности и развития лидерства проходит несколько этапов, описанных ниже:

- определение текущей ситуации: этот первый этап направлен на достижение большего понимания того, кем является человек, чтобы он мог прояснить, куда он хочет двигаться.
- определение целей: этап, на котором происходит признание необходимых навыков для достижения целей и разработка измеримых целей, с указанием сроков, которые должны быть достигнуты.
- технические вмешательства: на этом этапе коуч стремится создать благоприятные условия, чтобы изменения привели к появлению новых моделей поведения, выявлению убеждений и позволили принимать более уверенные решения.
- оценка: этот этап состоит в оценке того, как развивается процесс, которая проводится совместно коучем, всегда ориентируясь на постоянное улучшение [5].

В исполнении, еще один важный вклад заключается в том, что инструмент позволяет человеку использовать методы, которые помогают ему в контроле своей деятельности, что будет иметь значение для результатов, также помогая в эффективном развитии. Компании, которые нанимают для работы коучей, пробуждают лидеров, обладающих более высокими навыками межличностного общения, ловкостью в принятии решений, способностью анализировать возможности и в то же время развивающих всю команду. Для эффективного лидерства также необходимы внутриличностные и межличностные компетенции, которые являются взаимодополняющими, интерактивными и взаимоусиливающими.

Таким образом, коучинг в сфере бизнеса представляет собой неотъемлемый инструмент, оказывающий значительное влияние на развитие компании и повышение ее производительности. Этот метод не только способствует развитию лидерских качеств, но и приносит позитивные изменения в организационную культуру, стимулируя сотрудников к лучшим результатам. Выводы о влиянии коучинга на бизнес и производительность компании следует делать, опираясь на следующие ключевые аспекты:

1. Развитие лидеров:

Коучинг является эффективным инструментом для формирования и развития лидерских качеств у руководителей. Повышенная компетентность лидеров приводит к лучшему принятию стратегических решений и управлению командой, что в свою очередь влияет на успех бизнеса.

2. Повышение производительности:

Коучинг способствует повышению производительности путем помощи сотрудникам в определении и достижении их личных и профессиональных целей. Улучшенные навыки управления временем, разрешение конфликтов и снижение стресса создают благоприятное окружение для эффективной работы.

3. Улучшение коммуникации:

Эффективная коммуникация является ключевым элементом успешного бизнеса. Коучинг обучает навыкам эффективной коммуникации, что способствует лучшему пониманию между сотрудниками, подразумевая повышенную коллективную производительность.

4. Повышение мотивации и удовлетворенности:

Коучинг помогает выявить мотиваторы сотрудников и создает индивидуальные планы действий для их достижения. Это приводит к повышенной мотивации, улучшению общего настроения в коллективе и, как следствие, к более высокой производительности.

5. Стратегическое мышление и гибкость:

Развитие стратегического мышления и гибкости благоприятствует адаптации компании к изменениям на рынке и обеспечивает долгосрочную устойчивость.

В целом, коучинг является инвестицией в ключевые ресурсы компании – ее сотрудников и лидеров. Посредством индивидуального и группового коучинга компания получает не только конкретные результаты на уровне сотрудников, но и общую трансформацию, которая отражается на бизнес-результатах.

Список литературы

1. Горностаева Ж. В. Коучинг как метод повышения эффективности деятельности предприятия // Пространство экономики. – 2017. – 1-2.
2. Мухамедьярова Ж.У., Трегубенко Е.М. Масштабы коучинга в контексте организационных изменений // Достижения науки и образования. – 2022. – 1(81).
3. Коучинг. Основные принципы и практики коучинга и лидерства Джон Уитмор (2018)
- 4.3 имина Н.О. Интенсификация управления при помощи методик коучинга // Северный регион: наука, образование, культура. – 2015. – 1(31).
5. Бергаль О.Е. Коучинг как наиболее эффективная технология управления персоналом // EESJ. – 2015. – 3.

Внедрение автоматизированной системы управления для поддержки бизнес-процессов на предприятии

Р.К. Андарова¹, М.Шандер²

¹д.э.н., профессор кафедры экономики и международного бизнеса,

²магистрант 2-го года обучения по специальности «Деловое администрирование»

ark_roza@mail.ru, marina.shander070600@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Автоматизированные системы управления (АСУ) играют важную роль в современном бизнесе, позволяя предприятиям повысить эффективность и оптимизировать свои бизнес-процессы. В данной статье рассматривается внедрение автоматизированной системы управления для поддержки бизнес-процессов (АСУП) на предприятии, анализируются преимущества и вызовы этого процесса, а также предлагаются рекомендации для успешного внедрения АСУП на предприятиях в Республике Казахстан.

Ключевые слова: цифровая экономика, автоматизация производства, автоматизированные системы управления.

В современном конкурентном мире предприятия сталкиваются с необходимостью применять передовые технологии для оптимизации своих бизнес-процессов. В этом контексте внедрение автоматизированных систем управления производством (АСУП) становится неотъемлемой частью данного процесса. Обзор существующих исследований показывает, что АСУП способствуют автоматизации бизнес-процессов, повышению операционной эффективности, сокращению времени выполнения задач, снижению вероятности ошибок и повышению качества продукции или услуг [1].

Для успешного внедрения АСУП на предприятии необходимо провести предварительный анализ бизнес-процессов и требований, выбрать соответствующую систему, разработать план внедрения и последовательно его осуществлять. В методологии рекомендуется использовать системный подход и жизненный цикл разработки программного обеспечения. Основные методы включают анализ и моделирование бизнес-процессов, выбор и настройку программного обеспечения, обучение персонала и оценку эффективности системы.

Мировой опыт показывает, что предприятия, успешно внедрившие АСУП, достигают значительных улучшений в своих бизнес-процессах. Например, исследование Смита (2022) показало, что внедрение АСУП привело к сокращению времени выполнения задач на 30% и повышению производительности на 20%. В Республике Казахстан широко используются такие программные решения, как SAP, Oracle и Microsoft Dynamics, которые позволяют автоматизировать бизнес-процессы и улучшить управление предприятием [2].

Обзор существующих исследований показывает, что АСУП способствуют автоматизации бизнес-процессов, повышению операционной эффективности, сокращению времени выполнения задач, снижению вероятности ошибок и повышению качества продукции или услуг. Для успешного внедрения АСУП на предприятии необходимо провести предварительный анализ бизнес-процессов и требований, выбрать соответствующую систему, разработать план внедрения и последовательно его осуществлять. В методологии рекомендуется использовать системный подход и жизненный цикл разработки программного обеспечения. Основные методы включают анализ и моделирование бизнес-процессов, выбор и настройку программного обеспечения, обучение персонала и оценку эффективности системы.

Внедрение автоматизированной системы управления для поддержки бизнес-процессов (АСУП) на предприятии является важным шагом в современном бизнесе. Существует несколько различных типов систем АСУП, которые могут быть применены в различных отраслях и компаниях. Некоторые из них включают в себя:

-Системы управления процессами (BPM - Business Process Management). Они позволяют организациям моделировать, автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы. Примером такой системы является IBM BPM Suite, которая широко применяется во многих компаниях по всему миру. В Казахстане компания "Kcell" успешно внедрила систему BPM, что позволило им значительно улучшить управление клиентскими запросами и повысить эффективность операций [3].

-Системы управления ресурсами предприятия (ERP - Enterprise Resource Planning). Они интегрируют различные функциональные области предприятия, такие как финансы, производство, снабжение и логистика, в единую систему. Одной из ведущих компаний, предоставляющих решения ERP, является SAP. Примером успешного внедрения ERP-системы является компания "Тенгизшевройл", которая смогла повысить эффективность управления ресурсами и сократить затраты.

-Системы управления отношениями с клиентами (CRM - Customer Relationship Management). Они помогают организациям эффективно управлять взаимодействием с клиентами, отслеживать продажи, управлять контактной информацией и повышать уровень обслуживания. Примером такой системы является Salesforce CRM, которая широко применяется в мировой практике. В Казахстане компания "Kazpost" успешно внедрила систему CRM, что позволило им улучшить взаимодействие с клиентами и увеличить объемы продаж.

В мировой практике уже есть множество успешных кейсов внедрения АСУП. Например, компания Volkswagen внедрила систему BPM Suite, что позволило им сократить время производства автомобилей и повысить операционную эффективность. Компания Procter & Gamble внедрила ERP-систему, что помогло им улучшить управление ресурсами и оптимизировать процессы производства и снабжения (Таблица 1).

Таблица 1

Примеры компаний, внедривших системы АСУП и достигших положительных результатов

Компания	Описание внедренной системы АСУП	Достигнутые результаты
Toyota	Внедрение системы управления производственными операциями (MES)	Снижение времени цикла производства на 20%, увеличение производительности на 15%
Coca-Cola	Внедрение системы управления логистикой и дистрибуцией	Оптимизация логистических процессов, уменьшение затрат на доставку на 10%
Apple	Внедрение системы управления цепочкой поставок (SCM)	Сокращение запасов на 30%, улучшение планирования производства
Amazon	Внедрение системы управления складским хозяйством (WMS)	Увеличение скорости и точности обработки заказов, сокращение ошибок при отгрузке
Microsoft	Внедрение системы управления клиентскими отношениями (CRM)	Улучшение уровня обслуживания клиентов, увеличение клиентской удовлетворенности
BMW	Внедрение системы управления качеством (QMS)	Снижение числа дефектов и отказов, повышение качества автомобилей
Kazakhmys	Внедрение системы управления производственными процессами	Увеличение эффективности производства, снижение затрат на энергию
Kazakhtelecom	Внедрение системы управления клиентскими отношениями (CRM)	Улучшение процессов обслуживания клиентов,

Компания	Описание внедренной системы АСУП	Достигнутые результаты
		увеличение клиентской базы
Kazpost	Внедрение системы управления логистикой и дистрибуцией	Сокращение времени доставки, повышение надежности доставки
Примечание – Составлено автором		

В Казахстане также проводятся работы по внедрению АСУП. Например, компания "Kazakhtelecom" успешно внедрила систему BPM Suite, что позволило им сократить время обработки заявок и повысить качество обслуживания клиентов.

Внедрение АСУП может столкнуться с некоторыми вызовами, такими как отсутствие квалифицированных кадров, высокие затраты на внедрение и сопровождение системы, а также необходимость изменения организационной культуры. Однако, с правильным подходом и планированием, эти проблемы могут быть преодолены, и предприятия получают значительные выгоды от внедрения АСУП. Внедрение автоматизированной системы управления для поддержки бизнес-процессов является важным шагом для оптимизации работы предприятий.

Успешное внедрение АСУП требует тщательного анализа бизнес-процессов, выбора соответствующей системы и обучения персонала. Однако, при правильном подходе предприятия могут достичь значительного улучшения эффективности и конкурентоспособности. Для предприятий в Казахстане рекомендуется следующее [4]:

1. Тщательно изучить потребности и особенности своего предприятия перед выбором конкретной системы АСУП. Это включает анализ текущих бизнес-процессов, выявление узких мест и определение требований к системе.

2. Обеспечить непрерывную поддержку и обновление системы, чтобы она соответствовала изменяющимся потребностям и требованиям бизнеса. Это включает регулярное обновление программного обеспечения, исправление ошибок и добавление новых функций.

3. Обучить сотрудников эффективному использованию системы и максимально использовать ее возможности. Это включает проведение обучающих курсов, подготовку документации и обеспечение доступа к ресурсам для самостоятельного обучения.

В целом, внедрение автоматизированной системы управления для поддержки бизнес-процессов является важным шагом для оптимизации работы предприятий. Это способствует повышению эффективности, снижению затрат и улучшению качества продукции или услуг.

Список литературы

1. Антонов В.Г., Самосудов М.В. Развитие теории управления для цифровой экономики // Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития // Материалы II-й международной научно-практической конференции. М., 2021. С. 311–314.

2. Версан В.Г. Качество управления экономикой и производством: практика, вопросы теории // СТАН: Тенденции и перспективы развития. М., 2021. С. 531–535.

3. Егоров Р.С. Внедрение автоматизированной системы управления на предприятии для поддержки бизнес-процессов // Индустриальная экономика. 2023. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-avtomatizirovannoy-sistemy-upravleniya-na-predpriyatii-dlya-podderzhki-biznes-protsessov> (дата обращения: 15.11.2023).

4. Щеглов Д.К., Пиликов Н.А., Тимофеев В.И. Концептуальные основы цифровой трансформации организации предприятий // Автоматизация в промышленности. 2022. № 2. С. 15–25.

Экономиканың цифрлық трансформациясы жағдайындағы Қазақстандағы үй шаруашылықтарының табыстар мен шығындарының динамикасы

М.К. Асанова¹, Г.К. Рахимжанова²

¹ э.ғ.к., экономика және халықаралық бизнес кафедрасының қауымдастырылған профессоры,

² «Экономика» білім беру бағдарламасының 1-ші оқу жылының докторанты
massanova@mail.ru, rgk84@mail.ru
<mailto:akhmetova123@mail.ru>

^{1,2}Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада үй шаруашылығының экономикалық субъект ретінде ерекшеліктері атап өтіледі. Сондай-ақ Қазақстандағы үй шаруашылықтарының табыстар мен шығындар құрылымы талданып, динамикасы көрсетілді.

Кілт сөздер: экономикалық субъектілер, үй шаруашылығы, экономикалық тәртіп, табыстар, шығындар.

Экономикалық субъектілер экономикалық жүйедегі қарым-қатынастарды қамтамасыз етеді және экономиканың қозғаушы күші болып табылады. Олардың ішінде ерекше орынды үй шаруашылықтары иеленеді. Үй шаруашылықтары өз мүдделерін көздей отырып, өндіріс факторлары нарықтарына ресурстарды қамтамасыз етеді, және де фирмалар өндірген өнімдердің негізгі тұтынышысы болады. Үй шаруашылықтарының тұтынушылық тәртібі нарық қажеттіліктерін анықтайды. Үй шаруашылығы қалған субъектілерді (фирма, мемлекет) өз қызметтерін атқаруға итермелейді. Яғни фирманы коммерциялық әрекетті атқаруға және мемлекетті экономикалық-әлеуметтік функцияларын жүзеге асыруға ынталандырады. Осының барлығы үй шаруашылығы ерекше экономикалық субъект ретінде көрсетеді.

Сонымен қатар үй шаруашылығы бұл тек жалғыз адам емес, адамдар тобы да бола алады. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының сайтында келтірілген анықтамаға сәйкес: Үй шаруашылығы –бір үй-жайда немесе оның бөлігінде тұратын бірге тұратын, өзімен бірге басқаларды да тамақ пен өмір сүруге барлық қажеттіліктермен қамтамасыз ететін, яғни өз табыстарын толықтай немесе ішінара біріктіретін және жұмсайтын адамдар тобы. Ол адамдар туыстық қатынас немесе некеден тарайтын қатынаспен байланысты болуы немесе туыстық қатынаста тұрмауы және мүлдем ешқандай байланыс болмауы мүмкін[1].

Анықтамада көрсетіліп тұрғандай үй шаруашылығы мүшелерінің арасында туыстық қатынастардың болуы міндетті емес. Бұл өз кезегінде осы ұғымды отбасы ұғымымен сәйкестендірудің қателігін көрсетеді.

Жалпы Қазақстандағы үй шаруашылықтарының құрылымы кесте 1 мәліметтерінде келтірілген. 2021 жылдың мәліметтеріне сүйенер болсақ, елімізде 2 321 978 үй шаруашылықтары анықталған. 18 879 552 республиканың жалпы тұрғындардың 8 026 583 адамы, яғни 42,5 пайызы осы үй шаруашылықтарының мүшесі. Ең аз үй шаруашылықтарының типі 6 адамнан тұратын үй шаруашылықтары, олар 2 адамнан тұратын үй шаруашылықтарына қарағанда 3,6 есе, ал 4 адамнан тұратын үй шаруашылықтарына қарағанда 2,9 есе аз. Үй шаруашылығының орташа өлшемі - 3.5 адам.

Кәмедет жасқа толмаған жас балалар бар үй шаруашылықтарының саны 1 352 330, олардағы адамдар саны 5 506 822, олардың құрылымында ең көбі 4 адамнан тұратын үй шаруашылықтары. Анасы мен ғана тұратын балалары бар үй шаруашылықтары әкесі мен балалардан тұратын үй шаруашылықтарына қарағанда 6,6 есе артық екен. Сонымен бірге толық емес отбасылармен салыстырғанда толық отбасылар саны 3,4 есе артық. Толық отбасылар саны 1 800 992, олардың құрылымында да ең көбі 4 адамнан тұратын үй шаруашылықтары.

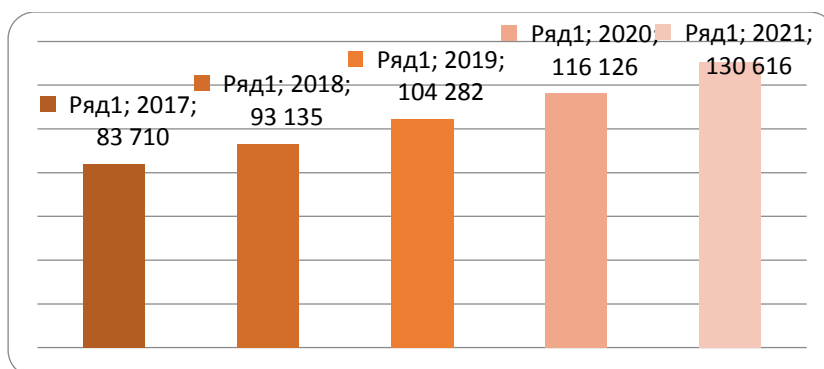
Кесте 1

Қазақстандағы үй шаруашылықтарының құрылымы, 2021 ж

Үй шаруашылығын бөлу	Үй шаруашылығының саны	Үй шаруашылығы мүшесінің саны, адам	2 адамнан тұратын үй шаруашылықтары	4 адамнан тұратын үй шаруашылықтары	6 адамнан тұратын үй шаруашылықтары	Үй шаруашылығының орташа өлшемі, адам
Барлық үй шаруашылықтар	2 321 978	8 026 583	687 108	556 203	188 249	3.5
18 жастан жас балалар бар үй шаруашылығы	1 352 330	5 506 822	107 636	448 490	179 386	4.1
Балалары бар немесе балалары жоқ ерлі-зайыпты жұптан тұратын үй шаруашылығы	1 800 992	6 664 410	377672	509242	180094	3.7
Анасы мен балалардан тұратын үй шаруашылығы	452730	1171978	272885	38747	6275	2.6
Әкесі мен балалардан тұратын үй шаруашылығы	68256	190195	36551	8214	1880	2.8

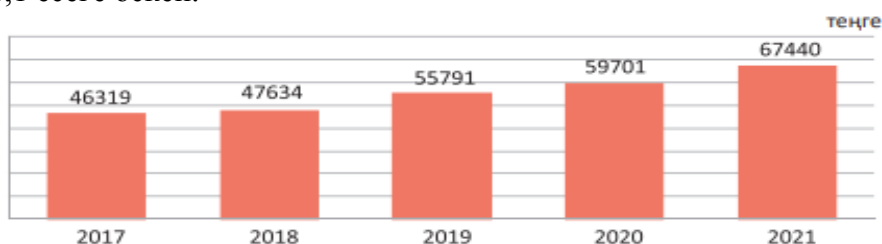
Е с к е р т у – Дереккөз [2]

Үй шаруашылықтарының әл-ауқатын анықтаушы негізгі көрсеткіш оның табыстары болып табылады. Қазақстандағы үй шаруашылықтарының жан басына шаққандағы атаулы ақшалай табыстары 2021 жылы 130616 теңгені құрап, бұл 2017 жылмен салыстырғанда 1,5 есе (сурет 1), ал 2020 жылмен салыстырғанда 1,1 есесартық.



Сурет 1. Халықтың орта есеппен жан басына шаққандағы атаулы ақшалай табыстары, теңге
Е с к е р т у - ҚР ҰЭМ Статистика бюросы мәліметтері бойынша автормен жасалған [2]

Үй шаруашылықтарының шығындары динамикасы сурет 2 арқылы берілген. 2021 жылы үй шаруашылықтарының жан басына шаққандағы ақшалайшығыстар бойынша 67440 теңгені құрап, 2017 жылмен салыстырғанда табысары секілді де 1,5есеге, ал 2020 жылмен салыстырғанда 1,1 есеге өскен.



Сурет 2. Халықтың орта есеппен жан басына шаққандағы шығындары
Е с к е р т у - ҚР ҰЭМ Статистика бюросы мәліметтері бойынша автормен жасалған [2]

Жоғарыда келтірілген мәліметтер негізінде соңғы бес жылда үй шарушылықтарының жан басына шаққандағы атаулы ақшалай табыстарының және шығындардың тұрақты және ортақ өсу динамикасы байқалады. Сонымен қатар, 2017-2021 жылдарышығындар табыстардың 51–57 пайыз пайыз аралығын қамтитынын көруге болады. Осы негізде табыстардың қалған бөлігі жинақталуы мүмкін деген пайымдау жасауға болады. Алайда бұл пайымдау тексеруді қажет етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Бала саны бойынша үй шаруашылығын бөлу // <https://bala.stat.gov.kz/raspredelenie-domochozyajstv-po-chislu-detej/>
2. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының ресми сайты // <https://stat.gov.kz/>

Теоретические подходы к изучению тематики зеленых инвестиций

М.К. Асанова¹, С.Д. Шушаев²

¹к.э.н., ассоциированный профессор кафедры экономики и международного бизнеса

²докторант 2-го года обучения по специальности «Экономика»

massanova@mail.ru sanzhar.shushaev.98@mail.ru

^{1,2}Қарагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассмотрены и проанализированы теоретические подходы к изучению зеленых инвестиций. Авторы изучили концепции зеленых инвестиций зарубежных ученых, оказывающих влияние на экономическую ситуацию в стране на различных уровнях. Также было выведено авторское определение термина "зеленые инвестиции" на учитывая анализа литературных источников. В статье даны рекомендации по практическому применению зарубежных концепций зеленых инвестиций для улучшения экономического состояния и условий окружающей среды.

Ключевые слова: зеленые инвестиции, устойчивое экономическое развитие, система ESG, инновации в зеленые инициативы.

По Environmental Performance Index (EPI) за 2022 год Казахстан занимает 93-е место с индексом EPI 40,9 из 180 стран. Для сравнения, Россия занимает 112 место, Китай — 160, Индия — 180 [1]. Желание снизить затраты на производство и соответствовать экологическим нормам с целью улучшения инвестиционной привлекательности приводит к нежелательным последствиям в виде загрязнения окружающей среды. Предприятия являются крупнейшими потребителями электроэнергии и источниками выбросов в окружающую среду. В исследованиях, посвященных зеленым инвестициям, используются разные методы отбора параметров для определения зеленых технологий, такие как энергоэффективность, ресурсоемкость, влияние на восстановление окружающей среды, образование отходов, уменьшение выбросов вредных веществ (чаще всего углекислого газа, диоксида серы и/или соединений азота, реже — других загрязняющих веществ), а также редкие виды экологического воздействия (шум, вибрация, радиация и т.д.).

Переход к зеленым инвестициям предполагает изменение экономического поведения компаний. Самыми собой экологические проблемы обычно не стимулируют предприятия к действиям. Известно, что инвестиционные решения основаны на показателях окупаемости и доходности. Основная цель инвестиционной деятельности компаний — получение прибыли. Если инвестиции приносят прибыль, компании склонны выделять средства и осуществлять их. В случае нерентабельности требуются дополнительные внешние рычаги и институциональные механизмы для стимулирования таких инвестиций.

Таблица 1

Некоторые авторские описания термина зеленые инвестиции

№ п/п	Определение	Источник
1	Инвестиции, необходимые для уменьшения выбросов парниковых газов и загрязняющих атмосферные вещества, при сохранении производства и потребления неэнергетических товаров, охватывают как государственные, так и частные инвестиции. Существуют три основных компонента "зеленых инвестиций": энергоснабжение с низким уровнем выбросов (включая возобновляемые источники энергии, биотопливо и атомную энергетику); повышение энергоэффективности (в энергоснабжении и энергопотребляющих секторах); а также улавливание и связывание углерода (включая вырубку лесов и сельское хозяйство).	Defining and Measuring Green Investments: Implications for Institutional Investors" Asset Allocations", OECD Working Papers on Finance [2].
2	Действия компании включают в себя улучшение системы отопления и охлаждения, производство более экологически чистой энергии на месте, модернизацию машин и оборудования, управление энергопотреблением, уменьшение объема отходов, а также их переработку и утилизацию. Организация также занимается контролем загрязнения воздуха и принимает меры по его регулированию, эффективно управляет водными ресурсами, модернизирует транспортные средства, улучшает систему освещения и реализует другие инициативы по борьбе с загрязнением.	European Investment Bank, Kalantzis, F., Schweiger, H., Dominguez, S., Green investment by firms – Finance or climate driven [3].
3	Аспекты, такие как бизнес-модели, роли участников на рынке "зеленого" финансирования, современные тенденции в регулировании и открытости информации, "зеленые" активы, риски и эффективность, а также новые направления, включая климатические риски и зеленые финтех-технологии, рассматриваются через призму как теоретических, так и эмпирических методов исследования.	Rizzello, A. (2022) Green Investing. 1st edn. Cham: Springer International Publishing AG, p.2 [4].
4	Перераспределение ресурсов в долгосрочные инвестиции, направленные на достижение политических целей, играет ключевую роль в поддержке перехода к климатически нейтральной, устойчивой в климатическом отношении и ресурсоэффективной экономике. Это также способствует финансированию приоритетов устойчивого развития стран, стремящихся достичь справедливого экономического прогресса в рамках устойчивого развития.	Investing in sustainable development (2022). European Commission. [5].
5	Эта концепция определяет стратегию инвестиций компаний, направленную на охрану окружающей среды, уменьшение загрязнения, снижение выбросов углерода, применение альтернативных источников энергии, а также бережное использование природных ресурсов.	The Drivers of Green Investment: A Bibliometric and Systematic Review. Chitimiea A., Minciu M., Manta A.-M., Ciocoiu C.N. and Veith C. [6].
Примечание – Составлено авторами на основе источников [2], [3], [4], [5], [6]		

Опираясь на различные видения области исследования, авторы данной статьи предлагают следующее определение зеленых инвестиций.

Зеленые инвестиции – это область изучения положительного экономического и финансового влияния на экономические процессы и на один или несколько пунктов устойчивого развития ООН.

Теория институциональных внешних эффектов гласит что, зеленые инвестиции представляют собой один из инструментов для международной смягчения негативных внешних эффектов от деятельности компании [7]. Они представляют собой стратегический выбор в использовании ограниченных ресурсов для развития возобновляемых ресурсов и зеленых технологий. Согласно данной концепции, окружающая среда является общественным экономическим благом, требующим заботы со стороны государства. Отсутствие интереса фирм к решению общественных проблем может привести к их пассивному поведению. Зеленые инвестиции, таким образом, реализуются в рамках пассивного экономического поведения фирм, действующих под государственным заказом в рамках программ по охране окружающей среды. Согласно теориям провалов рынка и сигналов, государство должно субсидировать деятельность фирм в зеленых инновациях, чтобы компенсировать недостаток инновационных средств и бюджетов. В противоположность этому, теория принципала-агента предполагает иррациональность распределения государственных средств на субсидии и возможное вытеснение средств.

Выделение средств компанией на "зеленые" инвестиции также рассматривается как элемент ресурсного процесса в теории ресурсных процессов, который включает в себя этапы приобретения, распределения и интеграции ресурсов [8].

«Зеленые» инвестиции и инновации, включая внедрение "зеленых" технологий, направлены на прерывание порочного цикла "экологическое загрязнение - экономическое развитие". Согласно "гипотезе Портера", внедрение экологических норм повышает затраты предприятий на загрязнение и стимулирует активности по разработке "зеленых" инноваций. Исследование Chen Y. и Ma Y. [9], проведенное на основе данных энергетических компаний Китая за 10 лет, демонстрирует, что в долгосрочной перспективе "зеленые" инвестиции способствуют улучшению финансовых показателей компаний через снижение налогов на выбросы, получение государственных субсидий, обновление техники и технологий, а также улучшение экологических показателей [10].

В попытке привлечения иностранных инвестиций для поощрения занятости и экономического роста, правительства развивающихся стран временами уменьшают экологические стандарты. Гипотеза загрязнения основана на идее экологической кривой Кузнеця, которая предполагает, что качество окружающей среды улучшится после достижения страной определенного уровня национального дохода.

Таблица 2

Перечень различных барьеров влияющих на развитие тенденций зеленых инвестиций

№ п/п	Название тенденции	Внешние барьеры	Внутренние барьеры
1	Стремление к достижению целей устойчивого развития	Энергетическая система страны; Общая стоимость национального продукта на глобальном рынке; Частичное раскрытие инвестиций в зеленые проекты в налоговом законодательстве.	Соперничество с компаниями, не придерживающимися принципов зеленых инвестиций; Высокие издержки на производство единицы продукции на насыщенных рынках; Направление средств в долгосрочные инвестиции в ущерб краткосрочным; Уровень финансового плеча у компаний, привлекающих капитал для зеленых инвестиций.

2	Сохранение высокого инвестиционного потенциала при переходе на зеленые подходы	Принесение необратимого ущерба окружающей среде из-за недостаточно эффективного контроля над экономической деятельностью. Недостаточная разработка законодательства по экологическим стандартам; Возможность утраты контроля над предприятиями, приватизированными иностранными инвесторами.	Изнашивание активов компаний до истечения их срока службы; Высокие расходы на страхование и медицинское обслуживание для сотрудников; Не соответствие выпускаемой продукции экологическим стандартам; Трудности с доступом к заемным средствам у строгих финансовых учреждений.
Примечание – Составлено авторами на основе источников [6], [7]			

На основе выводов Danila N [11], возможность получения высокой прибыли от инвестиций часто связана с несовершенством функционирования определенных рынков. Такие высокие доходы от вложений в активы часто обусловлены недооцененностью акций, вызванной асимметрией информации, отсутствием раскрытия аспектов ESG, нарушениями в корпоративном управлении, предвзятостью потенциальных инвесторов, несовершенством институциональной рыночной инфраструктуры и высокими транзакционными издержками. Эффективность рынков часто сталкивается с проблемами в странах с развивающейся экономикой. Вместе с тем, инвестиции в страны с низкой рыночной эффективностью чаще приносят инвесторам случайные выгоды, чем следуют каким-то закономерностям. Более того, инвестиции, соответствующие стандартам ESG (которые в основном не связаны с финансовыми показателями), способствуют устойчивому развитию экономики и долгосрочному росту.

Из концепций зеленых инвестиций мы пришли к выводу о необходимости выделения рекомендаций по их внедрению и развитию. Рекомендации обусловлены особенностями функционирования сектора, его структурными компонентами и особенностями системы мотивации. Ключевой задачей государственного сектора выступает перманентный мониторинг и ввод ограничивающих нормативов, которые необходимы для своевременного реагирования на отклонения от базовых величин. Мониторинговые действия рекомендуется проводить на основе разработанных алгоритмов, включающих принципы ESG и основы поддержания концепции устойчивого развития, предполагается проведение мероприятий, включающих разработку и контроль за исполнением законодательных актов в области зеленых инвестиций, постоянный мониторинг деятельности со стороны уполномоченных агентств, создание программ развития с привлечением экспертов и введение системы мотивации для всех участников зеленого инвестирования в стране.

Список литературы

1. Рейтинг стран мира по индексу экологической эффективности. Yale Center for Environmental Law and Policy: Environmental Performance Index 2022. <https://gtmarket.ru/ratings/environmental-performance-index>.
2. Ma, J. and Sun, X. (2023) ‘Green technology licensing: Evaluating government subsidies based on different efficiency levels across competitors’, *Managerial and decision economics*, 44(4), pp. 1920–1934. doi:10.1002/mde.3790.
3. Li, D. (2022) ‘Dynamic optimal control of firms' green innovation investment and pricing strategies with environmental awareness and emission tax’, *Managerial and decision economics*, 43(4), pp. 920–932. doi:10.1002/mde.3427.
4. Inderst, G., Kaminker, Ch., Stewart, F. (2012), “Defining and Measuring Green Investments: Implications for Institutional Investors” Asset Allocations”, OECD Working Papers

on Finance, Insurance and Private Pensions, No.24, OECD Publishing. p.11.
https://www.oecd.org/finance/WP_24_Defining_and_Measuring_Green_Investments.pdf

5. European Investment Bank, Kalantzis, F., Schweiger, H., Dominguez, S., Green investment by firms – Finance or climate driven, European Investment Bank, 2022, p.31
<https://data.europa.eu/doi/10.2867/629988>.

6. Rizzello, A. (2022) Green Investing. 1st edn. Cham: Springer International Publishing AG. doi:10.1007/978-3-031-08031-9.

7. Investing in sustainable development (2022). EUROPEAN COMMISSION. Luxembourg: Publications Office. ISBN 978-92-76-47819-5 DoI: 10.2841/156351.

8. The Drivers of Green Investment: A Bibliometric and Systematic Review. Chitimiea A., Minciu M., Manta A.-M., Ciocoiu C.N. and Veith C. P.2. DOI:10.3390/su13063507.

9. Going Green/ Luc Eyraud is an Economist and Benedict Clements is a Division Chief, both in the IMF's Fiscal Affairs Department. P.35.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2012/06/pdf/eyraud.pdf>.

10. Chen, Y. and Ma, Y. (2021) 'Does green investment improve energy firm performance?', Energy policy, 153, p. 112252. doi:10.1016/j.enpol.2021.112252.

11. Deng, H., Li, C. and Wang, L. (2022) 'The Impact of Corporate Innovation on Environmental Performance: The Moderating Effect of Financing Constraints and Government Subsidies', *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 14(18), p. 11530. doi:10.3390/su141811530.

Цифровая экономика и новые реалии конкуренции: выживание и процветание

Г.С. Величко¹, Н.Н. Гелашвили²

¹ магистрант 1-го года обучения по специальности «IT-предпринимательство и цифровая экономика»

² к.э.н., ассоциированный профессор кафедры экономики и международного бизнеса
velichko.george@gmail.com, denor1980@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная статья представляет собой научный обзор новых реалий конкуренции в контексте цифровой экономики. Авторы проводят анализ ключевых аспектов цифровой трансформации бизнеса, включая инновационные стратегии, новые формы конкуренции, роль данных и аналитики. Выделены стратегии успешной адаптации компаний к изменяющимся условиям, а также рекомендации для формирования устойчивых конкурентных преимуществ в современной бизнес-среде.

Ключевые слова: цифровая экономика, конкуренция, инновации, адаптация, анализ данных.

Быстро меняющаяся бизнес-среда, движимая цифровой экономикой, требует от компаний не только выживания, но и активного стремления к процветанию. Во введении ставится вопрос об острой необходимости понимания новых реалий конкуренции и разработки стратегий, способных обеспечить успешное существование и развитие организаций.

Цифровая экономика определяется как новый этап развития, где информационные технологии проникают во все сферы бизнеса. Развитие цифровых платформ, анализа больших данных, искусственного интеллекта, интернета вещей формируют новую архитектуру бизнес-процессов, предоставляя компаниям уникальные инструменты и ресурсы [1].

Цифровая экономика вынуждает предприятия пересматривать свои традиционные бизнес-модели. Анализ позволяет исследовать, какие бизнес-модели становятся устаревшими, а какие успешно адаптируются к цифровой трансформации. Примеры

компаний, таких как Amazon или Uber, демонстрируют успешное изменение модели бизнеса в условиях цифровой экономики [2].

Исследование стратегий, которые организации применяют в условиях цифровой экономики. Рассмотрение кейсов успешного внедрения новых технологий и стратегий, способствующих созданию уникальных конкурентных преимуществ. В условиях цифровой экономики становится возможным разработать стратегии персонализированного маркетинга с применением анализа больших данных и искусственного интеллекта. Эти инструменты позволяют предоставлять клиентам индивидуализированные продукты и услуги, повышая уровень их удовлетворенности.

Использование цифровых технологий привносит новые элементы в парадигму конкуренции. В этом исследовании изучается взаимодействие компаний в цифровых экосистемах, анализируется, как цифровые платформы становятся ключевыми инструментами конкуренции, и определяется, какие компании лучше адаптированы к новым формам конкуренции.

С ростом цифровой активности становится критически важным обеспечение безопасности данных. Технологии киберзащиты становятся неотъемлемой составляющей цифровой экосистемы, гарантируя надежную защиту от кибератак и утечек информации.

В этом разделе рассматриваются вопросы, связанные с ролью данных в современной бизнес-среде. В нем анализируется, как компании могут использовать данные для повышения своего конкурентного преимущества, включая сбор, анализ и применение данных для принятия стратегических решений. Сбор данных включает разнообразные источники, от внутренних систем до внешних источников и социальных медиа. Технологии анализа данных, такие как машинное обучение и искусственный интеллект, предоставляют эффективные средства извлечения ценной информации. Данные применяются в стратегических решениях, включая принятие решений, персонализацию продуктов и услуг, а также формирование долгосрочных стратегий на основе анализа рынка. С учетом безопасности данных, раздел также обсуждает вопросы защиты данных и соблюдение стандартов безопасности. В заключение поднимаются вопросы будущего использования данных, выделяя тенденции и технологические инновации, которые будут формировать их роль в стратегическом управлении компаниями.

Обсуждаются ключевые тренды, формирующие будущее бизнес-пространство, и как компании могут адаптироваться, чтобы оставаться конкурентоспособными в долгосрочной перспективе [3].

В заключение в статье представлен комплексный научный обзор проблем и перспектив цифровой экономики и ее влияния на бизнес-стратегии. Проведенный анализ показал, что успешное выживание и процветание в эпоху цифровой трансформации требует не только технологической готовности, но и стратегической гибкости. Инновационные преобразования, внедрение новых форм конкуренции и эффективное использование данных, и аналитики становятся важными элементами успешной адаптации к новым реалиям. Будущее бизнеса тесно связано с его способностью активно адаптироваться к новым технологиям, прогнозировать изменения рынка и формировать инновационные стратегии. В этом контексте бизнесу рекомендуется разрабатывать гибкие стратегии, активно внедрять цифровые инновации и постоянно обновлять свои компетенции, чтобы успешно ориентироваться в динамичной цифровой экономике. Все эти аспекты формируют комплексный подход к пониманию и реагированию на вызовы и возможности, предоставляемые цифровой экономикой, с учетом стратегических аспектов, инновационного мышления и анализа данных.

Список литературы

1. "Вторая машинная эра: работа, прогресс и процветание во времена блестящих технологий" Бриньольфссон Э. и Макафи А. (2014).

2. "Ведущие цифровые компании: превращение технологий в трансформацию бизнеса" Вестерман Г., Боннет Д. и МаКафи А. (2014).
3. "Исследовательский комментарий — новая логика организации цифровых инноваций: программа исследований информационных систем" Ю, Ю., Хенфридссон, О., и Лайтинен, К. (2010).

Эволюция виртуальной реальности

О.М. Воробйова¹, Н.С. Перова², Н.А.Нарымбай³

¹доцент кафедры електроніки, автоматизації та метрології

²м.э.н., старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

³студентка 3 курса ОП «IT предпринимательство и цифровая экономика»

vorobiova.o.m@mail.ru, perova_ns@mail.ru, nargiza.2003.09@mail.ru

¹Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, г. Одесса

^{2,3}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье исследуется как виртуальная реальность влияет на обычную жизнь и о его пользе для отраслей в сфере медицины, инженерии, образовании и т.д. Рассматривается его развитие с 1950-х годов, благодаря технологическому прогрессу, обеспечивающему эффект погружения и реалистичную графику. Внимание уделяется тому, как виртуальная реальность в Казахстане является инструментом для развития экономики, образования, медицины и культуры, способствуя улучшению качества жизни и конкурентоспособности страны.

Ключевые слова: виртуальная реальность, цифровая экономика

Виртуальная реальность (VR) прошла долгий путь с момента своего появления как простого понятия в научно-фантастических романах и фильмах [1]. За последние несколько десятилетий она стала неотъемлемой частью нашей жизни. От развлечений и игр до образования и здравоохранения. Виртуальная реальность трансформирует различные отрасли промышленности и революционизирует то, как мы воспринимаем окружающий мир и взаимодействуем с ним.

История виртуальной реальности можно проследить с 1950-х годов, когда Мортон Хейлиг изобрел Sensorama, машину [2], которая обеспечивала мультисенсорный опыт благодаря сочетанию визуальных эффектов, звуков, вибраций и даже запахов. Виртуальная реальность привлекла значительное внимание с выпуском DataGlove и EyePhone Джарона Ланье из VPL Research, которые позволили пользователям испытать элементарную форму виртуальной реальности. Виртуальная реальность сделала скачок вперед с появлением очков виртуальной реальности Sega и Virtual Boy от Nintendo. Эти ранние попытки создания виртуальной реальности, хотя и были захватывающими в то время, были сопряжены с такими проблемами, как плохая графика, ограниченный контент и неудобное оборудование. Виртуальная реальность не смогла завоевать массовую популярность и была ограничена узкоспециализированными рынками.

Перенесемся в 21 век, и мы окажемся в эпицентре революции виртуальной реальности. Достижения в технологиях, особенно в обработке графики, разрешении дисплея и отслеживании движения подняли эволюцию виртуальной реальности на беспрецедентные высоты. Сегодня гарнитуры виртуальной реальности, такие как OculusRift, HTC Vive и PlayStation VR предлагают захватывающие впечатления, которые когда-то было невозможно себе представить. Игровая индустрия стала основной движущей силой эволюции виртуальной реальности. У энтузиастов игр появилась возможность окунуться в виртуальные миры и получить опыт, который раньше был ограничен рамками экрана. Благодаря реалистичной графике, тактильной обратной связи и контроллерам движения

игроки смогут взаимодействовать с виртуальным окружением и персонажами таким образом, что стираются границы между реальностью и фантазией.

Виртуальная реальность не ограничивается играми. Она нашла применение в нескольких областях. В сфере здравоохранения виртуальная реальность используется для обезболивания, реабилитации и даже хирургической подготовки [3]. Теперь медицинские работники смогут имитировать сложные процедуры, обеспечивая безопасную и контролируемую среду для обучения и практики. Образование является еще одним сектором, извлекающим выгоду из эволюции виртуальной реальности. Студенты смогут исследовать исторические места, посещать отдаленные страны или даже путешествовать через человеческое тело, и все это, не выходя из аудиторий. Это захватывающий процесс обучения улучшает понимание, вовлеченность и удержание, меняя способ передачи и усвоения знаний.

Эволюция виртуальной реальности не обойдется без проблем. Высокая стоимость оборудования, ограниченная доступность контента и опасения по поводу укачивания препятствовали широкому внедрению. По мере развития технологий и их доступности эти проблемы постепенно преодолеваются. Заглядывая в будущее, можно сказать, что виртуальная реальность обладает огромным потенциалом. Поскольку виртуальная реальность становится более доступной, а разработчики продолжают расширять границы возможного, мы можем ожидать еще больше инновационных приложений и впечатлений. Возможности безграничны от виртуального туризма и социальных взаимодействий до психотерапии и удаленного сотрудничества.

В Казахстане активно развивается сфера виртуальной реальности (VR). Здесь работает ряд компаний, такие как, VirtualExperiencesKZ, VirtualCraft, Big Dream Lab [5], занимающихся разработкой и применением VR-технологий в разных отраслях, включая образование, услуги, медицину, архитектуру и дизайн. Виртуальная реальность в Казахстане работает как средство для развития и совершенствования различных отраслей экономики и образования [4]. Его задачи в стране включают в себя:

1. Образование: Виртуальная реальность используется для создания иммерсионных обучающих программ и тренингов, что позволяет студентам и профессионалам получать новые знания и навыки в интерактивной среде.

2. Здравоохранение: VR используется в медицинских целях для тренировки и обучения медицинских специалистов, а также для разработки инновационных методов лечения и диагностики.

3. Туризм и культура: Виртуальная реальность позволяет людям посещать различные места и культурные объекты без физического присутствия, что способствует развитию туризма и сохранению культурного наследия.

4. Промышленность: VR используется для создания инновационных производственных процессов, тренировки сотрудников и разработки новых продуктов.

Кроме этого, в Казахстане активно создается инфраструктура для VR-технологий, включая специальные центры и площадки, предназначенные для виртуальной реальности. Также в стране проводятся различные мероприятия, фестивали и выставки, на которых демонстрируются новейшие разработки и возможности VR. Несмотря на то, что рынок VR в Казахстане еще молод и находится в стадии развития, он обещает стать важной составляющей технологической индустрии будущего.

В заключение следует отметить, что эволюция виртуальной реальности из области научной фантастики в повседневную реальность была замечательным путешествием. То, что когда-то было концепцией, ограниченной страницами книг и фантазиями кинематографистов, трансформирует наше восприятие мира. Виртуальная реальность способна изменять отрасли промышленности, расширять возможности человека и создавать совершенно новые сферы возможностей.

Список литературы

1. The Evolution Of Virtual Reality <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/11/09/the-evolution-of-virtual-reality-exploring-the-past-present-and-future/?sh=55b00c9b2b70>
2. История развития VR <https://trashbox.ru/topics/118301/istoriya-razvitiya-virtualnoj-realnosti>
3. Влияние виртуальной реальности <https://ts2.space/ru/влияние-виртуальной-реальности-на-об/#gsc.tab=0>
4. Что такое VR в Казахстане и как оно развивается <https://the-tech.kz/что-такое-vr-технологии-и-как-они-развив/>
5. Разработка VR в Казахстане <https://bigdreamlab.kz/blog/razrabotka-vr-v-kazahstane/>

Роль Казахстана в динамике цифрового развития на современном этапе

О.М. Воробйова¹, Н.С. Перова², Н.А. Исина³

¹доцент кафедры електроніки, автоматизації та метрології

²м.э.н. старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

³студентка 3 курса ОП «IT предпринимательство и цифровая экономика»

Vorobiova.o.m@mail.ruperova_ns@mail.ru
ruisisnanazia@gmail.com

¹Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, г. Одесса

^{2,3}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: "Цифровой Казахстан" - это концепция развития страны, основанная на использовании современных цифровых технологий для улучшения экономики, образования, здравоохранения и государственного управления. В рамках этой концепции предпринимаются шаги по цифровизации различных отраслей экономики, внедрению электронного правительства, созданию цифровой инфраструктуры и развитию цифровых навыков у населения. Цифровой Казахстан направлен на повышение конкурентоспособности страны в мировой экономике и улучшение качества жизни граждан.

Ключевые слова: цифровой Казахстан, эволюция, развитие, цифровизация, экономика.

Цифровая экономика становится все более важной для развития страны, и Казахстан не исключение. В последние годы правительство страны активно работает над созданием благоприятной среды для развития цифровой экономики, что отражается на росте числа интернет-пользователей, цифровизации отраслей экономики и развитии информационных технологий.

Казахстан активно развивается в области цифровой экономики. В 90-е годы была запущена госпрограмма по индустриально-инновационному развитию, а в 2005 году началось формирование электронного правительства [1]. Сейчас страна уже имеет элементы инновационной экосистемы, такие как специальная экономическая зона ПИТ "Алатау" и международный технопарк Astana Hub. Президент Казахстана подчеркнул, что развитие цифровой индустрии будет стимулировать развитие других отраслей экономики. Поэтому были определены пять ключевых направлений реализации госпрограммы "Цифровой Казахстан": цифровизация отраслей экономики, переход к цифровому государству, реализация цифрового Шелкового пути, развитие человеческого капитала и создание инновационной экосистемы. Таким образом, Казахстан активно работает над созданием благоприятной среды для развития цифровой экономики, что способствует укреплению его позиций на мировой арене. Одной из важных инициатив в этом направлении является программа "Цифровой Казахстан", запущенная в 2018 году. Целью этой программы является создание условий для развития цифровой экономики в стране, а также улучшение доступа к цифровым технологиям для всех слоев населения. В рамках этой программы правительство

Казахстана предпринимает шаги по цифровизации отраслей экономики, улучшению качества образования в области информационных технологий, а также развитию цифровой инфраструктуры. Кроме того, в Казахстане активно развивается сектор информационных технологий. Многие местные компании занимаются разработкой программного обеспечения, созданием цифровых платформ и сервисов, а также предоставлением услуг в области информационных технологий. Это способствует росту экспорта услуг и созданию новых рабочих мест.

Согласно оценкам, внедрение цифровых технологий в экономику Казахстана к 2025 году приведет к созданию дополнительной стоимости в размере от 1,7 до 2,2 триллионов тенге. Это позволит обеспечить возврат инвестиций в 4,8-6,4 раза по сравнению с общим объемом инвестиций, включая частные инвестиции [2]. Наиболее значительные вклады в ВВП будут внесены благодаря 12 ключевым проектам:

- создание международного технопарка для ИТ-стартапов (Astana Hub);
- внедрение технологий Индустрии 4.0, включая проекты "Интеллектуальное месторождение" и модельные фабрики;
- внедрение концепции "Paper Free";
- создание интеллектуальной транспортной системы;
- развитие электронной коммерции;
- создание цифровой платформы для малого и среднего бизнеса (единое окно);
- развитие информационной системы маркировки товаров для борьбы с теневой экономикой;
- внедрение комплекса мер по развитию безналичных платежей;
- развитие открытых платформ (Open API), Big Data и искусственного интеллекта;
- развитие телекоммуникационной инфраструктуры, включая расширение доступа к широкополосному интернету;
- совершенствование таможенного и налогового администрирования и переход к электронной декларации;
- реализация компонентов Smart City.

Важным шагом в развитии цифровой экономики в Казахстане является также создание благоприятной среды для инноваций и стартапов [3]. Правительство страны активно поддерживает развитие стартап-сообщества, предоставляя финансовую и инфраструктурную поддержку, а также создавая специальные программы для стимулирования инноваций. В целом, развитие цифровой экономики в Казахстане имеет большое значение для дальнейшего экономического роста страны. Правительство продолжит работу над созданием благоприятной среды для развития информационных технологий, цифровизации отраслей экономики и поддержки инноваций, что способствует укреплению позиций Казахстана на мировой арене.

Список литературы

1. Государственная программа «Цифровой Казахстан» на 2017-2020 годы. Основание для разработки - Указ Президента Республики Казахстан от 1 февраля 2010 года № 922 «О Стратегическом плане развития Республики Казахстан до 2020 года».

2. [Цифровой Казахстан: реалии и перспективы - Официальный информационный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан \(primeminister.kz\)](https://primeminister.kz/ru/news/tsifrovoy-kazahstan-realii-i-perspektivi-16155)
<https://primeminister.kz/ru/news/tsifrovoy-kazahstan-realii-i-perspektivi-16155>

Интернет вещей (IoT) и его роль в цифровой экономике

О.М. Воробйова¹, Н.С. Перова², А.А. Денежкин³

¹доцент кафедры електроніки, автоматизації та метрології

²м.э.н., старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

³студент 3 курса ОП «IT предпринимательство и цифровая экономика»

¹vorobiova.o.m@mail.ru ²perova_ns@mail.ru ³pg.sharpqqq@gmail.com

¹Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, г. Одесса

^{2,3} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматривается роль Интернета вещей в бурно развивающейся цифровой экономике, а также основные принципы работы данной технологии и ее влияние на современную промышленность. Сегодня Интернет вещей используется в самых различных сферах, включая здравоохранение, промышленность, а также в быту. Интернет вещей (IoT) является одной из важнейших технологий, которые представляют собой связь между физическим миром и цифровой средой. В статье рассмотрены основные аспекты концепций Интернета вещей и Индустрии 4.0, их преимущества и недостатки, а также сделаны выводы о том, как эти технологии могут изменить будущее человечества. Интернет вещей и Индустрия 4.0 открывают новые возможности для развития и оптимизации различных сфер жизни и производства. Однако необходимо грамотно использовать эти концепции, учитывая их преимущества и недостатки, чтобы извлечь максимальную выгоду. В целом можно сказать, что роль IoT в цифровой экономике огромна и продолжает расти. Однако необходимо учитывать потенциальные угрозы, связанные с безопасностью и конфиденциальностью данных, а также необходимость развития более прозрачных и надежных стандартов для использования этих технологий.

Ключевые слова: Интернет вещей, цифровая экономика, Индустрия 4.0, IoT, четвертая промышленная революция, цифровые технологии.

Интернет вещей (IoT) – это концепция, которая заключается в том, что все устройства могут быть подключены к интернету и обмениваться информацией друг с другом. Это открывает новые возможности для автоматизации и оптимизации различных процессов, например, в производстве, здравоохранении, сельском хозяйстве и т.д. Интернет вещей является одной из важнейших технологий, которые представляют собой связь между физическим миром и цифровой средой [1]. Использование IoT, совмещенное с инновационными идеями, дает возможность создавать новые продукты и услуги, повышать эффективность и конкурентоспособность бизнеса, а также обеспечивать рост в экономике. Архитектура интернета вещей включает в себя много уровней. Сам интернет вещей имеет два местоположения: периферийные устройства и мощные Big Data инструменты, развернутые в центре обработки данных на серверах или в облаке. IoT стал инструментом для развития таких технологий как машинное обучение и анализ больших данных. Он позволяет увеличивать производительность и снижать затраты для многих организаций. Для полного использования потенциала IoT необходимо увеличить долю аналитики данных и искусственного интеллекта, что позволит значительно улучшить предиктивные возможности и результативность в различных ситуациях, начиная от промышленного производства и заканчивая бытовой сферой. Например, технология IoT может помочь повысить эффективность бизнес-процессов, улучшить качество продукции и услуг, обеспечить мониторинг и управление производственными процессами, а также увеличить прибыльность компаний. В медицине технология IoT может быть полезна в области мониторинга здоровья пациентов, улучшения диагностики и организации лечения. Хозяйственная деятельность, как и предпринимательство, сильно зависит от связанных с обслуживанием расходов. IoT может значительно снизить эти расходы, помогая, например, управлять потреблением энергии и оптимизировать расходы по обслуживанию общественных объектов, например, освещения

общественных мест. Транспортная отрасль также может воспользоваться преимуществами IoT. Системы мониторинга и управления транспорта позволяют оптимизировать маршруты и снизить затраты на топливо и другие ресурсы. Благодаря IoT, системы автоматической парковки, системы звука, встроенные в управляемых автомобилях, могут предоставлять дополнительные услуги и повысить уровень комфорта пассажиров [2]. Хотя технология IoT имеет свои достоинства, проблемы безопасности являются ее главным ограничением. Риск хакерской атаки на систему IoT может привести к потенциально катастрофическим последствиям. В связи с этим важно иметь высокий уровень защиты системы и усиленное шифрование. Таким образом, технология IoT играет ключевую роль в изменении современной экономической парадигмы. Интернет вещей позволяет создавать новые бизнес-модели, управлять рисками, повышать конкурентоспособность и в целом улучшать качество жизни людей [3]. Промышленный Интернет вещей (IIoT) – это технология, объединяющая машины, устройства и системы в единую сеть, обеспечивающую автоматизацию производственных и бизнес-процессов. Она является основной составляющей Индустрии 4.0 – четвертой промышленной революции, которая представляет собой интеграцию цифровых технологий в производственные процессы. IIoT предоставляет новые возможности для мониторинга, диагностики и анализа работы оборудования и машин в режиме реального времени. Это позволяет сократить время реакции на возможные неисправности и снизить риски аварий. Также технология IIoT предоставляет возможности для сбора и анализа большого объема данных, что позволяет оптимизировать производственные циклы, улучшить качество продукции и повысить эффективность работы производственных процессов. Для сравнительного анализа эффективности использования технологии IIoT были выбраны различные области применения, такие как электроэнергетика, производство автомобилей и медицина [4]. Результаты сравнительного анализа показали, что использование IIoT в различных областях применения позволяет достичь значительных экономических и технических преимуществ. Сегодня IIoT уже используется во многих отраслях, таких как автомобильная промышленность, производство энергии, горнодобывающая промышленность, бытовая электроника, здравоохранение и транспорт. Например, в автомобильной промышленности, где безопасность является приоритетом, IIoT может использоваться для создания системы мониторинга состояния дороги и автомобилей. В транспорте IIoT может использоваться для улучшения услуг в области логистики и сокращения времени доставки грузов. В сфере здравоохранения технологии IIoT могут помочь в диагностике и лечении различных заболеваний. Использование IIoT также открывает новые возможности для сбора, анализа и обработки данных. Это позволяет компаниям лучше понимать свои бизнес-процессы и принимать более обоснованные решения. Однако одной из проблем, с которой сталкиваются компании при использовании IIoT, является безопасность данных. С возрастанием количества подключенных устройств увеличивается вероятность того, что данные могут быть утеряны. Многие компании уже получили значительные выгоды от внедрения IIoT в своих производственных процессах. Некоторые из них смогли повысить качество выпускаемой продукции, уменьшить количество брака и сократить время простоя оборудования. Таким образом, IIoT играет все более важную роль в цифровой экономике. IIoT открывает новые возможности для увеличения эффективности и оптимизации производства, а также для получения большей информации о работе технологических систем. Компании, которые будут инвестировать в технологии IIoT, получат значительные преимущества в конкурентной борьбе на рынке. Технология Промышленного Интернета вещей является важным средством реализации концепции Индустрия 4.0 [5].

Индустрия 4.0 открывает новую эру цифровой трансформации, объединяя производственные процессы в цифровую среду. Это способствует повышению гибкости и эффективности производства, что в конечном счете приводит к росту конкурентоспособности и экономическому развитию. При сравнении Индустрии 4.0 с Интернетом вещей (IoT) можно обнаружить схожие черты, однако существуют и

фундаментальные различия. В отличие от IoT, где акцент делается на сборе и анализе данных, Индустрия 4.0 сфокусирована на оптимизации производства и управлении производственными процессами. Кроме того, Индустрия 4.0 включает в себя применение передовых технологий, таких как искусственный интеллект и машинное обучение, тогда как IoT ориентирован на сбор и анализ данных от устройств. Важно отметить, что данные концепции не лишены недостатков: они могут столкнуться с угрозами для безопасности данных и зависимостью от технологий. Поэтому при реализации Индустрии 4.0 и IoT необходимо уделять особое внимание мерам безопасности и развитию новаторских технологий [6]. Распространение IoT и концепции Индустрии 4.0 способно кардинально изменить множество областей, включая производство, здравоохранение и сельское хозяйство. Применение этих концепций способно улучшить эффективность и гибкость в производственной сфере и оптимизировать другие сферы жизни, стимулируя их конкурентоспособность.

Интернет вещей и Индустрия 4.0 открывают новые возможности для развития и оптимизации различных сфер жизни и производства. Однако необходимо грамотно использовать эти концепции, учитывая их преимущества и недостатки, чтобы извлечь максимальную выгоду. В целом, можно сказать, что роль IoT в цифровой экономике огромна и продолжает расти. Однако необходимо учитывать потенциальные угрозы, связанные с безопасностью и конфиденциальностью данных, а также необходимость развития более прозрачных и надежных стандартов для использования этих технологий.

Список литературы

1. Зарипова Р.С., Мустафин Р.Ф. Технологический суверенитет и перспективы его дальнейшего развития // Цифровая трансформация промышленности: новые горизонты. М., 2022. С. 176-178.
2. Кудряков Р.И. Особенности использования инструментов цифрового маркетинга при реализации товаров инновационного профиля // Стратегическое развитие социально-экономических систем в регионе: инновационный подход. 2022. С. 134-140.
3. Овсеенко Г.А. SMART-решения и системы искусственного интеллекта // Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах. 2021. № 2 (24). С. 71-74.
4. Овсеенко Г.А. Возможность применения нейронных сетей в мехатронном устройстве для анализа проб в нефтегазовой отрасли // XXV Аспирантско-магистерский научный семинар. 2022. С. 569- 573.
5. Рочева О.А., Рочева Я.О. Анализ условий жизни населения // Энергетика, инфокоммуникационные технологии и высшее образование. 2023. Т. 2. С. 551-554.
6. Смирнов Ю.Н., Марданова А.М. Цифровое предприятие как модель потока создания стоимости // Современные цифровые технологии: проблемы, решения, перспективы. 2022. С. 118-121.

Еңбек нарығындағы гендерлік асимметрия

Н. Ғалиқызы¹, Н.Б. Куттыбаева²

¹«Экономика» білім беру бағдарламасы бойынша 2 курс магистранты,

² Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының қауымдастырылған профессоры, PhD
nazym.galikyzy@mail.ru, nurg_78@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Гендерлік мәселелердің өзектілігі тек зерттеу саласының жаңалығымен ғана емес, сонымен бірге гендерлік құбылыстың адамзат және қоғам өмірі үшін маңыздылығымен

ерекшелінеді. Әлеуметтік теңсіздік көбінесе экономикада, соның ішінде еңбек нарығында да көрінеді. Бұл мақаланың мақсаты қазіргі жағдайда еңбек нарығындағы гендерлік асимметрия мәселелерін талдау.

Кілт сөздер: гендерлік асимметрия, еңбек нарығы, гендерлік аспект, жалақы, білім деңгейі.

Мақала мәтіні. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы «гендер» ұғымына келесі сипаттама береді: гендер – ерлер мен әйелдердің олардың арасындағы нормалар, рөлдер және қарым-қатынастар сияқты әлеуметтік жолмен алынған сипаттарды анықтау үшін қолданылады. Гендерлік мінездеме әр мәдениет үшін әртүрлі және уақыт өте келе өзгеруі мүмкін. Адамдар негізінен еркек немесе әйел (биологиялық жыныс) туылғандықтан, олар ерлер мен әйелдерге сәйкес мінез-құлық үлгілеріне (гендерлік нормалар), соның ішінде үйде, қоғамда бірдей немесе қарама-қарсы жыныстағы адамдармен қалай қарым-қатынас жасау және жұмыс орнында (гендерлік қарым-қатынастар) және олар қоғамда қандай рөлдер мен жауапкершіліктерді алуы (гендерлік рөлдер) керектігін үйренеді.

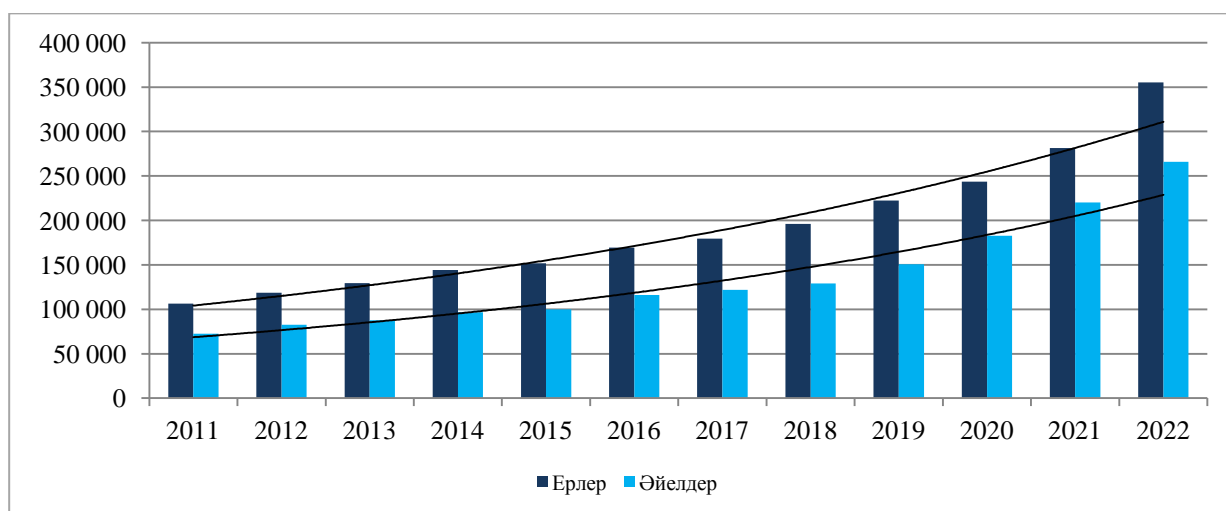
Гендерлік теңдік адамның негізгі құқығы ғана емес, сонымен бірге өркендеуге және тұрақты дамуға қол жеткізудің маңызды негізі болып табылады. Ерлер мен әйелдер кәсіптер бойынша тең емес бөлінген кезде, еңбек нарығында гендерлік асимметрия пайда болады. Егер ол үлкен болса, проблемалар туындайды: белгілі бір кәсіби лауазымдарда гендерлік дискриминация қаупі артады. Әлеуметтік жағдайы жағынан тең емес адамдар арасындағы тұрақты емес некелер саны артып келеді. Әйелдердің жұмыссыз қалу қаупі артып келеді. Көптеген құрылымдардың тиімділігі төмендейді.

Экономикалық саланы гендерлік зерттеуге назар аударатын болса, біз еңбек нарығындағы гендерлік теңсіздік пен гендерлік теңдікті зерттеуге жүктелген маңызды рөлді атап өту жөн. Негізгі теңгерімсіздік кәсіптік кемсітушілік пен жынысқа негізделген сегрегацияда көрінеді. Еңбек нарығының көптеген басқа сипаттамалары сияқты, гендерлік сегрегация күрделі, көп өлшемді және алуан түрлі құбылыс. Қоғамның барлық еңбекке қабілетті мүшелері үшін ең маңызды экономикалық мүмкіндіктер, ең алдымен, субъектінің еңбек нарығындағы орнымен анықталады. Еңбек ету шарттары мен еңбекақы деңгейі жұмысшының өмір сүру сапасына, олардың қажеттіліктерін қанағаттандыру қабілетіне және отбасы мүшелерінің басымдықтары мен өмірлік мүмкіндіктерін анықтауға айтарлықтай әсер етеді. Еңбек нарығы жұмыс беруші мен жұмыскер арасындағы, еңбек ұжымы өкілдері арасындағы қарым-қатынастардың принциптерін, сипаты мен сапасын анықтайды. Өндіріс тиімділігін арттыруға бағытталған міндеттерді шешу кезінде бұл қатынастардың ерекшелігі үлкен мәнге ие. Бұл еңбек нарығының жұмыс істеуіне және оның субъектілерінің қарым-қатынасына байланысты проблемалардың болуын да түсіндіреді. Осындай проблемалардың бірі - жеке адамдар немесе топтар үшін әділеттілік пен тең мүмкіндіктерді қамтамасыз ету.

Гендерлік асимметрия гендерлік еңбек бөлінісімен тікелей байланысты - мәдениетке, дәстүрге, әдет-ғұрыпқа негізделген, ресми немесе бейресми түрде адамдардың санасында ғана емес, сонымен қатар практикада бекітілген кәсіптерді әйелдер мен ерлер арасында бөлу. Гендерлік мүмкіндіктердің теңсіздігінің ең жарқын мысалы - сегрегация. Жыныс бойынша сегрегация адам өмірінің сол немесе басқа саласында әртүрлі гендерлік топтарға жататын адамдардың жеке өмір сүруімен байланысты құбылыс. Біздің жағдайда гендерлік сегрегация экономикада жұмыс істейтіндердің, әртүрлі кәсіптер мен қызмет түрлерінің тең емес бөлінуін көрсетеді. Кейбір еңбектерде гендерлік сегрегация еңбек нарығындағы әйелдерге қатысты кемсітушілік ретінде түсіндірілетінін айта кеткен жөн, бірақ бұл екі құбылысты анықтау мүмкін еместігін ескерген жөн. Бұл мәлімдеменің себебі, сегрегация сыртқы шектеулердің әсерінен ғана емес, сонымен қатар жеке қалауларға негізделген еркін таңдау нәтижесінде де дамуы мүмкін. Көбінесе гендерлік сегрегация көлденең және тік бөлу тұрғысынан қарастырылады. Көлденең сегрегация әйелдер аз өкілдік ететін салаларда ерлердің білім алуы немесе еңбек етуімен ерекшеленеді. Бұл әйелдер мен ерлердің бірдей салада білім алуы, бірақ лауазымдық иерархияда біркелкі бөлінбеуімен сипатталатын вертикалды сегрегацияға қарама-қайшы келеді.

Қазақстан Республикасындағы гендерлік аспект оң динамикамен сипатталады. Дүниежүзілік экономикалық форум сарапшылары есептеп шығаратын экономикалық қатысу және мүмкіндіктер, білім алу деңгейі, денсаулық пен өмір сүру және саяси мүмкіндіктер сияқты негізгі категорияларды бағалайтын гендерлік теңдіктің елдер арасындағы салыстыруы болып табылатын Жаһандық гендерлік алшақтық индексіне (Global Gender Gap Index) сәйкес, ерлер мен әйелдердің экономикалық жағдайындағы айырмашылық тіпті дамыған елдерде де айтарлықтай үлкен. Бұл индекс экономикаға қатысудың жалақы, жоғары білікті жұмысқа қолжетімділік, білімге қолжетімділік және т.б. сияқты көрсеткіштерін көрсетеді. Қазақстан гендерлік даму саласындағы табысты реформалардың арқасында 15 позицияға жоғарылады және ағымдағы жылғы Жаһандық гендерлік айырмашылық индексі рейтингінде 146 елдің ішінде 62-орынға ие болды (2022 жылы 65, 2021 жылы 80 орын). Білім беруде айтарлықтай жақсартулар болды (2020 жылы 63 орыннан 2022 жылы 27 орынға көтерілу), денсаулық пен өмір сүру деңгейінде 30 позицияға жоғарылайды (2020 жылы 74 - 2022 жылы 44 орын), сонымен қатар экономикалық қатысу мен мүмкіндіктер саласындағы оң тенденциялар байқалған (2020 жылы 37 орыннан 2022 жылы 29 орынға ілгерілеу). Сонымен қатар, саяси қатысу саласындағы гендерлік айырмашылық бейнесі 2017 жылдан бері өзгеріссіз қалды (2017 жылы 93 орын - 2022 жылы 103 орын).

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы 2023 жылға қарасты ақпараттарына сәйкес ел экономикасындағы ерлер әйелдерге қарағанда орта есеппен 39% көп жалақы алады, ал жоғары білімі барлар жалақыны орта есеппен 72,5% арттырады. Қазақстандағы жұмысшылардың жалақысының құрылымы мен бөлінуі туралы статистиканы атап өтсек, 2011-2022 жылдар аралығында ерлер мен әйелдердің орташа айлық жалақылары арасында айтарлықтай айырмашылық бар, яғни әр жылдары Қазақстандағы ер адамдар әйелдерге қарағанда 21-30% артық жалақы алған (Сурет 1).



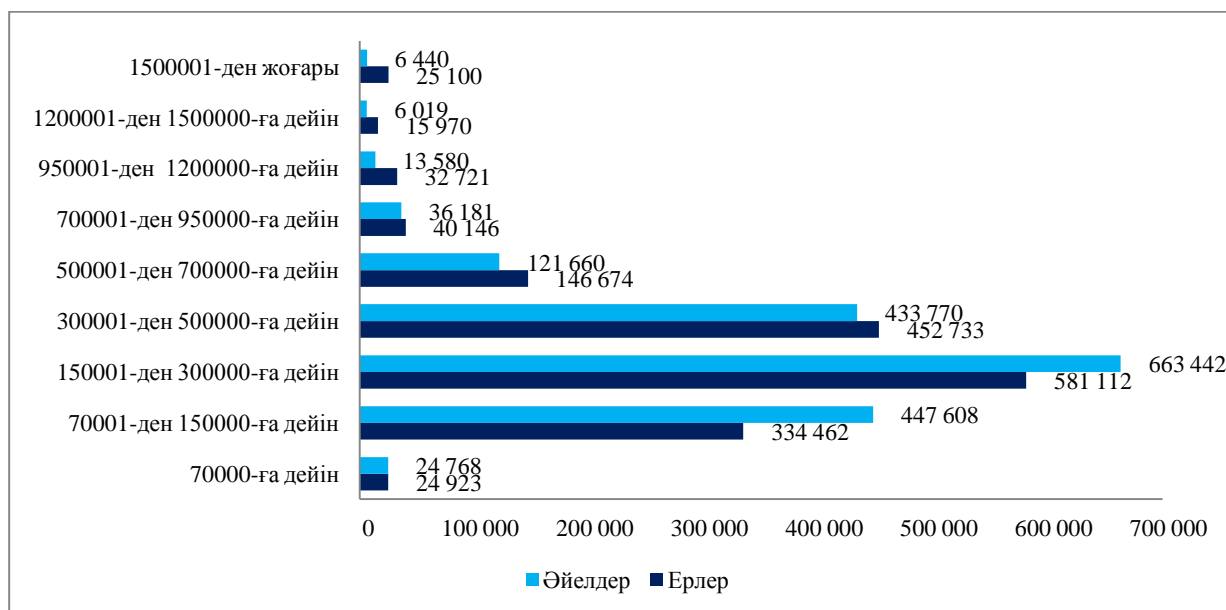
Сурет 1. Гендерлік еңбекақы алшақтығы, 2011-2022 жж.

Е с к е р т у – ҚР СЖРА ҰСБ мәліметтері бойынша автормен жасалған [3]

Атап өтсек, орташа жалақы айырмашылығының минималды көрсеткіші 2021 жылы (25,0%), ал максималды көрсеткіші 2018 жылы (34,2%) құраған. Ағымдағы жылғы көрсеткіш – 25,2%, бұл орташа жалақының 2022 жылға қарағанда 3,5% өскенін сипаттайды (Сурет 1).

Жалдамалы қызметкерлер санын есептелген жалақы мөлшері және жынысы бойынша еңбек нарығындағы белсенді халықтың бөлінісін талдай отырып, келесідей тұжырымға келе аламыз: жалдамалы қызмет атқаратын әйелдер саны 70 000 дейін – 300 000 теңге арасындағы жалақы диапазонында басым бөлігін көрсетеді, ал 300 001 және одан жоғары жалақы диапазонында ерлер басымдылықты алады. Бұл нарықтағы белсенді жалдамалы қызметкерлердің арасында әйелдердің саны ерлерден 4,13% артық және жалпы жалдамалы қызметкерлердің 51,01% құрайтынына қарамастан, әйелдердің 2023 жылға жалпы жалақы

қоры барлық қызметкерлердің жалақы қорының 82,31% құрайды және ерлердің жалақы қорынан 17,68% төмен болуымен ерекшелінеді (Сурет 2).



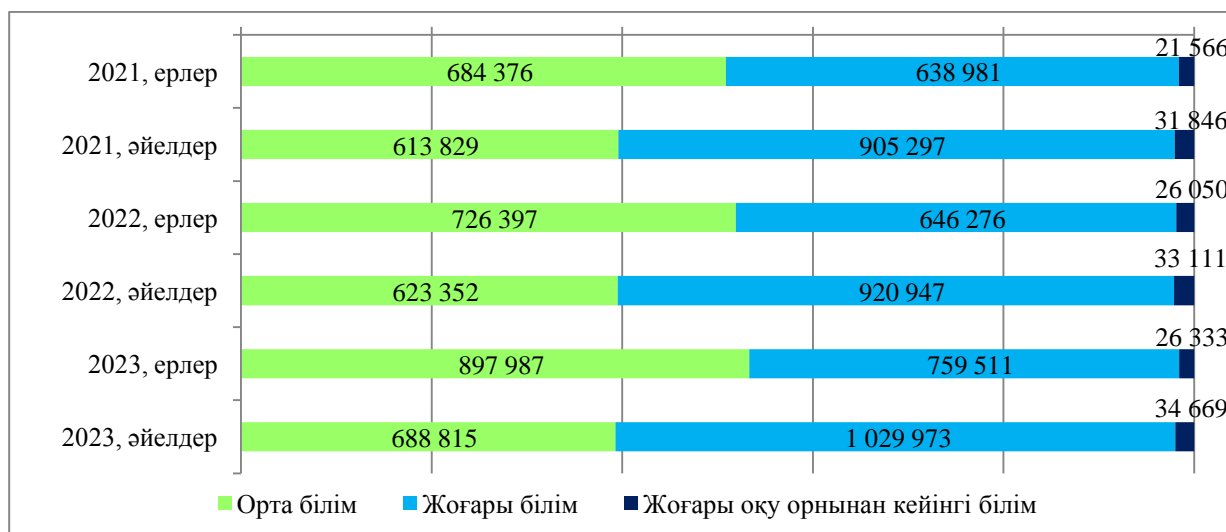
Сурет 2. Жалдамалы қызметкерлер санын есептелген жалақы мөлшері және жынысы бойынша бөлінісі, 2023 ж.

Е с к е р т у – ҚР СЖРА ҰСБ мәліметтері бойынша автормен жасалған [3]

Бұл ретте бізді ең алдымен білімге байланысты жалақының жағдайы, сондай-ақ гендерлік аспекті қызықтырады. Осылайша, ресми деректерге сәйкес, тұтастай алғанда экономика бойынша ағымдағы жылы жұмысшылардың 2023 жылғы орташа айлық атаулы жалақысы білім деңгейі бойынша келесідей бөлінді:

- орта білім – 1 586 802 жұмысшы және 230 841 теңге;
- жоғары білім – 1 789 484 қызметкер және 398 214 теңге;
- жоғары оқу орнынан кейінгі білім – 61 001 қызметкер және 505 170 теңге.

Яғни, жоғары білімнің болуы орта есеппен орташа айлық атаулы жалақыны 72,51%, ал жоғары оқу орнынан кейінгі білім оны тағы 26,86% арттырады. Алайда экономикадағы қызметкерлердің 46,1 пайызының тек орта білімі бар екені алаңдатады.



Сурет 3. Ерлер мен әйелдер арасындағы білім деңгейінің бөлінісі, 2021-2023 жж.

Е с к е р т у – ҚР СЖРА ҰСБ мәліметтері бойынша автормен жасалған [3]

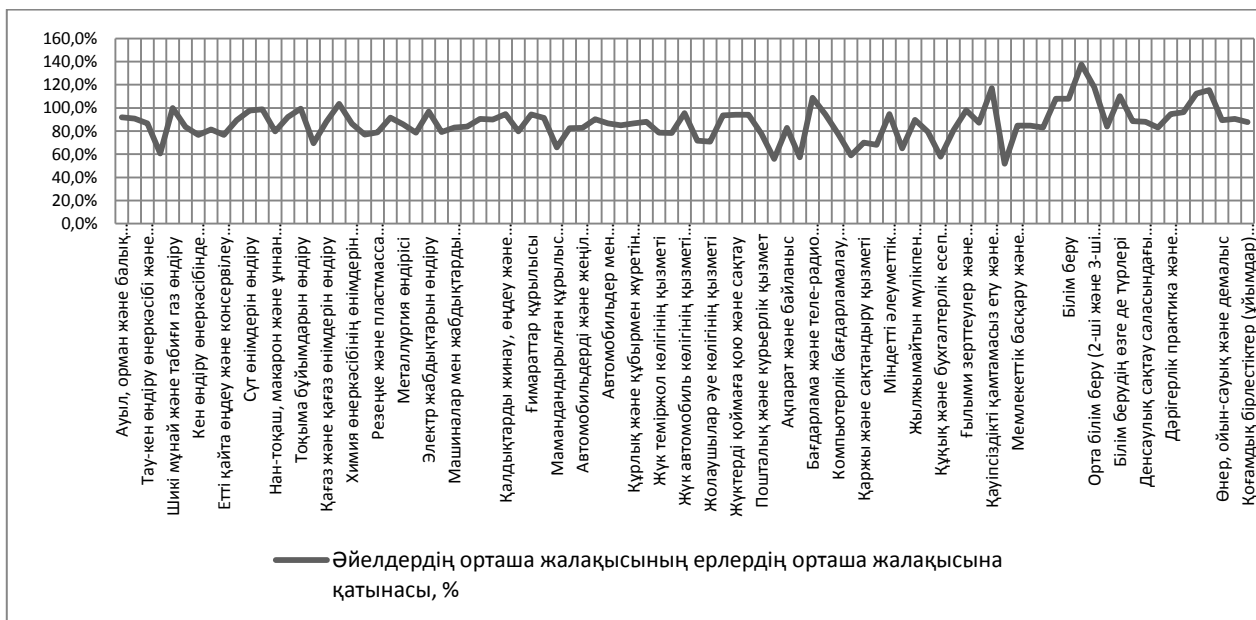
Ақырында, гендерлік аспектіде де жағдай екіұшты:

- орта білім - ерлердің орташа айлық атаулы жалақысы әйелдердікінен 45,73% жоғары;

- жоғары білім - ерлердің орташа айлық атаулы жалақысы әйелдердікінен 33,15% жоғары;

- жоғары оқу орнынан кейінгі білім - ерлердің орташа айлық атаулы жалақысы әйелдердің жалақысынан 37,48% жоғары.

Келесі қарастыруды қажет ететін сұрақ – ерлер мен әйелдердің орташа жалақысының еңбек салаларындағы бөлінісі болды (Сурет 4).



Сурет 4. Еңбек салаларындағы әйелдердің орташа жалақысының ерлердің орташа жалақысына қатынасы, %

Е с к е р т у – ҚР СЖРА ҰСБ мәліметтері бойынша автормен жасалған [3]

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы 2023 жылдың қазан айында жариялаған Қазақстан Республикасындағы негізгі кәсіптер мен лауазымдар бойынша қызметкерлердің жалақысы Еңбек және жұмыспен қамту статистикасында аталған 89 саладағы әйелдердің орташа жалақысының ерлердің орташа жалақысына қатынасын талдау келесі нәтижеге әкелді: тек 9 салада әйелдердің орташа жалақысы ерлердің орташа жалақысынан аз болмай шықты: өндірістік салалардан - бұл кокс және мұнай өңдеу өнімдерін өндіру (103,6%), өндірістік емес салалардан - бағдарлама және теле-радио хабарлама жасау жөніндегі қызмет (108,7%), қауіпсіздікті қамтамасыз ету және тергеу жүргізу бойынша қызмет (117,0), білім беру (107,9%), мектепке дейінгі білім беру (137,5%), орта білім беру, 2-ші және 3-ші деңгейлер (118,0%), білім берудің өзге де түрлері (110,2%), тұруды қамтамасыз етумен әлеуметтік көрсетілетін қызметтерді ұсыну (112,5%), тұруды қамтамасыз етудің әлеуметтік көрсетілетін қызметтерді ұсыну (115,3%).

Әйелдердің орташа жалақысының ерлердің орташа жалақысына қатынасы ең төмен салалар, керісінше, дәстүрлі түрде әйелдердің басымдылығына тап салалар болып шықты. Атап өтсек, тұру және тамақтану бойынша қызмет көрсету (55,8%), баспа қызметі (57,2%), ақпараттық қызмет көрсету саласындағы қызмет (59,1%), құқық және бухгалтерлік есеп саласындағы қызмет (58,0%), коммерциялық қызметті қолдауға бағытталған офистік әкімшілік және қосалқы қызмет көрсету саласындағы қызмет (51,7%).

Қорытынды:

1. Гендерлік теңсіздік мәселесі Қазақстанда көптеген салаларда өзекті, сондықтан мемлекет ерлер мен әйелдер арасындағы алшақтықты азайтуға күш салуда. Еңбек

нарығындағы гендерлік асимметрия орнықталған гендерлік нормалар, қарым-қатынастар және гендерлік рөлдерге байланысты. Гендерлік теңсіздіктің

2. Қазақстан Республикасындағы гендерлік аспект оң динамикамен сипатталады: Жаһандық гендерлік айырмашылық индексі рейтингінде 146 елдің ішінде 62-орынға ие және әр жыл сайын нәтиже жоғарылайды, әйелдер мен еркектердің орташа еңбекақы алшақтық көрсеткіші қалыпты.

3. Еңбек нарығындағы гендерлік бөлініс кейпі орташа жалақының ерлер үшін әйелдерге қарағанда 39,0% жоғары болуымен, әйелдер санының айлық жалақының 300 000 теңгеге дейін көрсеткішінде басым болып, сонан ерлердің ілгерілеуімен, қарастырылған 89 еңбек саласының 80, яғни 89,89% ерлердің орташа атаулы жалақысының әйелдердің орташа жалақысынан жоғаруы болуымен сипатталды.

4. Аталмыш тақырып ары қарай талдауды талап етеді, әйел санының күрт азаюы «шыны төбе» құбылысына тән жағдай ма, әлде оған басқа да әлеуметтік-экономикалық факторлардың (бала күтімі бойынша демалыс, төмен еңбек жағдайларына көну және т.б.) себеп болу мүмкіндігі қарастырылуы өзекті мәселе деп шешілді.

Әдебиеттер тізімі

1. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы. URL: <https://www.who.int/ru>
2. Костина Н.Ю. Гендерные аспекты предпринимательства // Экономика и социум. 2017. №3 (34). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-aspekty-predprinimatelstva> (дата обращения: 01.12.2023).
3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы. URL: <https://stat.gov.kz/>

Қазақстан агроөнеркәсіптік кешеннің инновациялық дамуының ерешеліктері

А.Ж. Ергалиев¹, Р.К. Андарова²

¹«Экономика» білім беру бағдарламасы бойынша 2 курс магистранты,

²Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының э.ғ.д., еңбек сіңірген профессоры
ergaleo10@gmail.com, ark_roza@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Агроөнеркәсіптік кешенде инновациялық процесс ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерді жаңа немесе жетілдірілген өнімге, материалдарға, жаңа технологияларға, ұйымдастыру мен басқарудың жаңа формаларына түрлендірудің және оларды өндірісте пайдаланудың тұрақты ағынын қамтиды. әсері. Агроөнеркәсіп кешеніндегі инновациялық процестердің өзіндік ерекшеліктері бар. Олар әртүрлі аймақтық, салалық, функционалдық, технологиялық және ұйымдастырушылық ерекшеліктерімен ерекшеленеді. Алайда, экономикалық дамудың қазіргі кезеңінде Қазақстанның ауыл шаруашылығындағы ғылым мен инновациялар аз сұранысқа ие болып отыр, осы орайда отандық АӨК инновациялық дамуының максималды экологиялық, түсінікті жолдарын табу және олардың ерекшеліктерін айқындау мәселесі жоғары өзекті сұрақ болып табылады.

Кілт сөздер: агроөнеркәсіптік кешен, инновация, агробизнес.

Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіп кешенін инновациялық дамыту ғылыми-техникалық әлеуетті тиімді пайдалануды, ғылымды, білім мен өндірісті біріктіруді және инновациялық технологиялар негізінде экономиканы технологиялық жаңғыртуды көздейді. Бұл күрделі мәселені шешу үшін тиісті жағдайларды жасау қажет: инновациялық қызмет үшін тиісті инфрақұрылым немесе инновациялық қызмет үшін ақпараттық, сараптамалық, маркетингтік, қаржылық, кадрлық және басқа да қызметтерді қамтамасыз ететін материалдық-техникалық, заңнамалық және басқа да құралдар кешені. Инновациялық

процесс – бұл ғылыми білімді инновацияға айналдыру және келесі кезеңдерді қамтиды: «ғылым – технология (технология) – өндіріс – тұтыну».

Агроөнеркәсіп кешеніндегі инновациялық серпілістер өзара байланысты үш мақсатқа қол жеткізумен байланысты:

- азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету
- ресурстарды үнемдеу
- ауылдық аумақтардың экологиялық және әлеуметтік әл-ауқаты.

Ауыл шаруашылығындағы тәжірибедегі инновация өсімдік шаруашылығы, мал шаруашылығы және ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеу салаларында жаңа өсімдік сорттарын, ауыл шаруашылығы жануарларының тұқымдарын, өндіріс технологияларын қолдануды білдіреді. Кеңірек мағынада инновация – бұл нарықта сатылатын жаңа немесе жетілдірілген өнім, ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру мен өңдеуде қолданылатын жаңа немесе жетілдірілген технологиялық процесс түрінде жүзеге асырылатын инновациялық қызметтің соңғы нәтижесі.

Агроөнеркәсіптік кешеннің инновациялық дамуына ықпал ететін жағдайлар мен факторлар табиғи ресурстардың болуы, елеулі ғылыми және білім беру әлеуеті, сыйымды ішкі азық-түлік нарығы, экологиялық таза, табиғи азық-түлік өнімдерін өндіру мүмкіндігі болып табылады.

Тұтастай алғанда, соңғы жылдары АӨК дамуының оң серпіні байқалуда, ауыл шаруашылығы өнімін және оны қайта өңдеу өнімдерін өндіру көлемі ұлғаюда, жабдықпен және қазіргі заманғы жоғары өнімді ауыл шаруашылығы техникасымен жарактандырылу өсуде.

Ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру мен саудалаудың әлемдік жүйесі шеңберінде нарықтық экономика жағдайында ұлттық бәсекелестік артықшылықтар мен олардың дамуы басым мәнге ие болады. Аграрлық сектордың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету аграрлық өндірісті индустрияландыруға және оның тиімділігінің өсуіне негізделген оның тұрақты дамуын болжайды. Отандық агроөнеркәсіптік кешеннің мүмкіндіктері:

- ұлттық бәсекелестік артықшылықтарды дамыту негізінде ауыл шаруашылығы өндірісінің тиімділігін арттыру;
- қазақстандық өнімнің сыртқы нарықтарға шығуы үшін қолайлы географиялық жағдайды пайдалану;
- органикалық өнім өндірісі мен экспортының жоғары әлеуеті;
- суармалы жерлердің алаңын ұлғайту және олардың тиімділігін арттыру;
- ауыл шаруашылығы өндірісінің ұйымдық нысандарының көп құрылыс ерекшеліктерін есепке алу, ауылдық қоғамдастықтардың қазіргі заманғы әлеуметтік инфрақұрылымын құру және экологиялық мәртебе-квоны сақтау негізінде АӨК-нің тұрақты дамуы үшін жағдайлар жасау;

АӨК-ке шетелдік инвестицияларды тарту үшін үлкен әлеует бар. Инновацияға қаржылық мотивация, әрине, белгілі бір әсер етуі мүмкін, бірақ ол елеулі материалдық пайданы уәде етпесе кәсіпорындардың инновациялық қызметке деген қызығушылығын тудыруы екіталай.

«Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2021 – 2030 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы» қаулысы аясында АӨК дамытудың 2030 жылға дейінгі негізгі басым бағыттары және ерекшеліктерін талдап өтсек [1]:

Біріншіден, сарапшылардың бағалауы бойынша Қазақстанда су тапшылығының туындау қаупі бар, ал 2050 жылға қарай республика жіті су күйзелісіне ұшыраған мемлекеттердің тізімінде болуы мүмкін. Аталған тәуекелдерді барынша азайтудың басты факторы "жасыл" технологиялар және ресурстарды тиімді басқаруды, қолда бар инфрақұрылымды жаңғыртуды және жаңа инфрақұрылымды дамытуды, қоршаған ортаға әсер ету дәрежесін қысқартудың нақты шараларын қолдану есебінен халықтың әл-ауқаты мен қоршаған орта сапасын арттыруды қамтитын орнықты өндіріс болып табылады.

1. климаттың өзгеруіне бейімделген жоғары және тұрақты түсімділігі мен рентабельділігі бар орнықты қарқынды өсімдік шаруашылығы құрылуы;

2. мықты жемшөп базасын, малдың генетикалық әлеуетін құру және жасыл өсу қағидаттары негізінде заманауи технологияларды енгізу.

Екіншіден, АӨК-ті цифрландыру аграрлық саласы дамыған елдердің әлемдік тәжірибесі негізінде IT-технологияларды өндіріске енгізу оңтайлы шешімдер қабылдау үшін техникадан, датчиктерден, дрондардан, спутниктен және басқа да сыртқы қосымшалардан алынған деректер ауқымын бір терезеге шоғырландыратын инновациялық бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалана отырып, жоспарланбаған шығыстарды 20% дейін қысқартуға мүмкіндік беретінін куәландырады. Жаңа технологиялар өнімді өрістен тұтынушыға дейін жылжытудың барлық жолын бақылауға мүмкіндік береді, бұл оның сапасына кепілдік береді және клиенттердің қажеттіліктерін қамтамасыз етеді.

Үшіншіден, жаңа технологиялар мен әдістемелер технологиялық операциялардың сапасын арттыру үшін техникалық жарақтауын жаңашаландыру, яғни әртүрлі функционалдық мақсаттағы жұмыс жасайтын технологиялық машиналар мен агрегаттар қолданылады, атаулылардың негізі қуатты энергия тасымалдаушылар болып табылады, олар жоғары өнімділікті, оның ішінде біріктірілген агрегаттарды, бірнеше қатарға біріктіретін пайдалану үшін жағдай жасайды.

Төртіншіден, ауыл шаруашылығы кооперациясын дамыту пайымының негізінде фермерлер, өңдеушілер мен тұтынушылар арасындағы тізбектегі байланыстарды нығайту арқылы қосылған құн тізбектерін дамытуға, сондай-ақ инновацияларды тарату, оқыту, сапаны басқару, экожүйелер деп аталатын нарыққа қол жеткізуді қамтамасыз ету жөніндегі платформалар мен институттарды дамытуға баса назар аударылады. Экожүйе – бұл зәкірлі стратегиялық кәсіпорын, әдетте, ауыл шаруашылығы шикізатын өңдеушілер негізінде салалық тізбектер буындарының үздіксіз өзара іс-қимылы. Ауылдық аумақтарды, бірінші кезекте, ауылдық елді мекендердің әлеуметтік және инженерлік инфрақұрылымын дамытуға ерекше назар аудару қажет. Ауылдық аумақтардың үйлесімді дамуы (инфрақұрылым, бос уақыт, өмір сапасы) да топырақ құнарлылығы, технологиялар, ғылым және субсидиялар сияқты маңызды фактор болып табылады.

Агроөнеркәсіптік кешенді инновациялық дамыту үшін келесі шаралар қажет:

- ресурспен қамтамасыз ету саласында: мемлекеттік-жекешелік әріптестікті ынталандыру, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер үшін кеңес беруді пайдалану және жаңа сорттар мен будандарды әзірлеуге жәрдемдесу, элиталық тұқым шаруашылықтары үшін деректер банкі құру.

- ғылым және өндіріс саласында: ауыл шаруашылығы салаларын дамытуда бірлескен ғылыми жобалар құру, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер мен қайта өңдеу ұйымдары арасындағы ұзақ мерзімді байланыстарды дамыту, өндіріс көлемі мен рентабельділігін арттыру үшін технопарктер мен кластерлерді дамыту; жаңа жұмыс орындарының ашылуы, бюджет түсімдерінің ұлғаюы және экологиялық жағдай. Ғылыми-зерттеу институттарындағы көптеген зерттеу тақырыптары аймақтың агроөнеркәсіп кешенінің мәселелеріне бейімделмеген.

- инновациялар, трансферт және цифрландыру саласында: несиелендіру мүмкіндіктерін кеңейту және ауыл шаруашылығы өндірісіндегі инновациялар мен жаңа технологиялар туралы бірыңғай деректер банкі құру, цифрландыру, егін және мал шаруашылығын өсіру және өндіру саласындағы ноу-хауды әзірлеу және енгізу; егіншілік аймақтары мен аумақтарының ерекшеліктеріне сәйкес агротехнологияларды саралау, өсімдіктер мен топырақты қорғау үшін биотехнологияларды қолдану.

- экспорттық әлеует саласында: логистикалық және инфрақұрылымдық жобаларды дамыту, сонымен қатар заманауи экспорттық терминалдарды салу.

Агроөнеркәсіптік кешендегі инновациялық қызметтің барлық артықшылықтарын қазіргі заманғы экономикалық қызмет жағдайларына сәйкес келетін агроөнеркәсіптік кешендегі инновациялық әзірлемелерді басқарудың аймақтық механизмін қалыптастыру жағдайында

жүзеге асыруға болады. Агроөнеркәсіптік кешен шеңберіндегі инновациялық процестердің жүйелілігі мен теңгерімділігінің дәрежесі шаруашылық жүргізуші субъектілердің инновациялық қызметін дамытуда қолданылатын экономикалық әдістер мен формалардың көптеген нұсқаларының болуына байланысты.

Инновациялық агроөнеркәсіптік өндірісті құрудың шарттары бойынша ғылыми-техникалық қызмет нәтижелері мен нақты ғылыми ұсыныстар туралы ақпаратты өндірушілерге жедел жеткізу үшін мониторинг және дамыған инновациялық инфрақұрылым болып табылады. Болашақта агроөнеркәсіптік кешеннің ақпараттық-кеңес беру қызметін құруды аяқтауға және жетілдіруге үлкен үміт артылып отыр. Қазіргі жағдайда ауыл шаруашылығы кәсіпорындарында, шаруалар мен фермер қожалықтарында тікелей жұмыс істейтін жоғары білікті мамандар санының қысқаруына байланысты оның маңыздылығы күрт артты.

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылайтын болсақ, өңірлердегі және тұтастай алғанда республикадағы ауыл шаруашылығын және бүкіл агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың маңызды стратегиялық бағыттары ғылыми-зерттеу барысы және даму негізінде өндірісті үздіксіз жаңартуға мүмкіндік беретін инновациялық үдерістер болып табылатынын атап өтеміз. ғылыми-техникалық жетістіктердің, яғни агроөнеркәсіптік өндірістің тиімділігі ғылым мен тәжірибенің өзара әрекеттесуімен, озық инновациялық технологияларды өндіріске енгізумен анықталады. Агроөнеркәсіп кешеніндегі инновациялық белсенділікті ынталандыру жолдарының бірі технопарк құрылымдарын құру болуы мүмкін. Жиналған оң тәжірибеге сүйене отырып, өңірлік билік тарапынан жекелеген салалардың ғана емес, жалпы өңірдің инновациялық даму көздеріне айналуға арналған осындай орталықтарды қалыптастыру бойынша одан әрі іс-әрекеттер қажет. Инновациялық жобаларды тұрақты негізде жүзеге асыру экономикалық тиімділікті арттыруға және тәуекелдерді азайтуға ықпал етеді. Агробизнестегі инновациялық жобаларды жүзеге асырудың жүйелі сипаты жұмыс орындарының санын арттыруға ықпал етеді. Жаңадан ашылған жұмыс орындары жаңа құзыреттерге ие жұмысшыларды қажет етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. «Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2021 – 2030 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2021 жылғы 30 желтоқсандағы № 960 қаулысы;

2. Гриднева Елена Евгеньевна, Калиакпарова Гульнар Шаймардановна, Еми Екатерина Вячеславовна Обеспечение инновационного развития апк казахстана: проблемы и пути решения // European journal of economics and management sciences. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-innovatsionnogo-razvitiya-apk-kazahstana-problemy-i-puti-resheniya> (дата обращения: 23.11.2023);

3. Litvinenko Inna Leont'evna , Kijanova Lilija Dmitrievna Providing innovative development of regional AIC: problems and solutions// Regional economy and management: electronic scientific journal. ISSN 1999-2645. — №2 (50). Art. #5012. Date issued: 19.04.2017. Available at: <https://eee-region.ru/article/5012/>.

Пути совершенствования стратегического управления на крупных предприятиях Казахстана

А.Ж. Жарасбаева¹, Н.Н. Гелашвили²

¹м.э.н., старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса,
²к.э.н., ассоциированный профессор кафедры экономики и международного бизнеса,
jar-aika84@mail.ru, denor1980@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья посвящена актуальным проблемам стратегического менеджмента в условиях современной экономической системы в Казахстане. В статье предложены ряд рекомендаций для совершенствования процесса стратегического управления на крупных предприятиях Казахстана.

Ключевые слова: менеджмент организации, стратегическое планирование, эффективность управления стратегическими процессами

Необходимость развития инновационного стратегического управления на казахстанских предприятиях обусловлено влиянием факторов внешних рынков, продукция которых обуславливает повышение уровня конкурентоспособности. Также важным фактором развития такого рода управления становится резкое снижение объемов потребления в силу общемировых кризисных явлений [1]. Тем самым казахстанским предприятиям в любом случае потребуется внедрение современного инновационного организационно-экономического механизма управления.

Как показал опыт современного развития мировых рынков сырья, казахстанские предприятия горно-металлургического комплекса не могут конкурировать с прочими производителями (например, производство стали в Карагандинской области значительно дороже производства стали в Украине, Восточной Европе). В тоже время данная возможность предоставляет возможность дальнейшего развития. Поэтому отечественные предприятия столкнулись с конкуренцией. На фоне общего снижения потребления продукции горно-металлургической отрасли в мире, казахстанские производители стали менее конкурентоспособны.

В настоящее время для того, чтобы выжить на рынке, предприятия должны действовать оперативно. В этих условиях критически важно постоянно разрабатывать и внедрять на предприятиях новые методы и структуры управления, т.е. непрерывно осуществлять управленческие инновации.

Как видно из представленного выше анализа развития корпоративного управления, одной из важнейших проблем остаются отношения между собственниками активов и наемных менеджеров, а также конфликт интересов аутсайдеров и инсайдеров. Таким образом, ключевыми барьерами эффективного развития корпоративного управления становятся:

1. Отсутствие надлежащей системы управления, которая в полной мере учитывает организационную структуру компании.

2. Поиск эффективных путей экономии деятельностью компании.

Все это негативным образом сказывается на эффективности управления компанией, снижается результативность реализации принятых управленческих решений. Тем самым на уровне высшего руководства корпорацией такие проблемы, которые присущи всем без исключения корпоративным структурам [2].

Рассмотрим более подробно каждый из барьеров развития корпоративного управления.

1. Организация эффективной системы управления с учетом организационной структуры компании.

Как уже было сказано выше, эффективность принятия и исполнение управленческих решений в корпорации подчас снижается в силу конфликта между собственниками и менеджерами.

В нашем исследовании было отмечено, что акционеры корпорации делятся на две основные группы: тех, кто имеет доступ к конфиденциальной информации о деятельности компании (инсайдеры) и тех, кто такого доступа не имеет (аутсайдеры). И здесь естественным становится факт поиска доступа аутсайдеров к такой информации, особенно на фоне снижения деятельности компании.

Для создания равноправной ситуации с доступом к информации, в законе об акционерных обществах прописана процедура применения таких инструментов как общие собрания акционеров, составление квартальных и годовых отчетов о производственно-финансовой деятельности компании и доведении данной информации до всех акционеров и других заинтересованных в этом лиц.

Но при этом барьером для такого развития корпоративного управления становится постоянное перераспределение функций контроля и прав в пользу инсайдеров. Это обусловлено тем, что в Казахстане управление корпорацией тесно связано с правами собственности. Тем самым управление деятельностью компании зачастую сводится к контролю над собственностью. То есть складывается ситуация, когда основные управленческие решения принимает главный собственник компании [3].

В зарубежных корпорациях такая проблема решается передачей прав на голосование всех собственников акций путем согласования с Председателем совета директоров по поводу принятия решений. Значение данного явления важно для сохранения положения компании. В англо-американской системе корпоративного управления создаются дополнительные элементы системы управления финансами корпорации, в функции которой входят отслеживать тенденции фондовых рынков, паевых фондов, кредитоспособность заемщиков и прочее. Тем самым такие отношения между собственниками компании и управленцами опираются на кодекс взаимоотношений, который оттачивался многими годами, и опирается на полное раскрытие информации. В отечественной же практике корпоративного управления отмечены случаи, когда применение зарубежных наработок не дают положительного результата. Совет директоров, как коллегиальный орган управления, выполняет номинальную функцию и защищает (принимает) решения в интересах основных собственников компании.

Также, как показывает практика отечественного развития корпоративного управления (особенно ярко это проявилось в банковском секторе в кризис 2008-2010гг.), существует проблема несовершенство механизма принятия управленческих решений и контролем за их исполнением на местах. Особенно это важно, если компания имеет дивизиональную систему построения. Таким образом, одним из важнейших барьеров развития корпоративного управления в Казахстане было и остается четкое распределение уровней управленческой иерархии. Необходим баланс между интересами держателей акций и менеджерами. Такое равновесие можно выразить в следующем виде (рисунок 1).

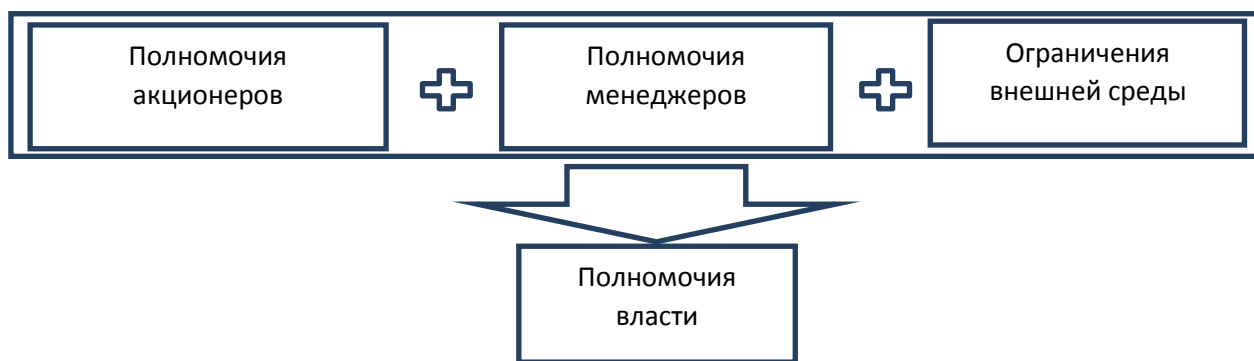


Рисунок 1. Совокупность властных полномочий

Примечание – источник [3]

Тем самым, соблюдение равновесия данных трех факторов дает возможность оптимального распределения полномочий в рамках корпорации.

Исходя из данного соотношения факторов эффективности использования властных полномочий, можно определить их оптимальное распределение. Так, если в качестве конечного результата мы будем рассматривать итоговую эффективность корпорации, а в качестве составляющих – с одной стороны доля акционеров, с другой стороны властные полномочия менеджеров, то полное отсутствие власти у наемных управленцев будет равно 0 ($x=0$), или, если менеджеры обладают полными полномочиями, то власть равна 1 ($x=1$).

Надо понимать, что эффективность деятельности компании зависит не только от вышерассмотренного аргумента. В то же время данная возможность предоставляет возможность дальнейшего развития. Есть еще достаточно большое количество факторов, оказывающих влияние на процесс принятия решения: практический опыт, наличие достаточных ресурсов, изменчивость внешней среды и т.д.

В связи с этим, возникает вопрос об изменении полномочий каждой из заинтересованных сторон. Есть 3 основных способа изменения соотношения степени расположения полномочиями:

- количественный (доля активов субъекта, уровень вовлеченности в принятие решений);
- качественный (метод экспертных оценок);
- смешанный (используют и количественные и качественные методы).

При пересмотре степени наличия полномочий необходимо учитывать тот факт, что перераспределение полномочий может происходить только с согласия акционеров (на собрании). Система показателей сохраняется во временном периоде. Значит, максимальный временной интервал составит один финансовый год. Таким образом, необходимо отметить, что для повышения эффективности управленческого учета в корпорациях необходимо проводить оценку степени владения полномочиями каждой из групп управления.

Рассмотрим следующий барьер развития корпоративного управления – поиск эффективных путей экономии деятельностью компании. И здесь важное значение будет иметь размер компании, масштаб корпоративной системы управления.

Современный менеджмент различает достаточно большое количество подходов к моделированию управления бизнесом [4]. И их применение имеет право быть в современных корпорациях. Но корпорация – это очень сложная, с многофакторными позициями, управленческая система. И этой системе присуще ряд характеристик: многоуровневость, многопотоковость, масштабируемость, синергизм. Исходя из этого, можно отметить, что данная тенденция сохраняется. Это говорит о постоянстве данного явления. Именно наличие таких характеристик позволяет корпоративному управлению как системе сохранять стабильность (или по крайней мере стремиться к этому).

Повышение эффективности деятельности корпорации, опирающийся на эффект масштаба, дает возможность корпорации при помощи включения в свою структуру дополнительные производственные мощности, добиться снижения конечной цены на единицу продукции. Самым часто применяемым инструментом сегодня является слияние и поглощение компании более крупными участниками рынка. Таких примеров достаточно большое количество.

Рассмотрим процесс слияния и эффект экономии на масштабе с учетом современного положения на рынке. Как правило, в процессе слияния или поглощения есть два ключевых участника:

- корпорация-источник – корпорация, которая вступает в процесс слияния с другой корпорацией;
- корпорация-результат – получающаяся в результате слияния единая корпорация (конгломерат).

При этом слияние понимается как процесс организационного объединения двух систем управления деятельностью корпораций, элементами которых являются узлы (модули) управления [5].

Главное условие при использовании требующегося элемента – это интересы компании-результата. Если наличие какого-либо элемента нецелесообразно, то его полностью исключают.

Таким образом, в результате слияния элементов возникает эффект масштаба. Он будет выражаться в том, что произойдет сокращение совокупных затрат на функционирование корпорации-результат в отличие от двух корпораций, которые подверглись слиянию. Происходит оптимизация статей расходов и доходов, дебиторской и кредиторской задолженности. Сокращаются внутренние затраты на функционирование компаний.

Список литературы

1. Веселков С.Н. Стратегический менеджмент. Успешное управление бизнесом в России: Учебно-практическое пособие / С.Н. Веселков, Ю.А. Цыпкин. - М.: Юнити, 2019. - 606 с.
2. Гуськов Ю.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Ю.В. Гуськов. - М.: Альфа-М, 2019. - 448 с.
3. Карагусов Ф.С. О понятиях корпоративного управления и корпоративной структуры в праве Республики Казахстан // Вестник Института законодательства и правовой информации Республики Казахстан. – №1. – 2020. – С.80-92
4. Экономика и финансы предприятия / под ред. Т.С. Новатиной. – М.: Синергия, 2017. – 344с.
5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. - Москва: РГГУ, 2017. - 448 с.

Специфика населения старших возрастных групп и ее структура

А.Ж. Жарасбаева¹, М.К. Асанова²

¹докторант 1-го года обучения по ОП «Экономика»

²к.э.н., доцент кафедры экономики и международного бизнеса

jar-aika84@mail.ru, massanova@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Старение населения происходит параллельно с более широкими социальными и экономическими изменениями, происходящими во всем мире. Снижение рождаемости, изменение моделей брака, сожительства и развода, повышение уровня образования среди молодого поколения, продолжающаяся миграция из сельской местности в города и за границу, а также урбанизация в tandem с быстрым экономическим развитием меняют условия, в которых живут пожилые люди. В данной статье приводится специфика граждан старшего возраста и роль пожилых в государстве и обществе.

Ключевые слова: старение нации, пожилое население, социальная политика

Сегодня увеличение доли пожилых людей в общей численности населения отмечается практически во всех странах, в том числе и в Казахстане. По прогнозам ООН, в ближайшие десятилетия численность людей в возрасте от 60 лет во всем мире увеличится более чем вдвое: с 761 млн в 2021 году более 2,1 млрд человек в 2050 году. Численность людей в возрасте от 80 лет будет расти еще быстрее [1]. Увеличение численности населения старшего возраста будет наблюдаться и в нашей стране (рисунок 1).

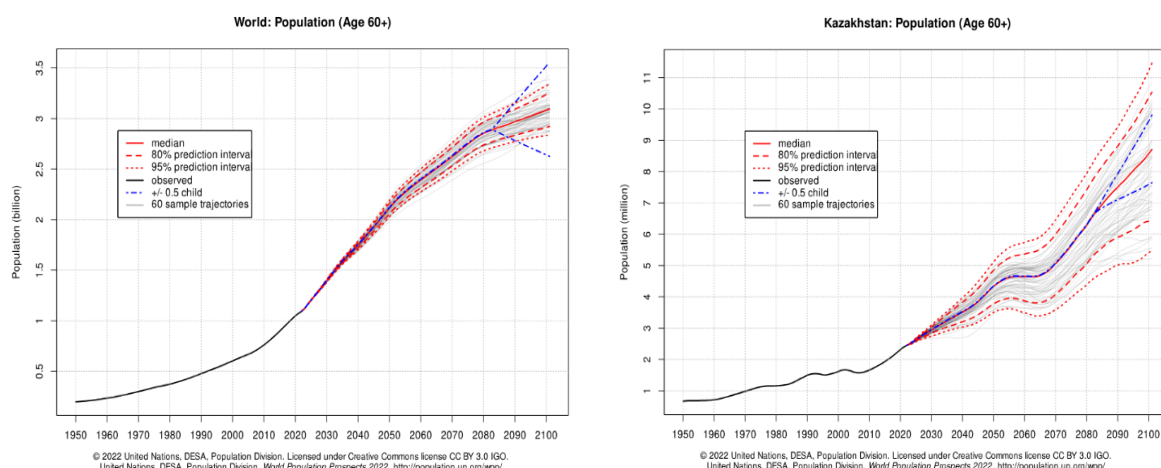


Рисунок 1. Прогноз ООН численности населения мира и Республики Казахстан
 П р и м е ч а н и е – источник [2]

Демографическое старение – это увеличение численности и доли лиц пожилого возраста (60/65+) в структуре населения, которое является следствием роста уровня социально-экономического развития страны. Из двух типов демографического старения: старение снизу, которое является закономерным результатом снижения рождаемости и старение сверху – как следствие увеличения продолжительности жизни. Казахстан принадлежит ко второму.

По данным Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан ожидаемая продолжительность жизни при рождении населения Республики Казахстан – 74,44 лет (рисунок 2).

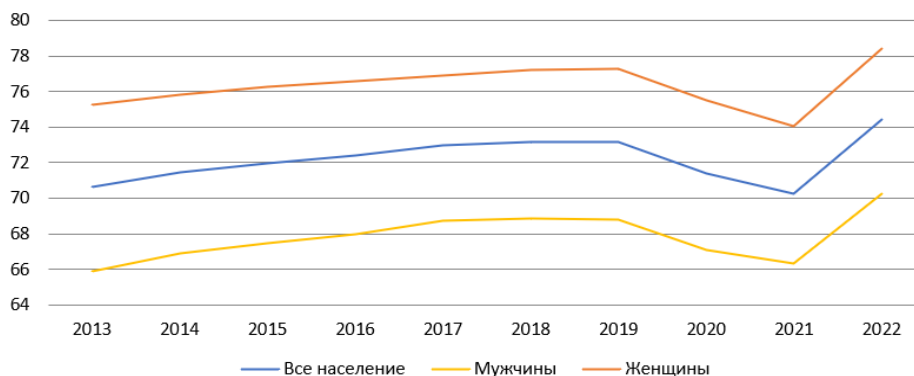


Рисунок 2. Ожидаемая продолжительность жизни при рождении населения Казахстана
 П р и м е ч а н и е – источник [3]

В текущем году численность населения Казахстана приблизилась к 20 млн. По прогнозам ООН, к 2050 году численность населения Казахстана достигнет 24 млн человек.

По шкале ООН население считается старым, если удельный вес данного возраста превышает 7%.

По шкале Ж. Боже-Гарнье – Э. Россета страна считается «демографически старым», если в нем лица 60 лет и старше составляют 12% и выше. При этом средний уровень демографической старости определяется в пределах от 14 до 16%, высокий уровень – от 16 до 18%, показатель свыше 18% берется за очень высокий уровень демографической старости.



Рисунок 3. Численность населения старшего возраста на начало 2023 года

Примечание – источник [3]

На начало 2023 года численность населения по возрастной группе 60 лет и старше составила 2 616 515 человек (13,2% от общей численности страны), из которых 1 031 051 человек (39,4%) – мужчины и 1 585 064 человека (60,6%) – женщины. Это значит, что несмотря на увеличение рождаемости происходит стремительное старение население страны.

Наибольшая численность населения старшего возраста наблюдается в городе Алматы – 288 922 человека, в Карагандинской – 200 186 человек, Туркестанской – 190 160 человек и Алматинской областях – 177 685 человек (рисунок 3).



Рисунок 4. Доля населения трудоспособного и пенсионного возраста. Коэффициент демографической нагрузки в РК

Примечание – источник [3]

Старение населения в ближайшее время может отрицательно сказаться на развитии экономики страны. Нагрузка на одного трудоспособного гражданина РК начнет увеличиваться. За последние 10 лет доля граждан пенсионного возраста увеличилась, в то время как доля трудоспособного населения – наоборот, снизилась. Если в 2010 году доля

населения пенсионного возраста составляла 9,9%, то уже в 2020-м – 11%. Тем временем доля граждан трудоспособного возраста, наоборот, заметно снизилась: с 64% в 2010 году, до 58,3% в 2020-м.

Так, на 1000 граждан трудоспособного возраста в РК приходится 692 лица моложе и старше трудоспособного возраста (годом ранее – 687, а десять лет назад – 555 человек). Эта ситуация наблюдается во всем мире. Согласно прогнозу ООН, старения населения неизбежно, с ней столкнутся практически все страны мира.

Поэтому пожилых надо рассматривать как «ресурс» общества, а не «тормоз» экономического и социального развития и продлить их трудовую жизнь. С каждым годом уровень занятости лиц старшего возраста растет. Продолжение занятости в различной форме является важнейшим индикатором социального включения пожилых и соответствует нормативным представлениям о сбалансированном развитии общества, т. е. «обществе для всех возрастов».

Также необходимо поддержать текущий уровень жизни старшего поколения – например, за счет индексации пенсий не ниже уровня инфляции, развития программ занятости и переобучения, повышения доступности и качества медицинской помощи.

Социальная активность пожилых людей для общества неопределима. Для участия пожилых людей в жизни общества создаются различные профессиональные объединения, клубы, ветеранские организации. В последнее время при университетах громко заявили о себе факультеты «третьего возраста», ведь учиться никогда не поздно. Цель таких занятий заключается в поддержке пожилых людей с активной жизненной позицией в овладении новыми знаниями. Это поможет им адаптироваться к новой жизни и тем самым повысить ее качество.

Список литературы

1. Доклад Верховного комиссара ООН по правам человека [Электронный ресурс] // Основная сессия 2012 года. – Женева, 23-27 июля 2012 года. – Режим доступа: URL: <http://www.unecsc.org/fileadmin/DAM/pau/age/wg5/Other-documents/E-2012-51-r.pdf>
2. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Population Dynamics // <https://population.un.org/wpp/Graphs/Probabilistic/POP/60plus/368>
3. Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан // <https://stat.gov.kz/ru/>

Значение внедрения цифровых технологий в сфере таможенных органов

А.С. Жумаканова¹, М.К. Асанова²

¹студент 4-го курса обучения по специальности «Мировая экономика»,

²к.э.н., доцент кафедры экономики и международного бизнеса,

aidana.taiga@gmail.com, massanova@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда <mailto:akhmetova123@mail.ru>

Аннотация: Цифровизация фундаментально меняет экономику и наше общество. Это стимулирует предпринимательские инновации, производительность и региональный экономический рост. В статье рассматривается значение внедрения цифровых технологий в сфере таможенного администрирования.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, таможенное регулирование, электронное таможенное декларирование.

В настоящее время в рамках программы «Цифровой Казахстан» (далее - Программа), принятой в 2017 году, в нашей республике активно осуществляется процесс цифровых, информационно-коммуникационных технологий во всех сферах деятельности. Это имеет

огромное значение для развития экономики государства, экономического роста, рынка труда, качества жизни населения, предпринимательской деятельности. Цифровая экономика приводит к кардинальным изменениям в способах производства, продуктах и поведении потребителей, системе распределения, структуре отраслей и роли правительства. По мере того как доля ИТ-индустрии, занимающаяся управлением и распространением информации, будет увеличиваться, усилится процесс сервисизации и конвергенции отрасли. По мере роста значимости информации как фактора производства все виды производственной деятельности - от планирования продукции до производства и продаж - будут оцифрованы и объединены в сеть.

Несомненно, современные информационные технологии занимают одну из ведущих ролей, во многих сферах деятельности, как в жизни людей в целом, так и во внешней торговле. Большое количество внешнеторговых сделок осуществляется с использованием информационных технологий, что обусловлено их большей скоростью проведения операций, удобством и меньшими финансовыми затратами. В связи с этим, работы по внедрению цифровых технологий не обходят стороной также и инфраструктуру налоговых и таможенных органов.

Таможенный контроль после выпуска товаров выполняет две важнейшие функции: с одной стороны, он придает целостность контрольным действиям таможенных органов по обеспечению соблюдения таможенного законодательства участниками ВЭД, которые направлены на выявление и пресечение случаев незаконного ввоза товаров и доначисления платежей в государственный бюджет; с другой стороны, он позволяет существенно снизить административную нагрузку на бизнес на этапе декларирования товаров за счет переноса отдельных форм контроля на этап после выпуска [1]. При этом необходимо придерживаться основного правила - таможенный контроль должен проводиться в минимальном, но достаточном объеме для обеспечения соблюдения таможенного законодательства [2].

Цифровизация значительно облегчает торговлю субъектов внешнеэкономической деятельности за счет доступных онлайн-сервисов и уменьшает последствия экономического спада. Процесс оцифровки деятельности таможенных органов связан в первую очередь с повышением эффективности и качества таможенного контроля.

Современная идеология повышения эффективности таможенного контроля, как правило, основывается на полной и всесторонней проверке внешнеэкономической сделки после выпуска товаров, все аспекты которой не могут быть проконтролированы на этапе таможенного оформления.

Одним из направлений цифровизации таможенных органов является внедрение системы электронного декларирования, которая активно используется не только в нашей стране, но и по всему миру. До Программы, в процессе таможенного контроля наблюдалось множество проблем, связанных с непрозрачностью процесса и сложностями бумажного декларирования.

Учитывая вышесказанное, в целях упрощения и ускорения процедуры торговли, было совершено внедрение информационной автоматизированной системы таможенного и налогового администрирования «АСТАНА-1», что способствовало обеспечению выполнения международных обязательств по переходу на 100-процентное электронное таможенное декларирование. Электронное декларирование предназначено для возможности подачи участниками ВЭД таможенной декларации, в электронном виде, с помощью логина и электронно-цифровой подписи.

Любая технологическая революция не только приносит выгоды бизнесу в части создания, повышающих эффективность новых технологий, но и несет угрозы его существованию, если он не сможет или не пожелает адаптироваться под новые условия [3]. В некоторых странах таможенными администрациями осуществлялось внедрение информационно-коммуникационных технологий в течение нескольких лет, однако, так как это делалось формально, в итоге никакой реальной пользы эти изменения не принесли. Существует необходимость в мерах по смягчению последствий для определения затрат, понесенных в результате продолжения устаревшего бизнес-процесса, проведения

реинжиниринга бизнес-процессов и обеспечения эффективного управления изменениями среди руководителей и сотрудников таможни. Эти меры по смягчению последствий могут привести к увеличению времени и задержек во внедрении информационно-коммуникационных технологий, но они достойны снижения издержек конфликтов и максимизации выгод от использования ИКТ в будущем.

Преимущество цифровых технологий во всем мире, подтверждается таким явлением, как вспышка коронавируса в 2020 году. Благодаря использованию ИКТ в таможенных процедурах, таможенные администрации могут быть устойчивыми к бушующей пандемии, такой как COVID-19, и обеспечивать безопасность цепочек поставок, не ставя под угрозу социальное дистанционирование, упрощение процедур торговли или уровень соблюдения требований. ИКТ представляют собой постоянно развивающиеся технологии, и таможенные администрации должны продолжать использовать возможности, открывающиеся для реформ и модернизации. Это не должно ограничиваться таможенными процедурами, но также включать критически важную поддержку принятия решений организацией, включая планирование мобилизации ресурсов, управление институциональными рисками и оценку эффективности предприятия.

Список литературы

1. Е.В. Жеребен, Н.Г. Липатова // Применение цифровых технологий во взаимодействии таможенных и налоговых органов при проведении таможенного контроля после выпуска товаров Журнал правовых и экономических исследований. Journal of Legal and Economic Studies, 2019, 4: 158–167.

2. Жеребен, Е. В. // Разработка концептуальных положений взаимодействия таможенных и налоговых органов при таможенном контроле после выпуска товаров / Е. В. Жеребен // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2020. – Т. 2, № 1. – С. 60-71. – EDN IMKWLW

3. Кочетков Е.П. Трансформация теории антикризисного управления компаниями в условиях цифровой экономики: вызовы технологической революции и преодоления, 2020 экономических кризисов // Вопросы инновационной экономики, 2022 - Т. 12. № 2. С. 911-934.

Анализ и развитие экономической эффективности деятельности предприятия в Республике Казахстан (на примере АО «HalykBank»)

Н.И. Каглян¹, С.Т. Мусина²

¹студент 4-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»

²м.э.н., ст. преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса
nkaglyan@bk.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная статья посвящена анализу, а также развитию деловой активности и экономической эффективности деятельности банковского предприятия. В условиях современной финансовой индустрии, где конкуренция постоянно усиливается, предприятия сталкиваются с необходимостью постоянно совершенствовать свои бизнес-процессы и стратегии, чтобы обеспечить устойчивое развитие и максимизировать свою экономическую эффективность. Так банковская индустрия оказывает огромное влияние на мировую экономику, и успешное функционирование банковских предприятий играет ключевую роль в обеспечении финансовой стабильности и развития. Формирование критериев оценки экономической эффективности, деловой активности ориентированных на разнообразные

субъекты, требует решения целого комплекса проблем оценки не только финансовых результатов хозяйственной деятельности, но и изучения различного рода факторов, влияющих на изменение экономического и рыночного потенциала организации. Цель данной статьи в изучении развития деловой активности и экономической эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: деловая активность, экономическая эффективность, предприятие, банк, анализ, финансовая стабильность, менеджмент.

Управление экономической эффективностью и деловой активностью в системе финансовой безопасности, нивелирование с их помощью возможных угроз становится одной из важнейших составляющих стратегического планирования, от реализации которой зависит успешное функционирование и развитие каждого хозяйствующего субъекта. Основной целью безопасности на микроуровне является обеспечение устойчивого и эффективного функционирования предприятия, формирование предпосылок для реализации его потенциала в будущем путем противодействия внутренним и внешним угрозам [1]. В связи с этим набор показателей, а также получаемая на их основе информация должны быть адаптированы к конкретному предприятию и отражать его специфические характеристики, особенно в банках. В то же время при составлении отдельных систем индикаторов деловой активности совершенно неправильно игнорировать основные принципы взаимозависимости ряда показателей и характеристик деятельности предприятия, что наглядно иллюстрируется на примере экономической эффективности и финансовой устойчивости в контексте обеспечения экономической безопасности предприятия.

Современная финансовая система дает возможность рассматривать деловую активность через призму качественных и количественных критериев. Качественная оценка деловой активности предполагает изучение деятельности предприятий по параметрам, которые не поддаются идентификации, но в то же время она содержит важную информацию о деятельности предприятия: состояние рынка, репутация организации, конкурентоспособность продукции, рейтинг контрагентов, лояльность клиентов к предприятию и другие параметры. Деловая активность предприятия (банка), как экономическая характеристика, во многом зависит от ряда субъективных, макроэкономических показателей:

- финансовая активности;
- платежеспособного спроса;
- инвестиционного и делового климата.

Именно поэтому качественная оценка деловой активности предприятия важна, в том числе и с точки зрения экономической безопасности, так как позволяет выявить ряд основных угроз и разработать мероприятия по минимизации ущерба от них. Количественная оценка деловой активности предполагает оценку абсолютных значений показателей деловой активности, в том числе в динамике (выручка, активы и т.д.), а также расчет относительных показателей, характеризующих оборачиваемость активов. Количественная оценка деловой активности позволяет сделать выводы об интенсивности использования ресурсов предприятия, в том числе в динамике, что характеризует качество управления компанией по ключевым параметрам:

- иммобилизация финансовых ресурсов в запасах и дебиторской задолженности;
- интенсивность использования активов (производительность труда, капитала и т.д.);
- длительность использования заемных ресурсов (в контексте влияния на финансовые результаты и финансовую устойчивость);

В свою очередь, финансовая устойчивость – это показатель, по которому можно оценить способность организации противостоять двум ключевым угрозам: угрозе банкротства и враждебного поглощения. Риск банкротства является ключевым в системе экономической безопасности. При исследовании взаимосвязи финансовой устойчивости и деловой активности с вероятностью банкротства можно сделать вывод, что эти характеристики занимают большой удельный вес, особенно в рамках экономико-математических моделей,

описывающих риск банкротства. Ниже представлена таблица с указанием основных данных о финансовой устойчивости банка АО «Halyk bank».

Таблица 1

Финансовая устойчивость АО «Halyk Bank» за 2022 год [2]

	Рост капитала за год	Процент от общего объема капитала банковского сектора	Коэффициент достаточности капитала		
			K1	K1-2	K2
АО «Halyk Bank»	229,2 млрд. тенге	30,6%	17,3%	17,5%	17,9%
Примечание – Составлено автором по данным АО «Halyk Bank» [2]					

АО «Halyk Bank» в течение года он продемонстрировал значительный прирост в размере 229,2 миллиарда тенге, что составляет прирост на 13,5%. Теперь банк удерживает долю в размере 30,6% (1,9 трлн тг) от общего объема собственного капитала в банковском секторе, что представляет собой рекордное значение среди всех участников рынка. Также коэффициент достаточности капитала (k1) составляет 17,3%, коэффициент достаточности капитала первого уровня (k1-2) – 17,5%, коэффициент достаточности собственного капитала (k2) – 17,9%, что существенно превышает нормативы, установленные законодательством, и обеспечивает надежное покрытие всех потенциальных рисков.

Таким образом, согласно данным таблицы 1, можно сделать вывод о том, что увеличение прибыли и общей капитализации банка поспособствовали следующие направления деятельности Народного Банка:

- органический рост ключевых направлений бизнеса
- кредитование физических лиц
- транзакции с иностранной валютой
- покупка кредитного портфеля у ДБ АО «Сбербанк»

Более того, в предыдущем году экономика страны столкнулась с последовательностью значительных рисков. Начиная с январских событий и заканчивая геополитической ситуацией в Украине, произошел временный валютный шок в Казахстане. Несмотря на серьезные вызовы и связанные с ними риски, Halyk Bank устойчиво придерживался своей стратегии, демонстрируя прирост ключевых показателей. С января 2022 года портфель займов Halyk Bank сохраняет разнообразие по основным категориям клиентов, таким как малые и средние предприятия (МСБ), корпоративный сектор и розничные клиенты. В структуре розничных кредитов доля ипотечных составляет примерно 5%, а потребительских займов – около 26%, при общем вкладе розничных кредитов в портфель на уровне 30%.

Согласно М.Б. Кадилова, доля показателей, отражающих характеристики деловой активности и финансовой устойчивости, в моделях оценки риска банкротства достаточно высока и колеблется от 33 до 60% [3]. Важно отметить, что с точки зрения данной статьи рассматривалась лишь узкая трактовка понятий «деловая активность» и «экономическая эффективность». Таким образом, в банковских финансах экономическая эффективность и деловая активность тесно связаны как друг с другом, так и с экономической безопасностью предприятия. Данные характеристики описывают наиболее значимые с точки зрения экономической безопасности аспекты деятельности предприятия:

- взаимоотношения с дебиторами и кредиторами;
- использование активов предприятия;
- структуру капитала предприятия.

В этой области, хорошей новостью для Казахстана является рост популярности коммерческих банков с розничным финансированием, которые демонстрируют стабильные и устойчивые результаты, поддерживаемые более высокой операционной эффективностью. Действительно, банки, перешедшие на эту модель, продемонстрировали значительное

повышение относительной рентабельности, что при прочих равных условиях позволяет им лучше, чем другим банкам, укреплять свои балансы.

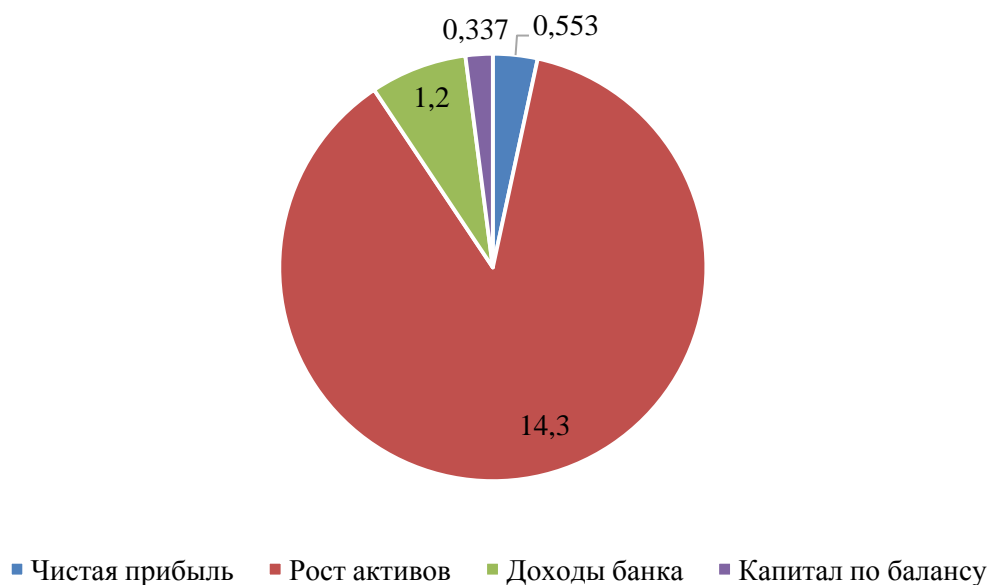


Рисунок 1. Финансовые результаты АО «Halyk Bank» за 2022 год, трлн. тенге
Примечание – источник [4]

АО «Halyk bank» продолжает удерживать лидирующую позицию по капитализации среди банков в стране. За 2022 год его собственный капитал на балансе увеличился на 337,6 миллиарда тенге, что составляет прирост на 21,5% и было достигнуто благодаря полученной чистой прибыли. Кроме того, в течение 2022 года АО «Halyk Bank» также отметил рост активов на 18,4%, достигнув отметки в 14,3 триллиона тенге, что стало результатом увеличения средств, привлеченных от клиентов, с целью поддержки расширения кредитного бизнеса. В соответствии с аудированным отчетом банка, чистая прибыль АО «Halyk bank» по стандартам МСФО выросла в 2022 году и составила 553,8 миллиарда тенге по сравнению с 462,4 миллиарда тенге в 2021 году.

Таким образом, согласно данным рисунка 1, АО «Halyk Bank» укрепляет свое лидерство в банковском секторе, демонстрируя впечатляющий финансовый рост в 2022 году. Значительное увеличение собственного капитала, рост активов и увеличение чистой прибыли подчеркивают успешное привлечение средств от клиентов и эффективное управление банком. Благодаря узнаваемому бренду, Halyk Bank удерживает свои ведущие позиции на рынке депозитов. За 12 месяцев 2022 года средства юридических лиц увеличились на рекордные 30%, а физических – на 19%, что было обусловлено притоком клиентов в связи с изменениями в операционной среде.

Конкретно к концу 2022 года, доля тенговых вкладов юридических лиц в общей сумме их депозитов составила 60,6%, в сравнении с 52,9% на конец 2021 года. А доля тенговых розничных депозитов в общей сумме розничных депозитов увеличилась до 52,4%, сравнительно с 50,6% на конец 2021 года.

Банки Казахстана, в том числе АО «Halyk bank» характеризуются устойчивой «культурой риска», которая также может влиять на долгосрочные уровни индивидуальных характеристик банка. Поэтому мы предлагаем метод, в котором бизнес-модель рассматривается как базовая стратегия. Тут факторный анализ позволяет определить, в какой степени переменные являются частью базовой стратегии и в какой степени их вариации уникальны, т.е. специфичны для конкретного банка. В целом эти методы можно разделить на две категории:

- во-первых, можно использовать кросс-секционный анализ для связи докризисных характеристик банка с показателями текущего финансового состояния.

- во-вторых, можно использовать анализ панельных данных, анализируя взаимосвязь между диверсификацией доходов и эффективностью банка.

Таким образом, практический аспект модели описывает, что положительной позицией деловой активности является ситуация, характеризующаяся превосходством собственного капитала над общей суммой долга. То есть коэффициент автономии должен увеличиваться. Таким образом, повышение деловой активности предприятия оказывает прямое, положительное функциональное влияние на повышение экономической эффективности.

Кроме того, в контексте современных экономических реалий необходимо уделять должное внимание вопросам поддержания положительной результативности хозяйственной деятельности. Экономическая эффективность - это многомерная категория, которая служит конечным и наиболее важным показателем работы предприятия, дает интегральную характеристику его деятельности и является основой для ее совершенствования. Однако в настоящее время в этом направлении существует ряд взаимосвязанных проблем. Раскрывая сущность экономической эффективности, нельзя останавливаться только на финансовых результатах как основе экономической деятельности. Необходимо рассматривать ее комплексно, включая и нефинансовые аспекты. Однако при оценке эффективности отдельного процесса или деятельности в целом может возникнуть «конфликт интересов» [5]. Одна сторона может оценивать эффективность как положительную (или устойчивую), а другая сторона может прийти к выводу о недостаточности достигнутых результатов и, соответственно, дать отрицательную оценку. Поэтому роль аналитика в оценке эффективности сводится к приведению представленных экспертных оценок к «общему знаменателю» наиболее объективной оценки этих результатов путем соотнесения желаемых (нормативных) значений и полученных, плановых и фактических показателей эффективности.

Наиболее перспективным направлением в решении проблемы объективности оценки экономической эффективности является разработка системы оценочных показателей для сопоставления достигнутых уровней с объективно возможными и учитывающими конкретные экономические условия. Финансовый потенциал организации является составной частью экономического потенциала и характеризуется состоянием активов, источников финансирования хозяйственной деятельности (пассивов). Данный элемент позволяет оценить экономическую эффективность, финансовую устойчивость, стоимость организации и уровень ее капитализации. Поэтому при рассмотрении финансового потенциала с точки зрения экономической эффективности необходимо учитывать два аспекта:

- достигнутый уровень накопления или использования ресурсов;
- максимально возможный перспективный уровень.

Под достигнутым уровнем обычно понимается текущее финансовое состояние предприятия на рассматриваемую дату, учитывающее справедливую стоимость предприятия, тип финансовой устойчивости, уровень ликвидности и платежеспособности, а также показатели деловой активности и эффективности использования ресурсов. Также перспективный аспект финансового состояния содержит две стороны:

- во-первых, это резервы и скрытые возможности, которые позволят улучшить текущее финансовое состояние, нормализовать финансовую устойчивость и повысить деловую активность организации.

- во-вторых, кредитоспособность, то есть способность экономического субъекта привлекать дополнительные финансовые ресурсы, инструменты для рефинансирования текущих обязательств и финансирования своих инвестиционных проектов.

Интенсивный рост экономического потенциала и экономической эффективности базируется на повышении уровня наукоемкости производственных процессов, энергоэффективности, рациональном и эффективном использовании ресурсов, а также прогрессивном технологическом развитии, что может быть реализовано только за счет внедрения инноваций. Совокупность нововведений в этих областях формирует

инновационный потенциал. Инновационный потенциал пронизывает все составляющие экономического потенциала и способствует получению синергетического эффекта в развитии экономического субъекта.

В заключении отметим, что анализ и оценка деловой активности предприятия играют решающую роль в формировании его конкурентоспособности и устойчивости на рынке. В ходе анализа было выявлено, что успешное управление предприятием требует комплексного подхода, включающего в себя оценку финансовых показателей, управление рисками, стратегическое планирование, инновации, и учет потребностей клиентов. Основываясь на анализе данных и практических примерах, можно утверждать, что эффективное управление бизнесом зависит от способности адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и внутренним вызовам. Важно иметь гибкие стратегии и инструменты, способные обеспечить устойчивое развитие и достижение поставленных целей. Также можно сделать однозначные выводы о том, что, согласно финансовой статистике АО «Halyk Bank», экономическая эффективность и деловая активности находится на высоком уровне, она увеличивается в конце анализируемого периода в основном за счет составляющей рентабельности, которая, как правило, имеет положительную динамику.

Список литературы

1. Батаева П.С., Чаплае ВГ. Деловая активность предприятия и ее анализ на основе финансово-кредитной политики // Экономический журнал.– 2019. – 13(4).
2. Акционерное Общество «HalykBank». Консолидированные финансовые результаты за 2022г. – URL: halykbank.kz/storage/app/media/Investoram/2023/8/ruskonsolidirovannyye-finansovye-rezultaty-za-sest-mesiacev-zakoncivsixsia-30-iiunia-2023g.pdf
3. Кадилова М.Б. Оценка финансово-экономического состояния предприятия и пути его улучшения // АНИ: экономика и управление. – 2019. – 1(26).
4. Акционерное Общество «HalykBank». Финансовая отчетность. – URL: <https://halykfinance.kz/finansovaya-otchetnost/>
5. Maksym H. The management of business activity of enterprises: scientific and economic analytics // Baltic Journal of Economic Studies. – 2017. – 4(8).

Бизнес-модели российских и зарубежных футбольных клубов

Е.М. Киселева¹, А.С. Олифер², А.Б. Моттаева³

^{1,2}бакалавры 4-го года обучения по специальности «Менеджмент»

²д.э.н., проф. департамента стратегического и инновационного развития Финансового университета при Правительстве РФ

ek.m.kiseleva@gmail.com, a.oliffer@gmail.com, abmottaeva@fa.ru

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет), г. Москва

Аннотация: Статья посвящена анализу особенностей бизнес-моделей футбольных клубов в России и за рубежом. Рассматриваются такие аспекты, как структура доходов, финансовые и маркетинговые стратегии, работа со спонсорами, использование цифровых инструментов. Выявляются сходства и различия в моделях управления. Анализируется, какие факторы влияют на успех клуба и какие инструменты эффективны для развития футбольных клубов в России.

Ключевые слова: бизнес-модели, футбольные клубы, финансирование, управление, цифровые инструменты.

Актуальность настоящего исследования обосновывается тем, что с 2022 года российские футбольные клубы столкнулись с рядом проблем, вызванных наложенными на Российскую Федерацию санкциями, включающими в себя запрет на участие в международных соревнованиях. Помимо этого, российский рынок покинули ряд зарубежных компаний (как связанных со спортивной деятельностью, например, производители спортивной одежды и обуви, так и касающихся спорта исключительно в рамках маркетинговой и спонсорской деятельности), которые являлись спонсорами футбольных и других спортивных клубов. Также череда компаний, хоть и не покинула рынок, но приостановила свою маркетинговую активность, что повлекло за собой приостановление спонсорских соглашений.

Возникшая ситуация повлияла на структуру доходов российских футбольных клубов и на их располагаемое ими финансирование в целом.

В связи с этим представляется актуальным выявление наиболее эффективных практик деятельности зарубежных футбольных клубов и анализ релевантности их применения в российской действительности для модернизации и оптимизации моделей функционирования российских футбольных клубов.

Структура доходов футбольного клуба складывается из нескольких элементов, которые можно объединить в три группы: доходы от спортивной деятельности, доходы от сопутствующей деятельности и доходы от прочей деятельности, не связанной со спортом.

К первой группе (доходы от спортивной деятельности) можно отнести следующие элементы:

- выплаты, получаемые клубами за участие и победы в соревнованиях;
 - выручка от продажи билетов на домашние матчи (необходимо заметить, что денежные средства, полученные по данной статье доходов, не облагаются налогом);
 - доходы от трансфера игроков команды: продажа в другой клуб или сдача в аренду на определенный срок.

Ко второй составляющей – доходам от сопутствующей деятельности – относятся:

- продажа атрибутики (сувенирная продукция, форма команды и прочее) как во время матча, так и вне игровых дней: в фирменных магазинах или с использованием онлайн-каналов продаж;
- доходы от так называемого match-day – дня проведения матча (включают в себя, например, доходы от сдачи в аренду помещений и пространств в дни матчей, выручка с продажи еды и напитков);
 - продажа медиа-прав;
 - продажа коммерческих прав;
 - спонсорское обеспечение и рекламные контракты [1].

В группу доходов от прочей деятельности можно включить такие элементы, как:

- проведение на стадионе концертов, выставок и других крупных мероприятий (а именно доходы от сдачи в аренду помещений и пространств на стадионе сторонним организациям, не являющимся партнерами клуба);
- сдача в аренду офисных помещений и территории вокруг стадиона.

Таким образом, структура доходов футбольных клубов включает в себя множество элементов, что позволяет получать поступления от абсолютно разных сторон деятельности и в некоторой степени защищает футбольные клубы от убытков в результате возможных резких изменений конъюнктуры рынка. Однако спонсорское обеспечение составляло значительную долю доходов клубов, и это повлекло за собой то, что прекращение поступлений по данной статье доходов оказало ощутимое влияние на деятельность профессиональных футбольных клубов в России [2].

В контексте финансовой составляющей деятельности футбольного клуба важно учитывать принцип так называемого финансового fairplay [3], или «чистой игры», действующий с 2011 года после утверждения УЕФА.

Данный принцип заключается в том, что клубам предписывается не тратить больше, чем они зарабатывают.

В статью расходов клуба в данном случае входят: затраты на трансферы, затраты на заработную плату. А к доходам должны относиться: доходы от продаж, телевизионные доходы, реклама, доходы от продажи игроков, призовые.

Данный принцип является обязательным для соблюдения клубами, в случае его нарушения могут последовать санкции: снятие очков, лишение права участия в турнирах УЕФА, штраф, исключение из текущих или будущих турниров, запрет на регистрацию новых игроков, лишение завоеванных наград.

Однако в России футбольные клубы несколько обходят данное правило, получая деньги от своих, по сути, владельцев, в качестве спонсорских. В качестве примеров можно привести такие российские футбольные клубы, как Локомотив, Зенит и Динамо, чьими основными спонсорами являются государственные корпорации ОАО «РЖД», ПАО «Газпром» и ПАО «ВТБ» соответственно.

Помимо данного аспекта российскому футболу также присущи следующие особенности:

- Завышенные (относительно ситуации в зарубежных футбольных клубах) заработные платы футболистов, что приводит к раздутой расходной составляющей бюджетов клубов. Данная проблема появилась из-за введения лимита на легионеров в футбольных клубах. Клубы вынуждены бороться за лучших российских игроков, привлекая их большими гонорарами.

- Высокая доля участия государственных корпораций, из-за чего клубы не стремятся зарабатывать самостоятельно за счет работы с болельщиками, поскольку у них есть уверенность в финансировании.

- Ненасыщенный (по сравнению с европейскими лигами) календарь соревнований. Данный аспект препятствует получению дополнительных доходов за счет продажи билетов на матчи, атрибутики и match-day, увеличению объема спонсорских поступлений и развитию профессионального мастерства футболистов.

- Низкая посещаемость соревнований, отсутствие культуры болельщиков. Данный аспект также осложняется началом функционирования системы Fan ID, вследствие которого фанаты клубов стали намеренно отказываться от посещения стадионов в знак протеста нововведению.

В европейском футболе ситуация же несколько иная:

- Ключевой источник доходов европейских футбольных клубов – продажа телевизионных прав.

- У каждого, в особенности крупного и топового футбольного клуба есть большое количество крупных спонсоров из различных сфер. Можно привести такие примеры, как ФК Барселона, титульными спонсорами которой являются компании Nike, Spotify и Ambilight, а всего у клуба их 33; Реал Мадрид, спонсорский пул которого составляют 27 компаний, в числе которых авиакомпания Emirates, Adidas и BMW i-серии; а также итальянский клуб Интер с целыми 38 спонсорами, среди которых компании Paramount, Ebay и платежная система Mastercard.

- В Европе развита стойкая культура болельщиков, культура поддержки клуба вне зависимости от его результатов, благодаря чему без внимания не остаются даже небольшие местные клубы. Европейские фанаты считают своим долгом потратить деньги на развитие своего любимого клуба через приобретение билетов и абонементов на матчи и регулярную покупку атрибутики.

- Клубы участвуют сразу в нескольких турнирах, что позволяет как значительно развивать мастерство футболистов, так и повышать доходы за счет поступлений от участия в соревнованиях, продажи билетов на домашние матчи, продажи атрибутики, роста спонсорского финансирования и прочих составляющих.

Помимо этого, клубы не перестают работать над привлечением новой аудитории, разрабатывают и применяют цифровые инструменты как в работе с болельщиками, так и внутри самих организаций. Ярким примером может стать LALIGA, которая применяет цифровые инструменты и полагается на технологии и данные для эффективного управления

матчами. Команды ежедневно имеют доступ к различным инструментам для ведения процедур с использованием технологий.

Чтобы максимизировать аудиторию и посещаемость стадиона, «CalendarSelector» использует искусственный интеллект для выбора ключевых параметров для разработки оптимального расписания матчей.

«KitSelector» — это еще один инструмент, помогающий выбрать подходящее оборудование и комплекты, которые будут визуально узнаваемы командой противника и телеаудиторией.

Команды LALIGA также используют другие приложения и типы программного обеспечения, которые автоматически генерируют составы, управляют трансферами игроков, централизуют управление спортивными академиями и назначают официальных лиц и судей на игровой день.

Все эти инструменты помогают не только эффективно управлять клубами, но и увеличивать прибыль.

Стоит также акцентировать внимание на теории французского экономиста Владимира Андроффа и его американского коллеги Пола Стаудохара, которые выделили три ключевых этапа эволюции бизнес-моделей европейских футбольных клубов [4]:

1. Любительская модель (Amateur Sports Model) заключается в привлечении заинтересованных в спорте людей и заработке от пожертвований и продажи билетов.

2. В традиционной профессиональной модели (The Professional Sports Model: Traditional) клубы зарабатывают как за счет продажи билетов, так и за счет поддержки от государства или крупных компаний. Аудитория клубов здесь локальная и редко выходит за пределы города.

3. В современной профессиональной модели (The Professional Sports Model: Contemporary) ключевые источники привлечения средств – продажа телевизионных прав, сотрудничество с корпорациями, продажа товаров и атрибутики и трансферный рынок. Деятельность клубов при данной модели приобретает глобальный характер.

Из данной теории можно сделать вывод, что российские футбольные клубы остановились на втором этапе – традиционной профессиональной модели. Во многом это связано с тем, что зарубежный коммерческий футбол развивается уже более 100 лет, а в России он начал зарождаться только в 90-е годы прошлого века.

С учетом описанных в статье аспектов бизнес-моделей российских и зарубежных футбольных клубов авторы видят следующие возможные пути развития российского футбола и повышения его эффективности:

1. Введение потолка зарплат, что позволит сократить расходную составляющую клубов и повысить конкуренцию среди клубов за топовых футболистов.

2. Работа над «выращиванием» новой аудитории. Необходимо проведение всеобъемлющих кампаний по привлечению детей и молодежи к фанатскому движению, которые приведут за собой целые семьи.

3. Переход к современной профессиональной модели функционирования футбольных клубов: это позволит клубам уйти от государственного финансирования и создать прибыльную модель бизнеса.

4. Цифровая трансформация: активная работа с болельщиками в социальных сетях, через собственные ресурсы (сайты, мобильные приложения), следование новым трендам (например, NFT). Сейчас существует крупный телевизионный и диджитал-рынок с большой емкостью для расширения аудитории (при условии модернизации продукта: графика, медийная открытость).

Список литературы

1. Литвишко О. В., Голикова О. М. "Эффективная бизнес-модель как основа прироста инвестиционной стоимости профессионального спортивного клуба" Вестник университета, №. 5, 2019, С. 159-166.

2. Коломиец, Т. Ю. Переход клубов российской футбольной системы к коммерческой модели функционирования / Т. Ю. Коломиец, И. В. Курило, В. В. Маньков, П. С. Полынцев. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 50 (184). — С. 360-364.
3. UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Regulations. — Nyon, — 2015. — 45 с.
4. Andreff, W., Szymanski, S. Handbook on the Economics of Sport//Cheltenham: Edward Elgar, 2006, 790 с.

Әлеуметтік кәсіпкерлік тұжырымдамаларын қалыптастырудың теориялық негіздері

Г.М. Кожабатчина
«Экономика» мамандығы бойынша 2 курс докторанты
kozhabatchina@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Әлемдік тәжірибеде әлеуметтік кәсіпкерліктің мәнін зерттеу отандық әлеуметтік салада әлеуметтік кәсіпкерлікті дамытуға жағдай жасауға мүмкіндік береді, осылайша жаңа идеялар, технологиялар ағынын береді, қызмет көрсету сапасын арттырады, жүздеген мың жұмыс орындары мен экономикалық инфрақұрылымның жаңа объектілерін құрады. Осы кәсіпкерлік бағытты одан әрі дамыту бизнеске нашар қорғалған әлеуметтік қабаттарды тартуға көмектеседі. Әлеуметтік кәсіпкерліктің ерекшеліктері мен факторларын зерттеу және талдау, кәсіпорындарды ұйымдастыру кезінде әлеуметтік кәсіпкерлердің кәсіпкерлік мүмкіндіктері мен ниеттерін бағалау жаңа әлеуметтік кәсіпорындар құруға және әлеуметтік кәсіпкерлікті дамытуға ықпал етеді.

Кілт сөздер: әлеуметтік кәсіпкерлік теориясы, әлеуметтік кәсіпкер, әлеуметтік кәсіпорын, коммерциялық емес ұйымдар

Әлеуметтік кәсіпкерлік бүкіл әлемде танымал бола бастады, ол коммерциялық емес бастамалар, қайырымдылық, әлеуметтік жауапкершілік сияқты жалпыға бірдей танылған құбылыстармен қатар орын алады. Әлеуметтік сипаттағы мәслерінің болуы кез - келген қоғамның ажырамас атрибуты болып табылады, мұның себебі-қоғамның барлық мүшелеріне барлық салаларда өзін-өзі жүзеге асырудың тең мүмкіндіктерін қамтамасыз ете алмау. Әлеуметтік кәсіпкерлікте адам экономикалық тиімділік пен әлеуметтік әділеттілік арақатынасына жоғары талаптар қояды, нәтижесінде тітіркендіргіш фактор болып табылатын проблемамен өз бетінше күресуді шешеді. Перспективалы және қарқынды дамып келе жатқан зерттеу саласы ретінде әлеуметтік кәсіпкерлік тұжырымдамасы әлі де жеткілікті зерттелмеген, бұл осы саладағы теориялық және шектеулі эмпирикалық зерттеулердің көптігімен расталады. Әлеуметтік кәсіпкерлік ұғымы жан-жақты және өзіне тән міндеттер мен ерекшеліктердің кең спектрін көрсетеді. Ғалымдар кәсіпкерлік процесті, кәсіпкерлік мінез-құлықты зерттеуді және әлеуметтік кәсіпкерліктің әлеуметтік қажеттіліктерін қарастыруды жалғастыруда.

Кәсіпкерлік белсенділік тек экономика саласымен шектелмейді, бірақ әр түрлі қызмет салаларында көрінеді және әрдайым табысқа негізделген емес. Қазіргі уақытта шаруашылық жүргізуші субъектілер өз қызметін құру және дамыту кезінде қазіргі қоғамды дамытудың мемлекеттік және қоғамдық мүдделерін ескеруі керек. Сондықтан кәсіпкерлік іскерлік өмірдің ең жаппай, серпінді және икемді түрі ретінде нарықтық басқару жүйесі бар елдердің әлеуметтік даму факторларының бірі болып табылады. Ресейлік зерттеуші В.С.Неклюдов кәсіпкерліктің «пайданы ұлғайтудағы ғана емес, салықтардың өсуіне әкелетіндіктен, жалпы бизнестің құнын, яғни мүлікті капиталдандырудағы» ролін анықтайды. Оның пікірінше, «кәсіпкерлік қызмет экономикалық және әлеуметтік функцияларда жүзеге асырылады, олардың соңғысы әлеуметтік кәсіпкерліктің пайда болуының катализаторы болды» [1].

Дэвид Брюс Аудретч (D. V. Audretsch) атап өткендей, кәсіпкерліктің негізгі рөлі экономикалық белсенділік пен әлеуметтік дамуды ынталандыру болып табылады. Ал жаңа кәсіпкерлік ұйымдар жұмыспен қамтуды арттырады, әлеуметтік-экономикалық дамуға оң әсер етеді, инновацияларды ынталандырады және қоғамның материалдық әл-ауқатын жақсартады [2].

Осыған байланысты қазіргі жағдайдағы әлеуметтік кәсіпкерлік тұжырымдамасы қоғамның әлеуметтік экономикалық даму қажеттіліктеріне сәйкес келуі керек, бұл өз кезегінде әлеуметтік миссия мен іскерлік бастаманы біріктіруді көздейді. Әлеуметтік кәсіпкерлер, әдетте, өз салаларын таңдағанда әлеуметтік қажеттіліктермен қанағаттандырылмаған саласын, немесе мемлекет пен жеке секторлар жүзеге асыра алмаған, жүзеге асыра алмайтын жаңа әлеуметтік мүмкіндіктер жасағанда бағдарланады. Бірқатар зерттеушілер әлеуметтік кәсіпкерлер институционалдық құрылымның әлеуметтік мәселелерін және көптеген жағдайларда дәстүрлі қоғамдық, ерікті немесе қоғамдық жұмыс механизмдерінің күш-жігеріне қарамастан өзгеріссіз қалатын жергілікті мәселелерді жеңілдетуге тырысатынын атап өтті [3].

Академиялық әдебиеттерде «әлеуметтік кәсіпкерлік» терминін алғаш рет 1998 жылы американдық экономист, Стэнфорд университетінің профессоры G. Dees енгізді. Оның көзқарасы негізінен Ж. Б. Сэя мен Дж. Шумпетердің кәсіпкерлік қызметті зерттеуіне негізделген [4].

Әлеуметтік кәсіпкерлік деп G. Dees «әлеуметтік мақсаттарға жету немесе әлеуметтік миссияны орындау үшін дәстүрлі кәсіпкерлік әдістерін қолдану. Әлеуметтік кәсіпкер әлеуметтік саладағы өзгерістер агенті ретінде әрекет етеді». Кәсіпкерлік бойынша академиялық зерттеулерге, оның ішінде Ж.Б. Сэядың зерттеулеріне сүйене отырып, Й. Шумпетер мен П. Друкер, сондай-ақ Н. Stevenson, G. Dees белгілеген кәсіпкерлік процесс ұғымы әлеуметтік кәсіпкерлік ұғымын анықтайтын бес факторды анықтады [4]. Оларға мыналар жатады:

- 1) әлеуметтік құндылықты (игілікті) құру және қолдау миссиясын өз мойнына алу;
- 2) таңдалған миссияны іске асыру үшін жаңа мүмкіндіктерді анықтау және пайдалану;
- 3) инновациялардың, персоналды бейімдеу мен оқытудың үздіксіз процесін жүзеге асыру;
- 4) қолда бар ресурстармен шектелмейтін іс-қимылдардың шешімділігі;
- 5) кәсіпкердің өз қызметінің нәтижелері үшін — тікелей клиенттер алдында да, жалпы қоғам алдында да жоғары жауапкершілігі".

Бұл тәсілді АҚШ-тағы Әлеуметтік кәсіпкерлік институтының негізін қалаушы J. Boschee де ұстанады. Бұл ретте ол өзінің назарын осы қызмет бағытының Әлеуметтік және экономикалық құрамдас бөлігі арасындағы тепе-теңдікті сақтау қажеттілігіне аударады. Ол өз еңбектерінде «әлеуметтік кәсіпкерлер — бұл қызметтің негізгі мақсатын назардан тыс қалдырмай, нарықтық механизмдерге көбірек көңіл бөлетін басшылар. Олар моральдық императивтер мен пайдаға деген құштарлық арасындағы тепе — теңдікті құруға қабілетті-және бұл процесс бүкіл әлеуметтік қозғалыстың жүрегі мен жанын білдіреді». J. Boschee әлеуметтік кәсіпкерлерді «әлеуметтік мәселелерді шешудің нарықтық тетіктеріне көп көңіл бөлетін коммерциялық емес ұйымдардың өкілдері ретінде ұсынады, бірақ олардың негізгі миссиясын ұмытпайды»

ЕАЭО елдерінің авторлары ұсынған әлеуметтік кәсіпкерліктің анықтамаларын қарастырайық. Ресейлік зерттеушілер әлеуметтік кәсіпкерліктің даму саласын да зерттеп жатыр. Мысалы, В. С. Неклюдов «әлеуметтік кәсіпкерлік дәстүрлі кәсіпкерлікпен бірдей белгілерге ие, одан әрі ауқымдылық белгісін алады, яғни ауқымының өсуі әлеуметтік кәсіпкерліктің қызметі және әлеуметтік әсерді арттыру мақсатында тәжірибені тарату». «Әлеуметтік кәсіпкерліктің мәні және оның функциялары» мақаласында А. Р. Хаматуллина әлеуметтік кәсіпкерлікті «әлеуметтік миссияға, этикалық қағидаларды сақтауға, жергілікті мағынада халықтың әлеуметтік топтарының өмір сүру сапасын арттыру және жаһандық

мағынада қоғамдағы оң өзгерістер мақсатында инновациялық тәжірибелерді құруға және енгізуге негізделген қызмет» деп анықтайды.

Қазақстанда әлеуметтік кәсіпкерлікті дамыту мәселелері Т.П. Притворова, М. П. Аяғанованың еңбектерінде қозғалған. Зерттеушілердің жұмысындағы бұл құбылыстың анықтамалары әлеуметтік кәсіпкерлік саласындағы әртүрлі шетелдік тәсілдерге негізделген. Осыған байланысты бұл анықтамалар негізінен белгілі бір шетелдік зерттеушілердің ұстанымдарына сәйкес келетін сипаттамалар мен критерийлерді қамтиды [5].

Осылайша, көптеген отандық және шетелдік авторлардың пікірінше, әлеуметтік кәсіпкерлік-бұл кәсіпорынның әлеуметтік мақсаттарын кәсіпкерлік инновациялармен және өзін-өзі ақтауға қол жеткізумен біріктіретін әлеуметтік-экономикалық қызметті жүргізудің жаңа тәсілі, бұл дәстүрлі кәсіпкерлік технологияларын қоғам мен экологияның игілігі үшін пайдалану, қоғамдық мәселелерді шешу.

Әлеуметтік кәсіпкерлікті зерттеу үшін салыстыру, топтастыру, талдау және синтез әдістері қолданылды. Салыстыру әдісі танымның ғылыми әдісі ретінде авторлар ұсынған әлеуметтік кәсіпкерлік ұғымдарын олардың ерекшеліктерін, жалпы белгілері мен айырмашылықтарын анықтау мақсатында салыстыруға ықпал етті. Топтастыру әдісі әлеуметтік кәсіпкерлікті анықталған мәселелерге сәйкес жіктеуге көмектесті, әлеуметтік кәсіпкерліктің түрлерін салыстыруға, осы топтар арасындағы айырмашылықтардың себептерін анықтауға және олардың белгілері арасындағы байланысты көрсетуге мүмкіндік туды. Салыстыру әдісі және типологиялық топтастыру әлеуметтік кәсіпкерлікті талдаудың және оны дамытудың резервтерін анықтаудың тиімді әдісіне ықпал етеді.

Отандық және шетелдік ғалымдар әлеуметтік кәсіпкерлік институтының қалыптасуы мен дамуын зерттей отырып, осы тұжырымдаманы талдайды, оның сипаттамалық ерекшеліктерін ажыратады. Алайда, қазіргі уақытта «әлеуметтік кәсіпкерлік» ұғымының нақты анықтамасы жоқ, өйткені бұл құбылыстың ерекшеліктері әлеуметтік кәсіпорындар пайда болатын әлеуметтік, экономикалық, саяси және мәдени контексттерде тамырланған. Осыған сүйене отырып, әлеуметтік кәсіпкерліктің тарихи қалыптасқан модельдері мен олардың көріністерінің ерекшеліктері туралы мәселе зерттеушілердің пікірталас тақырыбы болып табылады.

Кесте 1

Әлеуметтік кәсіпкерліктің негізгі анықтамалары

Автор	Әлеуметтік кәсіпкерліктің негізгі анықтамалары
G. Dees	әлеуметтік мақсаттарға жету немесе әлеуметтік миссияны орындау үшін дәстүрлі кәсіпкерлік әдістерін қолдану
J. Thompson	бұл қызмет қаржылық және әлеуметтік кірісті бір уақытта алу өнері
G. Mort, J. Weerawardena, K. Carnegie	әлеуметтік миссияны жүзеге асыра отырып, бизнесті адал жүргізуді болжайды деп санайды; мақсатқа жету үшін моральдық тұрғыдан дұрыс құралдарды таңдайсыз, әлеуметтік құндылық құру мүмкіндігін тани аласыз, инновациялық тәсілдерді қолдана отырып және тәуекелді қабылдауға дайын боласыз
J. Mair, I. Marti	әлеуметтік өзгерістерді жүзеге асыру немесе халықтың әлсіз қорғалатын топтарының әлеуметтік қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында мүмкіндіктерді іске асыру үшін ресурстарды инновациялық пайдалану және біріктіру процесі
S. Alford, L. Brown, C. Letts	қоғамның назарында болатын нақты әлеуметтік мәселелерді шешуден тыс әлеуметтік өзгерістерге үлес қосатын тәсілі
H. Naugh, P. Tracey	әлеуметтік миссиясын жүзеге асыратын коммерциялық компаниялардың қызметі
A. P. Хаматуллина	әлеуметтік миссияға, этикалық қағидаларды сақтауға, жергілікті мағынада халықтың әлеуметтік топтарының өмір сүру сапасын арттыру және жаһандық мағынада қоғамдағы оң өзгерістер мақсатында инновациялық тәжірибелерді құруға және енгізуге негізделген қызмет

Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, әлеуметтік кәсіпкерлікті әр түрлі тұжырымдамалардың, формалардың тоғысында дамытын және айқын ұлттық ерекшеліктерге ие күрделі, жүйелі және динамикалық құбылыс ретінде оңай және біржақты анықтау мүмкін емес деген қорытындыға келеміз. Нәтижесінде ғылыми әдебиеттерде бұл тұжырымдаманың әр түрлі түсіндірмелері бар.

Қазақстан Республикасында әлеуметтік кәсіпкерлікті бизнес қызметінің ерекше нысаны ретінде тек дамушы экономикалық құбылыс деп санауға болады. Нарықтық экономиканың қарқынды дамуы біздің қоғамның әлеуметтік мәселелерін шешуге теріс әсер етті. Біздің экономикамыз әлеуметтік бағдарланған болса да, қазіргі уақытта әлеуметтік проблемалардың айтарлықтай саны мемлекет тарапынан назардан тыс қалды. Мұндай процестер тек біздің елімізге ғана емес, көптеген басқа адамдарға, соның ішінде жоғары дамыған елдерге де тән екенін атап өткен жөн. Бұл елдерде әлеуметтік кәсіпкерлік қоғамның бірқатар әлеуметтік мәселелерін шешудің тиімді құралына айналды. Қазақстан да ерекшелік болған жоқ. Бүгінгі таңда біздің елімізде әлеуметтік кәсіпкерлік тек өз дамуында қарқын алуда. Бірақ қазірдің өзінде айтарлықтай кедергілерге тап болуда: жеткілікті қаржыландыруды алудағы қиындықтар, заңнаманың жетілмегендігі, қоғамды хабардар етудің төмен деңгейі, осындай жобаларды ұйымдастырушыларда бизнесті жүргізу құзыреттілігінің төмендігі және т. б.

Қазақстандағы әлеуметтік кәсіпкерліктің негізгі нысаны, әдетте, мемлекет немесе шетелдік гранттар есебінен қаржыландырылатын коммерциялық емес ұйымдар (КЕҰ) болып қала береді. Кейде бұл қаражат жетіспейді. Сондықтан көптеген КЕҰ пайда таба алатындығын ескере отырып, өз қызметін ұйымдастырудың жолдарын іздей бастады. Бұл жерде біздің қоғамның әлеуметтік қорғалмаған мүшелерінің де, әлеуметтік бағдарланған ұйымдардың да қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын нарықтық тауашаны табу мүмкіндігі маңызды мәселе болып табылады.

Сонымен, қарастырылып отырған барлық зерттеушілерінің басты көзқарасының ерекшелігі – әлеуметтік кәсіпкерліктің негізі әлеуметтік маңызды мәселелерді шешу, әлеуметтік әл-ауқатты арттыру. Әлеуметтік кәсіпкерліктің негізгі белгілеріне келесіні жатқызамыз: 1) инновация (әлеуметтік әсерді арттыруға мүмкіндік); 2) өзін-өзі ақтау және қаржылық тұрақтылық (әлеуметтік кәсіпорынның әлеуметтік мәселелерді шешу қабілеті қажет және өз қызметінен алынатын кірістер есебінен жұмыс жасау мүмкіндігі); 3) ауқымдылығы мен таралымы (әлеуметтік әсер етуді дамыту мақсатында әлеуметтік кәсіпорын қызметінің ауқымын жоғарлату және тәжірибені тарату); 4) кәсіпкерлік тәсіл. Әлеуметтік кәсіпкерлік қайырымдылық қорларынан ерекшелігі-әлеуметтік кәсіпкер кез-келген қорға ақша бөліп қана қоймайды және бұл ресурстар қандай мақсаттарға жұмсалатыны туралы нақты түсінікке ие емес және іс жүзінде оның салымының әлеуметтік салдарын бағалай алмайды, бірақ мақсаты әлеуметтік құндылықты өз бетінше құру болып табылатын ұйым құрады.

Әлеуметтік кәсіпкерлік саласындағы көптеген еңбектеріне қарамастан, осы бағыттағы ғылыми пікірталас, сондай-ақ әлеуметтік кәсіпкерлікке деген көзқарастардың алуан түрлілігі туралы мәселелерге қатысты аяқталған жоқ. Қазіргі уақытта әлеуметтік кәсіпорындардың қызметі туралы эмпирикалық материалдарды жинау да, теориялық жалпылау да маңызды, өйткені әлеуметтік кәсіпкерлікті жүйелі талдау қажеттілігі байқалады: қазіргі әлемдегі осы құбылыстың орны мен рөлін, ерекшеліктері мен шекараларын анықтау.

Әдебиеттер тізімі

1. Кадол Н. Ф. (2020) Развитие социального предпринимательства в странах Европейского союза. Региональная экономика и управление, 3, 63.
2. Ванкевич Е. В., К. И. Краенкова (2018). Социальное предпринимательство в современных условиях: сущность и методы оценки. Вестник Белорусского государственного экономического университета, 2, 5–16.

3. Гелашвили Н. Н., Спанова Б. К. (2019). Некоммерческий сектор как базис для социального предпринимательства в Казахстане: оценка экономических показателей на основе системы национальных счетов. Экономика Центральной Азии, 2, 89–106.

4. Кадол Н. Ф. (2018) Деловая репутация социального предпринимателя: морально-этический аспект. Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины, 2 (107), 24–29.

5. Притворова Т. П., Гелашвили Н. Н., Жуманова Б. К. (2019). Социальное предпринимательство в Республике Казахстан: проблемы и перспективы развития. Креативная экономика, 2, 231–238.

Новая реальность: влияние digital-трендов на формирование новых бизнес-моделей D2A и D2C

А.С. Кузьмина

студентка 4-го года обучения по специальности “Менеджмент”,
факультет “Высшая школа управления”

askyzminawork@gmail.com

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Аннотация: Глобальная цифровизация экономического пространства ведет за собой трансформацию технологического уклада, а вместе с ним изменение бизнес-моделей и сущности предпринимательства, как такового. В данной статье рассматривается фундаментальная модификация бизнеса, вызванная влиянием digital-инструментов на ключевые экономические процессы. Инновационная эра VR&AR пространств трансформирует традиционное представление о производственных цепочках, сбытовой политике, маркетинговых концепциях, инструментах исследования потребителей и т. д. Цель данного исследования – выявление и определение новых бизнес-моделей, сформировавшихся в результате совершенствования и применения иммерсионных технологий.

Ключевые слова: цифровое пространство, NFT, модель D2C, D2A, технологическая трансформация, VR и AR индустрия.

Первое упоминание о метавселенных относят к 1968 году, когда американские ученые Айвэн Сазерленд и Боб Спруэлл представили миру первый VR-шлем. Технологический рывок ПК в 2010 и 2017 гг. привели к развитию и массовому распространению VR&AR технологий. Выход в бизнес-среду технология получила в период мировой пандемии COVID-19, когда необходимость переноса бизнеса в цифровую среду стала вынужденной мерой, ставя вопрос о дальнейшей жизнеспособности компании.

Инструменты VR&AR реальности формируют digital-пространство, создавая эффект симуляции физического мира внутри цифрового, объединяя сервисы, контент, продукты бренда в единой среде, называемой “метавселенная”.

Первым этап трансформации бизнес-модели и переноса ее в цифровое пространство является 2019-2020 гг. Прямые продажи в реальность (Direct-to-Consumer, D2C) – новая бизнес-модель, при которой производитель продает товары покупателям без участия посредников, т.е. дистрибьюторов, оптовых и розничных продавцов. Путь клиента начинается в цифровом пространстве, а заканчивается в реальном. Главное преимущество для бизнеса – выход на рынок напрямую, без посредников. В свою очередь для клиента – снижение цены на 50-60% в сравнении с ценой в розничных магазинах. К механизмам модели D2C относят традиционные и инновационные.

Традиционные механизмы взаимодействия включают взаимодействие продавца и клиента через социальные сети, маркетплейсы, сайты компаний и иные цифровые платформы.

Под инновационными механизмами D2C понимается взаимодействие потребителя и производителя в цифровых VR-пространствах, условием для которого является использование VR-оборудования. Формы взаимодействия различны, среди них можно выделить:

- 1) Организация VR&AR пространств для проведения мероприятий: презентаций, показов новой товарной линейки (машин, одежды, цифровой техники) и т. д.;
- 2) Внедрение элементов геймификации;
- 3) Взаимодействие с медийными личностями;
- 4) Открытие VR&AR магазинов продаж, создание цифрового мира бренда;
- 5) Проведение маркетинговых исследований через моделирование встреч с респондентами и т.д.

Оценивая динамику VR-кейсов в Российской Федерации, следует отметить положительный тренд на использование и внедрение цифровых технологий. Так, согласно составленной трехфакторной прогнозной модели, количество кейсов в РФ увеличится к 2025 году на 121,5%, к 2030 году – 225% (относительно уровня 2023 года).

Лидерами стали крупнейшие бирюзовые организации СБЕР и МТС. СБЕР создал свою метавселенную, где прошло уже 4 мероприятия. Самое яркое — премия для «Нового радио». МТС, в свою очередь, инвестировали в десятки проектов разработки metaverse для создания геймифицированных процессов.

В ходе проведенного анализа была выявлена вторая бизнес-модель – direct-to-avatar (D2A). Сущность модели заключается в продаже цифровых товаров аватарам (цифровым личностям), обходя цепочку поставок, логистику и иные бизнес-процессы, связанные с производством и сбытом физического продукта.

Согласно проведенному анализу, представители поколения Z готовы тратить по 200 долларов ежемесячно на покупки цифровых товаров (NFT). В свою очередь, представители поколения “Alfa” готовы тратить свыше 550 долларов за приобретение кодовых вещей и цифровых элементов. NFT-проджект – уникальный цифровой товар, выступающий в качестве драйвера роста модели D2A.

Российские кейсы в области применения модели D2A и NFT разнообразны. Так, компания VK NFT создали свою серию цифровых элементов, активно продвигая их на мероприятиях в метавселенных. Среди других примеров – цифровая личность Aliona Pole – несуществующих виртуальных персонал, в который Сбербанк инвестировал 10 млн. рублей в 2020 году. Государственный эрмитаж и его проект – новая ветвь в развитии модели B2A государственного сектора. Эрмитажный проект станет первым в России выставочным исследованием в области искусства NFT-токенов и их использования в художественной сфере, что сегодня является наиболее актуальной повесткой в области современного искусства.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что технологическая трансформация цифрового пространства меняет бизнес-модели, перенося их в метавселенную. Как показывает исследование – свыше 85% компаний к 2030 году перейдут в виртуальный мир. Российскому бизнесу следует адаптироваться к этому фундаментальному изменению, внедрив в бизнес-процессы соответствующие технологические решения.

Список литературы

1. Макгуин И.В. // ВИРТУАЛЬНАЯ МЕТАВСЕЛЕННАЯ // март 2023 // Cross- Cultural Studies: Education and Science (CCS&ES) ISSN -2470-1262 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-metavselennaya/viewer>

2. Шину Виг // МЕТАВСЕЛЕННАЯ – НОВАЯ ПАРАДИГМА БИЗНЕСА // Форсайт// Т.17 №3 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metavselennaya-novaya-paradigma-biznesa/viewer>
3. Кучинская Е.В. // МЕТАВСЕЛЕННАЯ КАК НОВАЯ ЭКОНОМИКА // Гуманитарный научный журнал // №2 2022 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metavselennaya-kak-novaya-ekonomika/viewer>
4. Саркисян В.В., Федорова И.В. // К ВОПРОСУ ПРАВОСУБЪЕКТНОСТИ АВАТАРА В МЕТАВСЕЛЕННОЙ // Вестник ЮрФака ЮФУ // Т.10, №1, 2022 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-pravosubektnosti-avata-va-v-metavselennoy/viewer>
5. Алабина Т.А., Дзангиева Х.С., Юшковская А.А. // МЕТАВСЕЛЕННАЯ КАК ГЛОБАЛЬНЫЙ ТРЕНД ЭКОНОМИКИ // Экономка. Профессия. Бизнес. // №1, 2022 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metavselennaya-kak-globalnyy-trend-ekonomiki/viewer>
6. Южно А.С. // ОБЗОР ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕТАВСЕЛЕННОЙ // Вестник института экономики РАН // №6, 2022 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-tendentsiy-razvitiya-rynka-metavselennoy/viewer>
7. Южно А.С., Умаров Х.С. // ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕТАВСЕЛЕННОЙ: ЭМПИРИЧЕСКИЕ НАБЛЮДЕНИЯ // Общество и реформы // №10, 2022 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-metavselennoy-empiricheskie-nablyudeniya/viewer>

Сущность и содержание социальной поддержки населения

Д.Б. Кулумбетова¹, Г.Б. Молдабекова²

¹к.э.н., профессор кафедры «Экономические дисциплины»

²докторант PhD 8D04106 – Аналитическая экономика,
dkulumbetova@inbox.ru, ali20130223@gmail.com

¹ Казахско-Русский международный университет, г. Актобе

² Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана

Аннотация: В статье исследовано соотношение таких понятий, как «социальная поддержка», «социальная помощь» и «социальная защита», раскрыто их содержание. В результате изучения противоречивых взглядов ученых при интерпретации термина «социальная поддержка» сформировано авторское определение социальной поддержки населения. Идентифицированы и проанализированы сущностные характеристики социальной поддержки населения.

В результате исследования установлено, что важным элементом социально-экономической политики государства выступает социальная поддержка индивида и семьи, основная цель которой заключается в обеспечении надлежащего уровня жизни членов общества, повышении их благосостояния, поддержке отдельных категорий граждан в случае наступления социальных рисков, а также обеспечении социальной справедливости. Социальная поддержка дополняет социальное обеспечение (пособия, пенсии) предоставлением материальных и натуральных благ.

В настоящем документе представлен обзор академической литературы, в которой рассматриваются направления и механизмы реализации социальной поддержки семьи, детства, материнства.

Ключевые слова: социальная поддержка, социальная помощь, социальное обеспечение, социальная защита, социальная работа, социальная политика

Термин «социальная поддержка» появился в практике отечественного государственного управления в декабре 1991 года с принятием Указа Президента Республики Казахстан «О дополнительных мерах по социальной поддержке населения Республики Казахстан» [1]. Вместе

с тем единства в определении понятия «социальная поддержка» нет. На сегодняшний день сложились следующие подходы к определению понятия «социальной поддержки»:

1) система мероприятий субъектов социальной работы, направленная на решение проблем некоторых категорий граждан (безработные, семьи с детьми, инвалиды, и др.), пребывающих в затруднённых жизненных обстоятельствах путем предоставления им помощи или требуемых социальных услуг [2]. Она сводится к оказанию помощи и, в связи с этим, включает меры, определяемые термином «социальная помощь».

2) деятельность, направленная на активизацию собственных сил и способностей индивида или группы по трансформации своих материальных и имущественных обстоятельств. Часто социальная поддержка рассматривается как нематериальный, информационный ресурс (содействие в поиске работы, трудоустройстве, получении профессии, обучении, поиску способов по выходу из сложившейся затруднённой жизненной ситуации и т.п.).

В научных источниках чаще всего встречается мнение о тождественности понятий «социальная поддержка» и «социальная помощь» и включение их в состав социальной защиты населения [3]. Некоторые авторы считают, что социальная поддержка может заключаться в предоставлении «различных видов материального вспомоществования», а другие - в «виде денежной помощи, предоставления материальных благ, включая универсальные, адресные и специализированные варианты для удовлетворения разнообразных потребностей семей в различных обстоятельствах».

Часть ученых рассматривают её с двух точек зрения: широкой и узкой: в широком смысле - как формализация государственной социальной политики слоям населения, нуждающимся в помощи в связи с преклонным возрастом состоянием здоровья, социальным состоянием; в узком - как обеспечение индивидов за счет бюджетных средств построенное на перераспределении части средств имущих в пользу малообеспеченных или неимущих слоев населения [4].

По нашему мнению, социальную поддержку населения можно рассматривать как конкретную деятельность общесоциального назначения органов социальной защиты и отдельных лиц, с целью поддержки социально незащищенных категорий граждан, охраны здоровья и труда людей, поддержки материнства, отцовства, семьи и детства.

Социальная помощь в научных источниках рассматривается в качестве общественных отношений, связанных как с повседневной социальной, так и общественной поддержкой членов семьи, отдельных индивидов, находящихся в трудной жизненной ситуации и не имеющих возможности найти самостоятельного решения [5]. Она является основной формой социальной работы. В соответствии с законодательством социальная помощь предоставляется «местными исполнительными органами в денежной или натуральной форме отдельным категориям нуждающихся граждан в случае наступления трудной жизненной ситуации, а также к памятным датам и праздничным дням» [6]. Таким образом, эта категория содержит деятельность по социальному обеспечению и социальному обслуживанию индивидов и других групп людей, оказавшихся в затруднительной ситуации. В то же время социальная поддержка дополняет социальное обеспечение (пособия, пенсии) предоставлением материальных и натуральных благ, может носить временный или постоянный характер. Следовательно, понятие «социальная поддержка» шире понятия «социальная помощь».

Среди понятий, соприкасающихся с категорией «социальная поддержка» часто встречается термин «социальная защита», которую чаще всего трактуют как «защиту от социальных рисков путём комплексного содействия человеку со стороны государства в решении различных проблем на протяжении всей его жизни, начиная с периода вынашивания матерью ребёнка и завершая достойным погребением человека» [7]. Под системой социальной защиты в настоящее время также «понимается совокупность законодательно установленных экономических, социальных, юридических гарантий и прав, социальных институтов и учреждений, обеспечивающих их реализацию для поддержания жизнеобеспечения и деятельного существования различных социальных слоев и групп населения, прежде всего уязвимых» [8].

А социальную поддержку часто рассматривают как влияние, которое человек получает через социальные контакты, что может снизить психологическое напряжение, снять напряжение

и улучшить социальную адаптируемость [9]. Социальная связь относится к духовной и материальной поддержке и помощи со стороны членов семьи, родственников, коллег, групп, организаций и сообществ.

ChengHongjuan (2002) [10] резюмировал определение социальной поддержки с трех точек зрения:

- в определении социальной поддержки с точки зрения социального взаимодействия: социальная поддержка - это не просто односторонняя забота или помощь, это в большинстве случаев социальный обмен, социальное взаимодействие между населением;
- в определении социальной поддержки от характера социального поведения;
- в определении точки зрения роли социальных ресурсов: помощь от социальных отношений, способ общения людей и обмен ресурсами между членами сети поддержки.

Социальная поддержка направлена на предоставление социальных услуг населению, помощь нуждающимся гражданам и выступает одним из важнейших элементов в управлении социальными отношениями.

К принципам социальной поддержки населения можно отнести те же принципы, на основании которых строится система социальной защиты граждан [11,12]. К ним можно отнести следующие: взаимодействие государства и частных организаций в социальной сфере, равные возможности в получении социальных благ, подстройка системы социальной защиты под элементы внешней среды, приоритет государства в обеспечении функций социальной поддержки, выявление и учет при финансировании потенциальных рисков в социальной сфере.

В таблице 1 приведены результаты исследования отличий понятий «Социальная поддержка», «Социальная помощь», «Социальная защита» по нескольким критериям.

Таблица 1

Результаты исследования отличий понятий «Социальная поддержка», «Социальная помощь», «Социальная защита»

Критерии отличия	Социальная		
	поддержка	помощь	защита
1. Степень охвата	Частичная	Частичная	Полная
2. Объектом выступают	- социально- незащищенные категории граждан (инвалиды, пенсионеры и др.), семьи с детьми, дети, молодежь; - граждане, попавшие в трудную жизненную ситуацию, из которой они не в состоянии выйти самостоятельно (безработные, вынужденные переселенцы и т.п.) - граждане, имеющие особые заслуги перед обществом (ветераны ВОВ и труда, труженики тыла, реабилитированные лица, признанные жертвами политических репрессий)	- социально- незащищенные категории граждан (инвалиды, пенсионеры, многодетные семьи и др.); - граждане, попавшие в трудную жизненную ситуацию, из которой они не в состоянии выйти самостоятельно (безработные, вынужденные переселенцы и т.п.) - граждане, имеющие особые заслуги перед обществом (ветераны ВОВ и труда, труженики тыла, реабилитированные лица, признанные жертвами политических репрессий)	Направления классификации: - возраст - уровень доходов - состояние здоровья - по событиям - состав семьи
3. Субъектом выступают	государство; негосударственные учреждения/объединения; добровольческие, частные или общественные организации		
4. Характер проявления	- временный (для отдельных категорий граждан, временно оказавшихся в тяжелой жизненной ситуации);	- временный (для отдельных категорий граждан, временно оказавшихся в тяжелой жизненной ситуации)	постоянный

	- постоянный (для граждан с ограниченными возможностями и имеющие особые заслуги перед обществом)	-	
5. Исполнителями являются	- местные органы власти - предприятия, организации - благотворительные фонды - взносы частных лиц	- местные органы власти - предприятия, организации - благотворительные фонды - взносы частных лиц	- Единый накопительный пенсионный фонд - Государственный фонд социального страхования - Фонд обязательного медицинского страхования
6. Характер социальной политики	оперативный	оперативный	стратегический
7. Виды помощи	- натуральная - денежная - гуманитарная	- натуральная - денежная	- натуральная - гуманитарная - техническая - экстремальная - социальные стимуляторы - нормативные ограничения
8. Способ проявления	дополнение к обязательному социальному страхованию и государственному социальному обеспечению особых субъектов, социальной помощи	дополнение к обязательному социальному страхованию и государственному социальному обеспечению особых субъектов	- пенсионное обеспечение - обеспечение социальными выплатами, субсидиями, компенсациями и льготами нуждающихся в государственной социальной помощи категорий населения - организация занятости населения - государственное социальное страхование - социальное обслуживание
9. Источники финансирования	Средства: - местных органов власти; - предприятий, организаций; - благотворительных фондов, взносов частных лиц.	Средства: - местных органов власти; - предприятий, организаций; - благотворительных фондов, взносов частных лиц.	Средства - налогоплательщиков (государственный бюджет) - страховые средства работодателей и работников Общественная и частная благотворительность
Примечание – Составлено на основании источников [13-17]			

Таким образом, термин «социальная поддержка», по содержанию представляется более широким по сравнению с понятием «социальная помощь». По нашему мнению, под социальной поддержкой населения следует понимать дополняющие социальную помощь мероприятия, проводимые в рамках социальной политики и направленные на предоставление отдельным категориям граждан помощи в денежной или натуральной форме в соответствии с законодательными и правовыми актами.

Современная система мер социальной поддержки распространяется на отдельные категории граждан и включает следующие виды: ежемесячную денежную выплату; другие денежные выплаты; полное или частичное освобождение от оплаты коммунально-бытовых и других услуг; набор социальных услуг, в том числе социально-психологическое консультирование.

Важно подчеркнуть, что в отличие от государственной социальной помощи меры социальной поддержки предоставляются без учета материального положения лиц, имеющих на них право.

Государственная система социальной поддержки населения реализуется по следующим направлениям согласно рисунку 1.

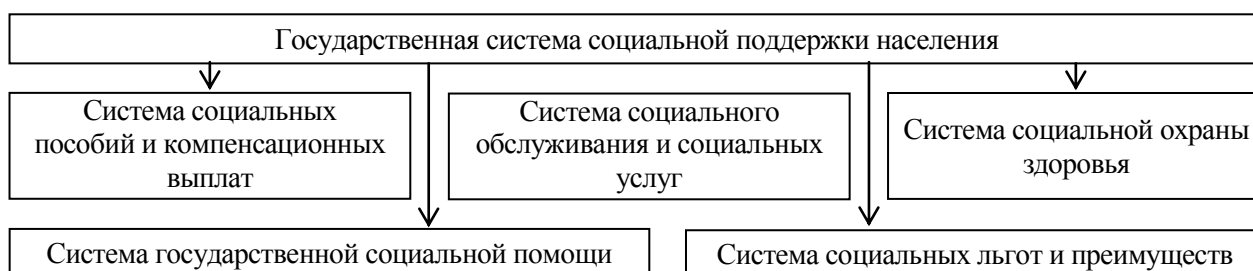


Рисунок 1 – Направления социального обеспечения населения

Примечание – Составлено на основании источников [13-17]

С целью развития социальной политики государство реализует социальные программы, направленные на создание условий для роста благосостояния граждан – получателей мер социальной поддержки; повышение доступности социального обслуживания населения [18].

Предоставление социальной поддержки включает в себя множество видов, подходов и уровней поддержки и услуг. Данная концепция поддержки индивида и семьи в зарубежной практике содержит ряд ключевых аспектов, включая:

- конкретную поддержку детей/молодежи и их родителей и/или их семей в зависимости от их обстоятельств [19-21].

- экономическую, социальную поддержку и услуги в области занятости и профессиональной деятельности [22].

- универсальные, адресные и специализированные варианты для удовлетворения разнообразных потребностей семей в различных обстоятельствах [21,23]. Это может включать поддержку, ориентированную на профилактику, раннее вмешательство и меры по исправлению положения/защите детей [24,25].

- неформальную повседневную социальную, так и общественную поддержку для членов семьи, а также формальная поддержка семьи, которая финансируется, организуется и предоставляется государством, часто в партнерстве с добровольческими, благотворительными организациями и организациями гражданского общества [22,26].

- формальную поддержку, оказываемую государственными учреждениями или агентствами добровольного сектора или поставщиками услуг частного рынка в партнерстве с государственными учреждениями [27].

В казахстанской практике она включает специальную социальную помощь казахстанцам и их семьям, меры по поддержке занятости и компенсации части доходов в случаях социальных рисков, обеспечении доступа к основным услугам в области образования и здравоохранения в денежной и натуральной форме, обеспечении доступа к социальным услугам, включая уход, обслуживание и социальную работу для людей с ограниченными возможностями [28].

Таким образом, социальная политика Республики Казахстан реализуется посредством реализации различных мер и средств социальной поддержки. Эти эффективные механизмы реализации социальной поддержки должны обеспечить устойчивое развитие человеческого потенциала государства и повышение уровня и качества жизни населения страны [29]. Социальная поддержка выступает в качестве инвестиции в человеческий капитал, необходимым условием экономического роста, поскольку успешная экономика зависит от развития человеческого капитала, качества рабочей силы.

Список литературы

1. Указ Президента Республики Казахстан «О дополнительных мерах по социальной поддержке населения Республики Казахстан» от 12 декабря 1991 года N537. ИПС «Әділет». – Режим доступа URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U910000537>. - (дата обращения: 05.10.2023).

2. Социальная работа: краткий таджикско-русский энциклопедический словарь / под общ.ред. Зверевой И.Д. - Душанбе: [Б. И.], 2009. - 525 с.
3. Гашо И.А., Белоусова М.Б. Сущность социальной поддержки населения и ее роль в рыночной экономике. // Вестник Белгородского ун-та кооперации, экономики и права. 2014. - №2. - С. 262-268.
4. Стахова А.А. Административно-правовые основы социальной поддержки граждан (вопросы теории и практики): диссертация... кандидата юридических наук / Стахова, Анна Андреевна. Ростов-на-Дону, 2007. - 178с.
5. Молдабекова Г.Б. Элеуметтік көмек және қолдау туралы түсінік // Современная экономика в условиях глобализации: сборник Международной научно-практической конференции / Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева – Нур-Султан, 2019. – С. 212-215.
6. Постановление Правительства Республики Казахстан «Об утверждении Типовых правил оказания социальной помощи, установления размеров и определения перечня отдельных категорий нуждающихся граждан» от 21 мая 2013 года № 504. ИПС «Әділет». – Режим доступа URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1300000504>. - (дата обращения: 05.10.2023).
7. Социальная энциклопедия / ред.: А.П. Горкин Г.Н. Карелова, Е.Д. Катульский, А.М. Поздняков. – М.: Большая российская энциклопедия, 2000. - 438с.
8. Холостова Е.И. Социальная работа: история, теория и практика: учебник / Е.И. Холостова. - М.: - Юрайт; ИД Юрайт, 2011 - 905 с.
9. Лю Хунянь. Обзор об исследовании неполных семей // Исследование демографии. 1998. - №3. - С. 63-67.
10. Yapeng Zhu. Social Protection in Rural China: Recent Developments and Prospects. Journal of Policy Practice, 11:42–58, 2012.
11. Урусова А.Б. Основные принципы социальной защиты населения. // Московский экономический журнал. – 2020. - № – №1. – с. 595-606.
12. Занина О.В. Современные принципы социальной защиты населения. // Научный результат. Экономические исследования. – 2015. - №2. – С. 54-61.
13. Основы социальной работы: учеб.пособие / под ред. Н.Ф. Басова. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2019 - 213 с.
14. Экономические источники социальной защиты // Финансовый словарь. – Режим доступа URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/31783. - (дата обращения: 12.10.2023).
15. Нечуйкина Е.В. Социальная защита: понятие, категории, терминология. // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2007. – №20(49) – С.145-147.
16. Мачульская Е.Е. Право социального обеспечения: учебник / Е.Е. Мачульская. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2019. - 449 с.
17. Воронин Ю.В. Социальная поддержка // Большая российская энциклопедия. [Электронный ресурс] (2017); - Режим доступа URL: <https://bigenc.ru/economics/text/3639202>. - (дата обращения: 18.01.2023).
18. Арзикулова Р.К. Социальная политика и источники реализации социальных программ // Вестник КазНПУ. – 2017. - № 3. – с. 15-19.
19. Daly, M. (2015). “Parenting support as policy field: An analytical framework” in Social Policy and Society, 14(4), pp.597-608.
20. Williams, A. (2019). “Family support services delivered using a restorative approach: A framework for relationship and strengths-based whole-family practice” in Child and Family Social Work, 24, pp. 555-564
21. Devaney, C., Christiansen, O., Holzer, J., MacDonald, M., Matias, M., Piessens, A., Salamon, E., & Kealy, C. (2021). The conceptualisation and delivery of Family support in Europe: A review of academic literature. EurofamNet.
22. Churchill, H., Sandbæk, M., Jackson, A., Jerinić, J., Arsić, J., Dobrotić, I., Rybinska, A., & Ruggiero, R. (2021). The conceptualisation and delivery of Family support in Europe: A review of international and European policy frameworks and standards. EurofamNet.

23. McGregor, C., & Devaney, C. (2020). "Protective support and supportive protection for families "in the middle": Learning from the Irish context" in *Child & Family Social Work* 25, pp.277– 85
24. Devaney, C. (2017). "Promoting children's welfare through Family support" in N. Frost and P. Dolan (eds) *A Global Reader in Child Welfare*. London: Routledge (pp. 99-109)
25. Gilbert, N. (2012). "A comparative study of child welfare systems: Abstract orientations and concrete results" in *Children and Youth Services Review*, 34(3), pp.532-536.
26. Melo, A.T., & Alarcão, M. (2015). "Building future communities: Strengthening relational bonds for a positive future" in *Journal of Community Psychology*, 43, pp.878-884.
27. Abela, A., Dudova, R., Gábos, A., Hašková, H., HeggemKojan, B., Kotzeva, T., Putnina, A., Šadić, S., Sesar, K., Tereškinas, A., Thiene, A., & Tzivian, L. (2021). *Child and Family support policies across Europe: National reports from 27 countries*. EurofamNet.
28. Молдабекова Г.Б. Халықты әлеуметтік қолдау бағдарламалары, оларды дағдарыс жағдайында бағалау. // Сборник материалов международной научно-практической конференции: «Государственное управление и цифровой мир: в поисках синергии». - Алматы: Нархоз, «Фортуна Полиграф», 2020. - С. 228-234.
29. Г. Молдабекова, Ж. Раимбеков. Қазақстан Республикасында халықты әлеуметтік қолдаудың екі сәтін қарастыру механизмдері. // Экономика и статистика. - 2020. - №2. - С.129-139.

Агроөнеркәсіптік кешендегі энергия үнемдеуді арттырудағы цифрландырудың маңыздылығы

А.К. Мазина

«Экономика» мамандығы бойынша 3 курс докторанты
mazina_ainur@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Агроөнеркәсіптік кешенді энергиямен қамтамасыз ету проблемасы қазіргі кезеңде үлкен маңызға ие, өйткені ғылыми-техникалық прогресс пен ауыл шаруашылығы өндірісін қарқынды дамыту, агроөнеркәсіптік кешендегі техникалық деңгейді арттыру және еңбек жағдайларын жақсарту оның энергиямен қамтамасыз ету деңгейімен анықталады. Осыған сүйене отырып, агроөнеркәсіптік кешеннің энергетикалық секторын дамытудың негізгі міндеті ауыл шаруашылығы тұтынушыларын сенімді және үнемді энергиямен жабдықтау, заманауи технологиялық процестер мен цифрландыруды енгізу есебінен өндірістегі энергия тиімділігін арттыру болып табылады. Жыл сайын энергияны үнемдеу мәселесі өзекті болып келуде. Шектеулі энергетикалық ресурстар, энергияның жоғары құны, оны өндіруге байланысты қоршаған ортаға теріс әсер етуі – энергияны тұтынуды оңтайландыруды ең өзекті мәселелер қатарына қосып отыр.

Кілт сөздер: цифрландыру, агроөнеркәсіптік кешен, энергия үнемдеу.

Қазақстан халықаралық экологиялық қозғалысқа қосыла отырып, ұлттық экономиканың энергия сыйымдылығын төмендетуге жоғары қызығушылық танытты. Осыған сүйене отырып, қазіргі уақытта агроөнеркәсіптік кешенді қоса алғанда, Қазақстан экономикасының әртүрлі салаларындағы энергия тиімділігі мәселелері мемлекеттік саясат шеңберіндегі басым бағыттардың біріне айналды. Ауыл шаруашылығы экономиканың капиталды қажет ететін және энергияны қажет ететін секторы ретінде қарастырылады. Бұл зерттеудің мақсаты агроөнеркәсіптік кешендегі энергия үнемдеуді арттырудың және ауыл шаруашылығы өнімдерінің энергия сыйымдылығын төмендетудің маңыздылығын негіздеу болып табылады.

Ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру көлемінің ұлғаюы сөзсіз қоршаған табиғи ортаға антропогендік жүктеменің ұлғаюымен қатар жүреді. Сондықтан агроөнеркәсіптік кешенде энергия тиімді технологияларды дамыту есебінен экологиялық қауіпсіз ауыл шаруашылығы

өндірісін қамтамасыз ету, сондай-ақ қоршаған ортаға жауапкершілікпен қарау деңгейін арттыру, табиғатқа экологиялық сауатты қарым-қатынас қажеттілігін түсіну маңызды, өйткені энергия үнемдеу табиғи ресурстарды үнемдеуге және көбейтуге әкеледі.

Интернетке қосылған компьютер мен мобильді құрылғылар, бұлтты технологиялар, үлкен деректер және жасанды интеллект сияқты цифрлық технологиялардың әсерінен экономиканың көптеген салалары адам еңбегін алмастырып, уақытты үнемдей отырып, айтарлықтай өзгерістерге ұшырайды. Осылайша, тиімділік пен еңбек өнімділігі артады. Әлемнің көптеген елдерінің агроөнеркәсіптік кешені инновациялық өзгерістердің бұл ағымында ерекшелік болған жоқ. Аграрлық азық-түлік тізбегінің әртүрлі кезеңдерінде көптеген мысалдар бар: ауылшаруашылық техникасын цифрландыру енгізілген ресурстарды конфигурациялауға және қол еңбегіне деген қажеттілікті азайтуға қабілетті, жерсеріктік деректер мен датчиктерді мал шаруашылығында да, өсімдік шаруашылығында да пайдалану фермерлер үшін тиімдірек нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Технологиялық бақылау жүйесі мен цифрлық логистика агроазық - түлік өнімдерін жеткізу тізбегін оңтайландыруға, тұтынушыларға сенімді ақпарат беруге көмектеседі.

Қазақстанның АӨК ел экономикасын дамытудың басым бағыттарының бірі бола отырып, Қазақстан халқының азық-түлік қауіпсіздігінің негізгі демеушісі болып табылады. АӨК-нің дәстүрлі секторларын зерделей отырып, "Жасыл экономика" жағдайында жаңа перспективалы салалық және салааралық бағыттарға назар аударған жөн. Қазіргі уақытта бұл бағыт мұқият дамуда бүкіл секторға айналуы мүмкін, оның болашағы ішкі және сыртқы факторларға байланысты. Цифрландырудың арқасында "жасыл экономикаға" көшу жағдайында АӨК-ні дамыту қысқа мерзімде жүзеге аса алады.

Қазіргі уақытта Қазақстанда цифрлық технологиялар кеңселерде, мемлекеттік қызметте, сондай-ақ кейбір өндірістерде кеңінен қолданылады. Алайда, елдің ауыл шаруашылығында цифрлық технологиялар дерлік енгізілмеген және жұмыс процестеріне аз қатысады. 2020 жылы Қазақстанның ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының 99%-ға жуығы ескірген әдістемелер бойынша қағаз жеткізгіштерде жұмыс істеді.

Жаңартылатын энергия көздерін пайдалану да белсенді дамып келеді. PwC зерттеуінің деректері бойынша, Қазақстанда 2020 жылы 111 жаңартылатын энергия көздері бар [1]. Алайда, осы саланың өсу және даму қарқыны, сарапшының бағалауы бойынша, осы кезеңде әсерді бағалау үшін жеткіліксіз.

Жаңа технологиялардың тұрақты өсуіне әлеуетті үлес тақырыбын дамытуды жалғастыруға болады, дегенмен цифрландыру жасыл инновацияларға әкелетін байланысты өзгерістердің кең ауқымының бөлігі болуы керек. Технологияны енгізу мемлекеттік аппараттың жоғары үйлесімділігін және мүдделі тараптардың әртүрлі топтары арасындағы тығыз өзара әрекеттесуді талап етеді [2].

АӨК процестеріне цифрландыруды енгізу мен оның "жасыл экономикаға" көшуге одан әрі әсері арасындағы айқын байланысқа қарамастан, экономиканы цифрландыру болжаған радикалды трансформация жаһандық ауылшаруашылығы жүйелерінде әлі толық іске асырылған жоқ. Мұндай трансформацияның болжамды артықшылықтарын ескере отырып, мүдделі тараптар ауыл шаруашылығын цифрландыруды ілгерілету жөніндегі күш-жігерді жандандыруға шақырады, ал ауыл шаруашылығы секторында цифрлық технологияларды пайдалануды жеделдету ЭЫДҰ-ның көптеген елдерінде және ЭЫДҰ-ға кірмейтін елдерде басымдық ретінде қарастырылады.

АӨК-ні мемлекеттік қолдау және реттеу, цифрлық даму туралы қолданыстағы Мемлекеттік бағдарламалық құжаттар куәландырады:

- 2018 жылғы «ҚР-ның 2025 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспары»;
- 2014 жылғы «ҚР отын-энергетикалық кешенін дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасы»;
- 2017 жылғы «Цифрлық Қазақстан»;
- 2021 жылғы «ҚР агроөнеркәсіптік кешенін дамыту жөніндегі 2021-2025 жылдарға арналған ұлттық жоба».

Жоғарыда көрсетілген мемлекеттік бағдарламаларды талдау АӨК саласындағы негізгі проблемаларды және цифрландыруды енгізудің ықтимал әсерін анықтауға мүмкіндік береді.

Кесте 1

АӨК проблемаларын және цифрландыруды енгізудің ықтимал әсерін талдау

АӨК проблемалары	Цифрландырудың әсері
Жер, су және басқа да ресурстарды ұтымсыз пайдалану	Сандық карталарды, навигаторларды және аналитикалық бағдарламаларды қолданысқа енгізу ресурстарды пайдалануды ұтымды етуге мүмкіндік береді
Ауыл шаруашылығы процестерінде ескірген механизмдер мен жүйелерді қолдану	Цифрлық жүйелер мен цифрлық интерфейсі бар техниканы қолдану технологиялық процестің циклін толық бақылауға және жабдықтың ақаулығын дер кезінде анықтап, жарамсыз бөліктерді ауыстыруға, сонымен қатар қысқа мерзімде деректердің үлкен көлемін өңдеуге мүмкіндік береді.
Ауыл шаруашылығы саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі	Деректерді интеграцияланған жүйелерде сандық түрде сақтау оларда жаңа мамандардың білім алу уақытын қысқартуға және сапасын арттыруға мүмкіндік береді
Төмен еңбек өнімділігі	Жалпы алғанда барлық өндіріс процестеріне цифрлық технологияларды енгізу еңбек өнімділігінің артуына әкеледі, мүмкіндігінше механикалық процестерді жеңілдетеді.
Климаттық қауіптер	Климаттың өзгеруін және топырақтың құрылымының өзгерісін қадағалайтын сандық датчиктерін қолдану арқасында климаттық тәуекелдер азаяды.
Е с к е р т у - ҚР мемлекеттік бағдарламалары мен заңдарын талдау негізінде жасалды	

АҚШ, Швейцария, Канада және Австралия сияқты елдердің тәжірибесін бақылай отырып, біз көреміз,

аграрлық сектордағы өндіріс пен қызметтерді ақпараттандыру цифрлық технологияларды енгізу кезінде ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірудің барлық моделін өзгертеді, индустриалды парктерді құруды және электрондық сауданы дамытуды ынталандырады, ауыл шаруашылығындағы цифрлық жетістіктердің таралуын жеделдетеді, сондай-ақ ауылдық аймақтардың экономикалық дамуын жоғары деңгейде ұстап тұрады [3]. Сонымен қатар, мұндай қайта құрулар аталған дамыған елдерге жоспарланбаған шығындарды 20% - ға қысқартуға мүмкіндік берді. Біздің елімізде цифрландыруды аграрлық өнім өндірісінің әртүрлі кезеңдеріне енгізу қарқыны баяу екенін мойындауымыз керек.

Жоғарыда келтірілген зерттеулер "жасыл экономикаға" көшу жағдайында цифрландыруды табысты енгізу үшін тиісті жағдайларды дайындау бойынша кешенді іс-шаралар жүргізу қажеттігін анықтады. Атап айтқанда, елдің ауылдық аумақтарын электрмен тоғымен және интернетке қолжетімділікпен нашар жабдықтау бойынша жұмысты жеделдету, фермерлерді қаржыландырудың тиімсіз жүйесін қайта құру, сондай-ақ, ең бастысы, фермерлердің жұмыс процестерін өзгертуге және жаңа цифрлық шындықта жұмыс істеуге қызығушылығы мен дайындығы бойынша жұмыс жүргізу.

Қолданыстағы жағымсыз факторлар климаттық жағдайлардың нашарлауымен бірге елдің бірқатар аймақтарында экологиялық проблемалардың шиеленісуіне әкелді. Климаттың күрт өзгеруі, су мен жер ресурстарын ұтымсыз пайдалану, мемлекеттік құрылымдар мен жергілікті басқару органдарының уақтылы әрекет етпеуі жердің тұздануы мен құрғауына, құрғақшылық пен мал өліміне әкелді.

Сарапшылардың бағалауы бойынша, бүкіл әлемдегі ауыл шаруашылығының алдында негізгі міндет тұр: 2050 жылға қарай жер бетінде 9 миллиард адамды экожүйені өлтірмей және ыстық климат жағдайында адамдардың денсаулығы мен өміріне зиян келтірмей, тамақтандыру қажет болады. Бүгінгі таңда ауыл шаруашылығында қолданылатын

технологиялардың арқасында әлемдегі тұщы су ресурстарының 70% - дан астамы және әлемдегі парниктік газдардың 13% экономиканың осы секторына тиесілі [4].

Қазақстанда мал шаруашылығында кейбір технологиялар қолданылуда. Сонымен, енгізілген және GPS навигациялық технологиялары, дрондар, электронды карталар және GPS жүргізу жүйелері кеңінен қолданылады. Алайда, дамыған елдерде технологияны қолдану деңгейі әлдеқайда жоғары.

"Дәл мал шаруашылығы" термині дақылдарға арналған дәл егіншілік тұжырымдамасына ұқсастық арқылы енгізілді. Дәл мал шаруашылығы датчиктерді жануарларға немесе мал шаруашылығында қолданылатын қора жабдықтарына бекіту арқылы мүмкін болды. Датчиктерді сиырдың денсаулығын бақылау, ыстықтың немесе жақын арада төлдеудің басталуын анықтау үшін пайдалануға болады. Камералар малды, соның ішінде шошқаларды, құстарды бақылау үшін де қолданылады [5].

Цифрлық технологияларды, инвестициялық жүктемені белсенді енгізу үшін ел бойынша тиісті инфрақұрылымның төмен деңгейін, механикаландырудың төмен деңгейін, фермерлердің өз еңбектерін және жоғарыда сипатталған басқа да фактілерді цифрландыру қажеттілігін түсінбеуін ескере отырып, біртіндеп көшуді жүзеге асыру қажет, мысалы, қарапайым телефондар мен смартфондарда жұмыс істейтін шешім қабылдауды қолдаудың электрондық құралдарын енгізу, бұл елдегі цифрлық ауыл шаруашылығының бастапқы нүктесі болуы мүмкін.

Әдебиеттер тізімі

1. Ким Н. Рынок ВИЭ в Казахстане: потенциал, вызовы и перспективы. Обзор, цели и выводы исследования. – 2021. – слайд 5. URL: <https://www.pwc.com/kz/en/publications/esg/may-2021-rus.pdf>
2. McFadden J., Casalini F., Griffin T., Antón J. The digitalisation of agriculture. 2022. no. 176. P. 56. URL: <https://doi.org/10.1787/18156797>.
3. Родионова И., Липина С. Зеленая экономика в России: модель и прогнозы развития. Фундаментальные исследования. – 2015. – №5. – С. 5462–5466. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38369>
4. Лопатников А. Нулевой углеродный след: риски и возможности для нефтегазовой отрасли, нефтегазовая вертикаль. Национальный отраслевой журнал. – 2020. – № 19. – С. 69–80.
5. Birner R., Daum T., Pray C. Who drives the digital revolution in agriculture, A review of supply-side trends, players and challenges. Applied Economic Perspectives and Policy published by Wiley Periodicals LLC on behalf of Agricultural & Applied Economics Association. 2021, no. 43, pp. 1260–1285. URL: <https://doi.org/10.1002/aep.13145>

Қазақстандағы телекоммуникация саласын дамытудың негізгі үрдістері

Б.М. Макалакова

э.ғ.м., экономика және халықаралық бизнес кафедраның оқытушы

Beine_1979@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Аннотация: Мақалада зерттеу объектісі Қазақстан Республикасының инфокоммуникациялық қызметтер нарығының телекоммуникация саласы болып табылады. Республиканың байланыс және телекоммуникация нарығының құрылымы соңғы жылдары жақсы жаққа айтарлықтай өзгергеніне қарамастан, саланың әртүрлі сегменттерінің дамуы олардың даму перспективасын айқындайтын белгілі бір трендтерді қалыптастыратын әр түрлі заңдылықтарға ие. Осыған байланысты Қазақстанның телекоммуникация саласының

жай-күйіне талдау жүргізілді, саланың негізгі ойыншыларын сәйкестендіру, оның сегменттерінің даму үрдістері мен заңдылықтары анықталды.

Кілтсөздер. Телекоммуникация, байланыс, қызметтер, ұялы байланыс қызметтері.

Қазақстан Республикасындағы байланыс және телекоммуникация саласы-елдің әлемдік қоғамдастыққа кірігуінің маңызды факторы. Қазақстандық байланыс нарығы Қазақстанның халық шаруашылығының қарқынды дамып келе жатқан секторларының бірі болып табылады. Телекоммуникациялық байланыс қызметтерін көрсетуден түсетін табыстың орташа жылдық өсімі мұнай және газ өндіру қызметтерін ұсыну сияқты экономика саласының даму серпінімен салыстыруға болады.

Қазақстан Республикасының 2004 жылғы 5 шілдедегі "Байланыс туралы" N 567 Заңына сәйкес байланыс Жеке және заңды тұлғалардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға және қауіпсіздік, қорғаныс, құқық тәртібін қорғау, мемлекеттік органдардың байланыс қызметтеріне және байланыс құралдары мен есептеу техникасына, сондай-ақ ақпараттық жүйелерге қажеттілігін қамтамасыз етуге арналған Қазақстан Республикасының экономикалық және әлеуметтік инфрақұрылымының ажырамас бөлігі болып табылады ақпаратты жинау, өңдеу, жинақтау және тарату процесін қамтамасыз етудің техникалық базасын құрайды [1].

Қазақстанның инфокоммуникациялық қызметтерінің ауқымды нарық жүйесінде нарықтың салыстырмалы түрде жас, бірақ қарқынды дамып келе жатқан секторы бар. Инфокоммуникациялық қызметтердің әлемдік нарығының қалыптасуы ақпараттық қоғамның, IT-технологиялардың және ақпараттандыру мен қоғамның дамуымен тығыз байланысты.

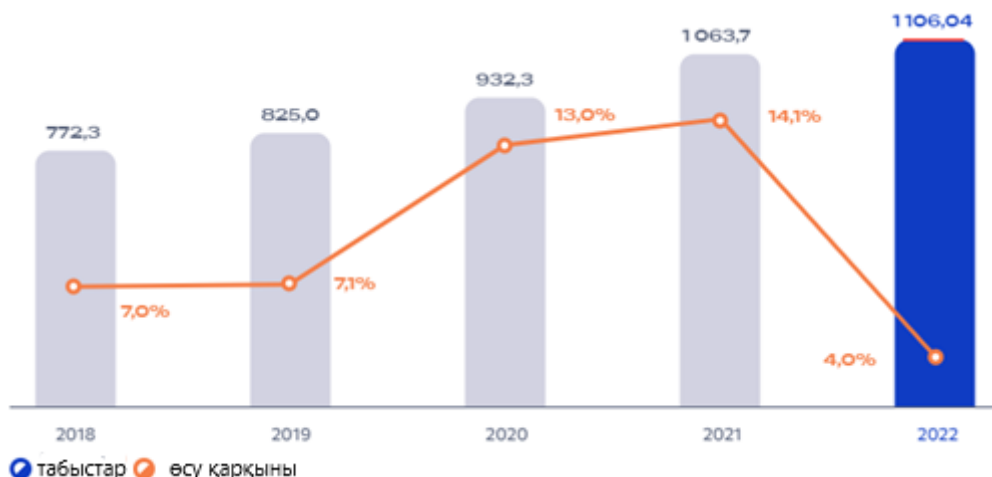
Байланыс және телекоммуникация саласының үрдістері сымды, жоғары жылдамдықты оптикалық және сымсыз технологияларға негізделген инфрақұрылымды дамыту, халыққа және ұйымдарға ақпарат беру бойынша қызметтер көрсету, телерадио хабарларын таратудың цифрлық технологияларын енгізу және дамыту, сондай-ақ жергілікті телефон байланысын цифрландыру деңгейін арттыру болып табылады. Нарық телекоммуникациялық компанияларға бизнес-процестерді жаңғырту және оңтайландыру және компаниялардың қызметіне озық ғылыми-техникалық әзірлемелерді енгізу негізінде олардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін үнемі арттыру міндеттерін жүктейді [2].

Ақпараттық-коммуникациялық қызметтер нарығының маңызды ерекшелігі-ақпараттық және коммуникациялық технологиялардың конвергенциясымен қатар ақпараттық-коммуникациялық қызметтер мен өнімдердің өзара енуі. Инфокоммуникацияның жаңа өнімдері "бір-көп" байланысынан бастап дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына тән көптеген адамдарға дейін, телефон байланысына тән жеке диалогтық хабарламаларға дейін мүмкін болатын қызметтердің үздіксіз спектрін ұсынады. Жаңа инфокоммуникациялық қызметтер тұтынушылардың экономикалық емес себептерін ескереді, интерактивті және жекелендірілген және дәстүрлі ақпараттық өнімдерге үлкен бәсекелестік тудырады. Конвергентті қызметтердің коммуникациялық компоненті нарық ойыншыларының күш-жігеріне қарамастан, ақпараттық қызметтерге қарағанда тұтынушы сұранысқа ие болып қала береді.

Ұлттық Статистика бюросының деректері бойынша 2022 жылдың қорытындысы бойынша байланыс қызметтері нарығының жалпы көлемі 1 106,038 млрд теңгені құрап, өткен жылдың көрсеткішінен 4% - ға асып түсті [3].

Қызмет түрлері бойынша ұялы байланыс басым. Ұялы байланыс қызметтерінен түскен табыс әлі де нарықтың жалпы көлемінің жартысынан астамын — 55,7% құрайды. Тіркелген телефониядан түскен табыс 47,9 млрд теңгеге дейін төмендеді. Соңғы жылдары тіркелген желілердегі деректерді беру және Интернет желісіне қол жеткізу қызметтері сегментінің үлесі абсолютті түрде кірістердің өсуіне қарамастан төмендеу үрдісін көрсетті. 2022 жылы нарық үлесі шамамен 15,5% құрады. Ақылы теледидар қызметтерінің сегменті 2022 жылы байланыс қызметтерінен түскен жиынтық табыстың 4% құрады. Байланыс операторларына көрсетілетін қызметтерден түсетін кірістер құрылымдық өзгерістердің әсерінен өседі-бөлшек

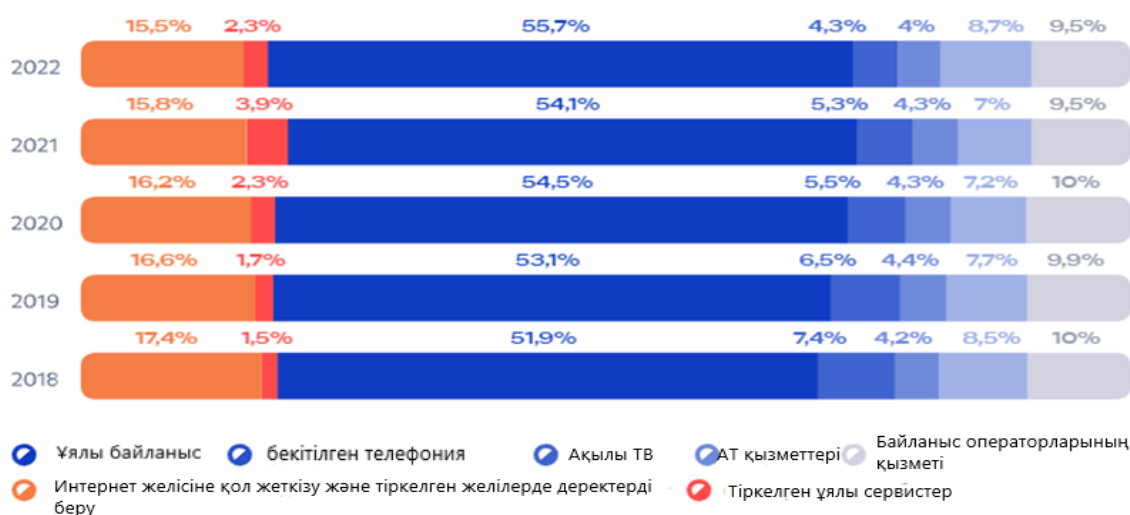
сауда нарығының өсуімен байланыс операторларының көрсетілетін қызметтерінің көлемі де ұлғаяды, бұл телекоммуникациялардан түсетін жиынтық кірістегі сегмент үлесінің өсуінен көрінеді.



Сурет 1. 2018-2022 жылдардағы Қазақстан Республикасының байланыс қызметтерінен түсетін кірістер, млрд теңге

Дереккөз – ҚР ҰСБ деректері

Кіріс құрылымында негізгі кіріс сегменттері әлі де ұялы байланыс қызметтері және деректерді беру және Интернет желісіне қол жеткізу қызметтері болып табылады. Олардың нарықтың жалпы көлеміндегі үлесі 2022 жылы тиісінше 55,7% және 15,5% құрады. Ұялы байланыс нарығының өсуінің негізгі факторы олардың базасындағы Мобильді деректер мен сервистердің өсуі болып табылады. В2О қызметтерінен түсетін табыстың тұрақты үлесі-9,5% - азаматтар арасындағы цифрлық алшақтықты қысқарту мақсатында шалғай аудандардағы байланыс операторларының инфрақұрылымды белсенді дамытуымен байланысты. IT және қосымша қызметтерден түсетін кірістердің өсіп келе жатқан үлесі — 8,7%, бұл операторлардың өз сервистік құзыреттерін арттырғанын және сервистік провайдерлермен әріптестікті дамытқанын көрсетеді.



Сурет 2. Қызмет түрлері бойынша Қазақстан Республикасының Байланыс саласы кірістерінің құрылымы, 2018-2022,%

Дереккөз – ҚР ҰСБ деректері

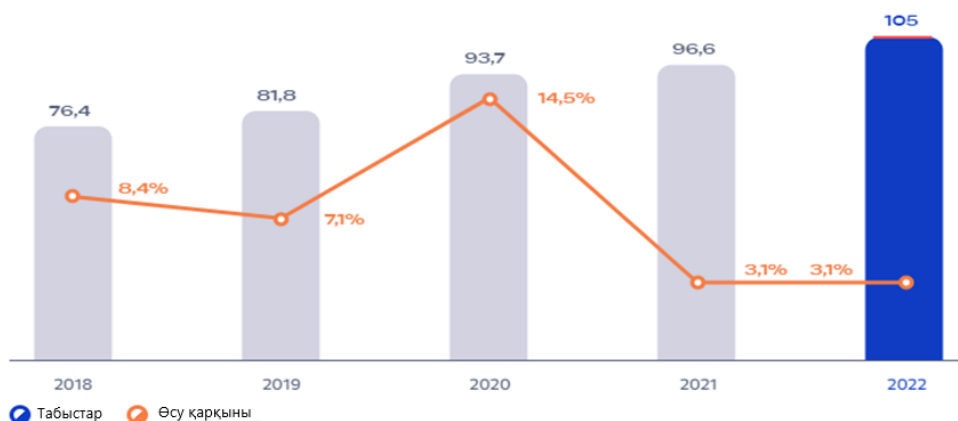
Осылайша, Қазақстанда телекоммуникация саласын дамыту сыртқы және ішкі сипаттағы бірқатар факторлардың әсерінен жүзеге асырылады. Біреуімен, нарықтық экономиканың кез-келген сегменті сияқты, телекоммуникация кешені табиғи нарықтық

механизмдердің әсерінен дамиды, нарықтық жағдайдың ауытқуын сезінеді. Екінші жағынан, республика экономикасы үшін маңыздылығына және Қазақстанның ұлттық мүдделерін қамтамасыз ету қажеттілігіне, сондай-ақ телекоммуникация нарығының үлкен монополиялануына байланысты сала мемлекеттің күшті реттеуші ықпалында болады. Сонымен қатар, телекоммуникациялар қызметтері тұрақты сұранысқа ие, маусымдыққа, тұтынушылардың орналасқан жеріне тәуелді емес сала болып табылатынын атап өту қажет, бұл осы саланың тұрақты жұмыс істеуі үшін алғышарттар жасайды. Ұялы байланыс телекоммуникация нарығының кірістер бойынша басым сегменті болып қала береді және жылдан жылға сенімді өсуді жалғастыруда. 2021 жылы 592,98 млрд теңгенің шегін еңсере отырып, нарық 2022 жылы 616,063 млрд теңгенің көлемін көрсете отырып, сенімді серпінді сақтап қалды.



Сурет3. 2018-2022 жылдардағы ұялы байланыс қызметтерінен түскен кірістер, млрд теңге
Дереккөз – ҚР ҰСБ деректері

Негізгі табыс құраушы сервистер арналарды жалға алу және Интернет желісіне қол жеткізу қызметтері болып табылады — олар тиісінше B2O қызметтерінен түсетін барлық кірістердің 42% және 18% - приходится құрайды. Арнаны жалға беру қызметтерінің негізгі тұтынушылары-желілік қамтуды жақсарту және қосымша базалық станцияларды орнату үшін үнемі жұмыс істейтін ұялы байланыс операторлары. Қазіргі уақытта қамту негізінен ауылдық елді мекендерде кеңеюде. Операторлық сегментте интернет желісіне қол жеткізу қызметтерінің көлемі жылдан жылға артып келеді, бұл операторлар желілерінде соңғы пайдаланушылардың деректерді беру қызметтерін тұтынуының өсуімен тікелей байланысты. B2 қызметтерінен түсетін кірістер құрылымындағы маңыздылығы бойынша үшінші болып қазақстандық байланыс операторларының желілері арқылы шетелдік операторлардың күн-трафигі транзитінің сегменті табылады. 2022 жылы IP транзитінен түскен кірістер магистральдық нарықтағы қызметтердің жалпы кірісінің 18% құрады.



Сурет 4. Байланыс операторларына 2018-2022 жылдардағы қызметтерден түсетін кірістер, млрд теңге

Дереккөз – ҚР ҰСБ деректері

Жүргізілген талдау телекоммуникация саласы қызметтері тұрақты сұранысқа ие, маусымдыққа, тұтынушылардың орналасқан жеріне тәуелді емес сала болып табылатынын көрсетті, бұл осы саланың тұрақты жұмыс істеуі үшін алғышарттар жасайды.

Талдау көрсеткендей, нарық сегменттері бойынша қазақстандық инфокоммуникациялық қызметтер нарығындағы негізгі операторлар: тіркелген телефония болып табылады:

– "Қазақтелеком" АҚ МК, "Қазтранском" АҚ, "Транстелеком" АҚ, DUCAT (Арна), Билайн МК (СА-Телком, TNS-plus), SkySilk;

- ұялы байланыс: "GSM Қазақстан" ЖШС, Билайн МК ("КаР-Тел" ЖШС), "Алтел" АҚ, "MTS"ЖШС;

- деректерді және Интернетті беру: "Қазақтелеком" АҚ МК, "Қазтранском" АҚ, "Транстелеком" АҚ, DUCAT (Арна), Astel, Билайн МК (СА-Телком, 2DAY-Telecom) ;

-операторларға көрсетілетін қызметтер: "Қазақтелеком" АҚ МК, Билайн МК (са-Телком, KZ-Trans), "Қазтранском" АҚ, "Транстелеком" АҚ;

-ақылы теледидар қызметтері: Алма-ТВ, Айна-ТВ, "Секател" компаниясы, ICON, Digital TV.

IKS-Consulting деректері бойынша, Қазақстан Республикасының инфокоммуникациялық қызметтер нарығындағы түсім бойынша көшбасшы орынды "Teazatetелеком" АҚ компаниялар тобы алады-34,2%.

"GSMҚазақстан" ЖШС үлесі 33%, ал Veeline компаниялар тобы 23,5% құрады. Қалған операторлар 9,3% құрайды [4]. Республикадағы белсенді блогерлердің саны жүздеген: студенттер, саясаткерлер және бизнесмендер күн сайын Facebook сияқты әлеуметтік желілерді пайдаланады, mail.ru және twitter. Қазақстанда 3G және ішінара 4G пилоттық жоба ретінде өткізілді. Байланыс және ақпарат министрлігі 2015 жылы ел толығымен жер үсті және спутниктік цифрлық хабар таратуға көшетінін айтты. Республикада салаға шетелдік инвестицияларды тарту үшін жақсы климат құрылды.

Телекоммуникациялық компанияны тиімді дамыту тұжырымдамасының негізінде Қазақстанның телекоммуникациялық компанияларын дамыту мәселесін шешудегі бірінші кезектегі міндет олардың бәсекелестік технологиялық әлеуетін ұлғайту, ұзақ мерзімді тиімді даму, құнын арттыру және әлемдік және өңірлік нарықтарда олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру болып табылатынын түсіну қаланды [5]. Компанияның ұзақ мерзімді тиімді дамуын қамтамасыз ету үшін тек шетелдік жабдықты сатып алу немесе озық технологияларды енгізу жеткіліксіз. Сондай-ақ жабдықты пайдаланудың бүкіл өмірлік циклінде өзінің инновациялық процесін іске асыруды және инновацияларды тиімді басқаруды қамтамасыз ету қажет.

Осылайша, телекоммуникациялық компанияның тұрақты дамуының стратегиялық мақсаты оның құны мен бәсекеге қабілеттілігінің тұрақты өсуін қамтамасыз ететін оның жоғары экономикалық нәтижелеріне қол жеткізу болып табылады. Телекоммуникациялық компанияның орнықты даму жағдайына қол жеткізуінің негізгі шарты жұмыста өзіндік сипаты келтірілетін сыртқы және ішкі факторлардың теріс әсеріне қарсы іс-қимылды күшейту болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1 Закон Республики Казахстан от 5 июля 2004 года N 567 «О связи» - https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000567_

2 Оралова С. Ш. Современное состояние развития телекоммуникационного рынка в казахстане //Российская экономика: взгляд в будущее. – 2020. – С. 129-137.

3 Ұлттық статистика бюросының мәліметтері.- <https://stat.gov.kz/>

4 Рынок мобильной связи: будущее – за крупными игроками. 2019 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/kompanii-i-rynki/2019-03/rynok-mobilnoy-svyazi-buduscheeza-krupnymi-igrokami>

5 Каримов Б. К., Саликов Ж. Д. Позиции телекоммуникационной отрасли республики казахстана в международных рейтингах //Проблемы и перспективы технологического образования в России и за рубежом. – 2020. – С. 72-75.

Нейроинтеграция в цифровой экономике: оптимизация процессов и анализ негативных эффектов

О.Ф. Малашенкова¹, Н.С. Перова², С.Т. Мусина³, Л.М. Базарбаева⁴

¹доцент кафедры менеджмента, учета и финансов

^{2, 3, 4}старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

ofmalashenkova@reu.by, perova_ns@mail.ru, mussina.74@mail.ru, leila.8383@inbox.ru

¹Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Минск

^{2, 3, 4}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье исследуется роль нейротехнологий в современной цифровой среде и их воздействие на процессы бизнеса и общества. Рассматриваются методы применения нейроинтеграции для оптимизации различных аспектов цифровой экономики, включая управление бизнес-процессами, маркетинговые стратегии и принятие решений.

Особое внимание уделяется анализу негативных эффектов, связанных с внедрением нейротехнологий, таких как приватность данных, этические вопросы и потенциальные социокультурные последствия. Авторы статьи предлагают обширный обзор современных исследований и практических случаев использования нейроинтеграции, выявляя как положительные, так и отрицательные аспекты этого технологического тренда.

Ключевые слова: цифровая экономика, нейроинтеграция, нейросети, процессы в цифровой экономике

Цифровая экономика и нейросети, становясь ключевыми составляющими современного общества, воздействуют на его экономические и социальные структуры с глубокой интенсивностью. В контексте стремительного развития технологий и перехода к цифровой трансформации нейронные сети выступают в роли существенного инструмента, преобразующего подходы к анализу данных, прогнозированию трендов и оптимизации разнообразных процессов. В сфере анализа данных нейросети играют ключевую роль, способствуя более глубокому и комплексному пониманию информации. Эти интеллектуальные системы обладают способностью выявлять скрытые паттерны, выделять значимые зависимости и автоматически адаптироваться к изменяющимся условиям, что значительно улучшает точность анализа. Прогнозирование трендов становится более точным и предсказуемым благодаря использованию нейронных сетей. Способность моделей машинного обучения адаптироваться к постоянно меняющимся данным позволяет предсказывать будущие сценарии с высокой степенью достоверности, что является ценным инструментом для стратегического планирования в сфере бизнеса и общественного управления. Оптимизация различных процессов, начиная от производственных и бизнес-процессов до управления городской инфраструктурой, становится более эффективной и адаптивной при внедрении нейросетей. Эти технологии способны оптимизировать использование ресурсов, минимизировать риски и улучшать общую производительность.

Обзор литературы позволяет понять эволюцию цифровой экономики, отследить ключевые этапы ее развития, а также проанализировать современные тенденции использования нейросетей в различных отраслях. Методология исследования включает в себя анализ статистических данных, проведение экспериментов и оценку влияния нейросетей на ключевые показатели цифровой экономики. Ожидается, что результаты исследования помогут лучше понять вклад нейросетей в цифровую экономику, а обсуждение выводов способствует формированию рекомендаций для дальнейших исследований в этой динамичной области.

Начнем с анализа исторического контекста развития цифровой экономики. В работах Эрика Брайнжольфсона и Андрея Макафи "The Second Machine Age" [1] поднимается вопрос о том, как цифровая трансформация влияет на структуру экономики и общества. Исследования указывают на ускорение технологических изменений, вызванных внедрением

искусственного интеллекта и машинного обучения. В работах Янна Лекуна и его коллег из Facebook AI Research [2] рассматривается эффективное использование нейросетей в обработке данных, прогнозировании трендов и улучшении бизнес-процессов. Работы Андрея Йонга о "Глубоком обучении" [3] предоставляют обширный обзор методов и приложений нейронных сетей в различных областях. Исследования Джудит Донат [4] обращают внимание на социальные аспекты цифровой экономики, включая вопросы приватности, этики и воздействия технологий на общество. Эти аспекты играют ключевую роль в формировании устойчивого и этичного развития цифровой экономики. Исследования Макса Тегмарка [5] подчеркивают взаимосвязь между технологическим развитием и общественными трансформациями. Он рассматривает, как прогресс в области нейронных сетей формирует основу для новых экономических моделей и оказывает воздействие на рынки труда. Обзор литературы позволяет увидеть широкий контекст исследований в области цифровой экономики и нейронных сетей. В следующем разделе мы перейдем к методологии, где опишем подходы к анализу влияния нейросетей на ключевые показатели цифровой экономики.

В рамках исследования используется современный аппарат анализа данных для изучения влияния нейросетей на цифровую экономику. Собраны и проанализированы данные о внедрении и использовании нейронных сетей в различных секторах. Это включает в себя обработку больших объемов информации с использованием методов машинного обучения для выделения ключевых закономерностей и трендов.

Проведены серии экспериментов, направленных на оценку эффективности применения нейронных сетей в решении конкретных задач цифровой экономики. Эксперименты включают в себя моделирование различных сценариев, анализ результатов и оценку потенциальных выгод и рисков.

Анализ данных показывает, что внедрение нейронных сетей приводит к существенному улучшению производительности в различных отраслях цифровой экономики. Автоматизация и оптимизация процессов с использованием нейросетей способствуют повышению эффективности и сокращению времени выполнения задач.

Нейросети играют ключевую роль в стимулировании инноваций. Компании, активно использующие технологии глубокого обучения, часто выходят на передовые позиции в создании новых продуктов и услуг. Это создает благоприятные условия для роста и развития цифровой экономики.

Эксперименты подтверждают, что внедрение нейросетей значительно улучшает эффективность бизнес-процессов. От оптимизации цепочек поставок до управления ресурсами, нейронные сети предоставляют возможности для существенного улучшения операционной деятельности предприятий. Однако результаты также выявляют некоторые вызовы и риски. Например, возможные проблемы с безопасностью данных, этические вопросы, связанные с использованием искусственного интеллекта, и потенциальные социальные последствия автоматизации труда. Эти аспекты требуют дополнительного внимания и регулирования для обеспечения устойчивого развития цифровой экономики.

На основе полученных результатов можно выделить несколько ключевых тенденций развития цифровой экономики под воздействием нейросетей (Таблица 1). Включение данных тенденций в стратегии развития позволит эффективнее использовать преимущества новых технологий.

Таблица 1

Ключевых тенденции развития цифровой экономики под воздействием нейросетей

Положительные влияния	Вызовы и риски	Тенденции развития	Направления будущих исследований
Внедрение нейросетей существенно улучшает	Однако необходимо учитывать вызовы и риски, такие как	Исследование выявляет ключевые тенденции	Рекомендации по дополнительным исследованиям должны охватывать не только

производительность, стимулирует инновации и повышает эффективность бизнес-процессов, что способствует развитию цифровой экономики.	вопросы безопасности данных, этические соображения и социальные аспекты, чтобы обеспечить устойчивое и ответственное внедрение технологий	развития, которые могут стать драйверами для дальнейшего прогресса в цифровой экономике	технические аспекты, но и этические и социальные вопросы, чтобы создать более гармоничное взаимодействие между технологическим развитием и обществом.
Примечание – Составлено автором			

Потенциальные негативные последствия использования нейросетей в контексте цифровой экономики:

1. Проблемы с безопасностью и приватностью:

– Утечки исходных данных: Нейросети, обученные на конфиденциальных данных, могут содержать в себе чувствительную информацию, и их использование может создать угрозу утечки данных.

– Атаки на нейронные сети: Существует возможность злоумышленного использования нейросетей, включая атаки, направленные на их обман или манипуляцию.

2. Этические аспекты:

– Автоматизация и Работа: Распространенные опасения связаны с потенциальным сокращением рабочих мест из-за автоматизации, что может вызвать социальные и экономические проблемы.

– Дискриминация: Нейросети могут воспроизводить предвзятость и дискриминацию, основанную на данных, на которых они обучены, что приводит к негативным социальным последствиям.

3. Ответственность и прозрачность:

– Черный ящик: Некоторые нейросети считаются "черными ящиками", то есть их решения могут быть труднопонятными для человека. Это усложняет объяснение принимаемых алгоритмических решений, что затрудняет вопросы ответственности и прозрачности.

4. Зависимость и угроза работы:

– Экономическая зависимость: зависимость от технологий нейросетей может создать экономическую зависимость от крупных технологических компаний, что в свою очередь может привести к ограничению конкуренции.

– Угроза навыкам: внезапное внедрение нейросетей в определенных отраслях может создать угрозу для традиционных профессий, требующих обучения новым навыкам.

5. Экологические исследования:

– Высокое энергопотребление: обучение сложных нейронных сетей может требовать значительных ресурсов, что приводит к высокому энергопотреблению и вредному воздействию на окружающую среду.

Решение этих проблем требует тщательного регулирования, этического обсуждения и сотрудничества между обществом, индустрией и научным сообществом. В дальнейших исследованиях важно продолжать углубленный анализ этих вопросов и разрабатывать стратегии для минимизации негативных последствий использования нейросетей в цифровой экономике.

Стратегии минимизации рисков и негативных эффектов нейросетей в цифровой экономике (рисунок 1).

1. Усиление кибербезопасности:

- Разработка и внедрение усовершенствованных мер по защите данных и предотвращению атак на нейросети.
 - Обязательная сертификация систем искусственного интеллекта с учетом стандартов кибербезопасности.
2. Регулирование и этические Кодексы:
- Введение строгих нормативов, регулирующих использование нейросетей в чувствительных областях, таких как здравоохранение и финансы.
 - Разработка и принятие этических кодексов, которые обязывают компании соблюдать прозрачность и ответственность в применении нейротехнологий.
3. Аудит прозрачности алгоритмов:
- Создание механизмов аудита, которые обеспечивают прозрачность работы алгоритмов нейросетей.
 - Обязательное раскрытие принципов обучения и принятия решений, понятных для широкой аудитории.



Рисунок 1. Стратегии минимизации рисков и негативных эффектов нейросетей в цифровой экономике

Примечание – Составлено автором

4. Обучение и переподготовка рабочей силы:
- Развитие программ обучения и переподготовки, направленных на приобретение навыков, которые останутся востребованными в контексте автоматизации труда.
 - Содействие образовательным программам, которые подготавливают специалистов в области искусственного интеллекта и нейросетей.
5. Создание многоуровневых комиссий:
- Учреждение международных и национальных комиссий для оценки воздействия нейросетей на общество и экономику.
 - Включение в эти комиссии представителей науки, бизнеса, образования и гражданского общества.
6. Экологически устойчивые решения:
- Развитие энергоэффективных методов обучения и использования нейросетей.
 - Поощрение исследований, направленных на снижение экологического следа вычислений, связанных с нейросетями.

7. Создание институтов поддержки:

– Формирование государственных и частных фондов для поддержки исследований, направленных на выявление и решение проблем, связанных с использованием нейросетей.

8. Вовлечение общества в принятие решений:

– Организация общественных дискуссий и консультаций по вопросам использования нейросетей для учета мнения граждан в процессе принятия решений.

Использование указанных стратегий открывает потенциал для установления не только эффективного, но и более устойчивого взаимодействия между нейросетями и цифровой экономикой. В рамках этого контекста, устойчивость подразумевает способность системы адаптироваться к изменениям, сбалансированность в распределении ресурсов и снижение рисков возможных отклонений или сбоев. Применение этических стратегий в области нейротехнологий и цифровой экономики также направлено на создание ответственного и надежного окружения. Этические нормы могут служить своеобразным регулятором, обеспечивая справедливость и защиту интересов всех участников процесса, включая конечных пользователей, разработчиков и предприятия. Более того, принятие этических принципов способствует формированию положительного общественного мнения о нейротехнологиях и цифровой экономике. Это важно не только для устойчивости отдельных компаний, но и для создания благоприятной обстановки в целом, что может влиять на регулирование отрасли и общественное признание цифровых инноваций.

Таким образом, использование этих стратегий не только повышает эффективность взаимодействия между нейросетями и цифровой экономикой, но и способствует созданию более устойчивых, этических и социально-приемлемых практик, что в конечном итоге может положительно сказаться на развитии цифрового мира.

Список литературы

1. Erik Brynjolfsson and Andrew McAfee «The Second Machine Age Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies» <https://www.getabstract.com/ru/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B5-%D0%B8%D0%B7%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5/the-second-machine-age/21747>
2. Workshop IV: Using Physical Insights for Machine Learning <https://www.ipam.ucla.edu/programs/workshops/workshop-iv-using-physical-insights-for-machine-learning/>
3. Гудфеллоу Я., Бенджио И., Курвилль А. Г93 Глубокое обучение / пер. с англ. А. А. Слинкина. – 2-е изд., испр. – М.: ДМК Пресс, 2018. – 652 с.: цв. ил
4. Judith Donath <https://smg.media.mit.edu/people/judith/>
5. Макс Тегмарк «Жизнь 3.0. Быть человеком в эпоху искусственного интеллекта» <https://www.livelib.ru/work/1002985853-zhizn-30-byt-chelovekom-v-epohu-iskusstvennogo-intellekta-maks-tegmark>

Бюджетный дефицит и способы его регулирования на современном этапе в Республике Казахстан

Д.Р. Махмудова¹, А.А. Абжанова², С.Т. Мусина³

^{1,2} студент 2-го года обучения по специальности «Финансы»

³ м.э.н., ст. преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса
makmudovad@gmail.com, abzhnva@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Бюджетный дефицит возникает, когда расходы государственного бюджета превышают доходы. Он же, является одним из самых важных макроэкономических показателей. Его возникновение в национальной экономике страны может привести к ряду отрицательных колебаний. Если не контролировать ситуацию, дефицит бюджета может служить причиной для разрушающих процессов экономики страны.

Ключевые слова: бюджетный дефицит, расходы, государственный бюджет, доходы, макроэкономический показатель, национальная экономика.

Бюджет является основной формой формирования и расходования финансовых ресурсов, которые накапливаются в целевых или общих фондах. Он представляет собой основу для выполнения функций и задач государства, обеспечивая необходимые средства для выполнения различных задач. Бюджет государства играет ключевую роль в регулировании экономической ситуации на рынке, влияя на общий уровень спроса и предложения через регулирование государственных расходов, налоговые ставки и контроль над денежной массой. В эпоху научно-технической революции, особенно в последние десятилетия, значимость бюджета в модификации экономической структуры значительно возросла [1]. Дефицит бюджета равен разнице между доходами и затратами, чистым бюджетным кредитованием и сальдо по операциям с финансовыми активами, полученная величина с отрицательным знаком [2]. Это не просто статистика в государственных отчетах; это вопрос, затрагивающий экономическое благополучие наций, влияющий на жизнь миллионов людей. Необходимо всесторонне осветить проблему бюджетного дефицита, его причины, последствия и возможные стратегии управления. Бюджетный дефицит не всегда является отрицательным явлением. В некоторых случаях, особенно в периоды экономических спадов или в условиях внешних шоков, таких как финансовые кризисы или пандемии, дефицит может служить важным инструментом для стимулирования экономического роста. Государственные инвестиции в инфраструктуру, социальные программы и поддержка бизнеса могут быть эффективными способами для стимулирования экономической активности. Однако проблемы возникают, когда дефицит становится хроническим и начинает негативно сказываться на экономической стабильности страны. Постоянный бюджетный дефицит может привести к росту государственного долга, что, в свою очередь, ведет к увеличению процентных расходов и ограничивает способность правительства финансировать ключевые программы и инвестиции. Это также может оказать давление на валютный курс, инфляцию и доверие инвесторов. Важно понимать, что долгосрочные последствия бюджетного дефицита зависят от множества факторов, включая экономическую структуру страны, ее кредитный рейтинг, а также от глобальных экономических условий. В статье мы будем рассматривать бюджетный дефицит в Республике Казахстан.

В целом, доходы бюджета формируются за счет поступления: налогов (доминируют налоги нефтегазового сектора); трансфертов из Национального фонда; неналоговых поступлений. Бюджетные затраты состоят из средств, предоставляемых на основе, не предполагающей их возврат. Денежные затраты государства связаны с его функционированием и включают расходы из государственного бюджета, внебюджетных фондов, а также затраты государственных предприятий и учреждений различных сфер деятельности. Расходование бюджетных средств, представляет собой процесс их распределения и использования в соответствии с законодательством, предусмотренным для каждого уровня бюджета на определенный временной период.

Если рассмотреть динамику поступлений в госбюджет и его расходов за последние пять лет, то мы можем увидеть, что количество расходов превышало количество доходов. В 2018 году поступления и траты составляют 10,8 и 11,3 трлн. тенге соответственно. В 2019 доходы и расходы на январь-декабрь были 12,8 трлн. тг. и 13,5 трлн. тг., в 2020 доходы составляли 14,5 трлн. тенге, а вот затраты 16,7 трлн. тенге. В 2021 году доходы – 15,8 трлн. тенге, расходы – 18,0 трлн. тенге. В 2022 расходы и доходы равны 20,2 и 21,5 трлн. тенге соответственно [3].

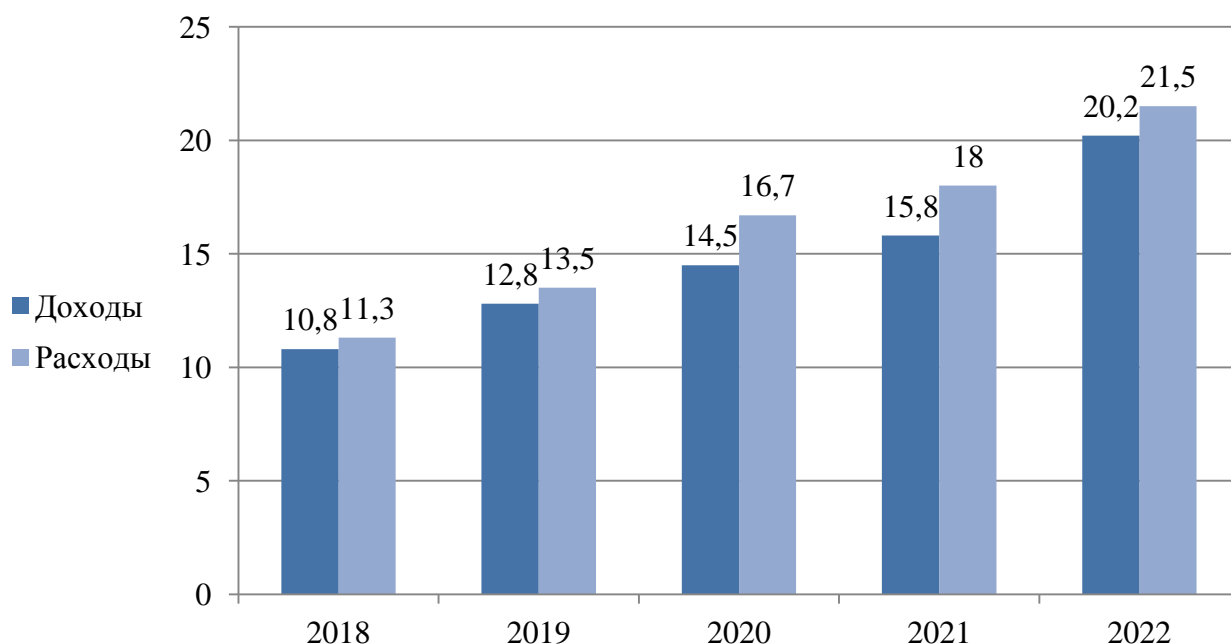


Рисунок 1. Показатели государственного бюджета за период с 2018-2022 года, трлн тенге
Примечание – источник [3]

Следовательно, проанализировав данную диаграмму, мы можем заметить, что поступления в государственный бюджет с 2018 по 2019 увеличились на 18,5 %, этому поспособствовали налоговые поступления, выросшие на 1,3 трлн (+16,8% г/г) и трансферты Нацфонда увеличившиеся почти на полтриллиона тенге (+18%). Как следствие, доля налогов в поступлениях госбюджета составила 72%, что было несколько ниже, чем 73% в 2018 году. Неналоговые поступления бюджета повысились на 57% за счет четырехкратного увеличения дивидендов от госпакета акций в собственности государства. Неналоговые поступления также существенно выросли вследствие увеличения масштабов приватизации госимущества. С другой стороны расходы госбюджета в этот же период повысились на 19%, это было обусловлено сильным спадом в предыдущем году на фоне низкого потребления и, кроме того, включал расходы на различные имиджевые проекты. С 2019 по 2020 увеличение бюджета произошло на 13%, прежде всего, за счет снижения поступлений от нефтяного сектора. В 2021 объем поступлений в госбюджет превысил предыдущий год на 8%, основной причиной этому служит постепенное оживление деловой активности в экономике. Кроме того, расходы в 2021 году увеличились на 7%, по сравнению с ростом расходов в 2020 и в 2019, это самое незначительное повышение. В 2022 доходы госбюджета увеличились на 27,8%, а расходы на 19,4%. Существенному улучшению параметров бюджета в 2022 г. способствовал рекордный рост нефтяных доходов. Кроме того, на фоне благоприятной внешней ценовой конъюнктуры и расширения фискального импульса, экономика республики в 2022 г. сохранила относительно высокую динамику роста, что также положительно сказалось на доходной части бюджета.

Как мы успели заметить, доходы и расходы ежегодно увеличиваются, при чем госрасходы всегда больше чем доходы, что видно по нашей диаграмме. В результате, в бюджете Казахстана всегда складывается дефицит, это представлено на рисунке 2. По данным Министерства финансов Республики Казахстан, представленным выше, дефицит бюджета равен: в 2018 – 0,5 трлн. тенге; в 2019 – 0,7 трлн. тенге; в 2020 и в 2021–2,2 трлн. тенге; в 2022 – 1,3 трлн. тенге.

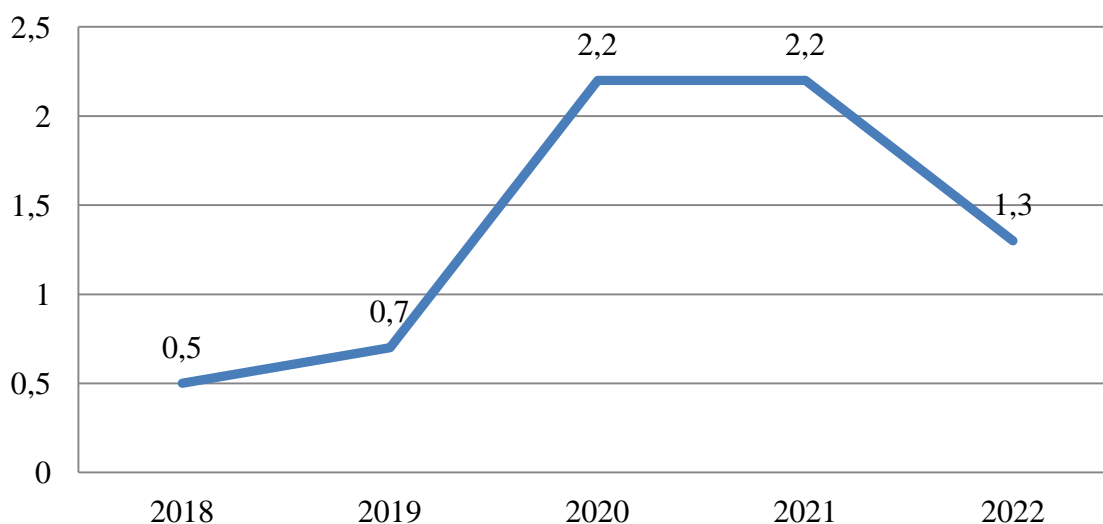


Рисунок 2. Показатели дефицита государственного бюджета за период с 2018-2022 года, трлн. тенге

Примечание – источник [3]

На протяжении рассматриваемого периода пяти лет, бюджетный дефицит РК сначала увеличивался, причем с 2019 по 2020 год он увеличился существенно, был 0,7 трлн тг и стал 2,2 трлн тг. Причиной этого, является рост расходов и сокращение доходов на фоне пандемии, и сложившегося тем самым коронкризисным периодом. Доходы государства сократились из-за закрытия или перехода на удаленный формат предприятий и фирм. Расходы в 2020 году увеличились на целых 23% по сравнению с 2019 годом из-за повышения выплат из госбюджета на меры поддержания экономики, такие как: налоговые стимулы и отсрочка налогов; льготное кредитование; финансирование оборотного капитала; фонд развития промышленности, ежемесячные пособия в размере 42 500 тг потерявшим работу и т.д. [4]. В результате дефицит бюджета вырос в 3 раза. В 2021 году дефицит составил всю ту же сумму – 2,2 трлн тг. Так как кризисный период продолжался, но деятельность фирм и предприятий поэтапно вновь возвращалась на прежний уровень, также увеличились инвестиции и иностранные инвестиции в производство, это позволило сдержать дефицит бюджета на том же уровне. В 2022 году дефицит значительно сократился, это связано с постепенным выходом из кризиса и развитие производственной деятельности. Не мало важными факторами сокращения дефицита, было увеличение налоговых поступлений и рост нефтяных поступлений.

Причины бюджетного дефицита многообразны и могут иметь различные источники, как внутренние, так и внешние. Одной из ключевых причин, как мы успели заметить, является рост государственных расходов. Это связано как с плановыми целями, таких как финансирования национальных программ и модернизации инфраструктуры, так и с неожиданными расходами, например, на ликвидацию последствий коронавируса или январских событий 2022 года. Сокращение государственных доходов также вносит значительный вклад в бюджетный дефицит. Это может быть результатом экономического спада, снижения цен на ключевые экспортные товары, такие как нефть, газ или электроника, что приводит к уменьшению налоговых и экспортных доходов, как было в 2020-2021 годах в стране. Высокие бюджетные расходы, часто связанные с прежними большими заимствованиями, также влияют на дефицит. Значительная часть бюджета может уходить на обслуживание государственного долга, ограничивая возможности для инвестиций в экономическое развитие. Наконец, коррупция в государственном секторе и неэффективность налоговой политики, которая приводит также к росту теневой экономики, также являются значимыми факторами, влияющими на бюджетный дефицит. Они снижают эффективность государственных расходов и уменьшают доходную базу бюджета.

При дефиците бюджета государство вынуждено искать дополнительные средства для финансирования расходов. Наиболее популярными средствами покрытия дефицита госбюджета является: монетизация бюджетного дефицита, т.е. кредитно-денежная эмиссия; увеличение налоговых поступлений; привлечение заемных средств, как внутри страны, так и за рубежом. Рассмотрим основные методы покрытия дефицита бюджета в РК:

В 2019 году основным методом покрытия бюджетного дефицита в Казахстане стало внутреннее заимствование, которое составило 70,3% от общего объема займов (1 903,9 миллиардов тенге), достигнув суммы 1 337,8 миллиардов тенге. Это включает 1 320,4 миллиарда тенге в виде долгосрочных государственных казначейских обязательств и 17,4 миллиарда тенге в виде среднесрочных. Участниками рынка государственных ценных бумаг являются ЕНПФ, банки и другие инвесторы. В сравнении с 2018 годом, внутреннее заимствование увеличилось на 592,4 миллиарда тенге или на 79,5%. Внешнее заимствование также продолжило увеличиваться, составив 29,7% от общего объема заимствований, что в семь раз превышает планируемые показатели и достигло 566,2 миллиарда тенге. Это на 14,7% больше, чем в 2018 году. Большая часть внешнего заимствования в 2019 году была осуществлена путем выпуска еврооблигаций, которые составили 86% внешнего заимствования, с выпуском двух траншей еврооблигаций на общую сумму 1,150 миллиарда евро.[3]

На финансирование дефицита республиканского бюджета в 2020 использовано 2 185 млрд. тенге, в том числе за счет поступления займов – 3 068 млрд. тенге, погашения займов – 678 млрд. тенге, используемых остатков бюджетных средств – 205 млрд. тенге (68 млрд. тенге на начало и 273 млрд. тенге на конец отчетного периода). В 2020 году финансирование дефицита осуществлялось преимущественно за счет внутреннего заимствования.[3]

В 2021 году на финансирование дефицита бюджета использовано 2 526,3 млрд. тенге, в том числе за счет поступления займов – 3 563 млрд. тенге, погашения займов – 1 096,2 млрд. тенге, используемых остатков бюджетных средств – 59,4 млрд. тенге. В 2021 году финансирование дефицита осуществлялось преимущественно за счет внутреннего заимствования. Стоит отметить, что увеличение внутреннего заимствования усиливает присутствие государства в экономике, отвлекая значительные средства финансовых институтов страны, тем самым ограничивая развитие конкуренции и рыночного взаимодействия между всеми субъектами рынка. В этом году также отмечается рост объемов привлеченных внешних займов почти в 4 раза в сравнении с данными за 2020 год (1,1 трлн. тенге против 297 млрд. тенге в 2020 году). В последние годы финансирование дефицита бюджета осуществляется преимущественно за счет внутренних источников. В 2022 году – это 96,8%, в том числе государственные эмиссионные ценные бумаги. Таким образом, мы можем заметить, что внутренние и внешние займы, включая выпуск государственных облигаций, являются основным способом финансирования бюджетного дефицита. Внутренние займы позволяют финансировать значительные проекты и покрывать дефициты без увеличения налогов. Также гособлигации могут стимулировать финансовый рынок. Нежелательное влияние данного метода финансирования дефицита бюджета связано с тем, что накопление госдолга увеличивает финансовые обязательства страны, а проценты по долгам увеличивают расходы бюджета. Для некоторых стран, особенно развивающихся, внешние займы от международных организаций и других государств могут быть значительным источником доходов. Однако стоит отметить, что этот доход может быть непостоянным и зависеть от внешней политики и экономических интересов доноров и присутствует риск создания зависимости от внешней помощи. В этом случае, формируется государственный долг. Государственный долг образуется в результате накопления бюджетных дефицитов в прошлом и является отражением финансового состояния, фиксируемым на определенную дату (например, 1 января 2022 года), в отличие от дефицита, который измеряется за определенный временной период (например, за год) и представляет собой динамический показатель. Государственный долг делится на две основные категории: Внутренний долг, представляющий собой задолженность государства перед своими

гражданами, компаниями и учреждениями через государственные ценные бумаги. Он влияет на перераспределение доходов внутри страны без потерь за ее пределами, однако вносит изменения в экономическую динамику страны; Внешний долг, который является задолженностью перед иностранными государствами, гражданами, компаниями и учреждениями. Заимствования, которые государство осуществляет за рубежом для покрытия своего бюджетного дефицита, одновременно увеличивают как государственный, так и внешний долг. Внешний долг накладывает значительное бремя на страну.

На практике управление бюджетным дефицитом требует баланса между необходимостью поддержки экономического роста и обязательством поддерживать финансовую устойчивость. В этом контексте ключевыми являются вопросы эффективности государственных расходов, налоговой политики, а также мониторинга и управления государственным долгом. Как правительства могут найти оптимальный путь между этими конкурирующими требованиями, остается одним из самых сложных вопросов в современной экономике. Что кажется на данный момент самым эффективным на наш взгляд, так это ликвидировать как расточительные государственные расходы, так и коррумпированные, и что не менее важно контролировать инфляцию цен. Ведь благодаря стабилизации цен, снизится реальная стоимость долга. Помимо того, что бюджетный дефицит набирает обороты, увеличивая за собой внешний долг, так еще каждодневное обесценение национальной валюты, превращает всю ситуацию в катастрофическую. Поэтому компетентное использование финансовых ресурсов дает государству возможность решать множество экономических и социальных задач. Но важно помнить, что длительный дисбаланс бюджета может негативно сказаться на объемах общего спроса и доходах, ценовом уровне и состоянии платежного баланса. Следовательно, достижение сбалансированного бюджета остается стратегической задачей для любой страны. [5]

Бюджеты многих стран имеют дефицит, и стремление государства к созданию бюджета без дефицита каждый год может привести к усугублению циклических колебаний в экономике за счет сокращения важных расходов и избыточного увеличения налогов. Поэтому при управлении бюджетным дефицитом важно учесть не только текущие задачи бюджетной политики, но и ее долгосрочные приоритеты. Понимание динамики бюджетного дефицита и его управления является ключевым для разработки эффективной экономической политики и устойчивого финансового будущего.

Список литературы

1. Макроэкономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, М.В. Игнатъев, А.В. Тимирясова и др.; под общ. Ред. Л.П. Куракова. – М.:Изд-во ИАЭП, 2017. – 336 с.
2. Бюджетный кодекс Республики Казахстан от 4 декабря 2008 года № 95-IV // https://adilet.zan.kz/rus/docs/K080000095_
3. Официальный сайт Министерства финансов Республики Казахстан: <https://www.gov.kz/memleket/entities/minfin>
4. Официальный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан: <https://primeminister.kz/>
5. Государственный бюджет: учебник / Омирбаев С.М., Интыкбаева С.Ж., Адамбекова А.А., Парманова Р.С. Алматы: ТОО РПИК «Дәуір», 2021. – 632 с.

Форсайт анализ как инструмент стратегического планирования для развивающихся стран

С.Т. Мусина¹, Н.Е. Саятова²

¹м.э.н., преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

²студент бакалавриата 4-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»

mussina.74@mail.ru , smika1001@gmail.com

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В условиях быстрого темпа социальных, технологических и экономических изменений стратегическое планирование становится ключевым фактором успешного развития стран, особенно тех, которые находятся на стадии активного формирования своей экономики. В этом контексте, форсайт анализ выделяется как мощный инструмент стратегического долгосрочного планирования. Форсайт анализ является мощным инструментом стратегического долгосрочного планирования для развивающихся стран. Форсайт анализ включает в себя изучение различных сценариев развития, оценку рисков и возможностей, а также создание стратегий для достижения поставленных целей. Он основан на систематическом сборе и анализе данных, прогнозировании и экспертных оценках. Этот подход помогает предсказывать будущие тренды, идентифицировать возможности и принимать информированные решения. Цель данной работы заключается в изучении эффективности форсайт анализа в качестве инструмента стратегического долгосрочного планирования для развивающихся стран. Объектом изучения является процесс стратегического долгосрочного планирования в развивающихся странах, а предметом – является использование форсайт анализа в рамках этого процесса.

Ключевые слова: форсайт анализ, стратегическое планирование, развивающиеся страны, прогнозирование, технологические тренды, адаптация к изменениям.

Инновации стали ключевой движущей силой глобального экономического развития и по-прежнему находятся в авангарде технологического прорыва. Развитые страны все больше концентрируют свои усилия на исследованиях и разработках (НИОКР) в тех сегментах, которые в ближайшие десятилетия будут определять мегатренды технологического и социального прогресса. Однако предсказать будущее с высокой степенью достоверности сложно, и в этой связи форсайт может быть использован как системный подход к определению национальных приоритетов.

Форсайт – это систематический, основанный на широком участии процесс сбора информации о будущем, формирования средне- и долгосрочного видения, направленный на принятие решений в настоящем и мобилизацию совместных действий. Форсайт объединяет ключевых агентов перемен и различные источники знаний для разработки стратегического видения и предвосхищающего интеллекта. Необходимым условием для успешного форсайта является наличие развитого гражданского общества. Форсайт требует активного участия всех заинтересованных сторон, основанного на обмене мнениями между различными субъектами, направленного на достижение консенсуса по исследуемой теме. В то же время форсайт не направлен на точное предсказание будущего, а позволяет разработать альтернативные сценарии возможного будущего, выработать политику и стратегию для достижения «желаемого сценария». Реализация «желаемого сценария» зависит от решений, принятых в настоящем, поскольку выбор, сделанный сегодня, повлияет на уровень развития в будущем. В этой связи форсайт служит инструментом мобилизации всех участников национальной инновационной системы в процессе формирования долгосрочного видения с целью преобразования инновационной системы в желаемых направлениях.

В соответствующей литературе форсайт рассматривается как мероприятие, охватывающее широкий спектр видов деятельности, включая: предвидение,

прогнозирование, систематический взгляд вперед, перспективную деятельность, стратегическую разведку, исследование будущего и прогнозирование [1]. Также форсайт предполагает более широкий взгляд на мир, который синергетически интегрирован с политической стратегией. Его результаты позволяют сформулировать идеи для перспективной научно-технической политики. Две отличительные характеристики форсайта в отличие от прогнозирования: важность процессов обучения и диалог между различными дисциплинами, участниками. Таким образом, будущее не просто «предсказывается», а скорее «формируется и создается» на основе совместного видения. С нашей точки зрения, наиболее отличительными чертами форсайта развития являются следующие:

- пытаюсь предсказать будущее, форсайт обладает потенциалом влияния на направление развития технологий и, следовательно, «делает будущее реальностью». На самом деле, способствуя применению подхода, основанного на широком участии, и обладая сильной легитимностью, которая помогает достичь консенсуса, форсайт повышает осведомленность, подотчетность, прозрачность, предсказуемость и чувство причастности к будущим технологическим разработкам.

- стимулируя активное участие новых участников в стратегических дебатах по научно-технической политике, она может расширить диапазон возможных стратегий, выйдя за рамки узких интересов отдельных лиц. Например, форсайт может значительно облегчить принятие стратегического решения заинтересованными сторонами «производить или покупать» новые технологии с учетом местных знаний и организации. Кроме того, он может обеспечить консенсус и сбалансированное представление интересов заинтересованных сторон.

- форсайт может осуществляться на различных уровнях: организационном, местном, региональном, национальном или наднациональном. Все эти уровни прогнозирования направлены на управление демографической и социально-экономической неоднородностью, с которой сталкиваются субъекты, вовлеченные в анализ.

Форсайт используется в различных контекстах (национальном, региональном, организационном) для предвидения изменений и создания основы для выработки ответных мер на них. Форсайт на национальном уровне помогает определить ключевые научно-технические направления, обеспечивающие устойчивое развитие в будущем. Таким образом, форсайт можно рассматривать, как систематическую попытку проследить долгосрочное будущее НТИ (Национальная технологическая инициатива) и определить новые технологии, которые, вероятно, принесут наибольшие экономические и социальные выгоды для развивающихся стран [2].

С точки зрения развития НТИ, «технологическое предвидение можно рассматривать как самый начальный элемент процесса технологических инноваций» [3]. Оно обеспечивает исходные данные для формулирования технологической политики и стратегий, которые направляют развитие технологической инфраструктуры. Кроме того, технологическое предвидение обеспечивает поддержку инноваций, а также стимулирование и помощь предприятиям в области управления технологиями и их передачи, что ведет к повышению конкурентоспособности и росту. Технологическое прогнозирование (далее – ТП) представляет собой систематическую работу, направленную на изучение долгосрочного будущего науки, технологий и инноваций (НТИ) с целью принятия более обоснованных политических решений. С самого начала своего появления, когда пионером в этой области стала Япония, ТП пыталась помочь обществам и экономикам определить стратегические области, в которых будущее науки и техники будет развиваться.

Рассмотрим сектор электроники на примере бразильского правительства. Они провели успешные переговоры с ведущим контрактным производителем микроэлектроники (Foxconn), который открыл несколько своих филиалов в Бразилии в обмен на требование правительства инвестировать 4% от всех будущих продаж в местные НИОКР. Также можно изучить конкретный опыт институционального развития в Чили, который позволил создать структуру, способствующую согласованности и тесной связи между промышленной

стратегией и ТП. Создание Национального совета по инновациям и конкурентоспособности (НСИК) помогает соединить промышленную и инновационную стратегии с долгосрочной перспективой и, таким образом, имеет потенциал выступить в качестве ключевого субъекта прогнозирования в рамках чилийской НСИК и устранить временную несогласованность, которая обычно возникает при проведении такой политики.

Прежде всего, для развивающихся стран таких, как Армения, Афганистан, Боливия, Камбоджа, Чили часто характерны широко распространенные провалы рынка, слабое институциональное развитие и недостаточная координация государственной политики, общества и науки, что приводит к отсутствию чувства общей цели. Как следствие, маловероятно ожидать, что в таком контексте каждый участник будет легко и естественно соответствовать видению, изложенному ТП. Информация, вероятно, не будет поступать беспрепятственно и будет характеризоваться существенной асимметрией, правила игры, скорее всего, не будут настолько твердыми и обязательными, как это необходимо, а межфирменная и межорганизационная координация будет слабой и нерегулярной [3]. В таком контексте, часто преобладающем в развивающихся странах, эффект сигнализации о будущем научно-техническом развитии и видение, разделяемое экспертами и многочисленными заинтересованными сторонами, которое предлагается в рамках форсайт, не сможет легко побудить отдельных лиц, фирмы и организации вести себя в соответствии с долгосрочными целями.

Стоит отметить, что в прогнозировании не должны доминировать только наука и техника – важную роль здесь играют и социально-экономические факторы, оказывающие значительное влияние на инновации, создание богатства и качество жизни. Это сознательно структурированный процесс, который объединяет ожидания различных участников с целью формулирования стратегий на будущее. Он способствует диалогу между участниками процесса и обеспечивает рамки для общения и обмена мнениями о возможных сценариях будущего. Он устанавливает язык социальных дебатов и создает культуру, которая включает в себя рассмотрение обществом будущего. В ходе подготовки и реализации форсайт-проектов в проводимых анализах и оценках участвуют предприниматели, ученые, представители органов государственного управления, неправительственных и общественных организаций, а также политики. Эти участники непосредственно имеют дело с наукой, а также с экономикой и ее регулированием, что обеспечивает содержательно точное описание проблем и указывает на возможности их решения. Форсайт должен осуществляться через итеративные, постепенные и даже экспериментальные задачи, в результате которых заинтересованные стороны будут лучше понимать будущие возможности и в то же время обязуются предпринимать действия, которые будут способствовать их лучшему пониманию. В целом, процесс форсайта можно синтетически охарактеризовать с помощью описания, предложенного Мартином и обозначенного как «5К»:

- коммуникация – платформа, обеспечивающая общение между партнерами, вовлеченными в процесс, а также передачу информации между организаторами и общественностью, заинтересованной в результатах предпринятой инициативы;
- цель на долгосрочной перспективе – фокусирование на развитии будущего и систематическое мышление о долгосрочных процессах;
- координация – управление знаниями, генерируемыми проектом, на основе партнерства, а также на организационном уровне, управление деятельностью в рамках реализованного процесса;
- консенсус – достижение согласия в случае расхождения мнений и ожиданий участников процесса, которое может быть вызвано потерей совместимости целей или видения развития исследовательской области, а также в контексте полученных результатов, требующих внедрения после завершения;
- последовательность – систематическое вовлечение заинтересованных сторон в долгосрочный процесс с целью генерирования экспертизы, необходимой для выполнения

различных этапов процесса, при устранении проблем, связанных с препятствиями для участия в инициативе, связанными с выполнением профессиональных обязанностей [4].

Типичным недостатком форсайта и исследований будущего является разрыв или несоответствие между результатом процесса и его применением в изучаемой области (стране, регионе, отрасли, компании). Тем не менее, часто исследования и анализ форсайт не сопровождаются разработкой конкретной политической стратегии. Помимо получения информации о критических технологических областях, форсайт может оказаться ценным инструментом для повышения согласованности научно-технической политики в развивающихся странах, однако он должен быть разработан и реализован в соответствии с промышленной стратегией страны. Опыт Бразилии, Чили и Колумбии, где такая согласованность была успешно достигнута, служит предварительным подтверждением наших аргументов. В Бразилии, Индии и Южной Африке национальные мероприятия по форсайту до сих пор, как правило, были сосредоточены на науке, технологиях и инновациях [5]. Однако постоянное использование форсайта на национальном уровне в итоге приведет к «все большему вовлечению в более широкие проблемы и более высокому уровню интеграции в другие виды деятельности по разработке политики и стратегий». Однако правительствам и политикам этих стран не мешало бы помнить о том, что сегодня потребности заинтересованных сторон носят неотложный характер. Учитывая, что системы форсайта уже существуют, возможно, все, что сейчас необходимо - это скорректировать расстановку приоритетов.

Наличие устоявшихся национальных программ в развитых странах и рост числа форсайтов в странах с развивающейся экономикой указывает на взаимосвязь между политической и финансовой стабильностью страны и ее способностью и готовностью осуществлять деятельность в области форсайта. Хотя большинство стран в той или иной степени применяют перспективное мышление и стратегическое планирование в своей национальной политике, в большинстве развивающихся стран нет достаточных оснований говорить о широком распространении перспективного анализа на национальном уровне. Вероятные причины этого - ограниченные возможности в области ресурсов, навыков и знаний, организации, политики, власти или стимулов. Понятно, что страны с ограниченными экономическими ресурсами и исследовательским потенциалом будут сопротивляться выделению драгоценных ресурсов на деятельность, ориентированную на будущее. Им также не хватает возможностей для обеспечения постоянной культуры перспективного мышления в организациях.

Среди стран с развивающейся экономикой Катар и Россия представляют собой хорошие примеры интеграции результатов форсайта в процесс стратегического планирования на национальном уровне на этапе планирования и реализации политики. Интеграция результатов форсайта в политику в области НТИ по-прежнему остается сложной задачей для многих стран. Возможность эффективного использования результатов форсайта затруднена из-за неспособности систем управления учитывать сложности при определении государственной политики. В таких условиях форсайт должен быть более тщательно интегрирован в процесс формирования политики, чтобы быть эффективным.

В заключении отметим, что форсайт представляет собой конкретную попытку преодолеть эту возникающую сложность, поскольку она систематически воплощает в себе набор программ по изучению инновационных планов и приоритетов, чтобы предвидеть, формировать и направлять потенциальную будущую ориентацию технологических изменений. Его существенная особенность заключается в активном участии различных субъектов, таких как правительство, наука, промышленность и гражданское общество, которые собираются вместе, чтобы определить совместное видение будущего. Смысл таких «упражнений» заключается в создании игр с положительной суммой, результаты которых, как ожидается, будут более эффективными с точки зрения технологического прогресса, а также более устойчивыми с точки зрения социально-экономических выгод, чем результаты изолированных инициатив, предпринятых каждым участником.

Список литературы

1. Стомба Е.В., Лукьянова М.Т., Ковшов В.А. Форсайт как инструмент стратегического планирования и прогнозирования устойчивого развития сельских территорий // АБУ. – 2019. – №11 (190). – С.20-22
2. Пенькова И.В., Боднар А.В. Теоретические основы форсайта в парадигме стратегического управления и инновационного развития // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2017. – №3. – С.25-26
3. Герасименко О.А., Тхориков Б.А. Контент-анализ, основные вехи и подходы геомаркетинга в системе рыночного стратегического планирования // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2020. – С.32-35
4. Малиновская О.В., Скобелева И.П. Форсайт как технология стратегического планирования и управления // Дайджест-финансы. – 2014.– №4
5. Хайнулин А. Форсайт как инструмент стратегического планирования // Финансы и кредит. – 2022. – №32 (608).– С.40-42

Деятельность бизнес-инкубаторов и специфика их функционирования в Республике Казахстан

Н.Ш. Мухамединова¹, С.Т. Мусина²

¹студент 4-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»,

²м.э.н., ст. преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса
shamshitovna@list.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Бизнес-инкубаторы являются ключевым компонентом бизнес-экосистем во всех странах и способствуют поддержанию устойчивого экономического роста. Роль бизнес-инкубаторов считается незаменимой для бизнесменов, находящихся на этапах стартапа и роста. В настоящее время по всему миру насчитывается более 10 000 инкубаторов, а также значительное количество литературы по процессу инкубации с множеством обсуждений его мероприятий и результатов. Данная научная статья способствует лучшему пониманию процесса инкубации и механизмов, используемых для формирования конкретных результатов и результативности.

Ключевые слова: бизнес-инкубатор, стартапы, предпринимательство, инкубация, инвестиция, университет

В каждой стране роль бизнеса и предпринимательства очень важна, поэтому правительство всегда старается создавать условия, способствующие их развитию. Предпринимательство – это деятельность, требующая существенных ресурсов и сопряженная с риском, особенно для начинающих бизнесменов. Стартаперам требуется больше поддержки, чтобы они могли выживать и расти. Одним из инструментов поддержки этих новых предприятий является бизнес-инкубатор.

Успехи стартапа проникли в сознание граждан Казахстана и побуждают их создавать бизнес, основанный на цифровых технологиях. Как считает Романовская Е., в отличие от обычного бизнеса, стартапы не могут расти и развиваться самостоятельно. Вместо этого им требуется среда, способная принимать бизнес-идеи и направлять их на расширение и создание продуктов, способных приносить прибыль [1]. Чтобы иметь возможность расти и расширяться, стартапы со свежими идеями должны пройти процесс инкубации. Березкова А. и Хамраева Р. отмечают, что инкубация – это процесс развития бизнеса в течение определенного периода времени, в течение которого тип бизнеса все еще является новым, а

масштаб бизнеса невелик. Обращение за помощью в бизнес-инкубатор – один из способов преодоления проблем, возникающих на ранних стадиях создания стартапа [2].

Согласно Альпендизе, концепция бизнес-инкубатора развивается на протяжении последних пятидесяти лет [3]. В процессе инкубации стартапы должны чувствовать себя более комфортно благодаря доступным источникам финансирования и процессу наставничества для развития бизнеса и навыков со стороны персонала. В этом случае идеальные инкубаторы смогут создавать лучшие стартапы и минимизировать их неудачи. Airbnb – это стартап из Сан-Франциско, стоимость которого превысила 30 миллиардов долларов США после участия в программе бизнес-инкубации Y Combinator. Dropbox также является стартапом-выпускником успешной инкубационной программы Y Combinator стоимостью более 10 миллиардов долларов США [4].

Баттистелле отмечает, что стартапы, проходящие процесс инкубации, получают всестороннее руководство от высококлассных наставников, которые будут поддерживать и предлагать различный применимый предпринимательский опыт для улучшения своих продуктов и бизнес-стратегий [5]. Однако ряд казахстанских исследователей считают, что необходимо учитывать характеристики инкубатора технологических стартапов, поскольку они ускорят национальную экономическую конвергенцию [6]. Влияние на экономическое развитие определяет не количество стартапов, а их качество. Следовательно, политика, направленная на стимулирование экономического роста посредством предпринимательства, должна быть сосредоточена на высококачественных стартапах. Высокий экономический рост отражает высокий уровень выживаемости стартапов, большое количество созданных новых рабочих мест и выпускников начинающих предприятий. Все они способствуют положительному влиянию инкубатора как важнейшей среды экономического развития.

Исследования бизнес-инкубаторов в основном проводятся в Северной Америке, Европе и развитых странах, таких как Восточная Азия. Относительно, все еще мало исследований по регионам развивающихся стран, таким как страны Центральной, Юго-Восточной Азии, включая Республику Казахстан. Принимая во внимание, что в развивающихся странах потребность в бизнес-инкубаторах доказала свою важность, важная роль бизнес-инкубаторов в Казахстане также неоспорима.

В Республике Казахстан, как в развивающейся стране, концепция бизнес-инкубаторов считается относительно новой, поэтому она требует особого внимания. Состояние казахстанской рабочей силы является одной из причин необходимости роста новых предприятий и роли бизнес-инкубаторов. Правительство Республики Казахстан издало различные нормативные акты для поощрения роста и развития предпринимательства такие как:

- Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года;
- Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 апреля 2022 года № 250 «Об утверждении Концепции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан до 2030 года»;
- Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2021 года № 860 «Об утверждении Концепции развития креативных индустрий на 2021–2025 годы»;
- Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 247 «Об утверждении Концепции государственной молодежной политики Республики Казахстан на 2023–2029 годы» т.д.

Одним из положительных эффектов цифровой трансформации Казахстана является быстрый рост стартапов, малых и средних бизнесов. Стартапы и цифровые экосистемы могут расти благодаря программам инкубатора и акселератора. На рисунке 1 показан рост субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан, начиная с 2014 года.

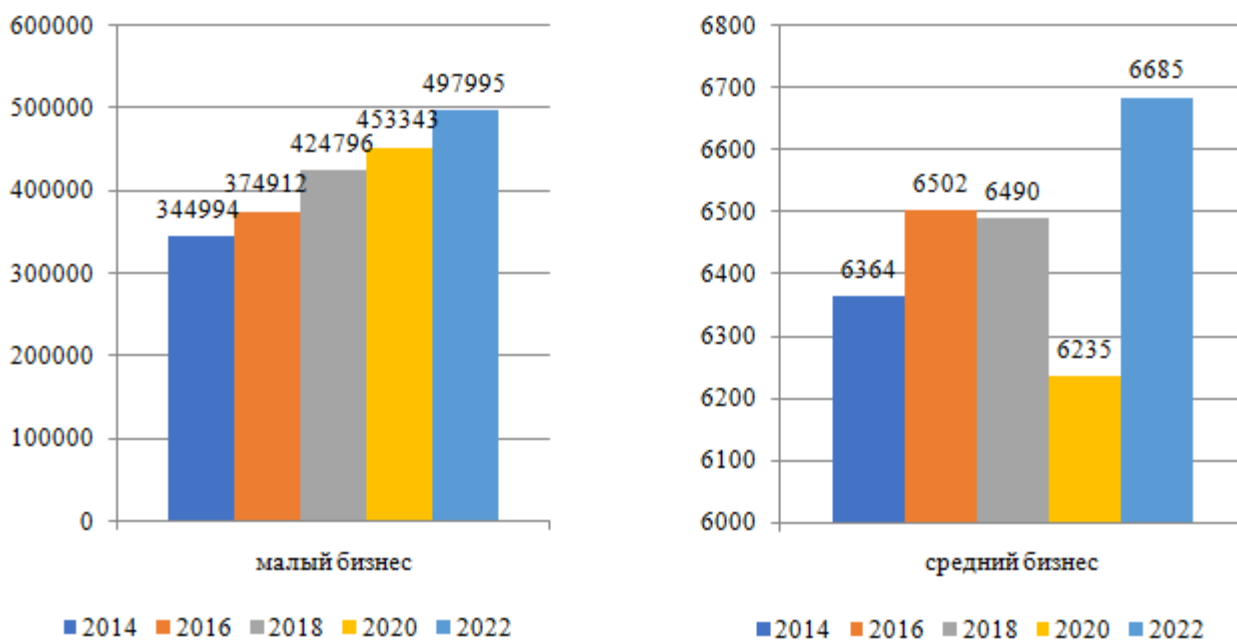


Рисунок 1. Динамика субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан

Примечание – источник [7]

Кроме того, дух предпринимательства незаменим в связи с демографическим бонусом Казахстана в 2020-2035 годах. Согласно данным бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, в 2022 году уровень занятости к численности рабочей силы достигла 95,1 процентов [8]. Растущие инновации и технологии могут привести к появлению новых предпринимателей. Предпринимателя необходимо воспитывать в организации в форме бизнес-инкубатора, которая готовит альтернативные и стратегические программы для предпринимателя в условиях раннего периода его бизнеса, который, как правило, очень подвержен провалу.

Проанализировав приказ и.о. Министра цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан от 26 мая 2022 года «Об утверждении Правил оказания услуг по содействию в развитии бизнес-инкубирования, а также определения стоимости таких услуг, за исключением услуг, оказываемых международным технологическим парком «Астана Хаб», можно разделить этапы организации предпринимательского инкубатора на следующие стадии [9]:

- предварительная инкубация, которая состоит из набора потенциальных арендаторов, базового обучения для привлечения потенциальных арендаторов и доработки технологических идей и идей для коммерциализации;
- непосредственно инкубация, которая состоит из заключения письменных контрактов с арендаторами, обучения и повышения квалификации, руководства, консалтинга, наставничества, производственных процессов, производственных испытаний, маркетинга, выставок, деловых встреч и делового администрирования;
- постинкубация, которая состоит из заключения контрактов на инкубацию, создания сетей с арендаторами-выпускниками, мониторинга и оценки развития бизнеса арендаторов и предоставления консультаций

В соответствии с этими правилами в Республике Казахстан бизнес-инкубаторы стремятся внедрить каждый процесс с целью создания инкубаторов с оптимальным обслуживанием. Однако практика на местах не всегда осуществляется в одинаковой последовательности или не всегда все реализуется. Это связано со многими внутренними и внешними препятствиями в планировании программы, составлении бюджета, реализации программы, перераспределении мероприятий таким образом, что не все пункты на вышеуказанных этапах могут быть выполнены должным образом. Следовательно,

казахстанским инкубаторам необходимо разработать правильную стратегию укрепления программы инкубатора и оказания помощи его арендаторам.

В настоящее время в Республике Казахстан функционируют больше 15 бизнес-инкубаторов. Предприятия, которые поддерживаются их собственными подразделениями бизнес-инкубатора, называются арендаторами, инкубаторами или клиентами. Если клиент больше не нуждается в поддержке бизнес-инкубатора, то его можно считать выпускником. Период пребывания клиентом бизнес-инкубатора называется инкубационным периодом. Формы поддержки могут быть в виде финансовой и нефинансовой поддержки. Важно отметить, что объем поддержки, оказываемой подразделениями бизнес-инкубатора, может быть разнообразным. Новое подразделение бизнес-инкубатора должно определить объем услуг, которые будут предоставляться его клиентам.

Таблица 1

Специфика деятельности казахстанских бизнес-инкубаторов

Название бизнес-инкубатора	Описание	Предоставляемые услуги
Международный технопарк IT-стартапов «AstanaHub»	Осуществляет свою деятельность в тесном сотрудничестве с Министерством информации и коммуникаций в целях развития государственной программы «Цифровой Казахстан».	Акселерация; технологическое бизнес-инкубирование участникам Технопарка; проведение маркетинговых и иных мероприятий; услуги по корпоративным инновациям; организация скаутинга, хакатона и челленджа и т.д.
Бизнес-инкубатор «MOST»	Первый частный бизнес-инкубатор, который поддерживает начинающих предпринимателей на всех этапах развития бизнеса в РК.	Акселерации под ключ; хакатоны; программы наставничества; Startupweekends; Pr-кампании; инвестиционные дни и т.д.
Бизнес-акселератор «Astana Business Campus»	Осуществляет интенсивное и действенное развитие стартапа в кратчайшие сроки.	Поиск инновационных проектных возможностей; ускорение перспективных бизнес-идей и технологий; привлечение финансирования в перспективные инновационные проекты;
KBTU StartupIncubator	Реализует свою деятельность по осуществлению инновационных идей и проектов сообщества студентов и выпускников КБТУ в области ИТ технологий	Поиск и формирование идеи; бутстреппинг и привлечение первых инвестиций; создание минимального продукта MVP; брендинг и маркетинг; изучение конкурентов; венчурные сделки
Impact HubAlmaty	Обеспечивает полную поддержку развитию социального и творческого предпринимательства в Казахстане. Платформа была создана при поддержке компании Chevron и Фонда Евразия Центральной Азии.	Дизайн и реализация проектов с социальным воздействием; создание образовательного опыта со смыслом; корпоративные инновации и вовлечение сотрудников в проекты со смыслом

Примечание – Составлено автором по данным официальных сайтов бизнес-инкубаторов [11, 12, 13, 14]

Как мы можем видеть, в Казахстане бизнес-инкубатор может осуществляться различными сторонами, такими как правительство, частные компании, НПО и кампусы. Однако считается, что именно университеты играют важную роль в создании бизнес-инкубатора. Бизнес-инкубаторы на территории кампуса отличаются от других бизнес-инкубаторов и этот кампусный бизнес-инкубатор считается наиболее важным фактором роста бизнес-инкубаторов в целом.

В Республике Казахстан университеты рассматриваются как одно из подходящих подразделений для управления бизнесом-инкубатором [15]. Во-первых, в высших учебных заведениях есть преподаватели, которые, как правило, способны разбираться в бизнесе. Во-вторых, ВУЗ – это подразделение, выпускающее новых выпускников, у которых есть потенциал стать новыми деловыми людьми. В-третьих, университеты и преподаватели, особенно в Казахстане, обязаны выполнять общественные работы, одной из которых может быть деятельность в бизнес-инкубаторах. И в-четвертых, кампусы должны проводить исследования, а бизнесменам нужны результаты этих исследований.

Таблица 2

Статистические данные некоторых университетских бизнес-инкубаторов Казахстана

Название бизнес-инкубатора	Университетская площадка	Кол-во стартапов	Привлеченные инвестиции
NURIS	Назарбаев Университет	210	5 млн \$
KBTU StartupIncubator	Казахстанско-Британский технический университет	50	25 тысяч \$
MOST Business Intelligece	Основано на базе обновленного Университета Нархоз	более 10000 участников	6 млн \$
Примечание – Составлено автором по данным официальных сайтов бизнес-инкубаторов [11, 13, 16]			

С другой стороны, высшие учебные заведения и преподаватели, как правило, имеют ограничения из-за особенностей их опыта. Университеты и преподаватели обладают научными качествами, которые превосходят практические бизнес-знания в данной области. Действительно, есть некоторые высшие учебные заведения и преподаватели, обладающие квалифицированным практическим научным потенциалом, но в целом это не так. С другой стороны, ВУЗы также имеют финансовые ограничения, поскольку в целом им по-прежнему приходится уделять приоритетное внимание аспектам преподавания и научных исследований.

Таким образом, организации-инкубаторы фундаментально формируют технический и коммерческий опыт предпринимателей на рынке, глубоко влияют на их отношение к риску и личной выгоде, помогают развивать сложные сети социального капитала и ресурсы и, наконец, предоставляют критически важные знания о существовании, доступности и применении технологических решений на новых рынках. Кроме того, инкубаторы также играют определенную роль в изменении бизнес-парадигмы, которая больше не только придает значение прибыли, но и стремится к устойчивому развитию бизнеса путем создания новых предпринимателей, производящих экологически чистую продукцию. Тем самым, инкубационный институт направлен на развитие новых предпринимателей, которые не только вносят свой вклад в устойчивое развитие организации, но и вносят все более значительный вклад организации в устойчивое развитие рынка и общества в целом.

Список литературы

1. Романовская Е.В., Андрияшина Н.С., Безрукова Н.А., Уткин В.Е. Особенности стартапа как проекта // Московский экономический журнал. – 2021. – 12. – С. 761-770.

2. Alpenidze O., Pauceanu A.M., Sanyal S. Key success factors for business incubators in Europe: An empirical study // Academy of Entrepreneurship Journal. – 2019. – 25(1). – P. 1104-1121
3. Калиев К. Обзор рынка корпоративных инноваций в Казахстане. – Алматы, 2021. – 59 с.
4. Баймухамбетов Е.К. Особенности бизнес-инкубаторов в высших учебных заведениях Республики Казахстан // Умная цифровая экономика. – 2022. – 2 (4). – С. 83-87.
5. Основные показатели количества субъектов в Республике Казахстан (февраль 2023г.) // <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-org/publications/14836/>
6. Официальный сайт NURIS – инновационный кластер Назарабаев Университета // <https://nuris.nu.edu.kz/nuris>
7. Официальный сайт бизнес-инкубатора "MOST" // <https://most.com.kz/>

Искусственный интеллект и его роль в цифровой экономике

К.Т. Нгуен¹, К.Р. Шомахов², И.Д. Голованов³, А.Б. Моттаева⁴

^{1,2,3} бакалавры 4-го года обучения по специальности «Финансовый менеджмент»

⁴ д.э.н., профессор департамента стратегического и инновационного развития

kaplan.shomakhov@mail.ru, abmottaeva@fa.ru

Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

Аннотация: Цифровизация экономики государства подразумевает формирование стабильной и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры для высокоскоростной передачи; возможность хранения и обработки больших объемов данных, доступных всем организациям и домохозяйствам; использование передового программного обеспечения государственными органами, органами местного самоуправления и организациями. Очевидно, что основные выгоды от цифровизации экономики лежат в плоскости решения проблем, связанных с ростом производительности, минимизацией затрат, автоматизацией и эффективностью производства. Можно анализировать уровни данных, которые находятся за пределами человеческого понимания, что, в свою очередь, позволяет компаниям персонализировать опыт, настраивать продукты (услуги) и выявлять возможности роста со скоростью и точностью, которые раньше были невозможны. Однако реализация проекта "Цифровая экономика" — это только первый шаг на пути к созданию образа экономики ближайшего будущего. По единодушному мнению, экспертов, главным "действующим лицом", позволяющим потребителям и предприятиям извлекать максимальную выгоду из цифровой экономики, станет искусственный интеллект, который существенно изменит мир и будет использоваться повсеместно в экономике. Компании, которые не учитывают феномен искусственного интеллекта и не реагируют на его проникновение в повседневную жизнь, не способны к инновациям и реинжинирингу своих бизнес-моделей. В лучшем случае эти компании потеряют свое конкурентное преимущество, а в худшем - просто исчезнут.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, цифровизация, экономика, трансформация, Вьетнам, Россия.

Актуальность настоящего исследования обосновывается тем, что:

Вклад технологий искусственного интеллекта в экономическую деятельность.

Согласно, в краткосрочной перспективе технологи искусственного интеллекта могут значительно ускорить повсеместное развитие цифровой экономики в следующих пяти основных областях:

- 1) Компьютерное зрение.
- 2) Естественный язык.

Интеллектуальные виртуальные помощники и в качестве программных агентов, которые могут решать проблемы и/или предоставлять услуги на основе команд, отдаваемых на естественном языке.

Автоматизация процессов с высокой степенью роботизации, как форма технологии автоматизации бизнес-процессов, основанная на ботах (метафорических программных роботах) или цифровых работников.

Продвинутое машинное обучение.

По самым скромным оценкам, к 2030 году около 70% мировых компаний смогут внедрить хотя бы одно из этих направлений ИИ. Однако менее половины из них могут полностью освоить все пять категорий ИИ. В то же время существует несколько барьеров на пути быстрого внедрения и повторного использования технологий искусственного интеллекта. Например, «отстающим компаниям» будет сложно добиться эффекта от внедрения технологий ИИ, поскольку к тому времени компании-лидеры уже успеют воспользоваться возможностями ИИ, что значительно снизит возможности привлечения качественных специалистов из ограниченного числа компаний. талантливые люди.

Увеличение потребительского спроса. Поскольку технологии искусственного интеллекта внедряются на потребительский рынок, в ближайшем будущем, скорее всего, будет замечен рост потребительского спроса, характеризующийся доступностью персонализированных и/или более качественных товаров и услуг. Государственные доходы от потребительского спроса, по прогнозам, существенно перевесят прирост производительности.

Внедрение инноваций. По своей природе искусственный интеллект может активно стимулировать инновации, поскольку в сочетании с технологией BDA он может быстро анализировать терабайты данных и создавать новые знания. Инновационная активность компаний, использующих технологии искусственного интеллекта, позволяет им снижать затраты на текущие исследования и разработки, а также создавать благоприятные возможности для проведения много обещающих экспериментов.

Предполагается, что влияние ИИ на глобальную (или национальную) экономику будет нелинейным, но со временем оно может увеличиваться все возрастающими темпами. К 2030 году вклад ИИ в мировой экономический рост может быть в три раза и более, выше, чем в предыдущие пять лет. Вероятно, это «сигмовидная модель» внедрения и возврата ИИ. Как видно из рис.1, прогнозируется медленный старт из-за значительных затрат и инвестиций, связанных с изучением и внедрением этих технологий, а затем ожидается ускорение из-за синергетического эффекта конкуренции и появления дополнительных возможностей наряду с инновационным процессом [1,2]. Было бы ошибкой интерпретировать «сигмовидную модель» как явление «медленного горения» в качестве аргумента в пользу того, что эффект от внедрения технологий искусственного интеллекта будет ограниченным. Объем выгод для компаний и/или стран, которые первым и внедряют технологии искусственного интеллекта, будет только расти в последующие годы и, в первую очередь, за счет компаний и/или стран, которые не уделяют должного внимания разработке и внедрению искусственного интеллекта. Возможности искусственного интеллекта значительны, но нет никаких сомнений в том, что его проникновение может вызвать сбои. Повышение производительности ИИ, вероятно, материализуется не сразу. Со временем его влияние будет возрастать ускоренными темпами. Таким образом, первоначальные выгоды от инвестиций в разработку и продвижение ИИ могут быть незаметны в краткосрочной перспективе. Необходимы кропотливое терпение и долгосрочное стратегическое мышление (рис.2).

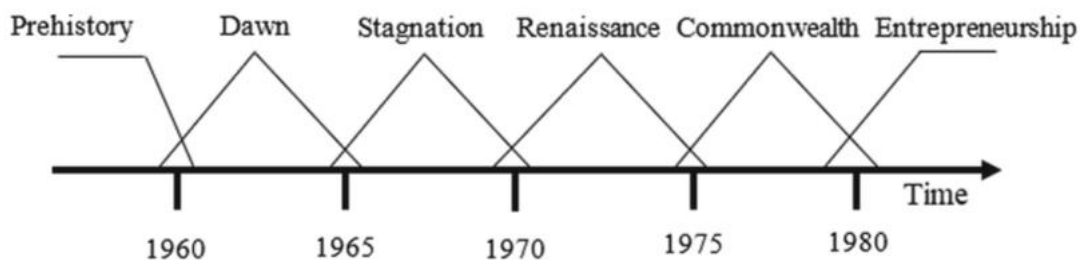


Рисунок 1. Эволюция подходов к разработке искусственного интеллекта

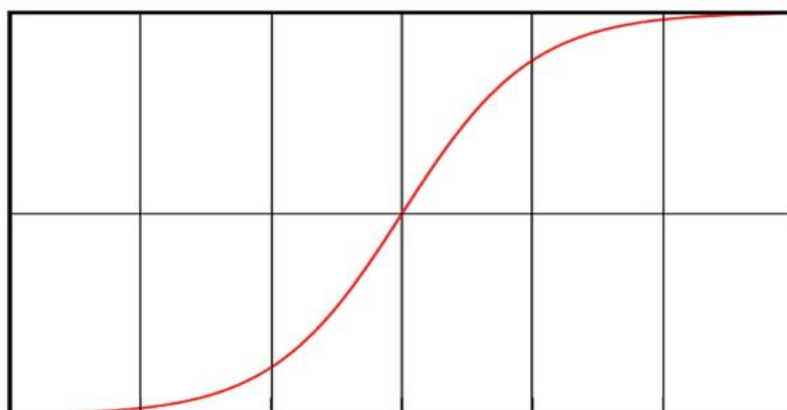


Рисунок 2. "Сигмовидная модель" внедрения и возврата ИИ

1. Прогнозируемый разрыв между странами, компаниями и работниками

Согласно статистическим исследованиям, лидеры по внедрению искусственного интеллекта, которыми сейчас являются постиндустриальные страны, могут резко увеличить свое неоспоримое преимущество перед развивающимися странами. Прогнозируется, что благодаря внедрению искусственного интеллекта эти страны могут получить дополнительно от 20% до 25% чистых экономических выгод по сравнению с сегодняшним днем, в то время как развивающиеся страны могут получить лишь около 5%-15% [3].

В настоящее время во многих экономически институционально развитых странах, где доля пожилого населения достаточно высока, наблюдается замедление роста ВВП (рецессия). Это еще один очень важный стимул для внедрения искусственного интеллекта в качестве дополнительной опции, которая может подтолкнуть цифровую экономику к более быстрому росту за счет повышения производительности труда. Более того, за последние десятилетия в промышленно развитых странах были установлены высокие ставки оплаты труда [4-6]. По сути, это еще один дополнительный стимул для ускоренного внедрения технологий искусственного интеллекта, которые обеспечивают замену ручному труду и рутинной работе.

К 2030 году развитие технологий искусственного интеллекта может привести к заметному разрыву между компаниями в отношении производительности. Прогнозируется значительный разрыв между компаниями, которые полностью внедряют инструменты искусственного интеллекта на своих предприятиях в течение следующих 5-7 лет, и компаниями, которые не внедрили технологии искусственного интеллекта. Компании, которые имеют сильную ИТ-базу для стартапов, склонны инвестировать в ИИ и положительно оценивают бизнес-обоснование ИИ, получают непропорционально большую выгоду. Потенциально эти компании могут удвоить свой чистый доход и в дальнейшем генерировать около 6% ежегодного роста чистой прибыли. Исходя из существующей модели затрат и доходов, ожидается, что компании, которые не внедряют технологии искусственного интеллекта, столкнутся со снижением денежных доходов примерно на 20%. Одним из важных факторов прогнозируемого ими снижения прибыли будет наличие сильной конкурентной динамики со стороны компаний, использующих ИИ, что, в свою очередь,

естественным образом спровоцирует дебаты о неравномерном распределении преимуществ ИИ.

В нынешних условиях уже сейчас необходимо проводить решительную политику по преодолению дискомфорта граждан от надвигающейся угрозы потери работы, как только технологии искусственного интеллекта будут внедрены в рамках цифровой трансформации экономики. Компании также должны принять участие в поиске решений проблемы подготовки и переподготовки специалистов для взаимодействия с инструментами искусственного интеллекта. Людям придется адаптироваться к новому миру, где текучесть кадров может быть выше. Они, вероятно, должны осваивать новые профессии и/или постоянно обновлять свои навыки, чтобы удовлетворять потребности динамично меняющегося рынка труда [7]. Используя исторический опыт создания высокотехнологичных рабочих мест на базе существующих и с поправкой на более низкие показатели производительности труда, чтобы учесть вероятную трудосберегающую природу технологий искусственного интеллекта за счет интеллектуальной автоматизации, новые рабочие места, созданные за счет инвестиций в искусственный интеллект, могли бы увеличить занятость примерно на 5%. Ожидается, что к 2030 году совокупный эффект производительности окажет положительное влияние на общую занятость примерно на 10%.

2. Применение искусственного интеллекта во Вьетнаме.

Применение и активное развитие технологий искусственного интеллекта: Вьетнам сталкивается со многими возможностями

Хотя уровень применения искусственного интеллекта (ИИ) во Вьетнаме по-прежнему не сопоставим с ведущими странами Азии, наша страна постепенно осознает потенциал и пытается развивать индустрию искусственного интеллекта, чтобы внести свой вклад в экономическое и социальное развитие страны[8,9].

По словам г-на Ву Ань Ту, директора по технологиям FPT Group, искусственный интеллект—это прорывная технология с большим потенциалом, эта технология применяется во многих отраслях и секторах экономики Вьетнама.

Наиболее заметным является банковский сектор, где с применением искусственного интеллекта банки все чаще внедряют инновационные бизнес-модели и улучшают качество обслуживания клиентов. "Банки используют помощников с искусственным интеллектом, таких как чат-боты, для предоставления персонализированных финансовых консультаций и обработки естественного языка для обеспечения самообслуживания клиентов. Кроме того, банк также использует электронные идентификаторы (eKYC) для аутентификации или использует машинное обучение для построения более точных и быстрых моделей прогнозирования", - сказал Ву Ань Ту.

Не только в банковском секторе, но и в медицинском секторе за последний период Covid-19 ассистенты с искусственным интеллектом (голосовые боты) совершили миллионы звонков, помогая медицинской отрасли контролировать, выявлять и отслеживать инфекции. В образовании коммерции искусственный интеллект применяется для того, чтобы разнообразить способы передачи контента, персонализировать процесс совершения покупок...

Внедрение искусственного интеллекта поднимает множество вопросов конфиденциальности, информационной безопасности и ответственности. Вьетнаму необходимо установить четкие правовые нормы и политические рамки для защиты конфиденциальности и обеспечения информационной безопасности.

Мышление и видение руководящей команды не имеют представления об искусственном интеллекте, что приводит либо к поверхностным инвестициям, либо к чрезмерным инвестициям в должность (например, в науку о данных), в то время как инвестиции в инфраструктуру данных становятся меньше. Во Вьетнаме, хотя это и происходит после всего мира, но, если мы осознаем вышеприведенные уроки, это станет для нас преимуществом в эффективном применении искусственного интеллекта.

3. Российский рынок ИИ в 2022 и 2023гг.

Российский рынок ИИ также быстро растет, суммарная выручка топ-10 участников третьего рейтинга крупнейших игроков увеличилась на две трети. Тенденции на рынке в целом соответствуют мировым с некоторыми «страновыми различиями», разумеется.

С 2022г. российский бизнес активно внедряет распознавание и синтез речи, чат-боты и голосовых виртуальных ассистентов. Динамика спроса на речевые ИИ-технологии в 2022г. сохранилась на уровне предыдущих лет, 30–50%, рассказывает директор департамента голосовых цифровых технологий компании BSS Александр Крушинский. В 2022г. отечественный рынок разговорного ИИ без учета продаж умных колонок достиг ₽12–15 млрд, считает Кирилл Петров, управляющий директор компании Just AI. С учетом продаж умных колонок цифра удвоится. «Направление диалоговых ассистентов—текстовых и голосовых роботов для банков, телеком-компаний, госсектора—в 2022г. выросло на 90% по сравнению с 2021г., развивались проекты по голосовому заполнению медицинских протоколов»,—говорит CEO группы компаний ЦРТ Д. Дырмовский, опираясь на статистику спроса со стороны заказчиков компании.

Как и в мире, в России среди пользователей ИИ лидируют банковская отрасль, госсектор, ритейлитеком. Причем уровень применения речевых технологий в коммерческом и государственном секторе в России выше, чем в Европе, и сравним с США, отмечает Александр Крушинский.

Промышленность использует компьютерное зрение для контроля безопасности на производстве и дефектоскопии. Застройщики, девелоперы, риэлторы используют ИИ для прогнозирования цен и спроса.

Опрошенные CNews Analytics эксперты ожидают, что в ближайшее время в России появятся задачи для ИИ в таких отраслях, как медицина, сельское хозяйство и образование, энергетика, культура.

Список литературы

1. Gillis, A.: What is internet of things (IoT)? <https://www.techtarget.com/iotagenda/definition/Internet-of-Things-IoT>
2. Dey, N., Hassanien, A. E., Bhatt, Ch., Ashour, A., Satapathy, S. Ch.: Internet of Things and Big Data Analytics Toward Next-generation Intelligence. Cham, Switzerland (2018)
3. What is Blockchain Technology and How Does It Work? <https://www.simplilearn.com/tutorials/blockchain-tutorial/blockchain-technology>
4. Notes from the AI frontier: Modeling the impact of AI on the world economy. McKinsey Global Institute. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/artificial-intelligence/notes-from-the-ai-frontier-modeling-the-impact-of-ai-on-the-world-economy>
5. Szeliski, R.: Computer Vision: Algorithms and Applications, 2nd edn. Springer, New York (2022)
6. What is an Intelligent Virtual Agent (IVA)? <https://www.ultimate.ai/blog/ai-automation/what-is-an-intelligent-virtual-assistant-iva>
7. AI interns: Software already taking jobs from humans. New Scientist. <https://www.newscientist.com/article/mg22630151-700-ai-interns-software-already-taking-jobs-from-humans/?ignored=irrelevant#.VY2CxPIViko>
8. Shalev-Shwartz, S., Ben-David, S.: Understanding Machine Learning: From Theory to Algorithms. Cambridge University Press (2014)
9. Abbasov, A., Fatullayev, R., Fatullayev, A.: Speech technology market in Azerbaijan. American J. Manag. 21(3), 95–101 (2021). <https://doi.org/10.33423/ajm.v21i3.4365>

Қазақстандағы бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі: жағдайы және даму перспективалары

М.Ә. Нұржан

Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.,
Madina.kz_1997@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Қазақстанда, бүкіл әлем сияқты, бизнесті жүргізудің жаңа философиясын қабылдау қажеттілігін мойындаған кәсіпорындар санының өсуі есебінен бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі тұжырымдамасының белсенді дамуы жүріп жатыр. Нарықтық экономиканың жұмыс істеуі мен дамуы жағдайындағы бизнес-ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігі өз кезегінде экономиканың нақты секторының іргетасы болып табылатын әлеуметтік саланы дамытудың маңызды құралы болып табылады. Әлеуметтік салада адами капиталдың қалыптасуы мен дамуы қалыптасады, сондай-ақ білім беру, денсаулық сақтау сияқты экономиканың маңызды салаларын дамыту үшін жағдайлар жасалады. Бизнес ортада аз дәрежеде әлеуметтік жауапкершілікке бағытталған халықаралық басқару стандарттары қолданылады.

Кілт сөздер: экономика, әлеуметтік жауапкершілік, бизнес ұйымдары, шағын бизнес, орта бизнес.

Нарықтық экономиканың жұмыс істеуі мен дамуы жағдайындағы бизнес-ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігі өз кезегінде экономиканың нақты секторының іргетасы болып табылатын әлеуметтік саланы дамытудың маңызды құралы болып табылады. Әлеуметтік салада адами капиталдың қалыптасуы мен дамуы қалыптасады, сондай-ақ білім беру, денсаулық сақтау сияқты экономиканың маңызды салаларын дамыту үшін жағдайлар жасалады. Қазіргі нарықтық жағдайларда, индустриялық-инновациялық трендтерді ескере отырып, экономиканың әлеуметтік секторын дамыту мен нығайту тек мемлекеттің қатысуы шеңберінде ғана емес, сонымен қатар бизнес-кәсіпкерліктің қатысуымен де жүргізілуі тиіс. Бизнес-ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігінің тиімді тетіктерін құру мемлекеттің экономикалық жүйесінің дамудың постиндустриалды кезеңіне қарқынды өтуі үшін комплексті-лексикалық жағдайлар жасайды [1].

Қазақстан Республикасында әлеуметтік саланы дамыту үшін мемлекет тарапынан бизнес-ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігі қағидаттарында бірқатар ұйымдастыру шаралары қабылданды: елдің біріккен ұлттар ұйымына мүшелігі, еңбек мәселелерін, жалақыны реттейтін заңнамалық-нормативтік құжаттардың кең спектрін қабылдау, жалпы табиғи ресурстарды пайдалану. Әлеуметтік жауапкершілікке белсенді қызығушылық әлеуметтік жобаларды жүзеге асыруға таза пайданың бір бөлігін инвестициялайтын ірі өнеркәсіптік кәсіпорындар, бизнес-қауымдастық тарапынан көрінеді [2].

Сонымен қатар, әлеуметтік жауапкершіліктің тұрақты нарықтық институтын қалыптастыру саласында айтарлықтай проблемалар бар, атап айтқанда ірі өнеркәсіптік кәсіпорындар тарапынан әлеуметтік салаға инвестициялардың циклділігі мен тұрақсыздығы, әлеуметтік жауапкершіліктің халықаралық стандарттарын игерудің төмен тенденциялары, шағын және орта бизнестің әлеуметтік жауапкершілікке қатысу деңгейінің төмендігі. Бизнес-ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігін дамыту жолдарын іздеу мақсатында әлеуметтік саясаттың барлық аспектілерін терең талдау қажет, экономиканың нақты секторында жүргізілетін. Келешекте бизнес-ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігінің орнықты нарықтық институтын қалыптастыру экономиканың нақты секторы мен әлеуметтік саланың интеграцияланған өзара іс-қимылын, Қазақстан экономикасының постиндустриалды жұмыс істеу кезеңіне көшуінің берік іргетасын құруға мүмкіндік береді [3].

Әлеуметтік жауапкершілік және оның Қазақстан Республикасындағы тұжырымдамалық негіздері Мемлекеттік деңгейде де, шағын және орта бизнестің, ірі кәсіпорындардың,

фирмалардың, компаниялардың қызметінде де қаланды. Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті "мемлекет пен бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін қалыптастыру орнықты дамудың базалық шарттарының бірі болып табылатынына" назар аударды. Осы қағида негізінде Қазақстан Республикасы 2050 жылға қарай әлемнің дамыған 30 елінің қатарына кіруге тиіс. (Social responsibility of business, 2022; Message of the President of Kazakhstan, 2022). Қазақстан Республикасының Біріккен Ұлттар Ұйымының (БҰҰ) халықаралық ұйымына мүшелігі елдің бизнес-қоғамдастығын өз қызметінде әлеуметтік жауапкершіліктің үш іргелі қағидатын басшылыққа алуға бағыттайды және шақырады: адам құқықтарын сақтау саласындағы негізгі қағидаттарды іске асыру; еңбек қатынастары нормаларын орындау; қоршаған ортаны қорғау (social responsibility of business, 2022) Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік бизнес-ортада шағын, орта және ірі бизнес субъектілерінің қызметі ұйымдық негіздердің бірі болып табылады [4].

Шағын және орта бизнес саласында 1-кестеге сәйкес Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік субъектілерінің оң серпіні байқалады, олардың арасында дара кәсіпкерлер, шағын кәсіпорындар басым. Қазақстан нарығында салыстырмалы түрде аз мөлшерде (1 және 2-кестелер) мөлшері бойынша орташа кәсіпорындар, сондай-ақ ұйымдық – құқықтық мәртебесі Акционерлік қоғамдар болып табылатын кәсіпкерлік бизнес-құрылымдар ұсынылған [5].

Кесте 1

Қазақстанның шағын және орта бизнес бөлінісіндегі бизнес-ұйымдарының динамикасы

Көрсеткіштің атауы	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл
Шағын және орта бизнес субъектілерінің жалпы саны, оның ішінде:	3 448 727	3 472 606	3 511 618	4 106 991
- шағын бизнес кәсіпорындары	1 408 192	1 462 391	1 488 820	1 728 913
- орта бизнес кәсіпорындары	364 865	355 934	351 103	377 185
- жеке кәсіпкерлер	1 378 884	1 353 776	1 367 140	1 678 463
- шаруа (шаруа) қожалықтары	296 786	300 505	304 555	322 430
Е с к е р т у - Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы мәліметтері бойынша автормен жасалған				

Шағын және орта бизнес субъектілерінің әлеуметтік жауапкершілігі өндірістік-шаруашылық қызметті жүргізудің құқықтық негіздерін сақтау қағидаттарында іске асырылады, мысалы: еңбек заңнамасын сақтай отырып, жаңа жұмыс орындарын құру; салық міндеттемелерін кешенді және жан-жақты орындау; ең төменгі мөлшерден кем емес мөлшерде жалақы төлеу; ақшалай қаражатты әлеуметтік сақтандыру қорына, міндетті медициналық сақтандыру қорына аудару. Шағын және орта бизнес-кәсіпкерлік субъектілерінің әлеуметтік жауапкершілік мүмкіндіктері олардың бір кәсіпорынға шаққандағы табысы мен пайдасымен шектеледі. 2020 жылғы жағдай бойынша орта есеппен бір шағын, орта кәсіпорынға бизнес-жобалармен қатар әлеуметтік жобаларды іске асыруға мүмкіндік бермейтін пайда мөлшері 3 млн. теңгеден аспайтын болды. Қазақстанда әлеуметтік жауапкершілікте жетекші рөл ірі өнеркәсіптік кәсіпорындарға, корпорацияларға беріледі [6].

Әлеуметтік жауапкершілікті іске асыру үшін жетекші ірі өңірлік өнеркәсіптік кәсіпорындар облыс әкімдіктерімен әлеуметтік жобаларға инвестициялар бөлу туралы меморандумдар жасайды. Ойлау кәсіпорындарының әлеуметтік жауапкершілік саясатына қатысты меморандумдар динамикалық сипатқа ие, әр күнтізбелік жылға қаралады және жасалады. Отандық бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі бойынша жүргізілген талдаудың мәселелері мен нәтижелерін қорытындылай келе, кәсіпкерліктің әлеуметтік жауапкершілігінің қазақстандық моделін дамыту перспективалары бізге мынадай бағыттарда ұсынылады [7].

Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін, оны сапалы бағалауды реттеу үшін бизнесті әлеуметтендірудің әлемдік тәжірибесіне, тұрақты даму және корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті енгізу бойынша әзірленген халықаралық стандарттарға жүгіну қажет, тұрақты даму саласындағы әлемнің үздік ақыл-ойлары әзірлеген есептілікті және аал000 әлеуметтік есептерді әзірлеудің процестік стандартын біртіндеп енгізу қажет. Бизнестің жүйелі әлеуметтік бағдарын, кәсіпкерліктің әлеуметтік жауапкершілік стратегиясын қалыптастыру қажет [8].

Отандық бизнестің әлеуметтік жауапты мінез-құлқының халықаралық корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік стандарттарына сәйкестігі, салыстырмалылығы және бәсекеге қабілеттілігі мақсатында "тұрақты дамудың" корпоративтік жоспарларын және әлеуметтік жауапкершілік туралы корпоративтік есептерді әзірлеу жөніндегі мамандарды даярлау, бизнес-қоғамдастықтың осындай мамандарды оқытуды қаржыландыруы, сондай-ақ арнайы PR-іс-шаралар: келіссөздер жүргізу және жалпы әлемдік, еуропалық салаларда тәжірибе алмасу қажет және ұлттық деңгейде, шет елдердегі компаниялардың тұсаукесерлері. Мамандықтың осы түрінің стандартын әзірлеу және оны жоғары оқу орындарында даярлау жүйесіне енгізу қажет. Азаматтық қоғам институттарын дамыту, қоғам мүшелерінің азаматтық ұстанымы мен жауапкершілігі бизнестің әлеуметтік жауапты мінез-құлқын қалыптастыруға және дамытуға негізделетін болады. Жетіншіден, мемлекеттің әлеуметтік бағдарланған бизнесті ынталандыру тетігін құру, кәсіпкерліктің әлеуметтік жауапты мінез-құлқын көпшілік алдында тану. Кәсіпкерліктің әлеуметтік жауапты мінез-құлқын қалыптастыру мен дамытудың маңызды проблемасы кәсіпорындағы, компаниядағы әлеуметтік өзгерістердің әлеуметтік тиімділігін анықтау, қызметкерлердің әлеуметтік қорғалуы мен олардың жұмыс нәтижелілігінің өзара байланысын анықтау болып табылады [9].

Әдебиеттер тізімі

1. Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities?. California management review, 2(3), 70-76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
2. Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. California management review, 2(4), 54-61. <https://doi.org/10.2307/41165405>
3. Abrosimova, E. A. (2016). Social entrepreneurship and social responsibility of small business: myths and reality. Journal of Business and Corporate Law, 1, 145-152.
4. List of companies (corporations) of the Republic of Kazakhstan (2022). Kazakhstan Stock Exchange, [update ed June 30, 2022]. Available: <https://kase.kz/en/issuers/>
5. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы <https://stat.gov.kz/industries/business-statistics/stat-org/dynamic-tables/>
6. Токсанова предпринимательской деятельности: учебник / .- Астана: PRINT-S, 2007.- 480с.
7. Концепция корпоративной социальной ответственности //Проблемы теории и практики управления. – 2007. – №. 12. – С. 38-46.
8. Temirgalinova, A. K., Titkov, A. A., & Ibraimova, S. Zh. (2023). Trends in the Development of Social Responsibility of Business Organizations in Kazakhstan. Economics: the Strategy and Practice, 18(1), 116-132, <https://doi.org/10.51176/1997-9967-2023-1-116-132>
9. Social projects of ERG Corporation(2022). ERG, [updated June 30, 2022]. Available: <https://www.erg.kz/ru/content/ustoychivoe-razvitie/social-nye-proekty>

Арт рынок Казахстана: современное состояние, направления развития как перспективного объекта инвестирования

Ю.С. Огородникова¹, Т.А. Мукашев²

¹ студент 3 курса образовательной программы БВ04104 – Предпринимательство и управление проектами

² к.э.н., ассоциированный профессор кафедры экономики и международного бизнеса
mtsiriie@vk.com, timur-iro@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматриваются особенности, динамика и перспективы развития Арт-рынка, как фактора инвестирования в сферу искусства. Выполнен обзор текущего состояния арт-рынка, анализ тенденций и факторов влияния на привлекательность исследуемого инвестиционного сегмента. Обоснованы преимущества и сложности инвестирования в сферу искусства в Казахстане. Предложены направления развития данного нового для экономики республики рыночного сегмента инвестирования. Обсуждается роль государства в развитии арт-рынка, а также взаимодействие культурных институтов и частных инвесторов.

Ключевые слова: арт-рынок, инвестиции, искусство, творчество, коммерциализация, рыночная экономика, инфраструктура.

К достаточно специфичным составным структурным элементам современного мирового товарного рынка можно отнести так называемый «Арт-рынок». Объектом данного рынка являются произведения искусства. Исходя из экономической терминологии, арт-рынок представляет собой особую сферу товарно-денежных отношений между субъектами рынка по поводу такого товара, как произведения искусства. Также особо следует отметить антиквариат – редкие или старые произведения искусства или ценные вещи. В целом как сам рынок, так и его объекты весьма разнообразны и специфичны. Можно сказать, что они существенно отличаются от традиционного товарного рынка. В предлагаемой вашему вниманию статье основное внимание уделяется произведениям художественного искусства.

Арт-рынок включает совокупность отношений, сделок и инфраструктуры, связанных с производством, распределением и обменом произведений искусства [1]. Но в этой сфере деятельность художников, галерей, аукционных домов, коллекционеров и других участников создает особую экосистему, формирующую ценность искусства.

Исторически богатый мир искусства и культуры накопил огромный объем самых разнообразных произведений искусства. Из истории нам со школьных лет известны артефакты древнего мира и более позднего периода. Но именно как рынок – арт-рынок, по мнению многих специалистов, берет начало с эпохи Возрождения. Период, когда в обществе перешли от создания отдельных художественных произведений по заказу клиентов к свободному искусству.

По поводу объема оборота современного мирового арт-рынка имеются разные мнения, но можно говорить приблизительно о величине более 50 млрд. долларов/год [2]. Возможно не совсем корректно, но в то же время наглядно следующее сравнение. Один из наиболее востребованных на современном этапе научно-технологического развития – рынок редкоземельных металлов имеет значительно меньший оборот.

Как известно, мировыми центрами арт-рынка являются наиболее развитые, богатые страны мира. Среди городов: Нью-Йорк, Лондон, Париж. Но наблюдается тенденция бурного роста активизации интереса и участия отдельных восточных стран.

Такое внимание к исследуемому рынку имеет целый ряд предпосылок.

Искусство как элемент, фактор культурного наследия. Прежде всего, искусство в любом государстве составляет культурное наследие, оказывающее огромное влияние на духовное развитие общества, политику, экономику, образование и др. В этой связи, арт-рынок

является ключевым инструментом сохранения и продвижения данного наследия. Художественные произведения отражают историю, традиции и идентичность народов.

Стимулирование творческого потенциала общества. Повышение ценности, внимания к искусству способствует стимулированию творческого потенциала населения, созданию благоприятной среды для развития талантов, творческих начинаний. Особенно среди молодежи, что безусловно играет важную роль в воспитании, образовании и развитии общества, росте его самосознания. И это имеет не только существенное духовно-воспитательное значение, но и социальное, экономическое, политическое.

Привлечения инвестиций. С экономических позиций это важный фактор привлечения инвестиций. Развитие арт-рынка привлекает инвестиции в культурную инфраструктуру, включая музеи, галереи, образовательные программы. Здесь нельзя не отметить, что среди наиболее известных и развитых мировых туристических центров именно данные объекты относятся к наиболее популярным и привлекательным. Развитый арт-рынок привлекает внимание туристов и специалистов в области искусства. Международные выставки и арт-события поднимают узнаваемость страны на мировой арт-арене. Можно констатировать, что данный рыночный сектор способствует развитию разнообразия и устойчивости национальной экономики.

Формирование и развитие коллекционерского сообщества. Развитие арт-рынка способствует формированию коллекционерского сообщества, что укрепляет, активизирует, актуализирует интерес к искусству и его роли в обществе. Особенно это важно в современных условиях для молодого поколения, которое часто обвиняют в отсутствии духовности, интереса к мировому и национальному культурному наследию. Часто интерес к коллекционированию имеет семейную, поколенческую преемственность. И это не может не способствовать укреплению внутрисемейных, духовных отношений.

Таким образом, арт-рынок представляет собой важный компонент современной духовной и экономической динамики страны, способствующий развитию ее культурного разнообразия и привлекательности на мировой культурной арене.

В современном мире, где финансовые рынки подвергаются постоянным колебаниям, инвесторы все чаще обращают внимание на поиск альтернативных сфер инвестирования, с целью стабилизации и диверсификации инвестиционного портфеля. Одной из таких уникальных и перспективных альтернатив, по нашему мнению, является инвестирование в искусство.

Искусство, как актив, привлекает внимание не только своей эстетической ценностью, но и потенциалом для генерации прибыли. Эта сфера инвестирования выходит за рамки традиционных активов, таких как акции или недвижимость, и открывает перед инвесторами уникальные возможности для вложений. В статье нами обосновывается, почему инвестиции в искусство становятся все более привлекательными. Освещаются такие ключевые аспекты, как развитие, культурное значение и потенциал для увеличения капитала.

В развитых странах активно развивается инфраструктура арт-рынка, включая современные художественные галереи, аукционные дома, музеи. С нашей точки зрения, это основано на ряде причин. Там достаточно длительное время присутствуют и активно расширяются процессы коммерциализации художественных ценностей. Исторически формировался огромный потенциал культурного наследия. В немалой степени этому способствовала колониальная политика стран Европы и США, на основе которой осуществлялась активная экспроприация культурных ценностей бывших колоний. С этим, в частности, связаны аргументированные претензии этих стран к бывшим метрополиям на возвращение ими этих ценностей на историческую родину.

В связи с вышесказанным можно отметить и такую особенность объектов исследуемого арт-рынка, что произведения высокого, подлинного искусства со временем только увеличивают свою ценность в отличие от традиционных видов рыночного товара.

В значительной мере фактором активного участия указанных стран в сфере арт-рынка следует считать их огромный инвестиционный потенциал благодаря наличию большого слоя

населения с высоким уровнем доходов. Это, в свою очередь, активизирует с их стороны поиск альтернативных вариантов надежного капиталовложения.

На фоне сложившихся мировых тенденций в Казахстане также имеет место рост инфраструктуры культурного развития, но в менее значимых масштабах, более относящихся к начальной их стадии. Также следует отметить активизацию деятельности по расширению культурных и образовательных программ.

Рассмотрим отечественные примеры формирования и развития арт-рынка.

Проведенный анализ позволяет делать выводы о том, что цены на работы молодых художников в Казахстане формируются в основном в пределах \$150–1500. Это по сравнению с европейскими странами ниже почти в 4 раза. Как и во всем мире, работы зрелых художников оцениваются дороже. Но здесь важно отметить имеющиеся особенности рыночных процессов в отечественных условиях. Часто присутствуют, например, типы сделок без посредников, напрямую у автора или владельца произведения искусства.

Сравнение ситуации на арт-рынке в Казахстане с мировыми тенденциями позволяет выделить уникальные черты и потенциал страны, а также определить направления для дополнительного развития и интеграции в глобальное арт-сообщество.

Одним из наиболее известных коллекционеров казахстанского искусства является отечественный предприниматель, меценат Н. Смагулов [3]. В его собрании присутствуют работы современных казахстанских художников – А.Есдаулетова, Э. Казаряна, А. Менлибаевой, С. Сулейменовой и других. Кстати, во многом именно благодаря своему увлечению у предпринимателя проявилось важное для коллекционера личное качество – умение дружить, общаться с художниками, авторами произведений искусства. Н. Смагулов к своему увлечению творчеством наших талантливых современников, активно вовлекает друзей и коллег, в том числе имеющих значительный инвестиционный потенциал.



Рисунок 1. На переднем плане — скульптурные произведения Р. Ахметова из коллекции Н. Смагулова, часть из которых приобретена на аукционе «Кристис» (г. Алматы, 2015 г.).

Примечание – источник [4]

В Казахстане постепенно формируется современная инфраструктура отечественного арт-рынка. Консалтинговое агентство Artios, созданное в 2017 г. арт-консультантом Д. Байтасовой, специализируется на организации выставок и мероприятий, связанных с искусством. Оказывает услуги по формированию частных и корпоративных коллекций, тем самым являясь мостом между арт-сферой и клиентами.

В Алматы появилась компания ArtFuture, позиционирующая себя платформой для диалога как между профессиональными участниками данной специфичной рыночной сферы, так и художниками и зрителями. На ее базе будут проводиться различного рода выставки и образовательные проекты. Можно отметить, что ее основатель Т. Сакбаева до этого имела опыт работы в банковской сфере.

В казахстанской арт-среде относительно недавно начали выстраиваться, формироваться рыночные отношения. Ее реальные и потенциальные участники начинают практически осваивать эту сферу деятельности. Художники и другие творческие работники постепенно осознают свои права и обязанности. Начинают открывать и юридически регистрировать ИП, сотрудничать с профессиональными агентами, заключать договоры, платить налоги и др.

Благодаря этому отечественные арт-эксперты (многие из них имеют зарубежное образование и опыт деятельности в сфере искусства), опираясь на опыт и экспертизу, определяют реалистичную цену предъявляемых работ и советуют ее мастерам. Далее по стоимостной цепочке галеристы добавляют сверху свой процент (обычно 50% от первоначальной цены). Например, указанная выше Д. Байтасова свои услуги оценивает в 10-50%. Картины наиболее популярных казахстанских художников могут стоить \$100–150 тыс. [3]. На отечественном арт-рынке представлены и более доступные произведения искусства – работы молодых художников обычно начинаются от \$500. По мнению специалистов, можно подобрать картины и за \$50.

Анализ возможных рисков в сфере инвестирования в искусство выявил следующее.

Колебания в стоимости произведений: Искусство подвержено колебаниям в цене в зависимости от модных тенденций, изменений в культурном восприятии и художественных направлениях, происходящих социально-экономических и политических процессов. В целях снижения рисков, по нашему мнению, важна диверсификация инвестиционного портфеля на основе тщательного маркетингового исследования арт-рынка, а также консультаций с опытными коллекционерами и экспертами в сфере искусства.

Необходимо вовлекать в аналитический процесс возможные последствия рецессий и разного рода кризисов, оказывающих влияние на колебание конъюнктуры спроса и предложения на произведения искусства. С учетом арт-рынка как составного элемента мирового рыночного пространства важно исследование происходящих экономических процессов и формирующихся тенденций развития. Значимы анализ и использование финансовых стратегий, направленных на защиту инвестиционного портфеля в периоды экономической нестабильности.

Данный анализ рисков, происходящих процессов и принятие соответствующих мер ают основание инвесторам эффективно управлять своим портфелем и максимизировать потенциальные выгоды от инвестирования в искусство.

Эффективным направлением развития отечественного арт рынка, по мнению многих специалистов, является создание централизованной площадки для выставления произведений искусства на основе заключений экспертов. Создание современного масштабного музея на основе конструктивного применения мирового опыта будет способствовать привлечению внимания зарубежных и внутренних туристов, населения, росту интереса к отечественному искусству и стимулов непосредственно самих творческих работников.

Это будет способствовать росту статуса Казахстана на мировой арт-арене, привлекая внимание художников, коллекционеров и кураторов со всего мира. Такой арт-объект может выступать площадкой для поддержки и экспозиции работ местных творческих работников, способствуя росту разнообразия культурного наследия, установлению благотворного сотрудничества с международными художественными институтами.

Такой арт-объект специалисты и эксперты предлагают создать в г. Алматы, имеющего неоспоримые для этого предпосылки и преимущества. Перспективный "AlmatyMuseum" может стать площадкой для поддержки и стимулирования развития творческого сообщества, предоставляя возможности для организации и проведения выставок и арт-резиденций.



Рисунок 2. Модель будущего арт-музея “Almaty Museum of Arts” в г. Алматы
Примечание – источник [5]

Анализ перспектив развития арт-рынка в контексте строительства "AlmatyMuseum" указывает на широкий потенциал для развития культурного и художественного сообщества в регионе, влияние на экономику и общественную динамику в стране.

В условиях динамичного развития мирового рынка и непредсказуемых финансовых колебаний арт-рынок Казахстана может выступить в качестве одного из перспективных сфер вложений для инвесторов, желающих выйти на новые горизонты возможностей. В статье мы обращаем внимание к разностороннему рассмотрению казахстанского арт-рынка как новой сферы инвестиций, подчеркивая его уникальные особенности и потенциал для инвесторов.

Искусство в Казахстане не только отражает богатое культурное наследие, но и представляет собой перспективное инвестиционное направление. Создание новых музеев и других объектов искусства будет способствовать стремлению нашей страны к поддержке и развитию художественной сцены, культуры, народного творческого потенциала. И в целом реализации отечественной культурной-духовной и социально-экономической стратегии.

Арт-рынок Казахстана предоставляет инвесторам не только возможность вложения средств, но и шанс стать частью активного культурного движения. Он объединяет традиционные и современные формы искусства, предоставляя уникальные инвестиционные возможности. Вложения в казахстанское искусство могут стать не только финансовым вложением, но и важным шагом к сохранению и развитию культурного наследия и поддержке местного творческого сообщества.

Список литературы

1. Водопьянова А.И., Леонова Л.А., Новак А.Е. Арт-рынок: особенности инвестирования в произведения живописного искусства // Вестник СПбГУ. Экономика. - 2018. - Т. 34. - Вып. 1. - С. 95–112.
2. Официальный сайт журнала Forbes [forbes.kz]
3. Интернет-ресурс «AstanaMotors» [astana-motors.kz]
4. Официальный сайт журнала «Радио Азаттык» [rus.azattyq.org]
5. Официальный сайт Алматинского музея искусств [almatymuseumofarts.org]

Интеллектуальная трансформация: влияние прогресса нейросетевых технологий на экономическую эффективность в Казахстане

Н.С. Перова¹, Т. Совет²

¹м.э.н., старший преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса,
²студент 4-го курса по специальности «IT-предпринимательство и цифровая экономика»
perova_ns@mail.ru, temirlan_sovet@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная научная статья исследует влияние развития нейросетей на экономический сектор Казахстана. В статье рассматриваются конкретные примеры применения нейросетей в различных областях экономики, таких как прогнозирование экономических показателей, автоматизация финансовых операций, персонализированный маркетинг, управление логистикой, анализ финансовых рынков и энергоэффективность. Исследование показывает, что развитие нейросетей способствует улучшению эффективности, снижению затрат и повышению конкурентоспособности экономического сектора Казахстана. Результаты данного исследования могут быть полезны для руководителей, экономистов и специалистов, работающих в экономической сфере, при принятии решений и разработке стратегий развития.

Ключевые слова: цифровая экономика, интеллектуальная трансформация, нейросети, экономические перспективы.

В последние годы нейросети стали одной из самых актуальных и перспективных технологий, которые находят применение в различных сферах деятельности. Нейросети, или искусственные нейронные сети, являются компьютерными моделями, созданными для имитации работы нейронной системы человека. Они состоят из множества взаимосвязанных искусственных нейронов, которые обрабатывают и передают информацию через синапсы, аналогичные связям между нейронами в мозге[1].

Нейросети используются для анализа и обработки больших объемов данных и решения сложных задач. Они обучаются на основе примеров и практического опыта, что позволяет им выявлять закономерности и создавать модели для прогнозирования, классификации, оптимизации и других задач[2].

В экономической области нейросети играют важную роль, помогая экономистам в решении различных задач. Вот некоторые примеры конфигураций нейросетей, которые могут быть полезны экономистам[3]. (Рис. 1)

1. **Прямые нейронные сети (Feedforward Neural Networks):** Это самая распространенная конфигурация нейросетей. Они состоят из слоев нейронов, где информация передается только в одном направлении от входных нейронов к выходным нейронам. Экономисты могут использовать прямые нейронные сети для прогнозирования экономических показателей, анализа финансовых рынков и оптимизации финансовых операций.

2. **Рекуррентные нейронные сети (Recurrent Neural Networks):** Эта конфигурация нейросетей обладает способностью запоминать предыдущие состояния и использовать их для принятия решений в текущем состоянии. Это особенно полезно для анализа временных рядов и последовательных данных, которые часто встречаются в экономической сфере. Рекуррентные нейронные сети могут помочь экономистам в прогнозировании временных рядов, моделировании экономических процессов и предсказании трендов.

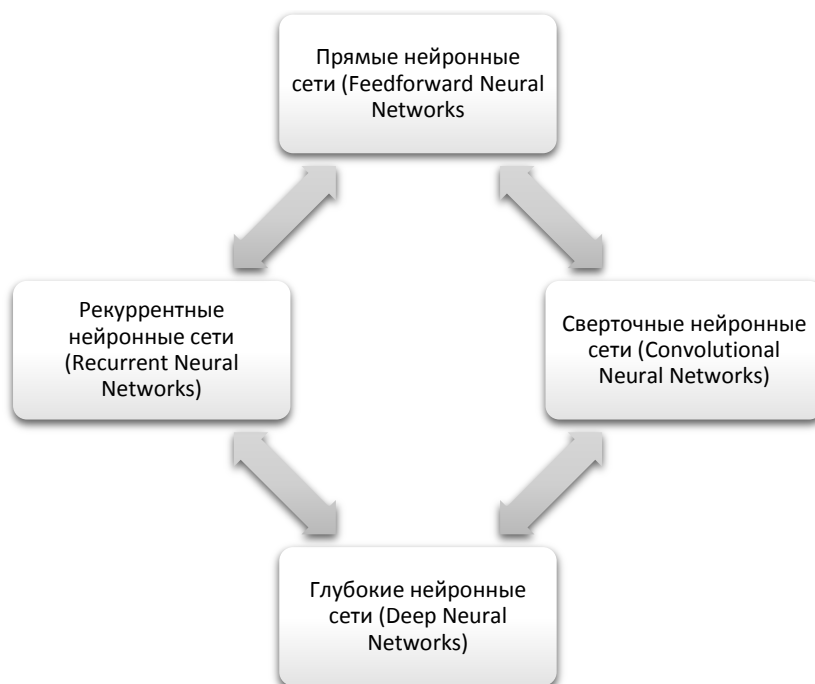


Рисунок 1. Конфигурации нейросетей для экономистов

3. Сверточные нейронные сети (Convolutional Neural Networks): Эта конфигурация нейросетей особенно полезна для анализа и обработки визуальных данных, таких как изображения или временные ряды. В экономической области они могут быть применены, например, для анализа графиков и диаграмм, определения закономерностей в данных о рынках или анализа структуры финансовых отчетов.

4. Глубокие нейронные сети (Deep Neural Networks): Глубокие нейронные сети представляют собой нейросети с большим количеством скрытых слоев. Они позволяют более глубоко анализировать данные и выявлять более сложные закономерности. Экономисты могут использовать глубокие нейронные сети для более точного прогнозирования, классификации и анализа данных.

Конфигурация нейросетей выбирается в зависимости от конкретной задачи и доступных данных. Экономисты могут использовать эти различные конфигурации нейросетей для анализа экономических процессов, прогнозирования показателей, оптимизации операций и других задач, что позволяет им принимать более обоснованные решения и улучшать эффективность работы.

В экономическом секторе Казахстана развитие нейросетей оказывает значительное влияние на эффективность и прогнозирование ключевых экономических показателей, автоматизацию финансовых операций, персонализированный маркетинг, управление логистикой, анализ финансовых рынков и энергоэффективность[4].

Прогнозирование экономических показателей. Одной из основных областей применения нейросетей в экономическом секторе Казахстана является прогнозирование экономических показателей. Нейросети могут использоваться для прогнозирования инфляции, валютного курса, цен на нефть и других ключевых экономических показателей. Это позволяет более точно планировать и принимать решения в финансовой сфере.

Автоматизация финансовых операций: Нейросети также находят применение в автоматизации финансовых операций. Они могут быть использованы для автоматизации процессов бухгалтерии, анализа финансовой отчетности и управления рисками. Это помогает снизить ошибки, повысить эффективность и сократить затраты в финансовом секторе Казахстана.

Персонализированный маркетинг: Нейросети могут анализировать данные о поведении потребителей и предлагать персонализированные рекомендации и предложения. В

розничной торговле Казахстана это помогает улучшить маркетинговые стратегии и увеличить конверсию, что приводит к увеличению продаж и доходов.

Управление логистикой: В сфере логистики развитие нейросетей позволяет оптимизировать логистические процессы. Нейросети могут быть применены для маршрутизации доставок, управления запасами и прогнозирования спроса. Это помогает снизить затраты на логистику и повысить эффективность поставочных цепочек в Казахстане.

Анализ финансовых рынков: Нейросети могут анализировать большие объемы данных и выявлять тенденции и закономерности на финансовых рынках Казахстана. Это помогает трейдерам и инвесторам принимать обоснованные решения и улучшать результаты своих операций на рынке ценных бумаг и других финансовых инструментов.

Энергетика и управление потреблением: В сфере энергетики нейросети могут быть использованы для оптимизации энергопотребления, управления распределительными сетями электроэнергии и прогнозирования нагрузки. Это помогает снизить потребление энергии и повысить энергоэффективность, что имеет важное значение для устойчивого развития экономического сектора Казахстана.

Развитие нейросетей оказывает значительное влияние на экономический сектор Казахстана [5]. Применение нейросетей позволяет эффективнее прогнозировать экономические показатели, автоматизировать финансовые операции, персонализировать маркетинговые стратегии, оптимизировать логистические процессы, анализировать финансовые рынки и улучшать энергоэффективность. Развитие и применение нейросетей является важным шагом в совершенствовании экономического сектора Казахстана и способствует его стабильному и устойчивому развитию.

Список литературы

1. Нейронные сети в прикладной экономике : [учеб. пособие] / Е. А. Трофимова, Вл. Д. Мазуров, Д. В. Гилёв ; [под общ. ред. Е. А. Трофимовой] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т.— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017.— 96 с
2. Japanese insurance firm replaces 34 staff with AI [Текст] : информ.-аналит. журн. /, 2022 "BBC", <https://www.bbc.com/news/world-asia-38521403>
6. Michael Morisy, "How PayPal Boosts Security with Artificial Intelligence | MIT Technology Review" <https://www.technologyreview.com/2022/01/25/163691/how-paypal-boosts-securitywith-artificial-intelligence/>
3. The Amazon Recommendations Secret to Selling More Online [Текст] : информ.-аналит. журн. /, "Rejoiner", <https://rejoiner.com/resources/amazon-recommendations-secret-selling-online/>
4. Digital Agriculture: Farmers in India are using AI to increase crop yields [Текст] : информ.-аналит. журн. /, "Microsoft News Center India". - 2023, <https://news.microsoft.com/en-in/features/ai-agriculture-icrisat-upl-india/>
5. Искусственные нейронные сети (ИНС), [Текст] : информ.-аналит. журн. /, "IT-Enterprise", <https://www.it.ua/ru/knowledge-base/technology-innovation/iskusstvennyenejronnye-seti-ins>

Изменение тенденций в условиях цифровизации

Н.С. Перова¹, В.Е. Садыкова², К.В. Карпова³

¹м. э. н., старший преподаватель кафедры ЭМБ,

^{2,3}студенты 4-го курса обучения по специальности «Мировая экономика», «Экономика»
perova_ns@mail.ru, viola_sadykova@mail.ru, karina_karpova2002@mail.ru

^{1,2,3}Карагандинский университет Букетов, г. Караганда

Аннотация: Цифровая экономика неизбежно затрагивает все сферы жизнедеятельности социально-экономической системы, изменяя традиционные правила и механизмы ее функционирования, учитывая глобальные тенденции. Со времен промышленной революции технологические инновации позволили в несколько раз повысить занятость, уровень жизни и численность населения. За последние 15 лет рост производительности труда в большинстве крупных экономик замедлился, что, вероятно, связано с медленным распространением передовых ИТ-решений, а также с неадекватным статистическим измерением стоимости ИТ-услуг и продолжительным прогрессом в области дополнительных и других технологий. В эпоху четвертой промышленной революции, искусственного интеллекта и цифровой трансформации одной из главных проблем для экономистов и политиков является влияние этих серьезных изменений на функционирование экономики, сможет ли цифровизация ускорить экономический рост и производительность труда.

Ключевые слова: цифровизация, экономический рост, инвестиции, модернизация, информационно-коммуникативные технологии, коммерциализация, инновации, трансформация, бизнес-модели

Быстрое развитие цифровой экономики становится одним из ключевых факторов глобального экономического роста. Цифровая экономика модернизирует традиционное производство и сферы услуг. Цифровизация упрощает торговые и закупочные процедуры, финансовые и логистические операции, и меняет структуру потребления.

Распространение инфекции COVID-19 в 2020 году привело к объявлению пандемии. Это повлияло на социально-экономическое развитие многих государств. На первый план вышли проблемы цифровизации. В результате многие области, города, поселки и сельские населенные пункты в Казахстане оказались изолированными. В то же время население вынуждено было переходить на дистанционный формат работы с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Поэтому особенно важно для Казахстана, как и для многих других развивающихся стран, использовать преимущества ИКТ и оценить уровень их развития для обеспечения быстрого экономического роста.

Априори могут существовать веские причины, по которым влияние ИКТ на экономический рост в развивающихся регионах отличается от более развитых. С одной стороны, регионы с низким уровнем развития могут не обладать достаточным потенциалом освоения, адекватным уровнем человеческого капитала или другими взаимодополняющими факторами, такими как расходы на исследования и разработки (НИОКР), и поэтому получают меньше инвестиций в ИКТ, чем развитые регионы.

Несмотря на довольно противоречивые эмпирические данные, Всемирный банк оптимистично считает, что ИКТ имеют большие перспективы для снижения уровня бедности, повышения производительности труда и ускорения экономического роста. Слабость и неоднозначность эмпирических данных о влиянии ИКТ в развивающихся странах во многом объясняется отсутствием высококачественных наборов данных на микро- и макроуровне по ИКТ для этих стран.

Рост производительности труда влияет на уровень жизни населения. В свою очередь, инвестиции в ИКТ рассматриваются как ключевой фактор роста производительности. Эта взаимосвязь изучалась в развитых странах на уровне фирм, отраслей и стран. Большинство исследований показывает, что эффект от использования ИКТ на производительность труда является положительным и экономически значимым. Так, развитые страны стараются все больше и больше инвестировать в инфраструктуру ИКТ, так как сегодня экономическое благополучие любой страны неразрывно связано с развитием цифровых технологий (см. Рисунок 1).

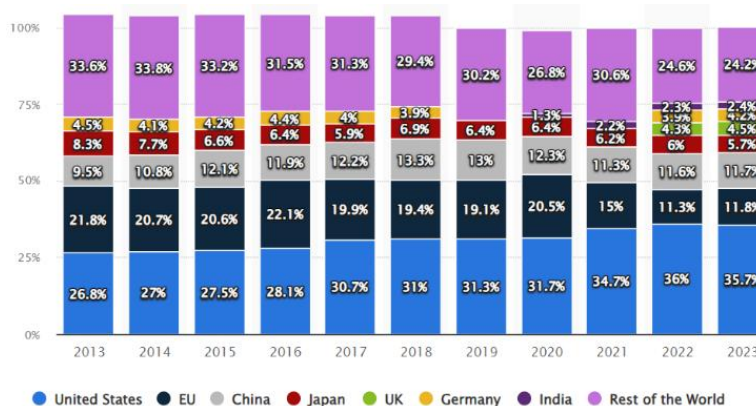


Рисунок 1. Доля мирового рынка информационно коммуникационных технологий (ИКТ) с 2013 по 2023 год с разбивкой по странам

Примечание – источник [1]

Взаимосвязь между автоматизацией или цифровой трансформацией и экономическим ростом имеет существенное значение, так как цифровая конвергенция положительно влияет на рост и развитие. Более широкий доступ к информации и возможности технологического сотрудничества могут способствовать созданию новых рабочих мест, передаче навыков, повышению эффективности и прозрачности в политике и бизнесе [2].

Йозеф Шумпетер считал технический прогресс – центром экономической динамики. Он объяснил, что инновации являются основным источником неравновесия в экономической системе и наиболее вероятным оружием, ведущим к ее разрушению. Й. Шумпетер обосновывал это двумя элементами:

1. Технические достижения, которые происходят, не являются одинаковыми или схожими во всей экономике, скорее, они ориентируются в определенных секторах, что приводит к структурной перестройке между ними.
2. Инновации приводят к возникновению экономических циклов с неравномерными периодами роста [3].

Таким образом, движущей силой трансформации цифровой экономики является использование информационных и коммуникационных технологий во всех сферах человеческой деятельности. В настоящее время научно-техническое развитие – трансформация науки и технологий есть ключевой фактор развития страны и обеспечения ее способности эффективного ответа на большие вызовы, рассматривается как стратегический путь социально-экономических преобразований в Казахстане.

Цифровая трансформация охватывает все аспекты экономики и предлагает эффективные способы их совершенствования вместе с развитием цифровых технологий, а именно:

- оптимизация процессов за счет внедрения новых технологий, позволяющих предприятиям автоматизировать более простые процессы и исключить промежуточные этапы более сложных процессов. Как следствие, повышение гибкости предприятий и более эффективное использование человеческих ресурсов могут быть достигнуты;
- поиск новых источников прибыли и конкурентоспособности, ставших возможными благодаря использованию цифровых технологий;
- новые стратегии взаимоотношений с клиентами, включающие персонализацию и привлекательность сервисной инфраструктуры, так как в условиях цифровой экономики поддержание необходимого уровня конкурентоспособности представителями бизнеса возможно только при использовании новых технологических моделей управления предприятием, в противном случае они будут поглощены продуктами развития цифровой экономики.

К современным управленческим практикам, определяющим признаки цифровизации, относятся: цифровые бизнес-модели (компания не продает оборудование, а продает его техническую поддержку); цифровое управление цепочками создания стоимости (создание

бизнес-платформы); цифровые бизнес-процессы (цифровизация всех процессов предприятия для функционирования

Основными факторами, препятствующими внедрению инновационных технологий, являются нехватка персонала с новыми компетенциями, организационная инертность и консерватизм в управлении. Цифровизация оказывает существенное влияние на способы организации и ведения бизнеса, его маркетинговые стратегии, обеспечение ресурсами, производственные и транзакционные издержки, которые в цифровой сфере резко снижаются или исчезают вовсе, а также на сетевой эффект и экономию от масштаба, которые становятся глобальными[4].

Цифровая трансформация может облегчить жизнь одним и усложнить другим. Она может стать двигателем, ускоряющим рост экономики, и в то же время препятствовать этому росту, если не будет создана соответствующая основа для ее внедрения. Последствия этого пока неясны и зависят от ряда различных факторов, включая уровень развития, сохраняющийся уровень безработицы, численность населения и качество человеческого и физического капитала.

Список литературы

1. Global ICT market share 2013-2023, by selected country by Statista Research Department, Jul 11, 2023.
2. Heidi Aly. Published in Review of Economics and Political Science: Digital transformation, development and productivity in developing countries: is artificial intelligence a curse or a blessing (2020).
3. Philippe Aghion(2018) Innovation and Growth from a Schumpeterian Perspective, 711 p.
4. L. P.Vasil'eva, O. A.Polyanskaya, K. V.Khartanovich, A. V.Milenkiy, S. V. Tereshchenko.(2021).Digital technologies in the economy: opportunities and threats.

Влияние процесса цифровизации на формирование и развитие человеческого капитала

С.В. Полевой¹, И. Бенсуна², З.С. Гельманова³

¹м.п.н., докторант кафедры экономики и международного бизнеса

²PhD, ассоциированный профессор в области стратегии Школы Бизнеса Эдинбурга

³к.э.н., профессор кафедр «Экономика и бизнес» и «Строительство»

polevoy_sergey@mail.ru¹, zoyakgiu@mail.ru³

¹Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

²Университет Хериота-Уатта, г. Эдинбург

³Карагандинский индустриальный университет, г. Темиртау

Аннотация: Процесс цифровизации в современном социуме влияет как позитивно, так и негативно на общественные институты и экономическое развитие. Однако, данный процесс является данностью современного научно-технического прогресса, без которого не возможен ни экономический рост, ни совершенствование общества. Поэтому современной экономической науке никак нельзя не учитывать колоссальное влияние данного процесса как экономическую систему в целом, так и на отдельные её составляющие. Человеческий капитал является важной частью формирования продуктивных экономических отношений, поскольку формирует компетенции и характер трудящегося в аспекте скорости и качества выполнения производственных задач. И поскольку человеческий труд является основой современного постиндустриального уклада экономики, рассмотрение влияния цифровой трансформации на данный аспект её развития поможет оценить важность данного процесса и предотвратить неверное пониманием его причин и последствий в регулировании различных видов хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: цифровизация, человеческий капитал, проблемы цифрового развития, обесценение труда, социальные институты, социальная трансформация.

В современной экономической мысли понятие человеческого капитала и подходы к трактованию его концепции проявились в 50-е годы XX века в трудах М. Фридмана, Дж. Минсера, а чуть позднее значительно популяризировались Г. Беккером и Т. Шульцем в 60-70х годах. Благодаря работе данных экономистов и их влиянию на экономический мейнстрим середины XX века, данная концепция и её показатели развития были приняты различными международными организациями в качестве индикаторов успешности развития экономических систем в аспекте их влияния на отдельного индивида [1,2].

Привлекательность и актуальность идеи учения о человеческом капитале была вполне обоснована, поскольку именно в период середины XX века, многие развитые государства Северной Америки и Западной Европы начали свой переход к постиндустриальной экономике, перенося свои производственные крупномасштабные производственные мощности в новые индустриальные страны.

Идея данного переноса состояла не только в желании уменьшить производственные издержки, но и в стремлении начать строительство «экономики знаний», как основы рыночного влияния. В связи с чем ставилась задача об улучшении не только уровня жизни населения в аспекте потребления благ, но и поддержания уровня развития индивида в профессиональном и творческом аспектах, в аспекте поддержания экономического, экологического и культурного качества его жизни, поскольку генерировать блага «экономики знаний» сможет только наиболее гармонично развитая личность в условиях социальной среды с наиболее облегченными условиями существования, сводящими на нет негативное влияние каких-либо возможных внешних факторов.

Необходимо было избавить человека от представления о нем как о винтике в системе индустриального хозяйствования, дать ему возможность почувствовать свою личность значимой в жизни в общества и в улучшении личностного и общего благосостояния. По этой причине государства постиндустриального типа решили отчасти ограничить человека в возможности стать среднестатистическим работником одного станка и мотивировать его стать полезным в инновационном развитии.

В конце 70-х годов точно стало понятно, что основным орудием труда подобного «креативного» и постиндустриального типа трудящихся станут различные информационные системы, поскольку основной фактор производства в экономике знаний это информация, а средства, позволяющие наиболее качественно и правильно её обработать в производственных целях, являются одними из ключевых благ в функционировании экономической системы данного концепта.

И овладение ими стало основной задачей как для ученых, систематизирующих и развивающих новые научные и инновационные подходы к производству, так и для работников бухгалтерии и торговли, у которых значительно увеличивался рост информации по платежам, за создаваемые на рынке блага, так и для работников маркетинговой и рекламной сферы, которым необходимо было учитывать и связывать различное количество факторов, для разработки наиболее выгодных методик продаж воедино. Реализация большего количества задач, стоящих перед данными основными группами трудящихся постиндустриальной экономики, не представлялась бы возможной без помощи электронно – вычислительным средств, позволявших ускорять информационные потоки, обработку числовой и текстовой информации, качественно её систематизировать, измерять и производить логические выводы.

Поэтому по мере совершенствования различных видов автоматизации и информационных систем обработки данных, формирование образовательной составляющей человеческого капитала не останавливается в аспекте обучения работников методам управления, функционирования и наиболее качественного использования необходимых им цифровых систем и механизмов. Данный процесс актуален и развивается и поныне, по мере появления различных новейших цифровых инструментов для трудовой деятельности. Во

многих аспектах такой подход к формированию и совершенствованию человеческих умений и способностей действительно определяет позитивный вектор экономического развития.

Однако, как и у любого фактора производства и орудия труда существует и обратная сторона цифрового влияния на каждую составляющую человеческого капитала. И её рассмотрение не менее важно, чем подчеркивание позитивных результатов цифровой трансформации.

Человеческий капитал представляет собой поистине многогранное понятие и явление. Он может выражаться в людских качествах в аспекте знаний, компетентности, навыков и качества жизни, определенного тремя предшествующими аспектами. Также человеческий капитал может проявлять себя в аспектах инвестиций в свое развитие. Например, таких как: воспитание детей, образование, производственное обучение, повышение квалификации, неформальное обучение, медицинской помощи, в культурных, в рекреационных практиках и т.д. Преимуществами от его роста является как экономическое благосостояние, так и здоровье, общественная вовлеченность индивида в процесс создания индивидуальных и коллективных благ, субъективное благополучие, самоактуализация в общественных и политических делах [3].

Если представить основные факторы развития человеческого капитала в обобщенной и более расширенной классификации, то можно обозначить их в аспекте его качественного формирования следующим образом:

- качество образования;
- качество развития профессиональных навыков;
- улучшение экономической эффективности;
- качество здравоохранения;
- качество развития личностных навыков.

К примеру, в аспекте образования и развития профессиональных навыков цифровизация значительно упрощает и ускоряет поиск информации, однако усугубляет вовлеченность своего потребителя, поскольку девальвируется ценность информационного ресурса, материалы которого достаются пользователю легким путем. Во – вторых, информация поступает в больших объемах и в источниках различного вида и качества, в связи с чем, выбор поистине ценных данных и материалов становится крайне трудоемким процессом для потенциального пользователя в лице исследователя, аналитика, работника учета или торговли. В результате неверная интерпретация полученных материалов, или получение абсолютно некорректных, устаревших сведений в первую очередь лишает индивида актуальных и эффективных для использования знаний, а во-вторых, дает ему ложное понимание о природе существующих процессов в контексте его трудовой профессиональной деятельности. Однако, не только работник-исполнитель подвержен негативному контексту цифрового процесса в рамках цифровизации. Работодатель, видя доступность информационных ресурсов, также снижает уровень заработной платы своим сотрудникам, порою обесценивая знания, накопленные долгим практическим опытом, и считая, что, сможет найти наиболее молодые и легко обучаемые кадры для своих производственных задач. Которые, по его мнению, быстрее и качественнее извлекут объем теоретических познаний для своей работы в силу более высокого уровня использования и обработки информации по сравнению со старшими поколениями трудящихся.

Таким образом, мы можем наблюдать пагубность широкого и открытого доступа к информации уже как минимум в двух выше представленных аспектах, которые в постиндустриальной экономике прямым образом негативно воздействуют на третий.

Если ранее бытовало мнение, что работа в цифровом поле значительно более безопасна для труда в аспекте здравоохранения (защиты от промышленной травматической опасности, то производственные болезни в аспекте ухудшения зрения, нарушений костной структуры и опорно-двигательного аппарата являются также «бомбой замедленного действия» для системы здравоохранения в её взаимодействии с теми гражданами, которые являются работниками, использующими цифровые средства труда.

К тому же, увеличение скорости коммуникационного делового процесса путем развития систем мессенджеров и электронных почтовых систем, не только улучшает скорость принятия производственных решений, но и значительно обедняет общение, без которого не возможен ни полноценный процесс творческого или научного дискурса, ни полноценное взаимодействие и регулирование производственных взаимоотношений, поскольку процесс онлайн общения, как бы это не было парадоксально, не только сближает, но одновременно и значительно дистанцирует коллег друг от друга. Это же в свою очередь негативно сказывается и на профессиональном развитии личности, и на её результатах в процессе деятельности, и на психологическом уровне удовлетворенности в коммуникации.

Несмотря на негативные последствия цифровой трансформации общества и экономических процессов, происходящих в нём, нельзя обратить вспять цифровые процессы, поскольку именно они являются основой, происходящей в данное время научно – технической революции в промышленности, являясь, по сути, локомотивом динамических изменений в постиндустриальной экономике.

Доценту кафедры экономической экономики, бухгалтерского учета и аудита Орловского государственного университета экономики и торговли, Самородовой Е.М. удалось провести корреляционный анализ взаимосвязи между индексом человеческого развития (фактически отражающим уровень развития человеческого капитала в стране за год) и индексом развития информационно – коммуникационных технологий. Корреляционная связь между индексом человеческого развития и индексом развития ИКТ за 2020 г., а также между ранговыми оценками стран мира в рейтингах по ИЧР и индексу развития ИКТ за 2020 г. Превышала значения в 0,95, являясь очень высокой [4].

Поэтому не остается никаких сомнений, что глобально развитие цифровых инструментов значительно усиливает показатели развития человеческого капитала, даже, несмотря на существующие негативные аспекты данного процесса.

И, исходя из вышесказанного для оптимизации процесса развития человеческого капитала, в рамках устранения негативных аспектов цифрового процесса, необходимо придерживаться рекомендаций, позволяющих сглаживать его негативный аспект.

Профессор и член-корр. Российской академии образования Григорьев С.Г. для решения образовательного и производственного контекста проблем человеческого капитала, связанных с цифровизацией, предлагает регулировать данный процесс определенной стандартизацией для каждой отрасли занятости в экономике, путем разработки системы управления на основе единства образовательной и кадровой политики на рынке труда с использованием информационных и цифровых технологий, которая, по его мнению, может быть реализована на практике и должна осуществляться с помощью:

- предупреждения безработицы путем формирования у молодежи устойчивых мотиваций к труду;
- адекватного профессионального выбора, получения профессий, пользующихся повышенным спросом на рынке труда;
- отслеживания текущего состояния рынка труда и образования в режиме реального времени и оперативно приниматься решения о происходящих процессах по вертикалям управленческих структур;
- формирования постоянных систем связи бизнеса, профессиональных организаций, занимающихся подготовкой кадров, с целью формирования единой государственной политики в данном контексте;
- создания и реализации методической системы, построенной на основе единства образовательной и кадровой политики в условиях многоуровневой информационно-цифровой образовательной среды [5].

Иными словами, только разрабатывая конкретные стандарты владения цифровыми инструментами, как в образовании, так и в производстве, удастся добиться смягчения негативных факторов диджитализации на практике. Данные стандарты должны быть четко оговорены в каждой функционирующей индустрии хозяйствования, и спрогнозированы на

хотя бы на минимальный период среднесрочной перспективы (от 1 до 3 лет), чтобы коренные цифровые изменения в отрасли не запутывали потенциального работника и большинство встречаемых им новаций носило сугубо малозначимый, мелкофункциональный характер.

По мнению доцента Байкальского государственного университета Силантьева А.В. управлять процессами человеческого развития на предприятии можно при помощи осуществления контроля за нововведениями, а также рационального использования элементов цифровизации в производственном процессе. А ключевым фактором сохранения конкурентоспособности коммерческих организаций при переходе на новую парадигму функционирования экономики является качество и скорость переобучения персонала, что непосредственно зависит от выбора технологии управления человеческим развитием [6].

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что процесс цифровизации является всего лишь одним из этапов научно-технического прогресса в экономике, и совершенно не стоит в рамках экономической парадигмы выстраивать вокруг него карго-культу, или настойчиво его игнорировать. Задача экономической и управленческой науки в рамках данного процесса – наиболее безболезненно адаптировать социум и систему хозяйствования к изменениям в нём, а также к его положительным и отрицательным проявлениям в хозяйственной практике, использование которых будет полезным для её оптимизации.

Список литературы

1. Григорьев К.Н. Трансформация понятия «человеческий капитал» // Социология. – 2020. – № 3. – С. 83–89.
2. Положихина М.А. Влияние цифровизации на формирование и использование человеческого капитала // Социальные новации и социальные науки. – Москва : ИНИОН РАН, 2021. – № 1. – С. 8–34 URL: <https://sns-journal.ru/ru/archive/> DOI: 10.31249/snsn/2021.01.03
3. Руководство по измерению человеческого капитала. Записка Целевой группы по измерению человеческого капитала // ООН. ЕЭК: Доклады Конференция европейских статистиков, 27–29 апреля 2016 г., Париж. – 2016. – 24 с. – URL: https://unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2016/mtg/CES_2RUS_Human_Capital_Guide.pdf (дата обращения 27.11.2023).
4. Самородова Е.М. Взаимосвязь цифровизации общественной жизни, национального человеческого капитала и социально-экономического благополучия: результаты корреляционного анализа // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Том 12. – № 1. – С. 25-44. – doi: [10.18334/vinec.12.1.114240](https://doi.org/10.18334/vinec.12.1.114240).
5. Григорьев С.Г., Лукин В.В., Лукин Д.В. Развитие человеческого капитала в условиях цифровизации. E-Management.2018;(2):13-19. <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2018-2-13-19>.
6. Силантьев А.В., Зеленина Э.А., Развитие человеческого капитала в условиях цифровизации экономики, Электронный научный журнал Байкальского государственного университета, Т. 13, № 3 ISSN 2411-6262, 2022 DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(2).35.

Современные тенденции использования искусственного интеллекта, риски внедрения и способы их преодоления в маркетинге

А.Б. Раимбеков¹, Н.Н. Гелашвили²

¹магистрант 1-го года обучения по специальности «It-предпринимательство и цифровая экономика»

²к.э.н., ассоциированный профессор кафедры экономики и международного бизнеса raimbekov01@mail.ru, denor1980@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В данной статье рассматриваются современные тенденции использования ИИ в маркетинге, анализируются риски его эксплуатации и предлагаются способы их преодоления. Предложены рекомендации по использованию искусственного интеллекта для преодоления рисков на основе комплексного подхода и улучшение стратегий маркетинга.

Ключевые слова: искусственный интеллект, ИИ в маркетинге, цифровой маркетинг, роль ИИ в маркетинге, риски внедрения, нейросети, тенденции развития в маркетинге, чат-боты, маркетинговые компании.

Сегодня, в эпоху стремительного развития информационных технологий, а также внедрения инноваций, технологии искусственного интеллекта (ИИ) все больше проникают в различные виды деятельности, в том числе и маркетинг. Так искусственный интеллект становится не просто инструментом, а невидимым союзником маркетологов, предоставляющим все больше различных уникальных возможностей для более точного анализа данных, прогнозирования потребительского поведения или более эффективного взаимодействия с аудиторией [1]. В данной статье будут изучены основные современные тенденции использования искусственного интеллекта в маркетинге, также будет проведен анализ рисков по эксплуатации данной технологии и выявление способов преодоления данных рисков.

Искусственный интеллект – это область информационных технологий, занимающаяся проектированием и реализации такого программного обеспечения, которое способно имитировать работу человеческого мозга. Такие программы основаны на алгоритмах машинного обучения, которые способны обучаться на основе опыта, анализировать входящие данные и принимать решения исходя из полученных данных. Как и любое ПО, главная цель любого искусственного интеллекта — это упрощение и автоматизация рабочих процессов. Однако технология нейросетей зачастую используется в сложных задачах, которые не поддаются формализации. Такими случаями могут быть:

- когда задачу невозможно задать в числовой форме;
- когда невозможно выразить точную целевую функцию решения задачи;
- когда не существует точного алгоритма решения задачи;
- когда на реализацию обычных алгоритмов требуется огромное количество времени и ресурсов.

В маркетинге технологии искусственного интеллекта также играют важную роль. Они помогают эффективнее взаимодействовать с колоссальными объемами данных, проводить анализ и выводить закономерности, которые помогают оптимизировать рекламные акции и персонализировать предложения, тем самым повышая конверсию. Важно понимать, что технологии ИИ не заменяют работу специалистов, а являются мощным инструментом, использующийся в задачах большого объема и сложности. Благодаря использованию таких технологий, различные компания и предприятия могут повысить свою конкурентоспособность и степень удовлетворенности своих клиентов [1].

Технологии искусственного интеллекта могут применяться в многих различных направлениях в маркетинге. Например, одним из основных направления, может быть, способность предсказания и на основе этого возможность предлагать релевантные рекомендации пользователям. Так алгоритмы могут предлагать персонализированные товары и услуги, основываясь на предпочтениях других пользователей со схожими предпочтениями, а также основываясь на поведении данного пользователя. Это не только повышает удовлетворённость клиентов, но и увеличивает продажи [2]. Примером использования алгоритмов в данном направлении является платформа электронной коммерции Amazon, который адаптирует собственный интерфейс и рекомендации под индивидуальные предпочтения покупателей на основе анализа его прошлых покупок и предпочтений других пользователей, тем самым предсказывая наиболее интересные товары для данного пользователя.

Другим направлением использования ИИ является помощь маркетологам в проектировании различных эффективных рекламных предложений. Создание контента

может оказаться очень трудоемким и длительным процессом. Технологии искусственного интеллекта в данной ситуации выступают в качестве контента-аналитика, который предлагает всю необходимую информацию, основываясь на анализе больших объемов данных и обратной связи с аудиторией. Так нейросеть способна предложить специалисту оптимальную стратегию размещения рекламы и выбрать наиболее подходящие методы ее распространения. В конечном итоге это приведет к максимизации отдачи от рекламного бюджета и достичь максимальной эффективности компании в области маркетинга [3]. Реальным примером использования искусственного интеллекта для проектирования эффективных рекламных предложений является платформа рекламной аналитики Google Ads. Google использует алгоритмы машинного обучения и нейронные сети для анализа множества данных, включая предпочтения пользователей, их поведенческие паттерны и реакции на различные виды рекламы. Иным примером может быть сервис Shinta, который представляет заголовки и тексты объявления на основе поисковых запросов.

Иным направлением использования ИИ в маркетинге является повышение качества обслуживаемых-клиентов. Такое направление реализуется через чат-боты, которые в свою очередь также используют нейросети для общения с клиентом в реальном времени. Это хороший способ для получения доверия и повышения вовлеченности клиентов. Чат-боты могут заменить службу поддержки для онлайн-пользователей, которая иногда может быть недоступна [3]. Примером является система чат-ботов компании Facebook: предприятия, использующие социальную сеть для бизнеса, могут настроить автоматизированных чат-ботов для ответов на часто задаваемые вопросы, предоставляя информацию о продуктах или услугах, а также для обработки заказов. Чат-боты способны адаптироваться к стилю общения клиента, анализировать его запросы и предоставлять необходимую информацию, тем самым повышая эффективность обслуживания клиентов и оставляя впечатление от персонализированного общения.

Также, искусственный интеллект в маркетинге может быть использован в контексте виртуальной реальности (VR). Например, в сфере розничной торговли, где бренды, такие как М.Видео и Леруа Мерлен, внедряют технологии дополненной и виртуальной реальности для улучшения опыта покупателей, ИИ может дополнить этот процесс, делая его еще более персонализированным и эффективным. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать предпочтения и поведение пользователей в виртуальных средах, предлагая индивидуализированные сценарии и предметы в зависимости от уникальных интересов каждого клиента. Такое взаимодействие не только делает покупки более удовлетворительными, но и усиливает воздействие маркетинговых усилий, создавая запоминающиеся и вовлекающие виртуальные покупательские сценарии.

Еще одним направлением ИИ в маркетинге является голосовой поиск, который становится все более популярным в наше время. Функции голосового поиска в различных сервисах также построены на технологиях нейросетей. Голосовой поиск способствует более удобному и естественному взаимодействию электронных пользователей на сайтах. Примером являются такие виртуальные ассистенты, как Amazon's Alexa, Google Assistant и Apple's Siri,, которые используют голосовой поиск для предоставления информации, выполнения задач и даже совершения покупок по голосовым командам пользователей. Такие технологии позволяют брендам адаптироваться к изменяющимся паттернам потребительского поведения и создавать персонализированные взаимодействия с клиентами, укрепляя свою позицию в сознании потребителей.

Несмотря на всю эффективность применения ИИ в маркетинге существует и ряд недостатков и рисков его использования. Согласно опросу, который проводился в США среди 1000 специалистов в области цифрового маркетинга, были выявлены 7 основных рисков при использовании ИИ в данной области [4].

1) Различные юридические и этические проблемы. Из 1000 опрошенных по цифровому маркетингу 14,8% считают юридические и этические проблемы самым важным риском. Проблема может возникнуть в связи с соблюдением законов о конфиденциальности данных.

Если компания собирает и использует данные пользователей без их явного согласия или не обеспечивает должный уровень защиты этих данных, это может привести к юридическим последствиям, таким как штрафы и судебные разбирательства. Этический вопрос возникает, когда алгоритмы принимают решения на основе личных данных, и пользователи не осведомлены о том, как их данные используются. Если система делает предположения о личных характеристиках или предпочтениях без ясного информирования и возможности контроля со стороны пользователя, это может вызвать беспокойство в отношении прозрачности и справедливости.

2) Отсутствие поисковой оптимизации. Проблема заключается в том, что при внедрении технологий искусственного интеллекта, учитывая всю его эффективность, некорректная его реализация может привести к недостаточной видимости в поисковых системах. Особенно такой риск возникает, когда ИИ определяет персонализированный контент для пользователей, что может привести к проблемам и упущенным возможностям в области поисковой оптимизации. Поддержание корректной структуры сайта, использование соответствующих метаданных и выбор ключевых слов становятся неотъемлемыми, даже при внедрении ИИ. Эффективная поисковая оптимизация (SEO) остается ключевым элементом успешной цифровой стратегии, обеспечивая максимальную видимость в поисковых результатах и, следовательно, привлекая клиентов.

3) Неверная информация. В данном случае проблема заключается в том, что при эксплуатации технологии искусственного интеллекта в маркетинге могут возникнуть некорректные данные или недостоверная информация. Для маркетологов критически важно, чтобы предоставляемая информация была точной независимо для кого производится работа: для клиентов, целевой аудитории или широкой общественности (например, в поисковых результатах Google). Несмотря на общее предположение о точности технологии искусственного интеллекта, примером может служить ChatGPT, который на момент сбора данных мог предоставлять информацию только до 2021 года.

4) Неестественный или роботизированный контент. Иногда контент, сгенерированный искусственным интеллектом, может выглядеть неестественным. Несмотря на постоянное улучшение «речевых паттернов» ИИ, такая проблема остается актуальной по нынешний день. Хотя и не всегда можно определить конкретные наглядные детали роботизированного текста, однако присутствующее ощущение неестественности может отталкивать пользователей.

5) Чрезмерная зависимость. При чрезмерном использовании технологии искусственного интеллекта существует риск возникновения зависимости от данной технологии, что может привести к снижению уровня сотрудничества и креативности среди специалистов. Также со временем маркетолог или маркетинговое агентство могут отдать значительную часть своей работы данной технологии, что может снизить уровень компетентности в будущем. Если представить, что будущее маркетинга полностью зависит от технологий искусственного интеллекта, это может угрожать разнообразию и креативности, которые приносит человеческое вмешательство.

6) Слишком похожий контент. При первом знакомстве с технологией искусственного интеллекта, например, ChatGPT, ее ответы могут казаться удивительными. Они могут быть разнообразными, захватывающими и, возможно, похожими на человеческие. Однако, когда эти ответы повторяются сотни или тысячи раз, контент быстро становится однообразным и даже утомительным. Появляется эффект механического повторения, где кажется, что каждый ответ похож на предыдущий.

7) Недостаток персонализации. Риск недостаточной персонализации в сфере цифрового маркетинга несет серьезные последствия, учитывая, что 49% потребителей высказывают мнение, что персонализированный опыт покупок существенно повышает вероятность того, что они станут постоянными клиентами. В контексте этих данных становится ясно, что применение методов персонализации в маркетинговых кампаниях становится жизненной необходимостью.

Для преодоления выявленных рисков можно придерживаться следующих рекомендаций:

1. Соблюдение юридических законов о конфиденциальности данных и этическое использование данных: для соблюдения юридических законов необходимо периодически проверять соблюдение компанией законах о конфиденциальности данных, а также регулярно обновлять политику конфиденциальности, предоставляя пользователям полную информацию о целях и способах использования данных. При решении этических проблем следует обеспечивать прозрачность в работе алгоритмам, предоставляя пользователям контроль над своими данными и информации о том, как эти данные будут использоваться.

2. Специализированная поддержка SEO и контроль структуры метаданных: следует придерживаться правильной структуры сайта, использовать соответствующие метаданные, акцентировать внимание на выборе ключевых слов, даже при использовании ИИ. Также можно интегрировать алгоритмы ИИ с инструментами SEO для улучшения видимости контента, обеспечивая тесное взаимодействие между командами ИИ и SEO. Так можно гарантировать, что персонализированный контент не вступает в противоречие с оптимизацией для поисковых систем.

3. Постоянный мониторинг данных: необходимо внимательно следить за данными, генерируемыми ИИ для того, чтобы удостовериться в их точности перед включением в маркетинговые кампании, а также предоставлять актуализированную информацию пользователям и клиентам при использовании генеративных алгоритмов.

4. Контроль качества контента: регулярно оценивайте генерируемый ИИ контент и проводите тестирование на его естественность. Также внедряйте элементы человеческой креативности в маркетинговые стратегии для создания более естественного взаимодействия.

5. Разнообразие стратегий: разработка разносторонних маркетинговых стратегий, которые включают как технологии ИИ, так и творческие подходы человека могут снизить риск чрезмерной зависимости. Таким образом необходимо равновесие между использованием ИИ и участием человека, чтобы избежать чрезмерной зависимости от технологии.

6. Диверсификация контента: для решения риска связанного с похожим контентом необходимо создавать разнообразный контент с использованием как технологии ИИ, так и ручного творчества, регулировать и управлять параметрами ИИ, чтобы предотвратить механическое повторение ответов.

7. Глубокая персонализация: при недостатке персонализации рекомендуется использовать алгоритмы ИИ для создания уникальных и персонализированных предложений, которые соответствуют интересам каждого клиента. Интегрирование обратной связи с пользователями также способствует дальнейшему совершенствованию персонализации.

Также помимо указанных рекомендаций, существуют и общие советы по преодолению различных рисков, связанных с использованием ИИ:

1) Обучение персонала: регулярное обучение сотрудников по этике и юридическим нормам в области использования ИИ в маркетинге, а также стимулирование командной работы между специалистами по ИИ, SEO и маркетингу для обеспечения комплексного подхода.

2) Мониторинг трендов: слежка за развитием технологий и трендами в области ИИ и цифрового маркетинга, чтобы оперативно реагировать на изменения и улучшать стратегии.

3) Обратная связь пользователей: вовлечение пользователей в процесс обратной связи по использованию ИИ в маркетинге, чтобы понимать их ожидания и оптимизировать стратегии.

В заключение, можно отметить, что использование технологий искусственного интеллекта и алгоритмов автоматизации в маркетинге становится все более популярным и важнейшим фактором для достижения успеха в бизнесе. Использование подобных технологий помогает не только сократить время, но и снизить затраты на проведение маркетинговых кампаний, а также повысить их эффективность. На данный момент ИИ используются в следующих основных тенденциях:

- 1) Предсказание и предоставление персонализированных рекомендаций
- 2) Анализ и рекламная аналитика
- 3) Чат-боты и обслуживание клиентов
- 4) Виртуальная реальность и персонализированный опыт
- 5) Голосовой поиск и виртуальные ассистенты

Прогнозы на будущее развитие данных технологий показывают, что использование ИИ будет только усиливаться в маркетинге. С развитием технологий и алгоритмов ИИ, будут появляться новые способы использования данной технологии в маркетинге [5].

Однако, необходимо принимать во внимание и риски, которые могут возникнуть в результате использования искусственного интеллекта в маркетинге, таких как недостаточная точность алгоритмов или нарушение конфиденциальности данных. Следовательно, необходимо предпринимать меры по преодолению проблем, связанных с использованием нейросетей, например, обеспечение безопасности данных и тестирование алгоритмов на реальных данных.

В целом, использование алгоритмов искусственного интеллекта в маркетинге позволяет повысить эффективность и производительность маркетинговых кампаний, а также получить новые возможности для анализа и оптимизации данных. Вместе с тем, необходимо учитывать потенциальные риски и проблемы и предпринимать меры по их снижению для достижения максимальной эффективности использования ИИ и автоматизации в маркетинге.

Список литературы

1. <https://dzen.ru/a/ZPrmC4mAcRkCmdON>
2. <https://nauchniestati.ru/spravka/ii-v-marketinge/#>:
3. <https://vc.ru/u/1064394-webcom-kazakhstan/799927>
4. <https://neilpatel.com/blog/disadvantages-of-ai-marketing/>
5. <https://vigochno.org/info/articles/iskusstvennyy-intellekt/budushchee-marketinga/>

Цифрландыру жағдайындағы еңбек нарығын мемлекеттік реттеудің теориялық аспектілері

Райханова Г.А.¹, Бюрабеков Б.Е.²

¹Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының э.ғ.к., қауымдастырылған профессор,

²Экономика мамандығы бойынша 2-ші курс магистранты.

gulnurraihanova@mail.ru, asta03091@mail.ru

Қарағанды Бөкетов Университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада еңбек нарығының теориялық аспектілері қарастырылған. Жұмыспен қамтудың классикалық теориясының өкілдерінің негізгі постулаттары келтірілді. Еңбек нарығы теориясының негізін қалаушылар бұл саланы негізінен экономикалық тұрғыдан санаттағанына қарамастан, еңбек нарығының институционалдық теориясы дамыған сәттен бастап әлеуметтанулық компонентке үлкен мән берілді.

Кілт сөздер: еңбек нарығы, классикалық теория, монетаристік теория, Кейнсиандық теория.

Еңбек нарығы мәселелерін және оны реттеудегі мемлекеттің ролін теориялық зерттеудің басталуы ХІХ ғасырдың екінші жартысы мен ХХ ғасырдың басына жатады. Еңбек нарығының проблемаларын теориялық зерттеудің жалпыға бірдей танылған ата-бабалары-жұмыспен қамтудың классикалық теориясының өкілдері А.Смит, В. Петти, Д. Рикардо, Ж.Б. Сэй, Дж. Локк. Олардың ғылыми көзқарастары еркін бәсекелестік болған және нарықтық жүйе әлі терең экономикалық дағдарыстарды бастан өткермеген уақытта қалыптасты [1].

Жұмыспен қамтудың классикалық теориясының өкілдері, соның ішінде Жан Батист Сэй, нарықтық реттеушілердің құдіреті мен мызғымастығына сенді. Осыған байланысты, Жұмыспен қамтудың классикалық теориясы өкілдерінің негізгі постулаты мемлекеттің еңбек нарығы мәселелеріне араласпау саясаты болып табылады. Классикалық модель еңбек нарығының өзін-өзі реттеу принципіне негізделген [2].

Ғалымдардың пікірінше, нарықтық жүйенің өзі еңбек нарығындағы сұраныс пен ұсыныстың тепе-теңдік жағдайына байланысты толық жұмыспен қамтуды қамтамасыз ете алады. Бұл ретте нарықтағы жұмыс күшіне сұраныс пен ұсыныстың теңгерімділігі жалақымен қамтамасыз етіледі. Классикалық саяси экономикада еңбек нарығы басқа нарықтарға (капитал, тауарлар) ұқсас болды және толық жұмыспен қамту жағдайына сәйкес келетін мінсіз бәсекелестік жағдайында тепе-теңдікке ұмтылды. Джон Локк бұл дүниеде бізге ұнайтын заттардың құнының әлдеқайда көп бөлігін құрайтын барлық заттардың құнының айырмашылығын тудыратын еңбек деп ұсынды [3]. Оның идеясын Адам Смит дамытты, ол байлықтың негізгі көзі тауар мен сату объектісі болып табылатын еңбек болып табылатын құндылық туралы еңбек теориясын құрды.

Адам Смит жасаған еңбек құндылығы теориясын Карл Маркс дамыта берді, ол жұмысты абстрактілі және нақты деп бөлді. Марксистік (саяси) еңбек теориясына сәйкес еңбек нарығында сату объектісі еңбектің өзі емес, жұмысшының еңбекке қабілеттілігі, яғни жұмыс күші болып табылады. Жұмыс күшінің бағасы жұмыс күшінің сұранысы мен ұсынысына әсер етеді, осылайша олардың тепе-теңдігін сақтайды. Жалақы деңгейі өзгерген кезде еңбекке деген сұраныс пен ұсыныс реттеледі. Карл Маркс "еңбек" ұғымының адам мен табиғат арасындағы процесс ретіндегі алғашқы анықтамаларының біріне жатады, онда адам өзінің іс-әрекеті арқылы өзі мен табиғат арасындағы метаболизмге делдалдық етеді, реттейді және бақылайды.

XIX ғасырдың екінші жартысында классикалық және марксистік саяси экономиканың орнына экономикалық теорияның неоклассикалық бағыты келді, оның өкілдері Дж. Кларк, А. Пигу және т.б. Жұмыспен қамтудың классикалық теориясынан айырмашылығы, еңбек нарығының неоклассикалық моделі оның шекті пайдалылығының мөлшеріне байланысты еңбек құнын анықтады. Егер еңбек нарығының классикалық теориясында табыстың барлық түрлері тек еңбек арқылы жасалады деп айтылса, онда неоклассикалық-табыс өндірістің барлық факторларымен жасалады. Неоклассикалық еңбек нарығы дегеніміз-еңбек сатып алу-сату объектісі болып табылатын өндіріс факторлары, ал еңбек бағасы сұраныс пен ұсынысқа байланысты есептеледі. Мұндай жағдайларда адам ресурстарына инвестициялар экономикалық өсудің негізгі қозғаушы күші ретінде танылды. Тарихи тұрғыдан неоклассицизмнің 4 бағыты бар:

- Математикалық мектеп (Л. Вальрас, В. Парето) – Математикалық талдау арқылы еңбек нарығындағы сандық тәуелділіктер анықталды, жалпы экономикалық тепе-теңдік теориясы жасалды;

- Жұмыспен қамтудың айырбастау тұжырымдамасы (Дж. Гилдер, А. Лаффер, М. Фельдштейн) - еңбек нарығын реттеудің негізі ретінде жұмыс күшінің сұранысы мен ұсынысына әсер ететін және олардың тепе-теңдігін реттейтін жалақы деңгейі танылады;

- Австрия мектебі (К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер) - субъективті тұжырымдама жасалды, оған сәйкес тауардың құны қажеттіліктерді қанағаттандырудың маңыздылығы мен олардың қанығу дәрежесіне байланысты;

- Кембридж мектебі (А. Маршалл) – нарықтық экономиканың мінсіз бәсекелестігі жағдайында мемлекеттің араласуынсыз жаппай жұмыссыздыққа жол бермеу мүмкін деген болжам.

Еңбек нарығының монетаристік моделінің өкілдері М. Фридмен мен Э. Фелпс болды. Монетаристер Жұмыспен қамтудың ұтымды деңгейі баға механизмі негізінде анықталады деп есептеді. Бұл ретте еңбек нарығы жұмыссыздықтың табиғи деңгейі болған кезде тепе-теңдікке келуге қабілетті өзін-өзі реттейтін жүйе түрінде ұсынылады. Монетаристер кез-

келген уақытта жалақы мөлшерлемесінің құрылымындағы тепе-теңдікке сәйкес келетін табиғи жұмыссыздық деңгейі бар деп сендірді.

Монетаристік бағытқа сәйкес, еңбек нарығының тұрақсыздығының себебі оның мемлекеттің шамадан тыс реттелуі болды, нәтижесінде нарық нарық болуды тоқтатты. Оны тепе - теңдікке келтіру үшін монетаристер ақша-несие саясаты арқылы жұмыспен қамтуды ынталандыруды ұсынды. Еңбек нарығының кейнсиандық моделі бұрынғы тұжырымдамаларға айтарлықтай қайшы келді. Джон Кейнс нарықтық экономика жағдайында толық жұмыспен қамту мүмкін емес және жұмыссыздықтың себептері өзін-өзі реттемейтін және өзін-өзі реттей алмайтын экономикалық жүйеде жатыр деп сендірді. Кейнсиандық теория тұрғысынан еңбек нарығының негізгі параметрлері-жұмыспен қамту және жұмыссыздық деңгейі, жұмысқа деген сұраныс, еңбек нарығында белгіленбейтін нақты жалақы деңгейі, бірақ инвестициялық және тұтыну тауарлары мен қызметтері нарығындағы тиімді сұраныстың мөлшерімен анықталады. Еңбек нарығында жалақы деңгейі және оған байланысты еңбек ұсынысы ғана белгіленеді. Бұл ретте еңбек ұсынысының шамасы нақты жұмыспен қамтуды қалыптастырмайды, ал жұмыс күшіне сұраныс жиынтық сұраныс, өндіріс көлемі мен инвестициялар есебінен қалыптасады.

Осылайша, мәжбүрлі жұмыссыздықтың болуы бюджеттік және несиелік реттеудің ынталандыру шаралары арқылы жоюға болатын жиынтық тиімді сұраныстың болмауына байланысты. Мемлекет жиынтық сұранысты арттыру арқылы еңбекке деген сұраныстың артуына ықпал ете алады, бұл өз кезегінде жұмыссыздықтың төмендеуіне және жұмыспен қамтудың өсуіне әкеледі. Кейнсиандық тұжырымдамаға сәйкес жұмыспен қамтудың тиімді құралы мемлекеттік инвестициялық қызметті кеңейту болып табылады.

Кейнсиандық теория 25 жылдан астам уақыт бойы капиталистік елдер экономикасының тұрақты дамуына, жұмыссыздықтың төмендеуіне және жұмыспен қамтудың артуына ықпал етті. Алайда, XX ғасырдың ортасына қарай Кейнс ұсынған еңбек нарығын реттеудің мемлекеттік әдістері жұмыссыздықпен күресте тиімсіз болып шықты. Мысалы, егер 60-жылдардың ортасында XX жұмыссыздық деңгейі 3-4% аралығында өзгерсе, онда үш онжылдықта ол 6-8% - ға дейін өсті. Дағдарыстық жағдай еңбек нарығының монетаристік моделінің әдістеріне қайта назар аударуға мәжбүр етті. Мұндай жағдайларда нарықтық өзін-өзі реттеудің икемділігін мемлекеттік басқарудың тұрақтылығымен байланыстыратын неоклассикалық синтездің пайда болуы табиғи болды. Неоклассикалық синтездің өкілдері - Х. Ламперт, П. Самуэлсон, Дж. Хикс. Олардың тұжырымдамасы классиктердің макроэкономикалық идеяларын кейнсиандықтың макроэкономикалық талдауымен синтездеу болды, онда фискалдық және ақша-несие саясатының үйлесімі жұмыс күшіне деген қажеттіліктің төмендеуі жағдайында да жұмыспен қамтудың жоғары деңгейін қалпына келтіруге әкеледі. Басқаша айтқанда, еңбек нарығының тиімділігін арттыру үшін нарықтық реттегішті мемлекетке немесе керісінше өзгертпеу керек, бірақ реттеудің аралас түріне көшу керек. Неоклассикалық синтез теориясының тиімділігінің негізгі күрделілігі нарықтық өзін-өзі реттеудің экономикаға мемлекеттік әсердің тұрақтылығымен оңтайлы үйлесімін табу болып табылады. Неоклассикалық синтездің бағыты экономикалық - математикалық байланыстардың әдістерін әзірлеумен сипатталады, оған сәйкес экономиканы мемлекеттік реттеу нарықтық реттеуге қарағанда үлкен маңызға ие. XIX ғасырдың аяғы мен XX ғасырдың басында институционалдық бағыт қалыптасуда, оған сәйкес еңбек нарығындағы мәселелерді институционалдық реформалар арқылы шешуге болады. Институционалистер кәсіподақтардың жұмыс істеуі, ұжымдық шарттар жасасу және экономикаға әлеуметтік бақылауды күшейту мәселелеріне ерекше назар аударды. Институционалдық теория классикалық экономикалық мектеп ұсынған еңбек нарығының біртектілігі және жұмыспен қамту қатынастарының ашықтығы туралы ережелерді жоққа шығарады. Бұл бағытты теориялар бойынша бөлген жөн:

- Еңбек нарықтарын сегменттеу теориясы (Д. Данлоп, П. Дерингер, Д. Гордон, М. Пиори және т. б.) – еңбек нарығында бәсекелес емес топтардың болуының себебі сұраныстың нақты

құрылымы танылды, "жұмыс орындарының кластерлері" ұғымы енгізілді, ішкі және сыртқы бәсекеге қабілетті еңбек нарықтары бөлінді;

– Адами капитал теориясы (Г. Беккер, Г. Шульц, Я. Минсер) - жалақы мен еңбек өнімділігінің деңгейі адами капиталды дамытуға, білім беруге, денсаулық сақтауға және еңбек нарығындағы ұтқырлыққа салынған инвестиция деңгейіне байланысты[4];

– Жұмыспен қамтудың келісімшарттық теориясы (М. Бэйли, Д. Гордон, К. Азариадис) - жұмыс берушілер мен жұмысшылар ұзақ мерзімді келісімшарттық қатынастарға түседі, нәтижесінде олар "жасырын келісімшарт" пайда болады, олар заңды нормаларға байланысты емес, экономикалық тұрғыдан өзара тиімді болғандықтан;

- Тиімділік теориясы (Г. Демсетц, Д. Норт) - институттар бизнесті әлеуметтік бақылау жүйесін, оның ішінде нарықтық қатынастарды мемлекеттік реттеудің тиімді әдістерін өз бетінше таңдайтын қоғамның қажеттіліктерін барынша тиімді қанағаттандыруға бейімделеді.

Еңбек және жұмыспен қамту нарығының негізгі тұжырымдамалары мен теорияларымен қатар, кеңестік және посткеңестік кезеңдердегі еңбек нарығын мемлекеттік реттеу мәселелеріне кейінгі көзқарастарды атап өту қажет. Мәселен, кеңестік кезеңдегі еңбек нарығын басқару Еңбек ресурстарын жоспарлы бөлу мен пайдаланудың әкімшілік-командалық әдістерімен сипатталады. Жұмыс күшін сатып алу-сату объектісіне жатқызу мүмкін естігіне байланысты мұндай еңбек нарығы қалай болған жоқ. XX ғасырдың 80-ші жылдарының соңында социализм кезінде" жартылай еңбек нарығының теориясы " ұсынылды, оған сәйкес еңбек нарығы мемлекеттік секторға Жатпады, бірақ экономиканың жеке салаларына қолданылды. Осы кезеңнің соңына қарай Кеңес Одағының ыдырауы қарсаңында ғалымдар "еңбек нарығының деформацияланған формасының теориясын" ұсынды.

XXI ғасырдың басында ресейлік ғалымдар "толыққанды еңбек нарығының теориясын" ұсынды, оған сәйкес толыққанды өркениетті еңбек нарығы жұмыс күшіне сұраныс пен ұсыныс еркіндігін, жұмыс күшінің еркін бағасын және азды-көпті беделді кәсіптер, жұмысшылар мен жұмыс берушілер және т.б. арасындағы тамаша бәсекелестікті ұсынады.

Бүгінгі таңда орыс тілді ғылыми әлемде "еңбек нарығы" ұғымын экономикалық немесе әлеуметтік категорияға жатқызуға қатысты консенсус жоқ. Еңбек нарығы теориясының негізін қалаушылар бұл саланы негізінен экономикалық тұрғыдан санаттағанына қарамастан, еңбек нарығының институционалдық теориясы дамыған сәттен бастап әлеуметтанулық компонентке үлкен мән берілуде. Әлеуметтік-экономикалық қатынастар ұйымдық-экономикалық, техникалық-экономикалық, құқықтық және әлеуметтік-мәдени қатынастар кешені болып табылады.

Әлеуметтік-еңбек қатынастары деп адамдардың еңбек қызметі процесінде өзара қарым-қатынас жүйесі түсініледі, оның негізгі элементтері: еңбек нарығы және жұмыспен қамту; әлеуметтік серіктестік; халықтың өмір сүру деңгейі және жұмысшылардың табысы; еңбекті ұйымдастыру және қорғау; еңбек тиімділігі және оларға қанағаттану. Еңбек қатынастары-бұл кәсіби, біліктілік және зияткерлік еңбек қабілеттерін қалыптастыру, еңбекті бөлу және айырбастау, оны реттеу және іске асыру процесінде адамдар арасында туындайтын байланыстар мен қатынастар жүйесі. Осылайша, осы уақытқа дейін орыс тілді экономикалық әдебиеттерде еңбек нарығына қатысты қатаң ғылыми жүйе қалыптаспаған, көбінесе терминдер бір-біріне тікелей қайшы келетін әртүрлі тәсілдермен түсіндіріледі. Сонымен қатар, зерттеушілер еңбек нарығындағы сатып алу-сату объектісі – Еңбек, жұмыс күші немесе еңбек қызметі туралы дауласады. Ғылыми әлемде категориялардың қайсысы негізгі болып табылатыны туралы консенсус жоқ: "жұмыспен қамту", "еңбек нарығы", "еңбек ресурстары нарығы", "Еңбек қызметтері нарығы" немесе "жұмыс күші нарығы" және оларды ажырату қажеттілігі бар ма. Сонымен қатар, көптеген дереккөздерде "Еңбек" және "жұмыспен қамту" көбінесе синоним ретінде жіктеледі, алайда В.В. Чембровский, Э.Р. Саруханов, А.Э. Котлярдың зерттеулері еңбек үзіліспен сипатталатынын дәлелдеді, өйткені ол жұмыс уақытының белгілі бір бөлігінде жүреді, демалыспен және басқа да қызмет түрлерімен жүйелі түрде ауысады.

Тұрақсыз экономикалық жағдайдың салдарынан қызметкер тұрақты жұмыспен қамту жағдайында да толық әлеуметтік қорғалмайды, осыған байланысты ол еңбек нарығындағы жағдайды үнемі талдауға және кез-келген уақытта жаңа жұмыс іздеп шығуға дайын болуға мәжбүр болады. Осыған байланысты біз қазіргі еңбек нарығына мемлекет тарапынан реттеу қажет деген пікірге келісетін зерттеушілердің көпшілігін қолдаймыз. Отандық ғалым Р.А. Байжолованың пікірінше, қазіргі әлемде әлеуметтік-еңбек қатынастары мен ұлттық еңбек нарықтары қуатты мемлекеттік реттеуді талап етеді. Сонымен бірге, И.Е. Золин, Д.Г. Щипанова және Р.Л. Агабекянмен келісу керек, мемлекеттік реттеу шараларына қарамастан, қазіргі заманғы еңбек нарығы әлі де болса, ресми статистика және мемлекеттік органдардың институционалдық бақылауы шеңберінен тыс, айтарлықтай дербес өмір сүреді. Теориялық көзқарасқа қарамастан, қазіргі уақытта ұлттық еңбек нарықтарының жаһандануы мен дағдарыстық құбылыстар дамыған елдердің ұлттық үкіметтерін проблемаларға жаңа көзқараспен қарауға мәжбүр етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Петти В., Смит А., Рикардо Д. Антология экономической классики / М.: Эконов, 1993. – Т. 1. – 486 с.
2. Орешин В. П. Государственное регулирование национальной экономики. – М.: Инфра-М, 2001. – 272 с.
3. Локк Д. Сочинения: в 3 т. // Два трактата о правлении. – М., 1988. – Т. 3. – 135 с.
4. Becker G. S. Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education. / University of Chicago press. – 2009. – 44 p.
5. Рынок труда: учебник / под ред. В.С. Буланова, Н.А. Волгина. – М.: Экзамен, 2000. – 409 с.

Торговая политика Республики Казахстан на современном этапе

Е.О. Рахимкулов¹, А.Е. Болатов², С.Т. Мусина³

¹студент 2-го года обучения по специальности «Финансы»,

²студент 2-го года обучения по специальности «Государственное управление»,

³м.э.н., ст. преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса

erahimkulov99@gmail.com, aiarbolatov5@gmail.com

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы внешнеторговой политики Республики Казахстан, которые занимают особое место в правительственных программах, либерализации внешнеэкономической деятельности, налаживанию и укреплению внешнеэкономических связей, рационализации структуры экспорта и импорта, в целях повышения конкурентоспособности отечественных товаров и услуг.

Ключевые слова: Торговая политика, импорт, ресурсы, экспорт.

Республика Казахстан, играя важную роль на мировой экономической арене, активно формирует и реализует свою торговую политику, направленную на стимулирование экономического роста, диверсификацию и укрепление международных партнерств. В последние десятилетия Казахстан активно развивает свою внешнеторговую политику, ориентируясь на стимулирование экономического роста, разнообразия и устойчивости. Одним из ключевых направлений торговой политики Казахстана является стремление к диверсификации экспортной базы. Если ранее основной акцент делался на углеводородах, то в настоящее время активно развиваются неэнергетические сектора. Это включает в себя увеличение экспорта сельскохозяйственной и промышленной продукции, что способствует устойчивости внешнеторгового баланса. Казахстан активно интегрируется в мировые торговые системы, поддерживая открытые и свободные рынки. Ряд подписанных торговых

соглашений с различными странами и торговыми блоками стимулирует увеличение объемов международной торговли и привлекает инвестиции в стране.

Акцент на поиске и развитии новых рынков сбыта становится ключевым элементом стратегии торговой политики. Казахстан углубляет сотрудничество со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, Европы и Ближнего Востока, расширяя географию своих экспортных возможностей.

Развитие торговой инфраструктуры играет важную роль в обеспечении эффективности международной торговли. Инвестиции в транспортные и логистические системы способствуют снижению издержек и улучшению конкурентоспособности продукции на мировых рынках. Торговая политика Казахстана также ориентирована на поддержку национальных производителей. Реализация программ стимулирования и инcentивов способствует развитию местных предприятий и увеличению производства товаров с высокой добавленной стоимостью. Несмотря на успехи, перед Республикой Казахстан стоят вызовы, такие как воздействие изменчивости цен на энергоресурсы и конъюнктуры мировых рынков. Тем не менее, развитие гибкой и адаптивной торговой политики. Давайте рассмотрим основные аспекты политики, основанные на статистических данных и их анализе.

Первый аспект торговой политики нашей страны характеризует тенденции внешнеторговой активности:

- Энергетика: Как страна, богатая энергетическими ресурсами, Казахстан активно экспортирует углеводороды, особенно нефть и газ. Стабильность в этом секторе остается ключевым фактором в экономике страны.

- Расширение торговых партнеров: Казахстан стремится диверсифицировать свои внешнеэкономические связи, активно развивая торговые отношения с Азиатско-Тихоокеанским регионом, Европейским Союзом и другими ключевыми игроками.

- Инфраструктурные проекты: Участие в масштабных инфраструктурных и транспортных проектах, таких как «Новый Шелковый путь», способствует расширению географии экспорта и импорта.

Немаловажным аспектом торговой политики Казахстана являются её вопросы и проблемы:

- Зависимость от энергетики: Высокая зависимость от высокоэнергетичных ресурсов оставляет экономику уязвимой к колебаниям цен на нефть и газ на мировых рынках.

- Диверсификация экспорта: Необходимость активной диверсификации экспортного портфеля для уменьшения зависимости от одного сектора.

- Торговый дисбаланс: Неравномерность в структуре внешнеторгового обмена, в том числе тенденция к дефициту торгового баланса.

В связи с выделенными выше вопросами и проблемами следующий аспект торговой политики Республики Казахстан включает решения и инновации:

- Стимулирование Новых Секторов: Развитие новых отраслей экономики, таких как информационные технологии, сельское хозяйство и туризм, для уменьшения зависимости от энергетики.

- Торговые Соглашения: Активное участие в многосторонних и двусторонних торговых соглашениях для расширения рынков сбыта и увеличения объемов экспорта.

- Инфраструктурные Инвестиции: Вложения в инфраструктурные проекты, улучшение транспортной логистики для увеличения эффективности внешнеторговых операций.

Ключевым аспектом торговой политики Казахстана является стремление к либерализации внешнеэкономической деятельности. Это включает в себя:

- Снижение Торговых Барьеров: Инициативы по устранению торговых барьеров с целью создания благоприятной среды для бизнеса и стимулирования международной торговли.

- Упрощение Таможенных Процедур: Внедрение электронных систем и процессов для ускорения таможенных процедур и улучшения эффективности грузоперевозок.

- Стимулирование Экспорта: Разработка программ по поддержке экспортеров, включая предоставление финансовых инструментов и консультационную поддержку.

Немаловажным аспектом торговой политики любой страны является укрепление внешнеэкономических связей:

- Диверсификация Торговых Партнеров: Казахстан активно развивает отношения с различными странами и регионами, стремясь диверсифицировать свой экспортно-импортный портфель.

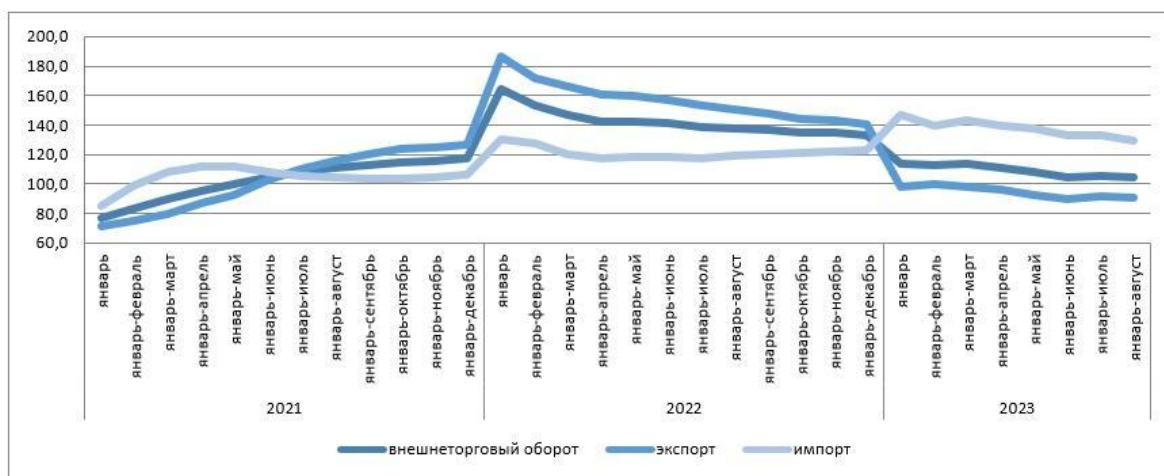
- Участие в Международных Проектах: Активное участие в масштабных инфраструктурных и транспортных проектах, таких как «Новый Шелковый путь», способствует углублению внешнеэкономических связей.

Для развития внешнеэкономической детальности требуется рационализация структуры экспорта и импорта:

- Диверсификация Экспортных Товаров: Приоритет отдается расширению экспортной базы через развитие не только энергетического сектора, но и других отраслей, таких как сельское хозяйство, промышленность и услуги.

- Стимулирование Импортозамещения: Внедрение мер для поощрения отечественного производства и снижения зависимости от импорта в некоторых критических отраслях

Структура импорта и экспорта в Казахстане остается стабильной. В денежном выражении объемы внешней торговли повысились. Так, экспорт в декабре 2022 года составил: 6,598 647,1 тысяч долларов США, что на 301 692,3 тыс. долларов США меньше, чем в предыдущем месяце. Импорт напротив, повысился на 440 201,5 тысяч долларов США и составил за декабрь 2022 года 5 300 184,2 тысяч долларов США. При этом самым крупным импортером для Казахстана стала Россия. Общая сумма ввезенных товаров из России составила 1 497 697,4 тыс. долларов США. Главным направлением экспорта Казахстана также стала Россия, с общей суммой товаров 948 969,9 тыс. долларов США. Второе место, как по импорту (1 066 948,6 тыс. долларов США), так и по экспорту (918 473,5 тыс. долларов



США) занимает Китай.

Рисунок 1. Динамика внешнеторгового оборота Республики Казахстан за 2021-2023 годы, млрд. тенге

Примечание – источник [6]

Статистические данные подтверждают успешное развитие внешнеэкономической деятельности Казахстана. В последние годы объем экспорта значительно увеличился, а разнообразие торговых партнеров расширилось. Внешнеторговая политика Казахстана ориентирована на устойчивое и равномерное развитие экономики. Либерализация, диверсификация и укрепление внешних связей становятся ключевыми стратегическими шагами, направленными на улучшение конкурентоспособности отечественных товаров и услуг на мировых рынках [4].

В заключение, внешнеторговая политика Казахстана продолжает эволюционировать, и страна стремится к более устойчивой и разнообразной экономике через инновационные решения и укрепление своих международных партнерств.

Список литературы

1. Темирова А.Б., Абдимомынова А.Ш. Конкурентоспособность экономики Казахстана в рамках ЕАЭС // Торговая политика. 2018.
2. Бабин Э.П. Основы внешней политики. 2020г.
3. Международная торговая политика. Хасбулатов В.И. 2019г.
4. Кузнецова Г.В. Международная торговля. 2019г.
5. Мировая экономика и международная торговля./ Под ред. Капустной Л.М.: Экономика, 2020г.
6. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан <https://stat.gov.kz>

Кибербезопасность в эпоху цифровой трансформации

А.Н. Рахимова

м.э.н, преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса
rahimova12@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье исследуются актуальные вызовы и решения в обеспечении безопасности в современной цифровой среде. Рассмотрены растущие угрозы киберпреступности, влияние кибергигиены и обучения персонала, а также роль инновационных технологий, включая искусственный интеллект и блокчейн. Статья подчеркивает важность адаптивности стратегий управления рисками и коллективного взаимодействия между компаниями для обеспечения эффективной кибербезопасности в условиях быстрого развития цифровых технологий.

Ключевые слова: кибербезопасность, мошенничество, экономика, развитие.

В современном мире, насыщенном технологическими инновациями, цифровая трансформация стала движущей силой для бизнеса и общества в целом. Однако вместе с безграничными возможностями, которые предоставляет цифровой мир, возрастают и угрозы, связанные с кибербезопасностью.

Первым важным аспектом является узнавание растущих угроз в цифровой эпохе. С развитием технологий киберпреступники становятся все более изощренными и организованными в своих атаках. Кибершпионаж, мошенничество и кибертерроризм – эти термины становятся все более актуальными для современных предприятий и государств. Важно понимать, что угрозы могут произойти не только извне, но и изнутри организации, что подчеркивает необходимость внутреннего контроля и обучения персонала.

Одним из ключевых элементов обеспечения кибербезопасности является развитие культуры кибергигиены. Сотрудники компаний, осознавая свою ответственность, должны придерживаться лучших практик безопасности в повседневных действиях. Обучение персонала становится неотъемлемой частью стратегии кибербезопасности, и в этом контексте важным является постоянный мониторинг и адаптация методов обучения к изменяющимся угрозам.

Следующим важным аспектом является роль искусственного интеллекта (ИИ) в защите от кибератак. Использование ИИ позволяет автоматизировать процессы мониторинга и обнаружения угроз, что существенно сокращает время реакции на инциденты. Однако, несмотря на потенциальные преимущества, существует также риск злоупотребления ИИ

злоумышленниками для создания более сложных и невидимых атак. Поэтому внедрение ИИ должно сопровождаться разработкой этических и безопасных методов его применения.

Блокчейн, изначально созданный для обеспечения безопасности криптовалют, также становится важным элементом кибербезопасности. Технология блокчейн обеспечивает надежную и распределенную систему хранения данных, что делает манипуляции и подделку данных более сложными для киберпреступников. Ее применение может расширяться на различные отрасли, включая финансы, здравоохранение и даже государственные службы.

Управление рисками в условиях постоянно меняющейся киберугрозы также остается важным вопросом. Разработка гибких стратегий и постоянное обновление систем безопасности позволит организациям успешно адаптироваться к новым вызовам. Сотрудничество между компаниями, обмен опытом и информацией об инцидентах также играют ключевую роль в формировании коллективной защиты.

В заключение, цифровая трансформация требует серьезного внимания к вопросам кибербезопасности. Развитие культуры кибергигиены, использование новейших технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн, а также гибкие стратегии управления рисками – все это становится неотъемлемой частью современной бизнес-реальности. Только с совокупными усилиями и инновационными подходами можно обеспечить надежную кибербезопасность в эпоху цифровой трансформации.

Список литературы

1. Индикаторы цифровой экономики: 2020: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др. / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва: НИУ ВШЭ, 2020. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/387609461.PDF> (дата обращения: 02.05.2021).

2. Хоменко Е.Б. Государственная поддержка малого предпринимательства в условиях цифровой экономики: монография / Е.Б. Хоменко, И.В. Матвеева, Л.А. Ватутина. Москва: РУСАЙНС, 2020. 200 с.

3. Семернина С.А., Сомина И.В. Цифровая трансформация бизнеса: зарубежный опыт // Вестн. Самарского унта. Экономика и управление. 2019. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n7tsifrovaya-transformatsiya-biznesa-zarubezhnyy-opyt> (дата обращения: 21.06.2022).

Цифрлық экономикадағы кәсіпорындардың инновациялық-инвестициялық қызметінің ерекшеліктері

А. Сабыржан¹, А. Қанатқызы²

¹«Экономика және Халықаралық бизнес» кафедрасының э.ғ.к., профессоры

²«Экономика» білім беру бағдарламасы бойынша 2 курс магистранты
alisher-aliev-79@mail.ru, kanatkyzy24@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада қазіргі жағдайдағы кәсіпорындардың инновациялық және инвестициялық қызметінің ерекшеліктері қарастырылады. Кәсіпорындарға инновацияларды енгізу мен дамытудың әртүрлі үлгілері талданады. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін талдаудың маңыздылығы атап өтілді. Кәсіпорынның инновациялық дамуына бағытталған оның қызметіне инвестициялаудың ағымдағы схемалары қарастырылады.

Кілт сөздер: инновациялық қызмет, инновациялық қызметке инвестиция, кәсіпорынның инновациялық әлеуеті, инновацияны дамыту.

Инвестициялық қызметті табысты жүргізу үшін кәсіпорын кәсіпорынның инвестициялық қызметпен айналысуға дайындығын бағалау, яғни кәсіпорынның

инновациялық әлеуетінің көрсеткіштерін анықтау және оларға негіздеме беру бойынша күрделі аналитикалық жұмыс жүргізуі керек. Мұндай талдау үшін барлық мәліметтерді тоғыз үлкен көрсеткіштер тобына корреляциялау қажет, мысалы, материалдық-техникалық; ғылыми-техникалық; ұйымдастырушылық және басқарушылық; ақпараттық; персонал; инновациялық; нарық; экономикалық; қаржылық. Әрі қарай кәсіпорын дамудың техникалық деңгейінің және инновацияны енгізудің көрсеткіштерін ескере отырып, өзінің инновациялық стратегиясын құрайды, сондықтан жаңа өнім ғылыми-техникалық дайындықтың қай сатысында екенін, оның өндірісінің қай сатысында және қандай екенін ескере отырып, оның жұмыс істеу критерийлері болып табылады.

Кәсіпорынның инновациялық қызметі инвестициямен байланысты екені анық. Ұйым өзінің инновациялық әлеуетін анықтау үшін экономикалық көрсеткіштерді талдау қажет екенін жоғарыда айттық, соның негізінде өз кезегінде кәсіпорынның инвестициялық қызметін қамтамасыз етудің қаржылық стратегиясы қалыптасады. Экономикалық талдаудың бірінші кезеңінде ҒЗТКЖ-ға жалпы шығындарды анықтау керек, содан кейін инновацияның экономикалық тиімділігін, сонымен қатар интеллектуалдық өнімнің өзіндік құнын бағалау керек. Екінші кезеңде біз тереңірек талдау жүргізіп, инновацияның экономикалық тиімділігінің көрсеткіштерін есептейтін боламыз. Мұндай талдаудың нәтижелері кәсіпорын қызметіндегі инновациялар нәтижелерінің экономикалық әсерін бағалауға, ықтимал кірістер мен жинақтарды есепке алуға көмектеседі. Өйткені, әдетте, талдау инновацияға күрделі салымдардың абсолютті экономикалық тиімділік коэффициенті сияқты көрсеткіштерді есептеуді қамтиды; жаңа өнімдерді өндіру кезінде шығындарды азайтудан жыл сайынғы үнемдеу; жаңа өнім өндіруден экономикалық әсер; материалдық шығындарды жалпы үнемдеу; инновациялық идеяны енгізуден жыл сайынғы шартты үнемдеу; инновацияны енгізу кезінде жұмыс күшін босату. Алынған деректер жобаның инвестициялық тартымдылығын қалыптастырады, ол инвесторларды және инвестициялар ағынын ынталандыруы керек.

Инновациялық қызметке инвестиция салудың бірінші нұсқасын – инновацияларды өз қаражатымызбен дамытуды қарастырайық. Бұл көбінесе инновациялық өзгерістерге апаратын ең қиын және ұзақ жол, өйткені жеке қаражат бір уақытта және толық көлемде жеткіліксіз, ал инновацияларды әзірлеу және енгізу процесі баяу және біртіндеп жүреді. Экономикалық құлдырау немесе дағдарыс кезеңдерінде қаржыландыру көзінің бұл түрі инновацияға емес, кәсіпорынның негізгі қызметін қолдауға бағытталғанын ескеру керек.

Бірақ егер кәсіпорын «уақыт» факторын және нарықтық болжамдарды байсалды түрде ескерсе, онда ол көбінесе амортизациялық қорды және басқа мақсатты қорларды (мысалы, өндірісті дамыту қоры) қамтитын өз қаражаты арқылы қаржылық ресурстарды ала алады. Қорларға арналған қаражат сәйкесінше амортизациялық аударымдар мен пайдадан қалыптасады.

Жаңа инвестициялардың түсу үдерісін жеделдетіп, олардың көлемін арттыруға мүмкіндіктер бар. Бұл жағдайда компания ресурстарды өз бетімен тартуды жалғастыруда деп айтамыз. Ұйым өзінің инновациялық әзірлемелерінің арқасында акциялары уақыт өте келе құны арта түсетін кәсіпорын ретінде бағалы қағаздарды шығару арқылы өз капиталын көбейте алады; жалпы инновациялық іс-әрекеттерді жүргізу үшін олардың ресурстары мен қаражаттарын бірнеше кәсіпорындармен біріктіру арқылы. Инновациялық қызмет кезінде шығындарды оңтайландыру және үнемдеу лизингке жүгіну арқылы және т.б.

Ендігі кезекте инвестиция көзі – мемлекеттік қолдауға көшейік. Қаржылық қолдаудың бұл түрінің артықшылығы бөлінетін гранттардың өтеусіз және қайтарымсыз негізі болып табылады. Бірақ кәсіпорын инновациялық қызметке бюджеттік қаражатты бәсекеге төтеп беру және тексерудің бірнеше сатысынан өту арқылы ғана ала алады: мемлекеттік инновациялық саясаттың басым мақсаттарына сәйкестігі; инновациялық қызметтің экономикалық жоспарының шынайылығы мен сәйкестігі (жобаның бизнес-жоспары).

Бұл жағдайда кәсіпорын мемлекеттік қолдаудың әртүрлі нысандарына жүгіне алады: бюджеттік қаржыландыру бағдарламалары; мемлекеттік жарыстар; мемлекеттік

тапсырыстар. Инвестициялық қаражат көздерінің келесі тобына мемлекеттік емес қорлар мен компаниялар кіреді. Алдымен инновацияға инвестиция салудың венчурлық әдісі туралы айтайық. Венчурлық қорлар мен компаниялар инновацияларды коммерцияландыру процесінің әртүрлі кезеңдерінде тұрған бизнеске көмектесуге маманданған. Венчурлық қаржыландырудың ерекшелігі кәсіпорынның инновациялық қызметінің нәтижелері табысқа кепілдік бере алмайды, сондықтан шығындардың жоғары тәуекелімен байланысты. Бірақ венчурлық қаржыландыру салыстырмалы түрде ұзақ мерзімге (орташа құны 5-7 жыл, бірақ сала бойынша әр түрлі болуы мүмкін) және қайтарымсыз негізде инновациялық жобаларды жүзеге асыру үшін қаражат ағынын алуға мүмкіндік береді. Егер венчурлық қаржыландыру арқылы қаражат тартатын компаниялар туралы айтатын болсақ, онда бұл кәсіпорынның акцияларын сату; әртүрлі шарттармен несиелеу (дәстүрлі түрде мұндай несиелеу кәсіпорынның акцияларына айырбастаумен бірге жүреді). Демек, «венчурлық» инвестор әрқашан дерлік кәсіпорынның жарғылық капиталының қатысушысына айналады.

Бұл қаржыландыру көзінің келесі кіші тобы инвестициялық ұйымдар болып табылады. Инвестициялық қорлар мен компаниялар өз қаражатын тиімді инвестициялағысы келетін қарапайым азаматтардан бастап, инвестициялық қызметке бағытталған ұйымдарға дейін (инвестордың аумақтық тиесілігіне қарамастан, сол арқылы ұлттық және шетелдік валютадағы қаражатты шоғырландыратын) әртүрлі инвесторлардың шоғырлануын білдіреді. Инвесторлардың бұл санатына өз қаражатын инвестициялайтын банктік ұйымдар, кейде мемлекеттік органдар мен құрылымдар да жатады. Инвестициялық ұйымдардың мұндай танымалдығының себебі, олар инвесторлар сеніп тапсырған кепілгер қызметін атқара алады. Кәсіпорындар үшін инвестициялық қор олардың бизнес-инновациялық жобаларына сараптамалық бағалау жүргізгеннен кейін қайтарымсыз немесе қайтарымды негізде қаражат бере алады. Инновацияларды қаржыландыруға бағытталған үкіметтік емес бірлестіктер аясында біз қарастыратын инвесторлардың тағы бір санаты – «бизнес періште». Бұл термин, құбылыс сияқты, Батыс тәжірибесінен айырмашылығы, нарықта кең таралмаған, бірақ назар аударуға лайық. Бизнес-періште – инновациялық кәсіпорынға қайтарым негізінде инвестиция салатын жеке инвестор. Әдетте, мұндай инвесторлар салынған қаражатты және ұйымның капиталындағы үлесін қайтарады. Қаржылық қолдаудан басқа инвестор (бизнес-періште) оның нарықта орнығуына жәрдемдеседі, өз беделімен кәсіпорынды алға жылжытады және т.б. Кәсіпорынның жарғылық капиталындағы, кейіннен инвесторға өтетін үлесі блоктауды құрайды. инновациялық кәсіпорынға салынған қаражатқа байланысты мөлшері орта есеппен 25-49 % болатын үлес, бірақ одан көп емес. Сондай-ақ, инвестордың акциялар пакетінің үлесі инновациялық жобаның бастапқы болжамдарына байланысты, мысалы:

- егер табыс болжамы шамалы болса және инвестицияланған қаражатты жоғалту қаупі жоғары болса, онда мұндай жобаға инвестиция салатын инвестордың, егер табысты болса, барлық акциялардың 34-49%-ына сенуге мүмкіндігі бар;
- егер бастапқы кезеңде инвестицияланған қаражаттың ішінара жоғалуы болжанса, бірақ өтелу нүктесіне жетсе, онда инвестор 28-20% көлеміндегі акциялар пакетіне сене алады;
- егер рентабельділік төмен деп болжанса, онда инвестордың акциялар пакетінің орташа мөлшері 17% құрайды;
- егер инновациялық жобаның рентабельділігі 25%-дан астам, бірақ жылына 50%-дан аспайтын болжанса, онда инвестордың қатысу үлесі 10-15%-ды құрайды;
- егер рентабельділік болжамы жылдық 50%-дан асатын болса, онда инвестордың орташа үлесі 23-25%-ды құрайды.

Шетелдік қаржыландыру көздері, негізінен, жоғарыда қарастырылған үкіметтік емес бірлестіктердің инновациялық қызметін қаржыландыру көздері сияқты нысандарда ұсынылған. Сарапшылар қазіргі уақытта отандық компанияларға шетелдік қатысудың төмендеуінің айқын үрдісі байқалатынын атап өтті. Ал кәсіпорындар тарапынан шетелдік инвестицияға сұраныстың ішінара болмауы қазақстандық теңгегің шетел валюталарына

қатысты тұрақсыздығына байланысты, соның салдарынан шетелден келетін инвестиция ағыны қол жеткізу қиынға соғады және қымбатқа түседі.

Интернеттегі дамып келе жатқан қор нарығына назар аударайық. Цифрлық және электронды шешімдер инвесторлар мен кәсіпорындардың тікелей өзара әрекеттесуі үшін платформалар береді. Мұндай платформалар транзакциялық және комиссиялық операцияларды үнемдеуге мүмкіндік береді. Мұндай инвестицияның тағы бір артықшылығы ішінара оның аумақтық орналасуына қарамастан жеке инвесторды тарту болып табылады. Бұл қаржыландыру көзінің кемшілігі процестерді құқықтық және құқықтық реттеу деңгейінің жеткіліксіздігі болып табылады. Орталықтандырылған, белгіленген жүйелер мен ыңғайлы жаңа орталықтандырылмаған шешімдер арасында қайшылық бар.

Сонымен, қазіргі жағдайда ұйымның инновациялық қызметі кәсіпорындардың экономикалық қызметінің ажырамас және қажетті бөлігіне айналуға. Жоғары сапасымен, өндірудің, пайдаланудың және кәдеге жаратудың экологиялық тазалығымен, заманауи дизайнымен, өнімнің көп функционалдылығымен, қолжетімділігімен және т.б. сипатталатын инновациялық өнімге тұтынушылардың сұранысы артуда. Сонымен қатар іргелі және қолданбалы салаларды дамытуға мемлекеттік тапсырыс бар. ғылымның. Өндірушілердің өздері инновациялық шешімдерді талап ететін тұтынушыларға айналады. Сондықтан кәсіпорындар таңдаған қызмет бағытына қарамастан (коммерциялық қызмет, ҒЗТКЖ-ға мамандану, мемлекеттік тапсырыстарды орындау және т.б.) инновацияға қатысты белгілі бір мәселелерді шешуге тура келеді. Отандық инновациялық қызметті ұйымдастыру мен жүргізу моделі уақыт өте келе күрделене түседі және «іргелі жаңа инновациялардың» маңызды деңгейіне жетеді, ал коммерциялық ортада «салыстырмалы инновациялар» саласында жұмыс істеудің маңыздылығын көбірек кәсіпорындар түсінеді. жаңалық», бұл бәсекелестік ортада өз позицияларын қорғауға көмектеседі.

Әдебиетте тізімі

1. Инвестиционное проектирование к.э.н., доцент кафедры экономики промышленных предприятий Лысенкова М.В. Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», 2020.- 33 с.

2. Инвестиционная деятельность предприятия: учеб. пособие / Л.К. Агаева, В.Ю. Анисимова. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2018. – 76 с.

3. Купревич Т. С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития // Экономический вестник университета: сб. науч. тр. ученых и аспирантов. - 2018. -№ 37-1. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovyye-platformy-v-mirovoy-ekonomike-sovremennye-tendentsii-i-napravleniya-razvitiya>.

4. Мищерина Т. В. Инвестиции частных профессиональных инвесторов в инновационные проекты // Журнал экономической теории. - 2015. - № 1. - С. 169-172.

Анализ развития цифровизации высшего образования

М.Р. Салихов

магистрант 2-го года обучения по специальности «Государственный аудит»

msalikhovr@gmail.com

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г. Астана

Аннотация: В современной экономике цифровизация является одним из основных драйверов прогресса и развития во многих сферах. Сфера высшего образования подготавливает высококвалифицированных специалистов, и поэтому она является крайне важной для современной экономики Республики Казахстан. В данном исследовании

рассмотрено отражение вопросов цифровизации в Концепции развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на 2023-2029 годы. Кроме того, выполнен анализ численности студентов в высших учебных заведениях. И, проанализированы текущие доходы и расходы организаций образования в целом, так и, в частности, текущие доходы и расходы организаций высшего и послевузовского образования. В итоге, определены основные направления развития цифровизации в высшем образовании Казахстана в контексте действующей Концепции развития в данной сфере.

Ключевые слова: цифровизация, высшее образование, доходы, расходы, Концепция развития.

Цифровизация в современной экономике стала неотъемлемой частью хозяйственной деятельности. Большинство хозяйствующих субъектов используют различные современные технологии.

В сфере высшего образования с начала 21 века наблюдались значительные изменения в том, как происходит обучение. На данный момент сфера высшего образования продолжает развиваться, меняясь под воздействием новых технологий. Таким образом, определим текущие финансовые показатели в сфере высшего и послевузовского образования в Республики Казахстан, и также определим основные направления развития цифровизации в высшем образовании Казахстана в контексте действующей Концепции развития в данной сфере.

Сначала, рассмотрим статистические данные по численности студентов с 2017 по 2022 годы (рисунок 1).

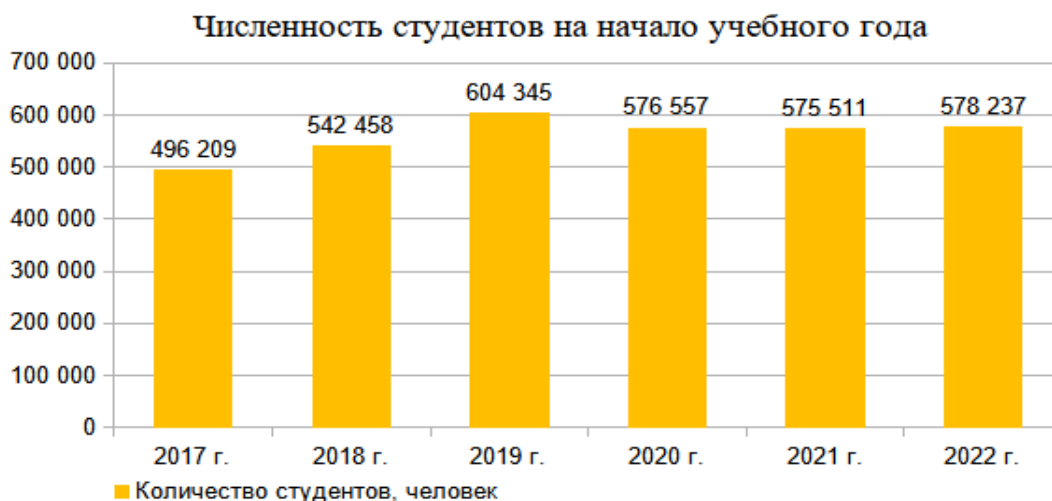


Рисунок 1. Численность студентов на начало учебного года с 2017 по 2022 годы
Примечание – источник [1]

Из рисунка 1 видно, что численность студентов на начало учебного года росла значительно с 2017 по 2019 годы с 496,2 тыс. человек до 604,3 тыс. человек, и, затем, снизилась в 2020 году до 576,5 тыс. человек. С 2020 г. по 2022 г. численность студентов слегка выросла на 1 680 обучающихся.

Далее, на рисунке 2, рассмотрим текущие доходы и расходы организаций образования, а также текущие доходы и расходы организаций высшего и послевузовского образования в Республике Казахстан. Текущие доходы и расходы организаций образования включают в себя, в том числе, доходы и расходы организаций высшего и послевузовского образования.

Текущие доходы и расходы организаций образования,
текущие доходы и расходы организаций высшего и
послевузовского образования, в млрд. тенге.



Рисунок 2. Текущие доходы и расходы организаций образования, текущие доходы и расходы организаций высшего и послевузовского образования, в Республике Казахстан, за 2020-2022 годы

Примечание - составлено автором на основе источника [2]

Из рисунка 2 видно, что текущие доходы и расходы организаций образования росли каждый год представленного периода с 2020 г. по 2022 г. Разница между текущими доходами и расходами организаций образования относительно небольшая, с перевесом в пользу доходов. За три года текущие доходы увеличились на 1 677,2 млрд. тенге (в процентном выражении рост составил 57,4 %) с 2 920,9 млрд. тенге в 2020 году до 4 598,1 млрд. тенге в 2022 году.

В текущие доходы и расходы организаций образования входят текущие доходы и расходы организаций высшего и послевузовского образования. В каждом году рассматриваемого периода текущие расходы организаций высшего и послевузовского образования были выше, чем текущие доходы, а в 2022 году разница между текущими расходами и доходами составила 41,3 млрд. тенге. В целом, текущие доходы организаций высшего и послевузовского образования увеличились с 2020 по 2022 год на 182,3 млрд. тенге (в процентном выражении на 43,7%), а текущие расходы увеличились на 211,4 млрд. тенге (в процентном выражении на 49,3%).

Таким образом, за период с 2020 по 2022 годы наблюдается рост текущих доходов организаций образования на 57,4%, и рост текущих доходов организаций высшего и послевузовского образования на 43,7%.

Сфера образования регулируется государством, которое занимается развитием данной сферы. Поэтому, рассмотрим Концепции развития в сфере высшего образования в Казахстане, а именно — отражение в них аспектов цифровизации. Такими Концепциями развития к рассмотрению являются:

- Концепция развития образования Республики Казахстан на 2022–2026 годы (утратила силу 28 марта 2023 г.) [3];

- Концепция развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на 2023–2029 годы [4].

Далее, рассмотрим Концепцию развития образования Республики Казахстан на 2022–2026 годы и Концепцию развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на

2023–2029 годы. При сравнении данных концепций видно, что в Концепцию развития образования РК на 2022–2026 годы входят все уровни образования, включая высшее образование и науку. В свою очередь, в Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы, которая была принята в 2023 году, развитие высшего образования и науки представлено отдельно от других уровней образования. Концепция развития образования РК на 2022–2026 годы утратила силу в 2023 году, и в сфере высшего образования и науки была утверждена Концепция развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы. Таким образом, период реализации Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы составляет 7 лет, и её содержание полностью посвящено высшему образованию и науке.

В разделе 3 Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы приведен обзор международного опыта [4]. Отмечается, что в высшем и послевузовском образовании цифровизация сопровождается:

- появлением виртуальных университетов;
- внедрением цифровых платформ для повышения качества обучения, административных процессов, включая онлайн-системы управления курсами, виртуальные классы и электронные книги;
- использованием искусственного интеллекта и машинного обучения для персонализации обучения и предоставления студентам индивидуальной поддержки;
- переходом на онлайн и смешанное обучение, использование геймификации, интерактивности.

Далее, проанализируем модель “smart-университетов”, представленную в Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы (Таблица 1).

Таблица 1

Модель “smart-университетов”, архитектура организаций высшего и (или) послевузовского образования (ОВПО) и инструменты развития цифровой архитектуры, отраженные в Концепции развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на 2023 – 2029 годы

Модель	Архитектура	Инструменты развития цифровой архитектуры
<i>Краткое описание</i>		
Модель «smart-университетов» с цифровой экосистемой	Архитектура ОВПО будет состоять из совокупности инфраструктуры, приложений и технологий.	Создание цифровых кампусов в качестве одного из инструментов, использующихся для развития цифровой архитектуры ОВПО.
<i>Что предусматривает</i>		
Модель предусматривает: - формирование цифрового профиля студента: траекторию его обучения и учебные достижения; - развитие цифровых сервисов EdTech; - оптимизацию процессов в соответствии с трендами цифровизации	Архитектура ОВПО будет состоять из совокупности инфраструктуры, приложений и технологий, которые используются для: - поддержки образовательного процесса, - управления учебными материалами, - административных процессов, - взаимодействия студентов и преподавателей, - других аспектов деятельности ОВПО.	Создание цифрового кампуса будет осуществляться посредством внедрения онлайн-платформы, которая обеспечивает доступ к различным ресурсам ОВПО, например: расписание занятий, учебные материалы, библиотечные ресурсы, интерактивные курсы и т. д.
		Приоритетная задача:

		<ul style="list-style-type: none"> - цифровая трансформация библиотек и их систем, - использование платформ открытого образования в общем процессе, - перевод бизнес-процессов в цифровой формат. <p>Цифровые компетенции станут обязательным элементом всех образовательных и профессиональных стандартов.</p>
<p>Примечание – составлено автором на основе источника [4]</p>		

Кроме того, планируется внедрение проекта по трансформации пилотных ОВПО в цифровые университеты совместно с международными партнерами. Будут созданы пилотные модели цифрового университета. Образовательные программы будут направлены на подготовку кадров, обладающих новыми навыками в области проектирования, администрирования и тестирования, с учетом развития навыков кодирования [3].

Рассмотрим подробнее Концепцию развития образования РК на 2022–2026 годы. В данной Концепции сфере высшего образования и науки посвящена глава №6 «Подготовка высококвалифицированных кадров для «экономики знаний»» [4].

Схожими аспектами по цифровизации высшего образования в Концепции развития образования РК на 2022–2026 годы и Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы являются:

- переход к модели "smart-университетов" с цифровой экосистемой;
- приоритетные задачи: цифровая трансформация библиотек и их систем, использование платформ открытого образования в общем процессе, перевод бизнес-процессов в цифровой формат;
- направленность образовательных программ на подготовку кадров, обладающих новыми навыками в области проектирования, администрирования и тестирования, с учетом развития навыков кодирования;
- становление цифровых компетенций обязательным элементом всех образовательных и профессиональных стандартов.

Кроме того, в Концепции развития образования РК на 2022–2026 годы было отражено:

- учитывание технологических трендов, внедряемых в рамках цифровой трансформации и перехода на Индустрию 4.0;
- продолжение внедрения инновационных технологий обучения, в частности прохождения ППС краткосрочных массовых открытых онлайн-курсов, использование инновационных педагогических технологий и методик обучения, а также модернизация образовательных программ;
- повышение конкурентоспособности вузов, которое будет осуществляться путем реализации проектов, направленных на формирование научно-исследовательской экосистемы, модернизацию инфраструктуры и цифровую трансформацию.

В результате анализа и сравнения двух представленных выше Концепций, можно сделать следующие выводы. В обеих Концепциях существуют схожие аспекты по цифровизации в сфере высшего образования. Также, в Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы более подробно отражена модель “smart-университетов”. Также, в этой Концепции приведена архитектура ОВПО в рамках цифровизации, и представлено создание цифровых кампусов.

В целом, в Концепцию развития образования РК на 2022–2026 годы входили все уровни образования, включая высшее образования и науку, а период ее реализации составлял 5 лет. В Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы период

реализации составил 7 лет, и её содержание посвящено высшему образованию и науке. Таким образом, Концепция развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы более детально описывает направление развития высшего образования, и, в частности, отражает тематику цифровизации.

Подводя итоги, можно отметить, что был проведен анализ статистических данных по численности студентов за 6 лет с 2017 по 2022 годы. Проанализированы за 3 года с 2020 по 2022 г. текущие доходы и расходы организаций образования, и, в частности, текущие доходы и расходы организаций высшего и послевузовского образования. Определено, что произошел рост текущих доходов организаций образования на 57,4%, и рост текущих доходов организаций высшего и послевузовского образования на 43,7%.

Также, был проведен анализ двух Концепций: Концепции развития образования Республики Казахстан на 2022–2026 годы и Концепции развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на 2023–2029 годы. Концепция развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы более детально описывает направление развития высшего образования, и, в частности, отражает тематику цифровизации. В Концепции развития высшего образования и науки в РК на 2023–2029 годы более подробно отражена модель “smart-университетов”. Также, в этой Концепции приведена архитектура ОВПО в рамках цифровизации, и представлено создание цифровых кампусов.

Итак, основными направлениями развития цифровизации с точки зрения Концепций в сфере высшего и послевузовского образования можно назвать внедрение модели “smart-университетов”; создание архитектуры ОВПО, состоящей из совокупности инфраструктуры, приложений и технологий; а также создание цифровых кампусов.

Список литературы

1. Высшее образование в Республике Казахстан (на начало 2022–2023 учебного г.). Бюро национальной статистики. [Электронный ресурс] – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-edu-science-inno/publications/3921/>
2. О финансово-хозяйственной деятельности организаций образования в Республике Казахстан за 2022 год. Бюро национальной статистики. [Электронный ресурс] – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-edu-science-inno/publications/6387/>
3. «Об утверждении Концепции развития образования Республики Казахстан на 2022–2026 годы» Постановление Правительства Республики Казахстан от 24 ноября 2022 года № 941. Утратило силу постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 249. [Электронный ресурс] – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000941#z65>
4. «Об утверждении Концепции развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на 2023–2029 годы» Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 248. [Электронный ресурс] – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000248#z474>

Цифровая трансформация экономики Казахстана: тенденции и возможности

П.В. Самусенко¹, Н.Н. Гелашвили²

¹ магистрант 2-го года обучения по специальности «Деловое администрирование»

² к.э.н., ассоциированный профессор кафедры Экономики и международного бизнеса
samusenkoravel2001@gmail.com, kargu2020@bk.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматривается цифровая трансформация экономики Казахстана как один из ключевых факторов экономического развития. Необходимость цифровой трансформации экономики Казахстана является одной из главных задач для роста многих

отраслей экономики. На основе изучения современной цифровой экономики зарубежный опыт может быть очень полезен для Казахстана. Ценность исследования состоит в том, что оно подмечает ряд преимуществ цифровой экономики. Можно сказать, что цифровые технологии, услуги и системы чрезвычайно важны для социального развития. Они способны обеспечить рост экономики и создать новые рабочие места во всех секторах экономики, начиная с самых традиционных фирм до новейших высокотехнологичных производств, появляющихся сегодня.

Ключевые слова: цифровизация, экономика, развитие, образование, информационные технологии

В настоящее время цифровая трансформация экономики становится одной из важнейших задач развития государства. В условиях масштабного распространения цифровых технологий, развития информационной инфраструктуры, повышения требований для работников большинства сфер экономической деятельности, все более четкой и важной задачей становится подготовка кадров. Переход к новому технологическому укладу в связи с распространением цифровых технологий требует решения целого комплекса проблем. Правительству Казахстана важно не только извлечь полезные уроки из опыта других стран, но и избежать своих ошибок и просчетов. Цифровая экономика имеет ряд преимуществ: если товары виртуальны, сеть Интернет обеспечивает практически мгновенную их покупку. Появились возможности покупки реальных товаров с маркетплейсов. Также благодаря мировой информационной сети, скорость денежных операций значительно возросла. Сами по себе новые технологии влияют на развитие сферы услуг, и поэтому чрезвычайно важны для социального развития. Они способны обеспечить рост экономики и создать новые рабочие места во всех секторах экономики, начиная с самых традиционных фирм до новейших высокотехнологичных производств, появляющихся сегодня.

Цифровые технологии – это динамичная и быстрорастущая область, в которой появление, устаревание и смена технологий происходят чрезвычайно быстро. В свою очередь, процесс формирования образовательных стандартов не столь динамичны и часто отстают от постоянно меняющихся требований. Для дальнейшей трансформации экономики государство нуждается в ликвидации цифрового неравенства населения в регионах (особенно в сельской местности) и повышении доступности цифровых технологий. Также важной частью является появление новых профессий и необходимость постоянной адаптации образовательных программ к требованиям реального сектора экономики. Низкий потенциал образовательных программ к конкретным требованиям и особенностям формирования профессиональных компетенций может сильно повлиять на ее цифровую трансформацию. Отсутствие связи между системой образования и использованием цифровых технологий приводит к тому, что потребности рынка труда неточны и последующее развитие соответствующих компетенций среди студентов образовательных учреждений не происходит. Важно отметить то, что даже традиционные профессии в условиях цифровой трансформации экономики требуют формирования дополнительных компетенций у специалистов. Это требует изменения подходов к дополнительному образованию и профессиональной переподготовке, переход к непрерывному обучению и эффективное сочетание обучения с профессиональной деятельностью.

Следует отметить, что по индексу развития цифровых технологий (IDI), Казахстан занимает 52-е место в мире [1]. В развитых странах от 75–80% прироста ВВП приходится на передовые технологии, оборудование и другие продукты, содержащие новые знания и идеи. На данный момент из Азиатских стран на глобальном рынке цифровых технологий конкурируют между собой страны прежде всего из Юго-Восточной Азии, а именно такие как Сингапур, Южная Корея, Япония и Китай. Казахстан заметно отстает от данных стран в укреплении научно-технологического потенциала. Становление глобального цифрового пространства является составной частью происходящих процессов глобализации, которые на сегодняшний день в большей степени и используется ведущими странами. Информационные

технологии и инновационные бизнес-модели становятся одним из важнейших ресурсов этих государств.

Сегодня цифровые платформы и есть основа современной мировой экономики. В последнее время наблюдается их значительное развитие. Так, можно выделить множество успешно действующих цифровых площадок, функционирующих на основе предоставления цифровых ресурсов – социальные цифровые платформы (Facebook), цифровые платформы розничной торговли (Amazon и eBay), инновационные цифровые платформы (iOS от Apple Inc. и Android от Google), цифровые платформы, предоставляющие финансовые и кадровые функции (Freelancer), инвестиционные цифровые платформы (Open Table), цифровые платформы, предоставляющие транспортные услуги (Uber), цифровые мобильные платежи (Paypal), цифровые государственные услуги (G-Cloud).

Можно выделить американский опыт формирования и развития цифровых платформ. В 2014 году пять американских корпораций основали Индустриальный интернет консорциум, а именно такие компании, как Amazon, eBay Inc., Apple Inc., Facebook, Uber Technologies Inc. Он был создан для помощи в разработке стандартов для Интернет-вещей (IoT), а также в передаче и совместном использовании цифровых данных. Также следует выделить успешный опыт китайской компании Alibaba Group Holding Limited. Он предоставляет возможности продаж по схемам B2B, B2C и C2C, оказывает услуги электронных платежей и поисковых систем. Alibaba Group владеет и управляет множеством предприятий по всему миру во многих секторах экономики. Из стран постсоветского пространства в этом преуспела российская компания Яндекс. Яндекс является многонациональной корпорацией, специализирующейся на цифровых товарах и услугах. По сути, цифровые платформы стали основой рыночной экономики, предвестниками новых методов экономического обмена и успешными примерами предпринимательства. Для Казахстана также открываются возможности внедрения глобальных тенденций. Если Казахстан намерен стать активным участником грядущих научно-технологических и инновационных прорывов, то наилучшим путем к достижению этой цели является ускоренное развитие наукоемких отраслей страны в будущем.

Данные намерения прослеживаются в послании главы государства народу Казахстана от 1 сентября 2021 года. «Единство народа и системные реформы – прочная основа процветания страны», где важным намерением сказано обеспечить глубинную цифровизацию, трансферт современных цифровых технологий, внедрение современных тенденций индустриализации [2]. Для этого Казахстану потребуются переход к выпуску инновационных продуктов, осуществлению прогрессивных организационно-управленческих решений в различных сферах деятельности. Но несмотря на видимую потребность развивать наукоемкие отрасли это пока не удастся из-за слабой инфраструктуры, отсутствия кадров и ресурсного проклятия. Воздействие наукоемких отраслей на экономическое развитие осуществляется по двум основным направлениям. Во-первых, в сфере производства и предоставления услуг. Сегодня это одна из самых динамично-развивающихся отраслей экономики, оказывающая огромный вклад на инновационный рост, как регионов, так и страны в целом. Во-вторых, в общественном развитии. Например, повышение производительности, сокращение трудовых затрат и облегчение денежных операций, повышение оперативности и качества обслуживания, улучшение качества жизни.

Существует ряд негативных и положительных факторов развития информационных технологий. Одним из негативных факторов развития является слабая диверсификация экономики регионов Казахстана. Это усложняет внедрение новых информационных технологий во многих регионах Казахстана. В связи с повышением стоимости импортной продукции и дальнейшим ростом инфляции значительно усложняется их внедрение. Несмотря на негативные факторы, имеется целый ряд положительных факторов. Этому свидетельствуют множество разработанных и принятых программ. Среди них такие, как программа снижения информационного неравенства в Республике Казахстан на 2007–2009 годы или программы развития «электронного правительства» Республики Казахстан на 2008-

2010 годы. Из последних принятых программ существует такая, как например Государственная программа «Цифровой Казахстан - 2020». Активно проводится политика по развитию телекоммуникаций, что призвано стимулировать развитие информационных технологий до уровня мировых стандартов. Например, с 2021 года в Казахстане внедряется новая технология 5G. Повсеместное использование информационных технологий открыло возможности для активного развития глобальной информационной инфраструктуры, призванной предоставить новые возможности для пользователей и одновременно повысить качество жизни. Новые виды услуг создают новые рабочие места, что подтверждают итоги последних лет. По данным Бюро национальной статистики РК за 2022 год объем электронной коммерции составил рекордных 1,9 трлн. тенге, или 12,5% от общего объема розничной торговли.

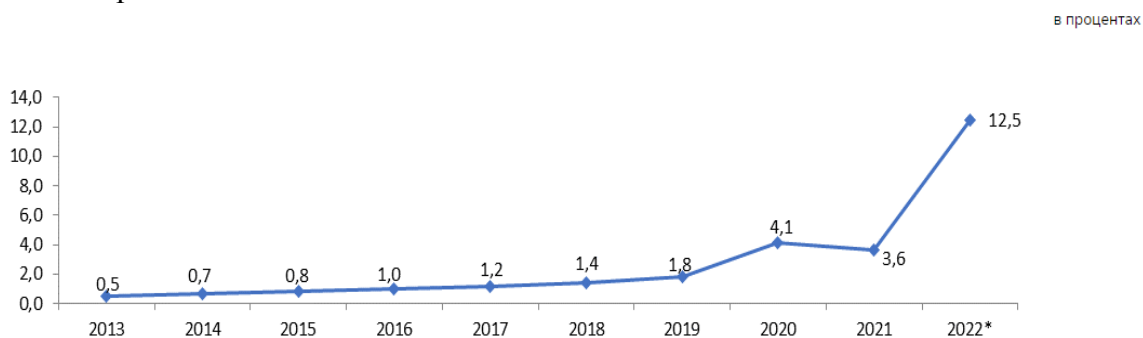


Рисунок 1. Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли

Примечание – источник [3]

Таблица 1

Основные показатели электронной коммерции (внутренний рынок)

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022
Объем электронной коммерции (розничная торговля), млн. тенге	144606,0	206253,9	476651,5	481978,7	1963493,2
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, в процентах	1,4	1,8	4,1	3,6	12,5
Объем электронной коммерции (услуги), млн. тенге	136123,0	121153,7	209164,7	349933,7	1186536,7

В 2022 году объем рынка розничной электронной коммерции (розничной) с учетом маркетплейсов составил 1963,5 млрд. тенге. В 2022 году объем электронной коммерции в сфере услуг с учетом маркетплейсов составил 1186,5 млрд. тенге [3].

На данный момент рынок Казахстана в этой сфере демонстрирует следующие тенденции:

- 1) увеличиваются объемы пользователей услуг сети интернет по передаче данных через программы (например, WhatsApp или Telegram);
- 2) снижаются объемы услуг местной телефонной связи, междугородной и международной связи.

Развитие сети Интернет является одной из главных причин этих изменений. Население страны все больше использует в качестве связи именно сеть Интернет, а не мобильную связь. Это происходит во многом благодаря ее дешевизне по сравнению с мобильной связью. Также особого внимания заслуживает портал электронного правительства Казахстана - Egov.kz. Данный цифровой ресурс представляет собой прогрессивную информационную структуру, разработанную для облегчения взаимодействия государства с народом Казахстана. Egov.kz является частью цифровой трансформации задаваемой принципами цифровой экономики.

Можно резюмировать, что цифровизация экономики – это глобальный процесс, обусловленный развитием цифровых технологий во всем мире. Страны, которые опаздывают с адаптацией к новым реалиям, рискуют не успеть за ведущими странами в экономической сфере. Главный урок для Казахстана заключается в том, что без всесторонней политической, законодательной и финансовой поддержки со стороны государства цифровая трансформация экономики невозможна.

Список литературы

1. Индекс развития ИКТ (ICT Development Index). [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html>;
2. Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана от 1 сентября 2021 года. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-183048>;
3. Бюро национальной статистики. Об электронной коммерции в Республике Казахстан. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/local-market/publications/48880>.

Цифровизация экономики. Создание современной бизнес-модели в условиях цифровизации экономики.

Г.В. Сатеев¹, Ж.С. Хусаинова²

¹магистрант 2-го года обучения по специальности «Деловое Администрирование»

²к.э.н., профессор кафедры экономики и международного бизнеса

whyiam7777@gmail.com, zhibekhl1@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья рассматривает трансформационный ландшафт цифровой экономики, исследует потребность бизнеса в адаптации для процветания в динамичной среде. Цифровая экономика помогла ускорить обмен информацией, что в последствии вылилось в новые формы бизнесов и социо-экономического взаимодействия. распространение цифровых технологий изменило способы и представления о работе и повысило потребность в качественном обучении для работников множества профессий. Сосредоточив внимание на создании конкурентоспособной бизнес-модели, данная статья предоставляет понимание проблем и возможностей цифровой эпохи.

Ключевые слова: Цифровизация, цифровая экономика, конкурентные преимущества, бизнес-модели.

Конкурентоспособность в современном бизнесе является ключевым фактором для успешной деятельности организации. Цифровая экономика и создание конкурентоспособной бизнес-модели тесно связаны, поскольку цифровизация предоставляет компаниям новые возможности для улучшения их деятельности, достижения эффективности и конкурентных преимуществ.

Цифровая экономика является результатом широкого применения информационных технологий в бизнес-процессах. Она стала неременным элементом современной экономики и имеет глубокое влияние на все отрасли и секторы экономики. Важно отметить, что цифровая экономика не является просто заменой традиционных способов ведения бизнеса, а представляет новые возможности для создания конкурентоспособных бизнес-моделей [1].

Создание конкурентоспособной бизнес-модели требует учета ряда факторов. Один из них — это цифровая трансформация компании. Цифровая трансформация предполагает внедрение цифровых технологий и трансформацию бизнес-процессов с целью повышения

эффективности и конкурентоспособности, в том числе технологии “блокчейн”, преобразовывая отрасли посредством децентрализованных и безопасных транзакций [2].

Основные принципы создания конкурентоспособной цифровой бизнес-модели включают:

1. Анализ рынка и конкурентов. Цифровая экономика предоставляет компаниям доступ к большому объему данных, которые можно использовать для анализа рынка и конкурентов. Это позволяет определить потребности клиентов, оценить конкурентное преимущество и разработать стратегию[3].

2. Инновации. Цифровая экономика стимулирует инновационные процессы. Компании могут использовать новые технологии для создания инновационных продуктов и услуг, которые отличаются от предложений конкурентов. Это может повысить их конкурентоспособность и привлечь новых клиентов.

3. Фокус на клиенте. Цифровая экономика усиливает взаимодействие компаний с клиентами. С помощью цифровых каналов связи можно лучше понять потребности клиентов и предлагать индивидуальные решения. Постоянная связь с клиентами позволяет адаптировать бизнес-модель к их потребностям и предложить уникальное клиентское взаимодействие [3].

4. Эффективность. Цифровая экономика дает возможность повысить эффективность бизнес-процессов. Автоматизация, анализ данных и оптимизация процессов помогают сократить издержки и улучшить качество продукции или услуг. Это важные составляющие конкурентоспособной бизнес-модели.

5. Кибербезопасность. В цифровой экономике, где информация играет решающую роль, обеспечение кибербезопасности становится важным аспектом. Компании должны принимать меры для защиты данных своих клиентов и внутренних ресурсов от киберугроз [4].

В создании конкурентоспособной бизнес-модели цифровая экономика предоставляет много инструментов и возможностей. Однако, необходимо учитывать ряд ограничений и рисков. Быстрое развитие цифровых технологий создает необходимость в постоянном обновлении знаний и навыков сотрудников. Компании также должны налаживать сотрудничество с отраслевыми экспертами и проводить систематический анализ рынка и конкурентов [5].

В заключение, цифровая экономика сыграла важную роль в создании конкурентоспособных бизнес-моделей. Она открывает новые возможности для компаний, позволяет повысить эффективность и качество продукции или услуг, а также обеспечивает лучшее взаимодействие с клиентами. Однако, компании должны быть готовы к постоянной адаптации и обновлению своих знаний и навыков, чтобы оставаться конкурентоспособными в современной цифровой экономике. Компании, осознавая важность цифровой трансформации и инноваций, могут создать конкурентоспособные бизнес-модели, которые позволят им быть успешными и эффективными в современной экономике. Развитие и применение цифровых технологий становится необходимым условием для достижения конкурентных преимуществ и долгосрочного успеха.

Список литературы

1. Дж. Вестерман, ДидьерБоннет “LeadingDigital. Turning technology into business transformation” (2014)
2. Д. Тэпскотт, А. Тэпскотт “Blockchain Revolution” (2018)
- 3.Р.М. Дэйвимсон, У Ч. “Временное измерение в бизнес-моделях. Журнал стратегического менеджмента, 41” (2020)
4. Е. Бриньельёфсон, А. МкАфии. “Вторая машинная эра: труд, прогресс и процветание во времена блестящих технологий. WW Norton&Company.” (2014)
5. М.Е. Портер, Дж. Е. Хеппельманн. “Как интеллектуальные подключенные продукты трансформируют конкуренцию. Harvardbusinessreview” (2014).

Цифровая трансформация: вызовы и возможности для бизнеса в эпоху цифровой экономики

М.Г. Ташкеева¹, Н.А. Исина²

¹ м.э.н., преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса
² магистрант 2-го года обучения по специальности «Экономика»
Grigolashvili_maya@mail.ru, naziya.issina@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Цифровая трансформация — это процесс применения цифровых технологий и инноваций для изменения и улучшения бизнес-процессов, моделей и стратегий организации. Она включает в себя использование таких технологий, как искусственный интеллект, аналитика данных, облачные вычисления, интернет вещей и многое другое.

Ключевые слова: цифровизация, экономика, трансформация, бизнес, цифровые технологии

Цифровая трансформация имеет огромное значение для современного бизнеса по нескольким причинам:

1. Улучшение операционной эффективности: Цифровые технологии позволяют автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы, что улучшает производительность и эффективность работы организации. Например, использование роботов и автоматизации в производстве может значительно сократить время и затраты на производство товаров.

2. Улучшение клиентского опыта: Цифровые технологии предоставляют компаниям возможность лучше понять своих клиентов и предложить им персонализированные продукты и услуги. Например, аналитика данных позволяет анализировать поведение клиентов и предлагать им релевантные предложения и рекомендации.

3. Создание новых бизнес-моделей: Цифровая трансформация открывает новые возможности для создания инновационных бизнес-моделей. Например, платформы совместного потребления (sharing economy) позволяют людям делиться ресурсами и услугами, что может быть выгодно как для потребителей, так и для предпринимателей.

4. Улучшение принятия решений: Цифровые технологии предоставляют компаниям больше данных и инструментов для анализа, что помогает принимать более информированные решения. Например, аналитика данных может помочь выявить тренды и паттерны, которые могут быть полезными при принятии стратегических решений.

5. Усиление конкурентоспособности: Цифровая трансформация позволяет компаниям быть более гибкими и адаптивными к изменениям в бизнес-среде. Она помогает сократить время на внедрение новых продуктов и услуг, а также на реагирование на изменения в потребительском спросе.

В целом, цифровая трансформация является неотъемлемой частью современного бизнеса и позволяет организациям быть более эффективными, инновационными и конкурентоспособными. Она требует от компаний готовности к изменениям и инвестиций в цифровые технологии, но может принести значительные выгоды в виде улучшения бизнес-процессов и увеличения прибыли.

Цель данной статьи - рассмотреть значимость и преимущества цифровой трансформации для современного бизнеса. В статье также будет представлен обзор плана цифровой трансформации, который включает в себя использование различных цифровых технологий и инноваций для улучшения бизнес-процессов, моделей и стратегий организации.

Цифровая трансформация - это процесс изменения бизнес-моделей, бизнес-процессов и организационной культуры с использованием цифровых технологий и инноваций. Она направлена на улучшение эффективности и конкурентоспособности организации, а также на создание новых возможностей для роста и развития.

1. Искусственный интеллект (ИИ): ИИ может использоваться для автоматизации рутинных задач, анализа данных, предсказания трендов и повышения точности принятия решений. Например, машинное обучение и нейронные сети могут помочь в автоматическом классифицировании и анализе больших объемов данных.

2. Аналитика данных: Аналитика данных позволяет организациям извлекать ценные инсайты из больших объемов данных. Она может быть использована для оптимизации бизнес-процессов, прогнозирования спроса, улучшения качества продукции и услуг, а также для принятия более обоснованных решений.

3. Облачные вычисления: Облачные вычисления позволяют организациям хранить и обрабатывать данные удаленно на серверах в облаке. Это позволяет увеличить гибкость и масштабируемость бизнес-процессов, а также снизить затраты на IT-инфраструктуру.

4. Интернет вещей (IoT): IoT представляет собой сеть физических объектов, подключенных к интернету, которые могут обмениваться данными и взаимодействовать друг с другом. Это может быть использовано для сбора данных о производственных процессах, мониторинга и управления оборудованием, а также для создания новых продуктов и услуг.

Цифровая трансформация позволяет организациям стать более гибкими, инновационными и конкурентоспособными в современном бизнес-мире. Она открывает новые возможности для улучшения производительности, оптимизации бизнес-процессов и создания ценности для клиентов.

Вызовы цифровой трансформации для бизнеса

Цифровая трансформация представляет собой неотъемлемую часть современного бизнеса и является необходимостью для его развития и выживания на рынке. Однако, внедрение новых технологий и изменение организационной культуры не происходят без вызовов и препятствий. В данном контексте можно выделить несколько ключевых факторов, которые могут стать преградами на пути к успешной цифровой трансформации.

Во-первых, потребность в изменении организационной культуры и процессов. Цифровая трансформация требует пересмотра и адаптации существующих бизнес-процессов под новые технологии. Это может вызвать сопротивление со стороны сотрудников и потребовать значительных усилий по обучению и поддержке персонала.

Во-вторых, необходимость интеграции различных систем и данных. Цифровая трансформация часто требует объединения различных информационных систем и данных, что может быть сложным и затратным процессом. Кроме того, существуют риски, связанные с безопасностью и конфиденциальностью данных, которые необходимо учитывать при интеграции.

Третий фактор - финансовые затраты на внедрение и обновление технологий. Цифровая трансформация требует значительных инвестиций в приобретение и обновление технологий, а также в обучение и поддержку персонала. Это может стать серьезным финансовым бременем для компании.

Четвертый фактор - регулятивные и правовые ограничения на использование новых технологий. В некоторых отраслях существуют строгие правила и ограничения на использование определенных технологий, что может затруднить или замедлить процесс цифровой трансформации.

И, наконец, риск потери конкурентоспособности при отказе от цифровой трансформации. Бизнес, который не адаптируется к новым технологиям и не осуществляет цифровую трансформацию, рискует остаться вне конкуренции и потерять своих клиентов.

В целом, цифровая трансформация представляет собой сложный и многогранный процесс, который требует серьезных усилий и решения множества вызовов. Однако, успешное внедрение новых технологий может принести компании значительные преимущества и открыть новые возможности для развития и роста.

Пятый фактор, который может стать преградой на пути к успешной цифровой трансформации, - это недостаток квалифицированных специалистов. Внедрение новых технологий требует наличия специалистов, обладающих не только знаниями в области

информационных технологий, но и пониманием бизнес-процессов и потребностей компании. Однако, спрос на таких специалистов превышает предложение, что может затруднить поиск и найм квалифицированных сотрудников.

Недостаток квалифицированных специалистов может привести к задержкам во внедрении новых технологий, а также к неэффективному использованию уже имеющихся ресурсов. Компании могут столкнуться с проблемой неспособности обеспечить достаточное количество сотрудников с необходимыми навыками для реализации своих цифровых стратегий.

Для преодоления этой преграды компании могут принимать различные меры. Они могут инвестировать в обучение и развитие своего существующего персонала, чтобы повысить их квалификацию в области цифровых технологий. Также, они могут привлекать специалистов извне, например, через аутсорсинг или найм фрилансеров. Важно также создать привлекательные условия работы и развития для специалистов, чтобы привлечь и удержать талантливых сотрудников.

В целом, недостаток квалифицированных специалистов является серьезной преградой на пути к успешной цифровой трансформации. Однако, с правильными стратегиями и инвестициями в персонал, компании могут преодолеть эту преграду и обеспечить успешную реализацию своих цифровых стратегий.

Возможности цифровой трансформации для бизнеса

1. Автоматизация бизнес-процессов: Цифровая трансформация позволяет автоматизировать многие рутинные операции, что увеличивает эффективность работы и снижает затраты на персонал.

2. Улучшение взаимодействия с клиентами: Цифровые инструменты позволяют улучшить взаимодействие с клиентами, предоставляя им более удобные способы связи, персонализированные предложения и улучшенный сервис.

3. Анализ данных: Цифровая трансформация позволяет собирать и анализировать большие объемы данных, что помогает бизнесу принимать более обоснованные решения и предсказывать рыночные тенденции.

4. Создание новых продуктов и услуг: Цифровая трансформация открывает новые возможности для создания инновационных продуктов и услуг, которые могут привлечь новых клиентов и увеличить доходы компании.

5. Глобальный доступ к рынкам: Цифровые технологии позволяют бизнесу расширить свое присутствие на мировых рынках, что открывает новые возможности для роста и развития.

6. Улучшение операционной эффективности: Цифровая трансформация позволяет оптимизировать процессы производства, логистики и управления запасами, что повышает операционную эффективность и снижает издержки.

7. Улучшение безопасности: Цифровые технологии позволяют бизнесу защитить свои данные и информацию от киберугроз, что повышает надежность и безопасность операций.

8. Создание гибкой и адаптивной организации: Цифровая трансформация позволяет создать более гибкую и адаптивную организацию, способную быстро реагировать на изменения внешней среды и рыночные требования.

Примеры успешной цифровой трансформации в бизнесе

- Amazon: от онлайн-книжного магазина к гиганту электронной коммерции
- Uber: революция в сфере такси и транспортных услуг
- Airbnb: революция в сфере аренды жилья
- Netflix: переход от аренды DVD к стриминговому сервису
- Starbucks: внедрение мобильного приложения для заказа и оплаты
- Tesla: инновации в автомобильной промышленности с использованием электронных технологий
- Alibaba: создание крупнейшей в мире онлайн-торговой платформы

- ИВМ: переход от традиционного производителя компьютеров к провайдеру облачных и когнитивных технологий.

Рекомендации для бизнеса, стремящегося к цифровой трансформации:

Установление партнерств с другими компаниями и стартапами, чтобы получить доступ к новым технологиям и инновациям

Активное вовлечение клиентов в процесс цифровой трансформации, например, через обратную связь и участие в тестировании новых цифровых продуктов и услуг

Развитие гибких и адаптивных бизнес-моделей, способных быстро реагировать на изменения в цифровой среде

Использование данных и аналитики для принятия бизнес-решений и улучшения клиентского опыта

Регулярное обновление цифровой стратегии в соответствии с изменениями в технологиях и потребностях клиентов.

Цифровая трансформация является неотъемлемой частью современного бизнеса. Она предоставляет компаниям возможность быть конкурентоспособными, инновационными и гибкими. Важно устанавливать партнерства с другими компаниями и стартапами, чтобы получить доступ к новым технологиям и инновациям. Активное вовлечение клиентов в процесс цифровой трансформации также играет важную роль, поскольку это помогает компаниям адаптироваться к изменяющимся потребностям рынка. Развитие гибких и адаптивных бизнес-моделей, а также использование данных и аналитики для принятия бизнес-решений и улучшения клиентского опыта, также являются ключевыми аспектами успешной цифровой трансформации. Наконец, регулярное обновление цифровой стратегии в соответствии с изменениями в технологиях и потребностях клиентов необходимо для того, чтобы компания оставалась актуальной и конкурентоспособной. В заключение, цифровая трансформация играет важную роль в современном бизнесе, и компании должны быть готовы к постоянным изменениям и инновациям. Регулярное обновление стратегии, активное вовлечение клиентов и партнерство с другими компаниями помогут компаниям успешно адаптироваться к цифровой экономике и оставаться конкурентоспособными в будущем.

Список литературы

1. Алиева Э.Ф., Алексеева А.С., Ванданова Э.Л., Карташова Е.В., Резапкина Г.В. Цифровая переподготовка: обучение руководителей образовательных организаций // Образовательная политика. 2020. No 1 (81). С. 54–61. URL: <https://edpolicy.ru/digital-retraining>

2. Антонова Д.А., Оспенникова Е.В., Спирин Е.В. Цифровая трансформация системы образования. Проектирование ресурсов для современной цифровой учебной среды как одно из ее основных направлений // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. 2018. No 14. С. 5–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-sistemy-obrazovaniya-proektirovanie-resursov-dlya-sovremennoy-tsifrovoy-uchebnoy-sredy-kak-odno-iz-ee>.

3. Бороненко Т.А., Кайсина А.В., Федотова В.С. Развитие цифровой грамотности школьников в условиях создания цифровой образовательной среды // Перспективы науки и образования. 2019. No 2 (38). С. 167–193. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-tsifrovoy-gramotnosti-shkolnikov-v-usloviyah-sozdaniya-tsifrovoy-obrazovatelnoy-sredy>.

4. Бузык С.В. «Цифровое» поколение в образовательной системе российского региона: проблемы и пути решения // Открытое образование. 2019. No 1. С.27–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoye-pokolenie-v-obrazovatelnoy-sisteme-rossiyskogo-regiona-problemy-i-puti-resheniya>.

5. Гэйбл Э. Цифровая трансформация школьного образования. Международный опыт, тренды, глобальные рекомендации [Текст] / пер. с англ.; под науч. ред. П. А. Сергоманова; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт

образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2019. — 108 с. — 200 экз. — (Современная аналитика образования).

6. Дидактическая концепция цифрового профессионального образования и обучения / П. Н. Биленко, В. И. Блинов, М. В. Дулинов, Е. Ю. Есенина, А. М. Кондаков, И. С. Сергеев; под науч. ред. В. И. Блинова — М.: Издательство «Перо», 2019. — 98 с. URL: http://murindkol.ru/img/all/35_koncepciya_cd_xi_2019_verstka.pdf

Қазақстанның агроөнеркәсіп секторын цифрландырудың маңыздылығы

Ускембаева Д.А.

Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының оқытушысы

dinara_aldanovna@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Ауыл шаруашылығында цифрлық технологияларды қолданудың маңыздылығы өнім сапасын жақсартуға, еңбек тиімділігі мен еңбек өнімділігін арттыруға және өндіріс процессін оңтайландыруға мүмкіндік береді. Мақаланың мақсаты – аграрлық секторға цифрландыруды енгізу арқылы Қазақстандағы агроөнеркәсіп кешеніндегі өндірістің дамуын зерттеу.

Кілт сөздер: агроөнеркәсіп кешені, цифрландыру, ауыл шаруашылығы, жасанды интеллект, азық-түлік қауіпсіздігі.

Цифрлық экономика – бүгінгі таңдағы экономикалық қатынастар жүйесіндегі ең өзекті мәселе. Бұл сандық-ақпараттық технологияларды пайдалану негізінде әлеуметтік-экономикалық қатынастардың жүйесі болып табылады. Цифрлық экономиканың қажеттілігі аталмыш ғылымның әрбір саласында күн сайын артуда. Себебі нарықтық экономика жағдайында инновациялық-техникалық прогресстың артуы әлемдік интеграцияға оңтайлы кіруге мүмкіндік береді.

Экономиканың дәстүрлі моделінен цифрлы экономикаға өту агроөнеркәсіп секторын да аттап өткен жоқ. Экономикалық дамудың дәстүрлі моделінен «жасыл экономикаға» көшу жеке ұлттық экономиканың ғана емес, сонымен қатар барлық әлемнің дамуының тұрақтылығын айқындайтын заманауи қажеттілік болып табылады. Сондықтан да, елімізде ауыл шаруашылығы саласын цифрландыру – дамудың ең негізгі дұрыс жолы.

Дамыған мемлекеттерде ЖҰӨ-нің 50-ден 90 % өсімі инновациялық және технологиялық прогресс арқылы жүзеге асырылады. Осыған байланысты, ғылыми-техникалық даму бағыттарын, инновациялық технологияларды пайдаланатын салаларды анықтау өзекті мәселе болып отыр. Интернетке қолжетімді компьютер мен мобильді құрылғылар, бұлтты технологиялар, ауқымды деректер мен жасанды интеллект сияқты цифрлық технологиялардың көмегімен экономиканың көптеген секторлары адами еңбекті алмастырып және уақытты үнемдеу арқылы елеулі өзгерістерге ұшырауда. Бұл арқылы еңбек өнімділігі мен еңбек тиімділігі артады. Аталған инновациялық түрлендірулер ағынынан әлемнің көптеген елдерінің агроөнеркәсіп кешені де шет қалмады. Бұған Қазақстанның да агроөнеркәсіптік секторын жатқыза аламыз.

Қазақстанның агроөнеркәсіп кешені ел экономикасын дамытудың басым бағыттарының бірі бола отырып, Қазақстан халқының азық-түлік қауіпсіздігінің негізгі доноры болып табылады. Бүгінгі таңда, елімізде цифрлық технологиялар кеңселерде, мемлекеттік қызметте, ауыл шаруашылығында кеңінен қолданылып келе жатыр.

Әлемдік аренада ауыл шаруашылығын цифрландырудың сәтті үлгілерін АҚШ, Канада, Австралия, Қытай және Еуропалық Одақ елдері көрсеуде. Қазақстанның ауыл шаруашылығы экономикалық және азық-түлік қауіпсіздігін, сондай-ақ, ауылдық жерлердің еңбек әлеуетін қамтамасыз етеді. 2020 жылы республика бойынша ауыл шаруашылығы өнімдерінің

(көрсетілген қызметтерінің) жалпы шығарылымы 6 335 млрд теңгені құрады, яғни өткен жылға нақты көлем индексі 105,7%-ға тең. Салаға енгізіліп жатқан IT-технологиялардың арқасында мемлекет мал шаруашылығындағы асыл тұқымды малды есепке алу жүйесін, сондай-ақ, табиғи ресурстардың жай-күйіне автоматты түре мониторинг жасауды енгізе алатын боды.

«Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасына сәйкес, осы нәтижелердің барлығы келесі цифрлық шешімдер арқылы орындалады:

- «Нақты егін шаруашылығы» басқару жүйесі шаруаларға нақты уақыт тәртібінде егістік, ылғалдылық, құнарлы жерлер, жауын-шашын ықтималдылығы және т.б. көрсеткіштерін бақылап отыруға мүмкіндік береді;

- мал шаруашылығы мен өсімдік шаруашылығындағы бақыланушылық. Мал шаруашылығындағы асыл тұқымдыларды есепке алу жүйесі, орман шаруашылығы, жануарлар дүниесін қорғау, өсімін көбейту және пайдалануды қадағалау жүйесі және «Фермадан сөреге дейін» жүйесі енгізіледі [1].

Елімізде 20-дан астам цифрлық фермалар мен 170-ке жуық озық шаруашылықтар жұмыс істейді. Осы уақытқа дейін процестер мен мемлекеттік қызметтерді 100% автоматтандыру қамтамасыз етілуі керек. Әрине, еліміздегі шаруа қожалықтарының басым көпшілігі базалық болғанымен, ауыл шаруашылығын цифрландыру процесі жүріп жатыр. Ресми деректерге сәйкес, республикадағы егіс алқаптарының 100%-ға жуығы цифрландырылған, яғни жалпы көлемі 23 млн гектарға жуық егіс алқаптарының электронды карталары жасалған.[2]

«Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасына сенсек, The Boston Consulting Group жасаған рейтингте экономиканы цифрландыру деңгейі бойынша Қазақстан 85 мемлекеттің ішінде 50-орында тұр [3]. Болжамға сүйенсек, экономиканы цифрландырудың тікелей әсері 2025 жылға қарай 1,7-2,2 трлн теңге қосымша құн жасайды. Цифрландыру тауарларды сатып алу және сату кезіндегі транзакциялық шығындарды күрт төмендетеді және жеткізу тізбегін жеңілдетеді, атап айтқанда, ауыл шаруашылығы өнімдері бөлшек сауда бағасының құнын төмендетеді.

Қорытындылай келе, еліміздің агроөнеркәсіп секторы экономиканың басымдылығы жоғары саласы екенін ескере отыра, оны цифрландырудың жоғары маңыздылығын айта кету қажет. Ол үшін «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы аясында іс-шаралар жүргізілуде. Ауыл шаруашылығын цифрландыру аясында, әлемдік тәжірибені қолдану алға қарай ілгерілеуге үлкен мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасының ресми сайты [Электрондық ресурс].- 2017.- URL:<https://digitalkz.kz/>.

2. Портал о казахстанском рынке информационных технологий PROFIT [Электронный ресурс].-2020.-URL:<https://profit.kz/articles/14598/V-Kazahstane-idet-cifrovaya-transformaciya-agrokompleksa/>.

3. Единый портал Электронной подписи (iEcp.ru) [Электронный ресурс].-2016.-URL: https://iecp.ru/international/news/item/404379?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 27.04.2022).

4. Абдрахманова, Г.И. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты / Г.И. Абдрахманова, К.Б. Быховский, Н.Н. Веселитская, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. - 239 с.

Экономика знаний - сущность, структура, критерии и эволюция

Фэн Чжунбао¹, Д.Б. Кулумбетова², К.Б. Давлеткалиева³

¹магистрант 2-го года обучения образовательной программы 7М04103-Менеджмент,

²к.э.н., проф. кафедры «Экономические дисциплины»

³магистр финансов, вр.и.о. зав. кафедрой «Экономические дисциплины»

1509603743@qq.com, dkulumbetova@inbox.ru, davletkalieva77@mail.ru

^{1,2,3} Казахско-Русский международный университет, г. Актобе

Аннотация: Статья посвящена изучению фундаментальных положений концепции экономики знаний. Авторы проводят сравнительный анализ экономики знаний и других типов экономики, исследуют суть процесса перехода к экономике знаний через призму эволюции современных экономических систем и представляют концептуальную модель экономики знаний. В результате авторы обосновывают эволюционную точку зрения, которая рассматривает экономику знаний как вершину эволюционного пути современных экономических систем. Авторы определяют экономику знаний как тип экономики стержнем которой выступает производство (создание), передача, распространение и использование знаний в хозяйственной деятельности реального производства для долговременного устойчивого развития общества. Она также является этапом хозяйственного развития, где главным экономическим ресурсом выступают знания, являющиеся самостоятельной экономической ценностью и присутствующие каждому виду экономической деятельности, прирост которых обеспечивает эффективный рост и развитие хозяйствующих субъектов. Это выводит экономику знаний на вершину эволюционного пути современных экономических систем.

Ключевые слова: знания, концепция экономики знаний, человеческий капитал, эволюция современных экономических систем

Концепция экономики знаний заложена в обширной традиции экономических и социальных теорий. Концепция экономики знаний коренится в различных теориях, начиная от теории информации (Machlup, 1962) и заканчивая теориями постиндустриализма (Bell, 1973), а также в идеях Дракера, который ввел термины «общество знаний» (Drucker, 1969). Несмотря на существование обширного объема литературы по экономике знаний, последовательного определения этого понятия, по-видимому, так и не появилось (Carlawetal, 2006). Наиболее распространенным определением является определение, установленное ОЭСР (1996), которое очень широко описывает «экономику знаний» как экономику, непосредственно основанную на производстве, распределении и использовании знаний и информации.

Экономическая трансформация современного общества представлена концепциями Белла Д. [1], Дракера П. [77], Кастельса М. [104] и др. Проблемы развития экономики, которая основана на знаниях, вопросы перспектив развития инновационной экономики Казахстана получили обоснование в публикациях отечественных ученых, среди них Кайгородцев А.А., Бордияну И.В., Ситникова Е.С. [4], Стеблякова Л.П. [5], Байгабылов Н., Додонов В., Каукенов А. [6], Кенжегузин М.Б. [7], Божко Л.Л. [8] и другие.

Если обратиться к сути понятия «экономика знаний», то оно трактуется учеными по-разному, но все они отмечают общую основу такой экономики. Рассмотрим некоторые из этих трактовок, которые наиболее точно, с нашей точки зрения, раскрывают смысл этого понятия.

Основателем экономики знаний как дисциплины считается Ф. Махлуп [9]. В своей книге «Производство и распространение знаний в США» он определяет экономику знаний как «один из секторов национальной экономики, который связан с производством, обработкой знаний и управлением ими». Однако, уже в 1970-е гг. стало понятно, что экономика знаний-новый тип экономической организации общества, в котором решающая роль принадлежит сектору знаний, а производство знаний является источником роста экономики.

Позднее П. Дракерв своем труде «О профессиональном менеджменте» отмечает, что знания развитие рыночной экономики произошло под влиянием радикальных изменений в самой

концепции знания, выступившего в качестве ведущего ресурса, и обусловившего «революцию в управлении, которая в условиях глобальной экономики охватила весь мир» [10].

Важной характеристикой постиндустриального общества, основанного на знаниях, по мнению М. Кастельса, являются революционные изменения в сфере компьютерных технологий, систем связи и общий высокий уровень НТП [3].

Д. Белл приводит основные характеристики информационного общества [1] и его отличия от предыдущих экономических организаций общества (таблица 1).

Таблица 1

Сравнение характеристик индустриального и постиндустриального (информационного) общества

Основные характеристики общества	Индустриальное общество	Постиндустриальное или информационное общество
Ведущий сектор национальной экономики	Промышленность	Сфера услуг (организация и управление, информатика и телекоммуникации)
Главная ценность	Потребление товаров (удовлетворение материальных потребностей)	Сбережение времени (удовлетворение культурных и личных потребностей)
Профессиональная культура	Работники, обслуживающий персонал, менеджеры	Рост значения интеллигенции «технического класса», ученых
Объект организации	Машины и люди	Знания (в т. ч. теоретические)
Структура экономики	Национальная. Традиционные капиталоемкие и трудоемкие отрасли	Транснациональная. Научоемкие, информационно-вместительные, инновационные отрасли
Фактор власти элиты	Собственность	Образование, квалификация
Источник стоимости	Труд	Информация
Основной ресурс	Материальный и энергетический	Нематериальный - знания, информация
Системообразующие коммуникации	Железные дороги	Глобальные вычислительные сети
Мотивация к труду в сферах экономики, определяющих ее развитие	Материальная	Нематериальная - самореализация
Примечание – Составлено на основании источников [1,11]		

В конце XX в. европейские и американские исследователи вместо понятия «информационное общество» внедряют такие понятия как «общество знаний» («*knowledgesociety*», «*knowledgeablesociety*»), подчеркивая тем самым значение и роль не столько самой информации, сколько знаний. К середине 1990-х гг. формируется новое понятие - «экономика, которая создает, распространяет и использует знания для обеспечения своего роста и конкурентоспособности» [12].

С. Тайчи отмечает, что благодаря применению знаний для удовлетворения общественных потребностей, развитию технологий, экономика превращается в высокоразвитую систему, функционирующую на основе обмена знаниями (*knowledge-valuesociety*) [13].

В своих исследованиях В. Геецделает вывод о том, что «в экономике знаний определяющим является интеллектуальный потенциал общества, на который она опирается и который представляет собой совокупность повседневных и специализированных (научных) знаний, накопленных в сознании людей и материализованных в технологических способах производства» [14].

По результатам своих исследований [15] Л. Федулова отразила характерные черты и различия пяти различных типов экономики: традиционной, информационной, инновационной, новой и экономики знаний. Характерной чертой последней она называет создание, распространение и использование знаний «для обеспечения роста и конкурентоспособности». Также она отмечает, что «на основе динамического приращения и обновления знаний» происходит развитие всех сфер «материального и нематериального производства», «увеличивается удельный вес высокотехнологичного сектора».

Переход к экономике знаний обусловлен растущим признанием того, что долгосрочный экономический рост, занятость и социальное благосостояние все больше зависят от способности страны генерировать, присваивать и использовать новые знания [16].

Технические достижения, достигнутые компаниями и научными исследованиями и преобразованные в коммерчески жизнеспособные инновации, воспринимаются как движущая сила технологических изменений, которые приводят к накопленному технологическому прогрессу на совокупном уровне, который, в свою очередь, порождает экономический рост и социальное процветание нации. Этот переход также зависит от треугольника знаний - исследований, образования и инноваций, описанного в рамках эволюционной теории технологических изменений [17] (Нельсон и Винтер, 1982) и «систем инноваций». (Lundvall, 1992; Freeman, 1988) [18], в котором взаимодействие между знаниями, обучением и бизнес-лидерами способствует созданию условий, благоприятствующих инновациям.

Захаров Н. [19] считает экономику знаний, с одной стороны, специальной отраслью общей экономической науки и практики, с другой, системообразующей составляющей, ядром «новой экономики», определяющим перспективы и динамику устойчивого развития.

Трактовки экспертов международных организаций относительно понятия «экономика знаний» приводятся в таблице 2.

Таблица 2

Определение понятия «экономика знаний» экспертами международных организаций

Автор	Сущность определения
Министерство торговли и промышленности Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии	экономика, в которой знания и инновации играют доминирующую роль в экономическом развитии
Организация экономического сотрудничества и развития	экономика, основанная на производстве, обновлении, циркуляции, распределении и применении знаний
Всемирный банк	совокупность всех видов экономической деятельности, направленных на генерирование, распространение и использование знаний во всех сферах
Примечание – Составлено на основании источников [20-22]	

Современная интерпретация экономики знаний приводится В. Бурдули [23] - экономика, сосредоточенная в интеллектуальном капитале (человеческий, организационный и капитал отношений), системе образования, информационной среде, сетевых структурах и, главное, инновационных системах, в которых используются соответствующие финансовые ресурсы.

Анализ сущности определения «экономика знаний» требует и его рассмотрения во взаимосвязи с современными экономическими концепциями, которые осуществили свой вклад в формирование новой теории экономики, основанной на знаниях, и раскрывают ее различные аспекты.

Среди системных исследований заслуживает внимания популярная концепция Аккофа Р., в которой предложена для анализа процесса формирования знания и его роли в сознании человека схема из пяти категорий: данные - информация - знание - понимание - мудрость [24]. В научной

литературе приведена современная концепция, которая в измененном виде представлена моделью DIKW[25,26] (рис. 1).

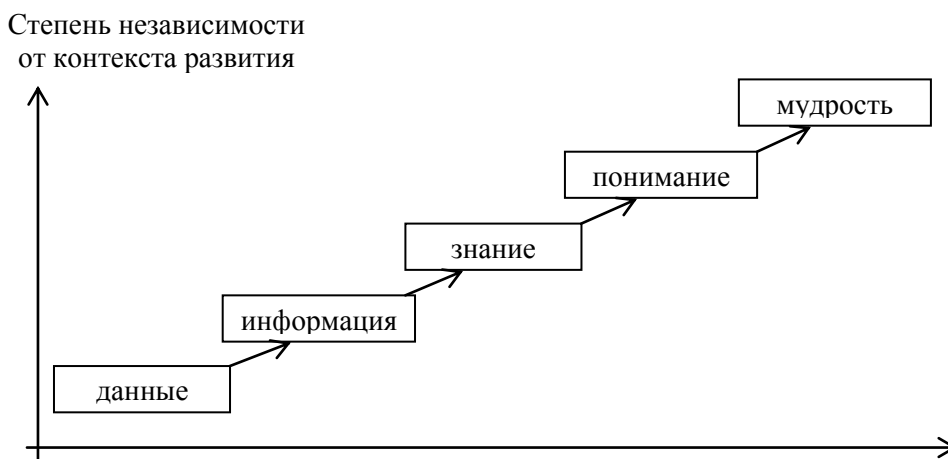


Рисунок 1. Процесс формирования знания (модель DIKW)

Примечание – Составлено авторами на основании источников [25,26]

Наиболее известной моделью, описывающей процессы создания знания, является модель SECL. Авторы этой модели - Нонака И. и Такеучи Х. - рассматривают четыре взаимных перехода формализованных и скрытых знаний [27]: социализация, экстернализация, комбинация, интернализация.

В зарубежной практике существуют также множество альтернативных моделей экономики знаний, которые соответствуют пониманию новой экономики и дополняют друг друга.

Ряд разработок, в частности, в рамках программы «целевые социально-экономические исследования» (TSER), финансируемой ЕС, развивает концепцию, которая получила название «экономика обучения» («learningeconomy»). Теоретической основой для развития этой модели стал труд Люндвалла Б.А. и Борраса С. [28].

В отличие от предыдущего, этот подход исходит из того факта, что современный этап глобализации экономики характеризуется растущим темпом технологических изменений и инноваций. Поэтому современный этап развития правильнее называть «экономика обучения», а не «экономика знаний» - обучение «имеет отношение к созданию новой компетенции и новых способностей, а не просто к «получению доступа к информации» [29].

Эрл М. в своей модели выделяет три категории знания: принятое (accepted) знание - «наука» (данные); осуществленное (workable) знание - суждение (информация); потенциальное (potential) знание - «опыт» (знание) [30]. Потенциальные знания важнее и имеют наибольшую отдачу. «Наука» и «знания» рассматриваются как основа конкуренции и предпосылки существования организации. Конкурентное преимущество организации обеспечивает применение «опыта», основанном на знании.

В развитие теории экономики знаний Гиминой А. предложена периодизация формирования экономики знаний, которая основана на хронологии появления теоретических концепций экономики знания, включающая шесть периодов от индустриального общества до экономики знаний [31].

Проведенный теоретический анализ позволяет сделать вывод, что экономика знаний, как новая форма экономических отношений, интегрирует в себя основные существовавшие в настоящее время концепции современной экономики.

По результатам анализа исследуемого понятия - «экономика знаний», в зависимости от контекста, можно рассматривать с различных точек зрения (рисунок 2).

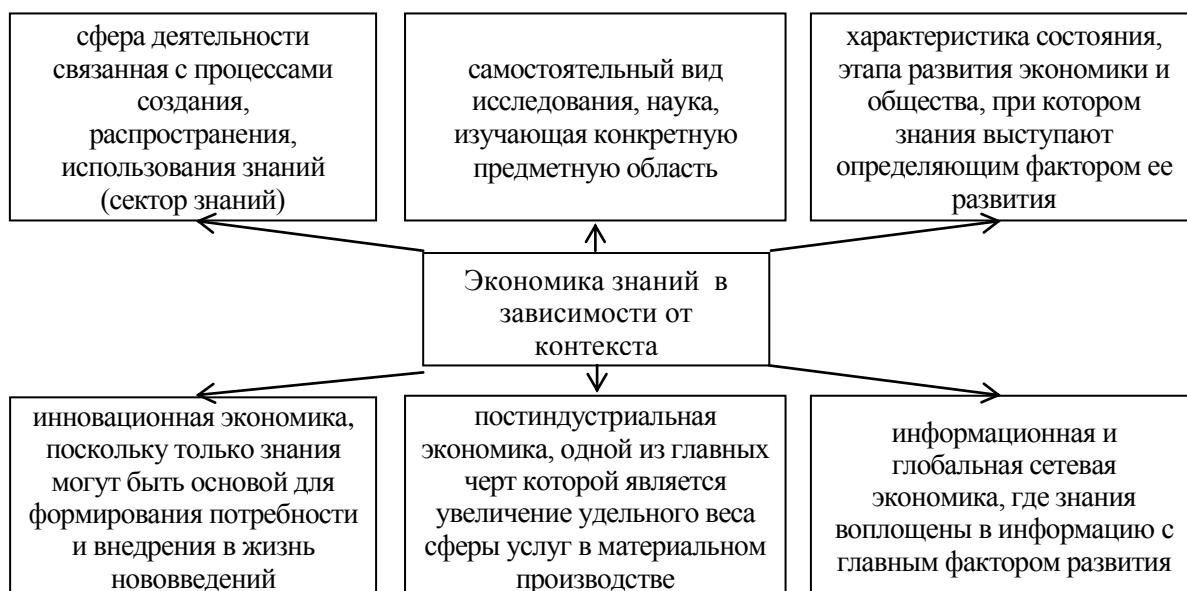


Рисунок 2. Признаки новой парадигмы общества - экономики знаний

Примечание – Составлено авторами на основании источников [19-23]

Анализ научных концепций позволяет предложить определение экономики знаний и парадигмы современного общественного развития (в двух разрезах) с учетом особенностей развития экономики Казахстана. Экономика знаний - это тип экономики стержнем которой выступает комбинация четырех независимых элементов: производство (создание), передача, распространение и использование знаний в хозяйственной деятельности реального производства для долговременного устойчивого развития общества. Экономика знаний - это этап хозяйственного развития, где главным экономическим ресурсом выступают знания, являющиеся самостоятельной экономической ценностью и присутствующие каждому виду экономической деятельности, прирост которых обеспечивает эффективный рост и развитие хозяйствующих субъектов.

Список литературы

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. - URL: <https://knigogid.ru/books/484415-gryaduschee-postindustrialnoe-obschestvo/toread>.
2. Дракер П. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества / П. Дракер. - М: Вильямс И.Д., 2007. - 336с.
3. Кагель М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.
4. Кайгородцев А.А., Бордияну И.В., Ситникова Е.С. Формирование экономики знаний в Республике Казахстан: монография. Усть-Каменогорск: КАСУ, 2016. – 90 с.
5. Стеблякова Л.П. Системная трансформация экономики: монография / Л.П. Стеблякова; Караганда: КГТУ. - ТОО «Арка и К», 2015. - 457с.
6. Байгабылов Н., Додонов В., Каукенов А. и др. Қазақстан экономикасының трансформациясы. Астана: IndigoPrint, 2019. - 344 б.
7. Кенжегузин М.Б. Казахская модель социально-экономического развития: научные основы построения и реализации. Монография. - Алматы: ИЭ МОН РК, 2005. - 368 с.
8. Божко Л.Л. Особенности индустриально-инновационного развития Республики Казахстан: монография / Л.Л. Божко. – Рудный: Руднен. индустриальный ин-т, 2017. - 105с.
9. Ф. Махлуп. Производство и распространение знаний в США [Текст] / Пер. с англ. И.И. Дюмулена [и др.]; Ред. Е.И. Розенталь. - Москва: Прогресс, 1966. - 462 с.
10. Дракер Питер Ф. О профессиональном менеджменте. – М., 2006. – С. 143.

11. Клемина Е.А., Песков А.Е., Остроухов И.В. Проблема определения и сущностные характеристики информационного общества: Д. Белл, Ё. Масуда, П. Дракер, М. Кастельс
12. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко. - М.: КНОРУС, 2007. - 328 с.
13. Weizsaecker E., van, Lovins A.B., Lovins L.H. Factor Four. Doubling Wealth - Halving Resource Use. L., Earthscan Publications Ltd., 1997. Copyright - Weizsaecker E., von, Lovins A. B., Lovins L.H. 1997. – URL: https://iir-mp.narod.ru/books/inomezcev/page_1337.html
14. Какутич Е.Ю. Глобальные тренды и тенденции становления экономики знаний в системе мировой экономики // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. – 2020. – Т 6(72). – №2. – С. 59-74. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-trendy-i-tendentsii-stanovleniya-ekonomiki-znaniy-v-sisteme-mirovoy-ekonomiki>
15. Л.И. Федулова. Концептуальные основы экономики знаний. // Экономическая теория. – 2008. – Т5. – №2. – С. 37-60. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_25095213_55426766.pdf
16. D. Archibugi, A. Cocco. Is Europe Becoming the Most Dynamic Knowledge Economy in the World? // Journal of Common Market Studies. 2005. - №43(3). – pp. 433-459.
17. R. Nelson, and S. Winter. An Evolutionary Theory of Economic Change. // Revista Brasileira de Inovação. – 2004. - Volume 3. - №2. - Julho / Dezembro. - pp. 237-282. – URL: https://www.researchgate.net/publication/49602423_Richard_R_Nelson_e_Sidney_Winter_-_An_Evolutionary_Theory_of_Economic_Change
18. P. Lewis. The innovation systems approach: an Austrian and Ostromian perspective. // The Review of Austrian Economics, Springer; Society for the Development of Austrian Economics, 2021. - vol. 34(1), pages 97-114.
19. Захаров Н.П. Управление социальным развитием организации / Н.П. Захаров, А.Л. Кузнецов. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 263 с.
20. Our Competitive Future: Building the Knowledge Economy. United Kingdom Department of Trade and Industry: London, 1998.
21. The knowledge-based economy. General distribution OCDE/GD (96)102 Paris, 1996.- 46p. – URL: <https://docplayer.net/84234-The-knowledge-based-economy-organisation-for-economic-co-operation-and-development.html>
22. The Four Pillars of The Knowledge Economy / World Bank [Электронный ресурс]. – URL: <http://web.worldbank.org/>.
23. В. Бурдули. Сущность и место экономики знаний в системе современных экономик. Proceedings of Materials of International Scientific Conference “Current Economy, Economic Science and Pandemic Problems of Economy: The Challenges and Ways of Finding Solution” Dedicated to the 115th Birth Anniversary of Academician Paata Gugushvili, 2020. At: Tbilisi, Georgia
24. Аккоф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Аккоф. - М.: Прогресс, 1985. - 327 с.
25. The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society. 2nd Edition // Taylor and Francis. 2017.
26. A. Liew. DIKIW: Data, Information, Knowledge, Intelligence, Wisdom and their Interrelationships. Business Management Dynamics. Vol.2, No.10, Apr 2013, pp.49-62.
27. Нонака И. Компания - создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х Такеучи; [пер. с англ.]. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. - 384 с.
28. Lundvall, B.-Å., & Borrás, S. (1997). The Globalising Learning Economy: Implications for Innovation Policy. European Commission. <http://aei.pitt.edu/44348/1/A7255.pdf>
29. V. Harmaakorpi, I. Kauranen, A. The Shift in the Techno-socio-economic Paradigm and Regional Competitiveness. – URL: https://www.researchgate.net/publication/228883755_The_Shift_in_the_Techno-socio-economic_Paradigm_and_Regional_Competitiveness
30. Earl M. Knowledge management strategies: toward taxonomy / M. Earl // Journal management information systems. - №18 (1). - 2001. - PP. 23-43.

31. Тимина Е.И. Формирование экономики знаний как новой парадигмы общественного развития (вторая половина XX в. - начало XXI в.). Автореф. дис. на соиск. уч степ. канд. экономии. наук, спец. 08.00.01 “Экономическая теория / Е.И. Тимина. - М., 2009. - 21 с.

Бизнес-аналитика организаций в Казахстане

Т.Х. Хасанов¹, С.Т. Мусина²

¹студент бакалавриата 4-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»

²м.э.н., ст. преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса
tayran.khasanov.1992@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Современный бизнес в Казахстане сталкивается с динамичной экономической средой, технологическими инновациями и глобальными вызовами, требуя от организаций постоянного анализа и адаптации. В Казахстане, бизнес-анализ является важным инструментом для развития и совершенствования бизнеса в условиях быстро меняющейся экономической среды. Он позволяет компаниям адаптироваться к новым требованиям и реагировать на изменения внешней среды. Бизнес-анализ также помогает компаниям улучшить свою конкурентоспособность, оптимизировать использование ресурсов и принимать обоснованные стратегические решения.

Ключевые слова: бизнес-анализ, организации, стратегическое управление, экономическая среда, финансовые отчеты, рыночные тенденции.

Международный институт бизнес-анализа (ИБА) определяет бизнес-анализ как «практику содействия изменениям в организационном контексте путем определения потребностей и рекомендации решений, обеспечивающих ценность для заинтересованных сторон» [1]. Это исследовательская дисциплина, используемая предприятиями для выявления потребностей бизнеса и определения решений бизнес-проблем. Бизнес-анализ часто включает в себя целый ряд задач, в том числе:

Во-первых, понимание структуры, политики и деятельности организации.

Во-вторых, анализ бизнес-процессов и выявление возможностей для их улучшения.

В-третьих, определение бизнес-целей организации и разработка стратегий для их достижения.

В-четвертых, взаимодействие с заинтересованными сторонами для обеспечения соответствия продуктов и услуг организации потребностям клиентов и пользователей.

Роль бизнес-аналитика заключается в проведении тщательного анализа организации и ее рынка, предоставлении ценной информации для обоснования стратегических решений и проведения эффективных изменений. Методы бизнес-анализа могут включать SWOT-анализ, PESTLE-анализ и MOST-анализ, которые помогают понять внутренние сильные и слабые стороны организации, внешние возможности и угрозы и согласовать их с общей стратегией. Так развитие предпринимательства обусловлено тем, что:

- оно является одним из основных направлений перестройки рыночных реформ;

- это структурная государственная реформа по регулированию данного сектора экономики;

- необходимо изучить особенности тех факторов и условий, которые развивают предпринимательский потенциал.

В связи с этим научный анализ факторов, влияющих на развитие предпринимательства, приобретает новые аспекты в решении проблем социального неравенства, стабилизации воспроизводственных процессов и устойчивого экономического роста. Далее представленные результаты исследования были классифицированы на сильные и слабые

стороны, возможности и угрозы, связанные с казахстанским предпринимательством. Краткое описание SWOT-анализа представлено в таблице ниже.

Таблица 1
SWOT-анализ бизнеса Казахстана

Сильные стороны (+)	Слабые стороны (-)
<ul style="list-style-type: none"> - высокая специализация продукции. - плоская организационная структура. - сильный предпринимательский дух. - ожидаемое положительное влияние на экономические показатели компании. - быстрая реакция на изменения рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток знаний об управлении. - нехватка квалифицированного персонала. - отсутствие правильной стратегии. - нехватка финансовых ресурсов
Возможности (+)	Угрозы (-)
<ul style="list-style-type: none"> - получение предварительной поддержки от правительства. - повышение конкурентоспособности. - вхождение в глобальную цепочку создания стоимости. - решение экологических проблем 	<ul style="list-style-type: none"> - низкий уровень НИОКР. - недостаточный уровень развития инфраструктуры. - вопросы безопасности данных. - коррупция
Примечание – Составлено автором по источнику [3]	

С 2000 года Казахстан демонстрирует устойчивый экономический рост. На смену чисто институциональным преобразованиям пришли вопросы структурной перестройки. Модернизация экономики Казахстана ориентирована на трансформацию производительных сил и институциональной среды с целью повышения устойчивости экономического развития и конкурентоспособности страны. Как показывает практика, достижение этих целей требует учета роли малого и среднего бизнеса в экономическом развитии.

Сильный предпринимательский дух в Казахстане также является показателем поддержки бизнеса. Ведь он отражает готовность граждан страны к предпринимательской деятельности. 62% взрослого населения Казахстана рассматривают предпринимательство как реальный источник дохода, а 51% взрослых действительно переходят от разговоров к действиям [2]. Этот феномен связан с культурным восприятием предпринимательства в Казахстане, которое рассматривается как символ высокого статуса, а также с уменьшением страха неудачи в последние годы. Также организационная природа бизнеса при надлежащем внедрении цифровых технологий позволит им оперативно реагировать на изменения рынка. Вертикальная интеграция внутри предприятия может способствовать совместимости корпоративных систем и тем самым получить возможность быстро реагировать на внешние факторы. Так казахстанские МСП обеспечивают местному рынку необходимую гибкость, оперативно реагируя на изменения рыночной конъюнктуры.

Стоит отметить, что препятствием является нехватка финансовых ресурсов. Отсутствие должного финансового обеспечения замедляет внутреннюю научно-исследовательскую деятельность МСП, что делает невозможным своевременное создание необходимых технологий [3]. Кроме того, нехватка квалифицированного персонала была названа одним из основных барьеров на пути бизнес-анализа среди казахстанских предприятий. Поскольку для казахстанских МСП наиболее характерна иерархия «сверху вниз», все процессы принятия решений в значительной степени централизованы.

Кроме того, важно отметить, что цифровая трансформация малых и средних предприятий (МСП) может внести существенный вклад в реализацию современных методов производства, включая гибкую массовую кастомизацию. Индустрия 4.0 открывает перед МСП такие возможности, как совершенствование цепочек поставок, предполагающее эффективное реагирование на запросы потребителей, повышение гибкости малых компаний и т.д. При всем этом концепция цифровизации и ее потенциальное влияние на конкуренцию

все еще неизвестны многим МСП как в развитых, так и в развивающихся странах, включая Казахстан. С самого начала экономика Казахстана сильно зависела от добычи природных ресурсов, особенно от экспорта сырой нефти и газа. Более 50% совокупного экспорта приходилось на нефтегазовую отрасль и составляло 40% всех доходов страны в течение последних десятилетий [4]. Однако резкое и устойчивое снижение цен на нефть с 2014 года привело к тому, что страна стала вкладывать значительные средства в торговые и производственные отрасли и увеличила их долю в экономике страны.

Деятельность МСП играет решающую роль в устойчивом развитии страны. Несмотря на то, что универсальной четкой дифференциации предприятий не существует, и она варьируется от случая к случаю, МСП в Казахстане классифицируются по численности персонала и годовому обороту, ниже приведены основные статистические данные МСП в Казахстане. В конце 2022 г. количество действующих субъектов МСП по сравнению с соответствующей датой предыдущего года увеличилось на 25,7%. В общем количестве субъектов МСП доля индивидуальных предпринимателей составила 67,6%, а юридических лиц малого предпринимательства – 17,2%, крестьянских или фермерских хозяйств – 12,1%, юридических лиц среднего предпринимательства – 0,18% [2].

Таблица 2

Действующие субъекты МСП в Республике Казахстан

Всего	В том числе				индивидуальные предприниматели
	юридические лица малого предпринимательства	юридические лица среднего предпринимательства	индивидуальные предприниматели	индивидуальные предприниматели	
1 818 764	340 584	2 924	1 234 536	240 720	127,0
Примечание – Составлено автором по источнику [5]					

Меры поддержки, которые предпринимает правительство, включают создание благоприятного делового климата для роста бизнеса. На сегодняшний день Казахстан занимает 57-е место в Индексе глобальной конкурентоспособности (GCI), который оценивает мировые экономики с точки зрения макроэкономических и бизнес-показателей. Модернизация казахстанской экономики в части развития предпринимательства – стратегическая задача, которая является важным показателем эффективности экономической политики. Принятое решение определит направление развития экономики в будущем.

Компании, которые эффективно интегрируют бизнес-анализ в процесс стратегического планирования, улучшают процесс принятия решений, более эффективно управляют рисками и повышают стратегическую согласованность. Более того, результаты интеграции бизнес-анализа включают в себя повышение уровня достижения стратегических целей и улучшение общих организационных показателей. Однако существуют проблемы, с которыми сталкиваются компании при интеграции бизнес-анализа, включая:

- отсутствие взаимопонимания между членами команды;
- нехватку времени и ресурсов;
- трудности с согласованием стратегических и оперативных целей.

Для решения этих проблем необходимо инвестировать в обучение, выделять достаточные ресурсы, развивать сотрудничество между специалистами по стратегическому планированию и бизнес-аналитиками, а также использовать передовые инструменты бизнес-анализа. Мониторинг как инструмент бизнес-анализа предполагает регулярный сбор данных, сравнение фактических результатов с поставленными целями, выявление проблем и полученных результатов, то есть оценку. В частности, оценка применительно к методологии мониторинга позволяет:

- проанализировать, почему результаты не были достигнуты;
- оценить вклад различных мероприятий в достижение результатов;

- проверить ход выполнения мероприятий;
- изучить достигнутые и недостигнутые результаты;
- извлечь уроки, отметить успехи, потенциал;
- разработать рекомендации по совершенствованию реализации государственной политики поддержки и развития предпринимательства.

В целом методология мониторинга должна обеспечивать сбалансированное соответствие принципов, стратегий, целей и задач, что способствует повышению эффективности предпринимательской деятельности и улучшению бизнес-среды. Государственная поддержка, включающая финансовые и налоговые льготы, вносит решающий вклад в внедрение бизнес-анализа среди местных малых и средних предприятий и поэтому считается движущим фактором в данном контексте. Так проект «Бизнес-связи», входящий в программу «Дорожная карта бизнеса 2025», позволил обучить более 3000 топ-менеджеров малых и средних предприятий. Кроме того, в рамках этой же инициативы проект «Seniог» пригласил иностранных экспертов, которые провели обучение и поделились своими знаниями и советами. Средства, выделенные из республиканского бюджета, будут направляться в местные бюджеты с определением индивидуальных квот для городов [5]. Для поддержки начинающих предпринимателей во всех моногородах будут созданы бизнес-инкубаторы. Бизнес-инкубаторы будут включать в себя предоставление помещений, оказание комплексной поддержки начинающим предпринимателям, в том числе по вопросам ведения бизнеса, разработки бизнес-плана, микрокредитования, предоставления услуг, установления связей с сетью профессионалов и потенциальных потребителей. Будет осуществляться постоянное обучение сотрудников инкубаторов с привлечением сотрудников АО «Фонд развития предпринимательства Даму» и зарубежных экспертов в рамках программ международных организаций и финансовых институтов, и их последующая стажировка в успешных международных аналогах. Спектр услуг центров будет включать:

- консультации по открытию и ведению бизнеса;
- информация о программах поддержки предпринимательства;
- разъяснение условий работы с финансовыми институтами и консультирование по вопросам сбора документов для получения поддержки.

Основные результаты подчеркивают важность интеграции бизнес-анализа в процессы стратегического планирования и его влияние на эффективность деятельности организации. Бизнес-анализ играет важную роль в определении стратегического направления, поддержке принятия решений, управлении рисками и согласовании операционной деятельности со стратегическими целями. Признавая важность бизнес-анализа, решая проблемы и принимая практические предложения, компании могут максимально использовать преимущества бизнес-анализа и более эффективно ориентироваться в динамичной бизнес-среде. Анализ состояния и тенденций развития бизнеса в Республике Казахстан приводит автора к выводу, что в качестве определяющих императивов системы государственной поддержки развития МСБ необходимо выделить следующие:

Создание стимулов для устойчивого роста МСБ путем создания стимулов для повышения предпринимательской активности населения;

Развитие потенциала бизнеса через рост его конкурентоспособности за счет развития человеческого капитала, внедрения передовых технологий и систем управления;

Осуществление поддержки и бизнес-анализа развития МСБ в направлении кластерных инициатив.

Список литературы

1. Мороз Н.Ю., Болотнова Е.А., Ковалева К.Р., Брантова А.Х. Бизнес-анализ – современная концепция аналитической практики // ЕГИ. – 2022. – №40 (2). – С.44-52
2. Айтуаров Д.А. Эффективный анализ предпринимательской деятельности в Казахстане // Вестник Туран. – 2022. – №7-8. – https://vestnik.turan-edu.kz/jour?locale=ru_RU

3. Кузнецова Н.В., Харитонов А.А. Бизнес-анализ: ключевые концепции, методы и преимущества // *BaikalResearchJournal*. – 2023. – №1 – С.18-26
4. Даупбаев А.Е. Актуальные вопросы организации бизнеса в Казахстане // *Экономика сегодня*. – 2022. – №3. – С.32-39
5. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан <https://stat.gov.kz>

Қазақстан экономикасының цифрлық трансформация жағдайындағы кедейлік мәселесі

Ж.С. Хусаинова¹, Н.Б. Құттыбаева², Н.Н. Ескендир³, Г.Е. Жакина⁴

¹ э.ғ.к., экономика және халықаралық бизнес кафедрасының профессор-зерттеушісі

² PhD, экономика және халықаралық бизнес кафедрасының қауымдастырылған профессоры
³ «Экономика» мамандығының докторанты

⁴ экономика және халықаралық бизнес кафедрасының аға оқытушысы
zhibekh11@mail.ru, nurg_78@mail.ru, esk_nesip@mail.ru, zgulnur88@mail.ru

Қарағанды Бөкетов Университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Кедейлік мәселесі ұзақ уақыт бойы өте өзекті болып келеді және дамушы елдерде жалғасуда. Бұл цифрландырудың қарқынды күшейген дәуірінде маңызды болып қала береді. Осыған байланысты, бұл мақалада экономикалық өсуге расталған оң әсерді ескере отырып, цифрландырудың кедейлікпен күреске қосқан үлесін талдайды. Экономиканы одан әрі цифрландыру және цифрлық дивидендтерді (цифрлық трансформациялардан алынған нәтижелер) қайта бөлу перспективалары айқындалып, әлемдік ауқымдағы кедейлікті төмендетудің маңызды факторы ретінде бағаланады.

Кілт сөздер: кедейшілік, цифрлық трансформация, табыстарды бөлу, теңсіздік

Цифрлық трансформация – бұл біздің заманымыздың маңызды үрдісі, өйткені іс жүзінде барлық салалар тиісті ауысу процесінде. Цифрлық трансформация индустрияландырудың бірінші өнеркәсіптік революция кезеңінен жаңадан басталған Төртінші өнеркәсіптік революцияға ауысуы үшін ерекше маңызды [1]. Қысқаша айтқанда, өндірісті механикаландыру үшін су мен бу энергиясын пайдалануға бағытталған бірінші өнеркәсіптік революция электр энергиясын пайдалануға негізделген екінші революциямен, содан кейін электронды және ақпараттық технологияларға негізделген үшінші революциямен ауыстырылды. Қазіргі уақытта өткен ғасырдың ортасынан бері жалғасып келе жатқан үшінші өнеркәсіптік революцияның қорытындысы бойынша экспоненциалды дамып келе жатқан Төртінші өнеркәсіптік революцияның қате анықтамасы пайда болды. Швабтың айтуы бойынша, Төртінші өнеркәсіптік революция физикалық, цифрлық және биологиялық салалар арасындағы шекараны бұлдырататын технологиялардың дамуымен сипатталады, сонымен бірге әлемнің әр еліндегі барлық салалардың дәстүрлі құрылымын өзгертеді.

Цифрландырудың жалғасып жатқан толқыны елдердегі әлеуметтік-экономикалық жағдайды жақсартады, адамдарға жаңа қызметтер мен жұмыс орындарын ұсынады және жақсы болашақты құруға көмектеседі деп теориялық тұрғыдан болжануда. Цифрлық технологияларды, соның ішінде Интернетті, бұлтты есептеулерді, үлкен деректерді, қаржылық технологияларды, кәсіпорындарды, үкіметтерді, тұтынушыларды цифрлық сақтау, талдау және ақпарат алмасу үшін пайдалану экономикалық өсуге, өнімділікке, инновацияға және жұмыспен қамтуға ықпал етеді [2].

Біз цифрлық революцияның ортасындамыз, сондықтан әлеуметтік-экономикалық теңсіздік пен цифрландыру құбылысы арасындағы байланысты зерттеу әсіресе өзекті. Бір жағынан, ақпаратқа қол жеткізуді жеңілдету және арзандату және оны кемсітудің барлығына қолжетімді ету арқылы интернет теңсіздікті азайтудың көзі болып табылады. Екінші

жағынан, цифрландыру және озық технологияларды дамыту теңсіздіктің кеңеюінің себептері болып табылады. Тұтастай алғанда, цифрлық экономика өзімен бірге бірқатар мүмкіндіктерді, сондай-ақ жеке адамдар үшін жаңа қиындықтар мен ойын ережелерін әкеледі. Цифрлық трансформация кезінде жеке адамдардың жағдайы көбінесе олардың жаңа жағдайларға бейімделу қабілетіне байланысты. Қоғамдағы теңсіздікті төмендетудегі заманауи цифрлық технологиялардың рөлін талдаймыз.

Біріншіден, цифрлық технологиялар білім мен кәсіби дайындыққа қол жетімділікті кеңейтеді. Мысалы, жаппай ашық онлайн курстар адами капиталды үздіксіз құру процесін бастайды, осылайша кедейлер мен байлар арасындағы алшақтықты азайтуға ықпал етеді.

Екіншіден, техникалық құралдар арқылы байланыс шеткі жұмысшыларға пайда әкеледі. Шағын өндірушілерге өз өнімдерін бүкіл әлем бойынша сатуға мүмкіндік беретін онлайн электрондық коммерция платформаларын атап өтуге болады.

Үшіншіден, цифрлық технологияларды енгізу кедейлерге кең ауқымда түрлі қызметтер көрсетуге мүмкіндік берді.

Төртіншіден, жаһандану және экономиканы цифрландыру жағдайында еңбек қызметінің түрлері мен тәсілдерін трансформациялау мүмкіндіктерді теңестіруге ықпал етеді.

Бесіншіден, интернет Әлеуметтік интеграция деңгейін арттырады, бұл жеке тұлғалардың белсенді әрекеттеріне әкеледі, бұл өз кезегінде мотивацияны арттырады. Интернет арқылы байланыс, сондай-ақ әлеуметтік желілерде жұмыс істеу адамның әлеуметтік капиталын арттыра отырып, әлеуметтік қолдау, өзін-өзі бағалау деңгейін арттырады.

Алайда, цифрлық технологияның теңсіздік деңгейіне әсері онша оптимистік емес. Кейбір зерттеушілердің пікірінше, мыңжылдықтың аяғында ақпараттандырудың өсуі теңсіздік пен оқшауланудың жоғарылауымен байланысты болды. Интернеттің теңсіздікті төмендетуге қосқан үлесі туралы кейбір пессимистік пікірлерді атап өтейік:

- коммуникациялық технологиялардағы инновациялар жұмысшыларға тәулік бойы байланыста болуға мүмкіндік береді, бұл жұмыс күнін тұрақты емес етеді және еңбекті пайдалану жағдайларына, стресстерге және денсаулықтың нашарлауына әкелуі мүмкін;

- виртуалды компания қысқа мерзімге нақты жобалар мен тапсырмалар үшін кез келген жерден жұмысшыларды жалдауға мүмкіндік береді, бұл желі қызметкерлерінің осалдығына және олардың әлеуметтік кепілдіктерінің төмендеуіне әкеледі;

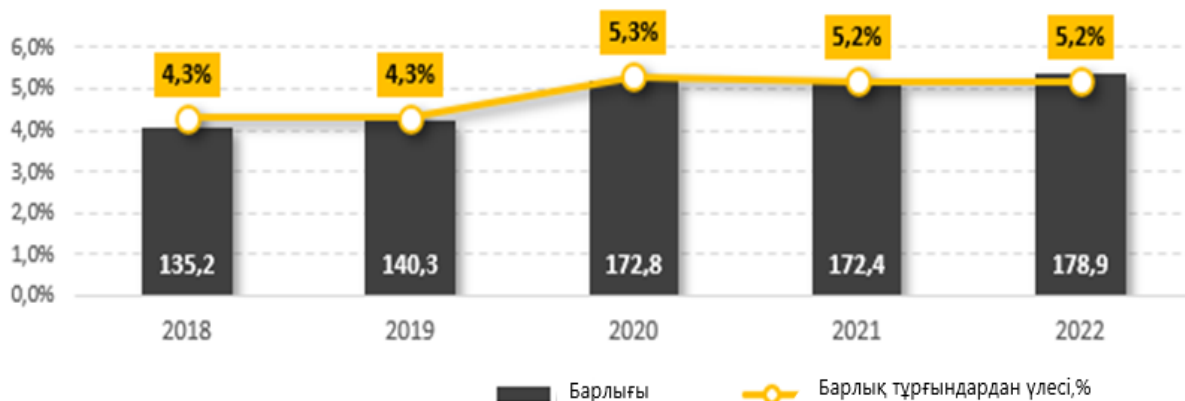
- халық арасындағы цифрлық алшақтық әділетсіздік деңгейінің өсу көзі болып табылады. Технологиялық прогреске байланысты көптеген орташа және төмен білікті жұмыс орындары жоғалып кетеді, бұл теңсіздіктің өсуіне, жұмыс күшінің қатысуының төмендеуіне және орта тап кірістерінің тоқырауына әкеледі. Сонымен қатар, цифрлық дәуірде нарық көшбасшылары мен олардың ізбасарлары арасындағы әдеттегі технологиялық алшақтық күшейіп, осы фирмаларда жұмыс істейтін жеке тұлғалардың жалақыларындағы алшақтықтың артуына ықпал етеді;

- цифрлық технологиялар жеке адамдардан үлкен кәсіби дағдыларды талап етеді, бұл білікті және біліктілігі жоқ жұмысшылар арасындағы жалақының айтарлықтай алшақтығын анықтайды [3].

Үй шаруашылығы-экономикалық жүйеде тұтынушылық функцияны іске асырудың негізгі субъектісі [2, 52]. Бұл тұтынушылардың қажеттіліктері мен мүмкіндіктері, сайып келгенде, тұтынушылардың өздері де, ұйымдар да цифрлық технологияларға сұранысты анықтайды. Үй шаруашылықтарының ақшалай кірістері сұранысты қалыптастырудың маңызды факторы болғандықтан, үй шаруашылықтарының кірістерін саралау көбінесе тұтынушы үй шаруашылықтарының цифрлық технологияларға қол жеткізуіндегі алшақтықты, дәлірек айтқанда, олардың цифрлық технологияларға қол жеткізу мүмкіндіктерін саралауды анықтайды, бұл әсіресе отбасының функциялары тұрғысынан маңызды болып көрінеді: экзистенциалды, өндірістік-экономикалық, тұтынушылық, рекреациялық және т. б.

Цифрлық трансформация кезеңіндегі Қазақстандағы кедейлік деңгейін талдайтын болсақ, Қазақстан республикасы Ұлттық статистика бюросының мәліметінше, ресми түрде

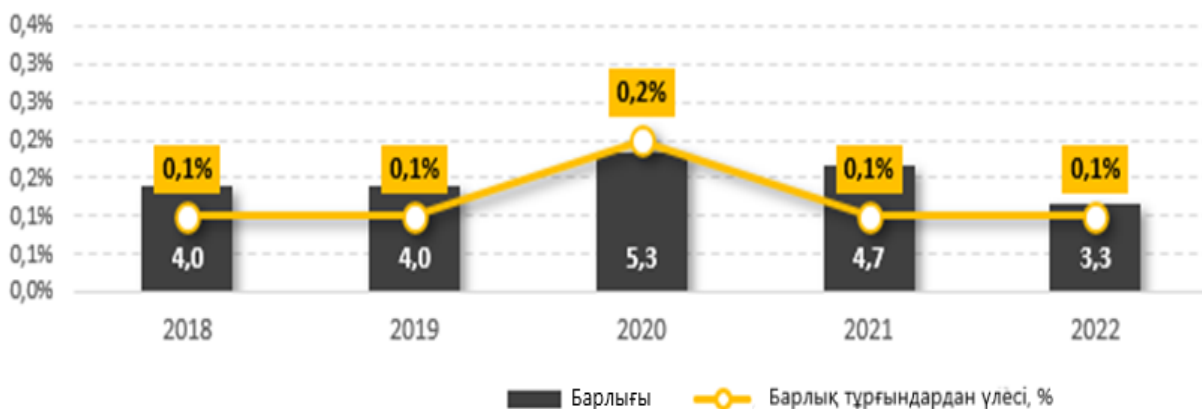
Қазақстандағы кедейлік деңгейі 2022 жылы 5,2% - ға жетті, ағымдағы жылдың екінші тоқсанында ол 5,1% - ға дейін төмендеді. Егер абсолютті көрсеткіштерді қарастыратын болсақ, 2018 жылдан бастап күнкөріс деңгейінен (ЖМ) төмен табысқа өмір сүретін үй шаруашылықтарының саны азайған жоқ, керісінше: 2023 жылдың екінші тоқсанында 135,2 мыңнан 177,8 мың отбасына дейін өсті (плюс 31,5%). Естеріңізге сала кетейік: ағымдағы жылы ЖМ 40,6 мың теңгені құрайды.



Сурет 1. Табысы ең төменгі күнкөріс деңгейінен төмен халықтың үлесі

Е с к е р т у – [4] дереккөз

Азық-түлік себегінің құнынан төмен табыспен өмір сүретін (дәлірек айтсақ, бар) үй шаруашылықтары айтарлықтай өсті (және бұл РМ-нің 55%). РМ көрсеткіші жыл сайын өсетіндіктен, ең төменгі өнім жиынтығының құны да өзгереді. Мысалы, 2023 жылы Азық-түлік себегінің құны 22,3 мың теңгені құрады. Статистиктердің есептеулері бойынша, осы жылдың сәуір–маусым айларында Қазақстанда осындай аз сомаға 9,4 мың отбасы өмір сүрген. Өткен жылы мұндай өте кедей үй шаруашылықтарының саны үш есе аз болды: 3,3 мың отбасы.



Сурет 2. Табысы ең төменгі күнкөріс деңгейінен төмен халықтың үлесі

Е с к е р т у – [4] дереккөз

IMD-2022 цифрлық бәсекеге қабілеттіліктің әлемдік рейтингінің қорытындысы бойынша сымсыз кең жолақты байланыстың ену деңгейі бойынша Қазақстан ЭЫДҰ-ның мынадай елдерінен: Бельгия (84,8%) және Колумбиядан (64,7%) озып, мәні 87,7% болатын 63 елдің арасында 56-орынды алады. БАӘ (291,9%), Жапония (205,3%), Польша (179,5%), Эстония (175,2%), Гонконг (173,6%), Катар (164,7%), Финляндия (163,2%), АҚШ (159,7%), Исландия (156,6%) және Бахрейн (155,6%). Алайда, 5 жыл бұрын 2018 жылғы рейтингте Польша 82% мәнімен 38 – орынды иеленді, яғни Қазақстан, Гонконг – 14, Эстония – 8, Финляндия-2-ден аз. Сонымен қатар, үздік 10-ға Сингапур, Австралия, Дания және Швеция кірді.

Қазіргі уақытта ғалымдардың көпшілігі қоғам үшін цифрландырудың оң маңыздылығына күмән келтірмейді. Оның мағыналарының бірі-цифрландыру "әлеуметтік интеграцияға, мүмкіндіктер теңсіздігін төмендетуге, сауаттылықты дамытуға, сондай-ақ қаржылық инклюзияны арттыруға ықпал етеді".

Сонымен бірге, шетелдік зерттеушілер "табыстың, білімнің және экономикалық идеялардың болмауына байланысты кедейлер әрқашан мүмкіндіктерден айырылады. Сондықтан оларға көмек көрсету стратегиялары жан-жақты болуы керек және тек қаржылық көмектен асып кетуі керек".

Мұқтаж Халықты әлеуметтік-экономикалық ынталандыру бойынша ұсынылатын шаралар экономиканы цифрландыруды ілгерілетуді жақсартуға қабілетті, тіпті оған әртүрлі себептермен (жеке, діни, саяси, маргиналды және т.б.) қатысу мүмкіндігін үзілді-кесілді жоққа шығаратын жеке азаматтар болған жағдайда да.

Ғылымда қоғамды ақпараттандыру халықтың поляризация процестерін күшейтеді деген әділ қорқыныш айтылды: бір жағынан "ақпараттық элитаны", "креативті тапты" қалыптастыру және ақпараттық-компьютерлік технологияларға қатысты маргиналды жағдайға тап болған және екінші жағынан "ақпараттық кедейлер" қабатын толықтыратын адамдар тобын көбейту қаупі бар [5].

Бұл экономиканы цифрландыруды оған мұқтаж халыққа мемлекеттік әлеуметтік көмек көрсету жөніндегі алдын алу шараларымен ұштастыра отырып дамыту қажеттігін көрсетеді.

Қазақстан экономикасын цифрландыру процестерінде табысы төмен халықтың қатысу мүмкіндігі шектеулі және оған мемлекеттік әлеуметтік көмек қажет. Оны халыққа әлеуметтік-экономикалық ынталандыру түрінде көрсету шаралары, сондай-ақ оларды іске асырудың дәйектілігі ұсынылды. Халықты цифрландыру үдерістеріне тарту мақсатында бұл шаралар тиімді болып көрінеді.

Біріншіден, олар кедейлік деңгейін төмендете отырып, халықтың табыс деңгейін арттырады.

Екіншіден, олар цифрландыру процестеріне оның кеңірек бөлігін тарта отырып, қоғамның әлеуметтік стратификациясына кедергі келтіреді.

Үшіншіден, МӘК-ке мұқтаж халық әлеуметтік қаражатты пассивті алушыдан цифрландырудың жүріп жатқан процестерінің белсенді қатысушысына айналады, мемлекетті бірқатар әлеуметтік функцияларды шешуден ішінара босатады.

Төртіншіден, берілетін бюджет қаражатының атаулы және нысаналы сипатына және оларды бақылауға байланысты оларды үнемдеу және нысаналы мақсаты бойынша пайдалану қамтамасыз етіледі.

Бесіншіден, цифрландыру үдерістеріне адамдардың кең ауқымының біржолғы кіруі олар үшін: іске қосылған ақпараттық құралдардың бірыңғай техникалық деңгейін; бірыңғай құқықтық режимді; бірыңғай ақпараттық кеңістікті; ақпарат алмасудың бірыңғай қағидаларын қамтамасыз етеді.

Жоғарыда айтылғандардың барлығы цифрландыру процестерін біріктіреді және оларды жеделдетуге қабілетті.

Сонымен қатар, цифрландыру процесінде әлеуметтік проблемаларды елемеу Қазақстан халқының құрылымында цифрландыру нәтижелерін қарқынды тұтынатын және әлеуметтік себептерге байланысты оған қатыса алмайтын әлеуметтік топтардың ақпараттық аспектілерінде тым сәтті қалыптасуына әкелуі мүмкін, бұл әлеуметтік теңсіздіктің күшеюіне әкелуі мүмкін.

Экономиканы цифрландыру және оның Ақпараттық технологиялар саласындағы дамуы трендтік құбылыс болып табылады және қоғамда жыл сайын өзектілігін арттыруды жалғастыруда. Экономиканың дамуында материалдық қамтамасыз ету, әл-ауқат және даму мәселесі өте маңызды болғанына қарамастан, оның әсер ететін әлеуметтік факторлары туралы ұмытпаңыз. Экономиканың дамуы мүмкін емес, егер олардың қызметі оның өмір сүруіне әсер ететін адамдар болмаса, сондықтан осы мәселені қарастырған кезде әлеуметтік-

психологиялық мәселелерді зерттеуге арналған зерттеулерге жүгіну керек, өйткені адами ресурс әлемдегі ең құнды ресурс болып табылады.

Осылайша, жоғарыда айтылғандардың бәрінен кедейлік оны шешу үшін шұғыл шараларды қажет ететін ең маңызды жаһандық мәселе деп қорытынды жасауға болады. Ұлттық және әлемдік деңгейдегі экономикалық жүйелер, ең алдымен, тұрақты экономикалық дамудың арқасында бұл кедергіні жеңе алады. Қазіргі уақытта мұндай прогрестің жоғары қарқыны экономика саласындағы қызметтің әртүрлі инновациялары мен революциялық әдістерін қамтамасыз ете алады. Осындай жаңалықтардың бірі жаһандық экономикалық жүйені цифрландыру болып табылады, осылайша әлемдік ауқымдағы кедейлікпен күресудің жетекші құралдарының бірі болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Schwab K. (2016) The Fourth Industrial Revolution: What It Means, How to Respond. World Economic Forum. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrialrevolution-what-it-means-and-how-to-respond/> (accessed 2 November 2020)

2. Субраманиам Й. Масрон Т.А. Хадиян Н. Хасан С.Х. (2020) Цифровой разрыв в развивающихся странах // Вестник международных организаций. Т. 15. № 4. С. (на русском и английском языках). DOI: 10.17323/1996-7845-2020-04-06.

3. Ибрагимова З. Ф., Ишмухаметов Н. С., Россинская Г. М. Цифровизация и домохозяйства: неравенство возможностей и дифференциация состояния // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2020. – №. 1. – С. 14-18.

4. Қазақстан республикасы Ұлттық статистика бюросының мәліметтері.- <https://stat.gov.kz/>

5. Павлов А. В. Возможности участия в цифровизации экономики малоимущего населения // Вестник университета. – 2023. – №. 2. – С. 119-127.

Қазіргі білім берудегі инновациялық процестер: мәні, құрылымы, ерекшеліктері

А.М. Шаймерден

«Экономика» мамандығы бойынша 1 курс магистранты

aigoz@inbox.ru

Бөкетов университеті, Қарағанда қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада қазіргі білім берудегі инновациялық үрдістердің ерекшелігі келтірілген. Инновацияның мақсаты қызметтің тиімділігі мен сапасының тиімділігін арттыру мәселесі қарастырылған. Инновация адамның рухани қажеттіліктерімен, әлеуметтік және саяси өзгерістермен байланыстылығы көрсетілген. Білім берудегі инновациялық процестерді меңгеру олардың мәнін, құрылымын, жіктелуін және ерекшеліктерін талдаумен, қоршаған ортаның инновациялық мүмкіндіктерін және инновацияға қатысушылардың шығармашылық мүмкіндіктерін зерттеумен байланысты екені талданды.

Кілт сөздер: инновация, жаңашылдық, инновациялық процестер, трансформация.

«Инновация» ұғымы салыстырмалы түрде жақында пайда болды және қазір педагогикалық қолдануда берік орнықты.

Инновация (Жаңа энциклопедиялық сөздік, 2004) – (линг.), жаңа формациямен бірдей.

Жаңа формация (Модерн энциклопедиялық сөздік, 1987) – (инновация) (линг.) – тілдегі өзінің дамуының кейінгі дәуірінде пайда болған жаңа құбылыс.

Орыс педагогикалық энциклопедиясында (1993) мұндай анықтама жоқ. «Шетелдік сөздер сөздігінде» (1993) бұл ұғым жоқ.

Жақында ғана мағынасы жағынан ұқсас, бірақ белгілері бойынша әр түрлі бірнеше анықтамалар пайда болды:

- кез келген жаңалықтарды енгізу арқылы жетілдіру процесі;
- жаңалық енгізу әрекеті: жаңадан енгізілген нәрсе;
- жаңа идея, әдіс немесе құрылғы;
- жаңа идеяларды табысты қолдану;
- қызметте жаңа аспектілерді тудыратын өзгеріс;
- іске асырылған шығармашылық идея;

- жаңа идеялармен, өнертабыстармен, жаңалықтармен байланысты экономикалық, техникалық, әлеуметтік, педагогикалық және басқа салалардағы инновация, трансформация.

«Инновация» ұғымының синонимдері «инновация», «ашу», «өнертабыс» сөздері. Және олар мағынасы жағынан ерекшеленсе де, кез келген жағдайда бұл ұғымдардың барлығы нәтижемен – шығармашылық белсенділікпен, шығармашылықпен байланысты. Сонымен қатар, сарапшылардың пікірінше, егер шығармашылық жаңа идеяларды алға тартуды көздейтін болса, инновацияның айрықша белгісі оны тәжірибеде жүзеге асыру болып табылады.

«Инновация» және «жетілдіру» ұғымдарының арақатынасы назар аударуды қажет етеді.

Инновацияның мақсаты қызметтің тиімділігін, оның сапасын, тиімділігін арттыру, қызметкерлер мен «тапсырыс берушілерді» жұмыс нәтижелеріне қанағаттандыру деген ұстанымға сүйене отырып, инновация ұғымы кәсіпкерлік ұғымымен де анықталады – назар аудару, жұмысты жақсартудың жаңа мүмкіндіктеріне «қырағылық».

«Инновация» сөзінің жоғарыда аталған ұғымдардан негізгі айырмашылығы – ол енгізумен байланысты қосымша құнды жасауға мүмкіндік береді. Бұл тәсілдің шеңберінде инновация сәтті енгізіліп, нәтиже бермейінше инновация болып табылмайды.

Инновация процестердің, еңбек «өнімдерінің» және қызметті (инновациялық қызмет) ұйымдастыру стратегиясының түбегейлі де, бірте-бірте өзгеруіне де қатысты болуы мүмкін.

Сонымен, инновация әр түрлі тұрғыдан қарастырылады – технологиямен, экономикалық дамумен, саяси мәселелермен, педагогикалық процестегі өзгерістермен және т.б.

Дегенмен, ортақ нәрсені де анықтауға болады: инновация әдетте жаңа және бірегей пайдалы және тиімді нәрсені енгізу деп түсініледі (мысалы, жаңа механизмдерді, әдістерді, өнімдерді, қызметтерді енгізу).

Инновация адамның рухани қажеттіліктерімен, әлеуметтік және саяси өзгерістермен, әлеуметтік өмірдегі жаңа құбылыстармен байланысты. Олардың пайда болуы қоғамның жаңа өмір сапасына, білім берудің жаңа сапасына қажеттілігінің артып келе жатқанын көрсетеді.

Орыс педагогика ғылымында бар инновацияның анықтамалары негізінен ең танымал үш тәсілді көрсетеді[1].

Олардың біріншісі бойынша білім берудегі инновациялар инновацияларға негізделген өзгерістер (Н.В. Бордовская, А.А.Реан, И.П.Подласи және т.б.). Инновацияның критерийі – жаңалық.

Сонымен, кез келген инновацияны инновация деп атауға болады, ал инновацияның тиімділігін бағалауды «білім берудегі оң өзгерістерге әкелу» -ден «білім беру процесіне теріс әсер ету» деңгейіне дейінгі градация арқылы көрсетуге болады.

Екінші көзқарас (Ю.К.Бабанский, В.А.Сластенин, Л.С.Подымова, т.б.) білім берудегі инновацияларды оқыту мен тәрбиелеудің мақсаттарына, мазмұнына, формалары мен әдістеріне, оқушылардың бірлескен іс-әрекетін ұйымдастыруға жаңалық енгізу деп қарастырады. мұғалімдер мен студенттер. Осы көзқарасқа сәйкес білім берудегі инновацияны тек олар қолданылатын білім беру жүйесінде оң өзгерістерге әкелетін жаңалықтар деп санауға болады.

Үшінші тәсілдің мәні мынада: білім беру жүйесін оңтайландыратын әрбір жаңалық енгізуді инновация деп санауға болмайды. Сонымен, Т.И.Шамова, П.И.Третьяков және Н.П.Капустин «инновация», «инновация» және «жаңалық» ұғымдарының аражігін ажырату қажет деп санайды. Олардың пікірінше, инновация – мазмұны мен ұйымдастыруына жаңалық енгізу, инновация – процесті ұйымдастыруға ғана жаңалық енгізу, инновация – жаңа әдістің, техниканың, технологияның мәнін алып жүреді.

С.В. Сидоров ғылыми-педагогикалық қоғамдастық тарапынан «инновация» терминінің ең танымал түсіндірмелерін синтездей отырып, білім берудегі инновацияны білім беруді дамыту және білім беруді оңтайландыру мақсатында бақыланатын процестің мақсаттарына, мазмұнына және ұйымдастыруына жаңа нәрсе енгізу деп анықтайды.

Инновациялық процестерді жүзеге асыруға бағытталған іс-әрекеттер инновациялық қызмет деп аталады. Педагогикалық жаңалықтарды жасау, меңгеру және пайдалану мақсатындағы іс-әрекеттер инновациялық педагогикалық деп аталады.

Білім берудегі инновациялық процесс – оқу тәжірибесін жетілдіру, инновацияларға негізделген білім беру жүйесін дамыту (В. И. Загвязинский). Инновациялық процесс жаңаның мазмұны мен ұйымдастырылуының қалыптасуы мен дамуын көрсетеді (Т. И. Шамова).

Білім берудегі инновациялық процестерді меңгеру олардың мәнін, құрылымын, жіктелуін және ерекшеліктерін талдаумен, қоршаған ортаның инновациялық мүмкіндіктерін және инновацияға қатысушылардың шығармашылық мүмкіндіктерін зерттеумен байланысты.

Инновациялық процестің логикасы білім беру жүйесін модернизациялау және оңтайландыру идеясына бағынады және білім беру жүйесін жаңарту жолын көрсетеді, оның ішінде идеяны ұсыну, жобаны әзірлеу, инновацияны сараптау, оны енгізу және түзету, жаңа тәжірибені тарату және ретке келтіру.

Білім берудегі инновациялық процестер оның іргелі заңдылықтары аясында туындайды, олардың ішінде мыналарды бөліп көрсетуге болады (Н.Н. Түлкібаева) [1]:

- құрылымдық заңдылықтар (мысалы, оқу үдерісі мазмұнының оның мақсаттарына тәуелділігі, дидактикалық мақсат пен сабақ түрі арасында белгілі бір байланыстардың болуы және т.б.);

- жүйелік (оларға оқыту мен оқудың бірлігі, оқу-тәрбие процесіндегі тәрбиелік, тәрбиелік және дамытушылық функциялардың бірлігі және т.б. жатады);

- эволюциялық (оқу процесінің даму барысындағы қасиеттерінің өзгеруіне байланысты);

- функционалдық (мұғалім мен оқушының әртүрлі қызметтерін жүзеге асыруда көрінеді);

- ақпараттық (оқу процесінің әр түрлі құрамдас бөліктерінің ол орын алатын ақпараттық-мәдени кеңістікке тәуелділігін көрсететін).

Қазіргі педагогикалық әдебиеттерде білім берудегі инновациялық процестерді саралау үшін негіздердің алуан түрлілігі жеткілікті (қайнар көздері, бағыттылығы, жаңалық дәрежесі, өнімділігі және т.б. бойынша)[2].

Инновациялық идеялардың негізгі көздері: елдің, облыстың, қаланың, ауданның, ауылдың сұранысын білдіретін әлеуметтік тапсырыс; білім беруді басқарудың федералды, аймақтық және муниципалды деңгейлерінің директивалық және нормативтік құжаттары; әртүрлі гуманитарлық ғылымдардың жетістіктері; психологиялық-педагогикалық бағыттағы эксперименттік жұмыс; қолданыстағы озық педагогикалық тәжірибе және білім беру саласындағы шетелдік тәжірибе; педагогикалық қызметтегі дағдарыстық жағдайлардан шығу қажеттілігіне байланысты мұғалімдер мен оқу орындарының басшыларының шығармашылығы[3].

Н.В.Бордовскаяның, А.А.Реанның, П.И.Третьяковтың, Т.И.Шамованың және басқалардың оқулықтарында білім берудегі инновацияларды классификациялаудың төрт негізгі тәсілі анықталған. Бірінші классификация «жаңаның педагогикалық процеске қатысына негізделген». Оған сәйкес мыналар ажыратылады: білім берудің мақсаттары мен мазмұнындағы инновациялар; педагогикалық процестің әдістері, тәсілдері, құралдары, технологияларындағы жаңалықтар; оқыту мен тәрбиелеуді ұйымдастыру нысандарындағы инновациялар; әкімшіліктің, оқытушылар мен студенттердің қызметіндегі жаңалықтар[4].

Екінші классификацияда инновациялар үш негізгі типті құрай отырып, қолдану ауқымы бойынша сараланады: бір және жергілікті (бір-бірімен байланысты емес); күрделі, өзара байланысты; бүкіл оқу орнын қамтитын жүйелік.

Үшінші классификация – инновациялық потенциал бойынша жіктеу – келесі түрлерді қамтиды: белгілі және қабылданған, жетілдірумен байланысты модификациялар; комбинаторлық инновациялар (жаңаның белгілімен үйлесуі); түбегейлі өзгерістер.

Төртінші классификация жаңаның алдыңғыға қатынасына негізделген. Ол инновациялардың келесі түрлерін ажыратады: алмастырушы (бұрын болған нәрсені ауыстыру үшін енгізілген жаңалықтар); жою (болашағы жоқ жұмыстарды тоқтатуға, тиімсіз құрылымдарды жоюға және т.б. байланысты); ашу (берілген жүйеде бұрын болмаған жаңа нәрсені жасауға байланысты: жаңа білім беру пәндерін енгізу, жаңа педагогикалық технологияларды енгізу және т.б.); ретро-интродукциялар (іс жүзінде өткенге, ұмытылған тәжірибеге үндеу білдіретін инновациялар). Т.И. Шамова мен Н.П. Капустин инновацияларды қолдану саласына қарай саралауды ұсынады: менеджмент, дидактика, тәрбие теориясы мен әдістемесі, психология, пәндік әдістеме, әлеуметтану, физиология және гигиена, білім берудің құқықтық негіздері, пәнаралық сала және т.б. Менің ойымша, әрбір инновация келесі кезеңдерден өтеді: 1) инновациялық идеяны қалыптастыру; 2) мақсат қою; 3) инновациялық жобаны әзірлеу; 4) эксперименттік іске асыру (инновациялық идея эксперименттік сынақтан өткізілетін, инновациялық жоба түзетілетін және инновациялық қызметті оңтайлы ұйымдастыру құрылымы қалыптастырылатын әзірлеудің 1-ші кезеңі); 5) жаңа тәжірибені қайталау және тарату (дамудың 2-ші кезеңі, бұл кезде жаңа тәжірибе көп рет қайталады, таралады, жаппай жұмыс тәжірибесіне енеді, жаңашылдар тобының ғана емес, көпшіліктің меншігіне айналады); бұл кезеңде инновациялық қызмет жүйесінде жаңа құрылымдық элементтер мен жаңа байланыстардың пайда болуы әлі де мүмкін; 6) ретке келтіру (инновациялар санатынан дәстүрлер санатына бірте-бірте ауысатын тұрақты білім беру жүйесі ретінде инновациялық жоба белгіленген құрылымдық бөлімшелерде жүзеге асырылатын дамудың 3-ші кезеңі).

Инновацияның тиімділігі оның нәтижесінің белгісі болып табылады және оның білім беру жүйесімен қаншалықты қабылданғаны туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. Сидоров С.В. Инновационные процессы в образовании. Правовые аспекты инновационной деятельности в образовательной организации [Электронный ресурс] // Сидоров С.В. Сайт педагога-исследователя
2. Осмоловская И. М. Инновации и педагогическая практика // Народное образование. 2010. № 6. С. 182 – 188. 2.
3. Симоненко Н. Н. Управление образовательными услугами с применением инновационных методов обучения // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2012. № 2. С. 201 – 206. 3.
4. Черкасов М. Н. Инновационные методы обучения студентов // XIV Международная заочная научно-практическая конференция «Инновации в науке». Новосибирск, 2012.

Digitalization in international trade

M.K. Assanova¹, V.E. Sadykova², A.K. Imanbayeva³, E.K. Serikov⁴

¹PhD, associated professor of the Chair of Economics and International Business

²students of the 4th year of study in the specialty "World economy"

massanova77@mail.ru, viola_sadykova@mail.ru, aiym.imanbayevaa@gmail.com

^{1,2,3,4} Karaganda Buketov University, Karaganda city

Abstract: The entry of the world economic system into a new technological era - the era of digital economy - marked the beginning of the 21st century. It was directly related to the introduction and use of a set of digital technologies (digital information technologies).

Technological innovations, as a rule, necessarily led to significant changes in the way of life of people, changed the ways of production and consumption. The impact of technological innovations on the world economy has been and continues to be manifested, first of all, in the reduction of trade costs, changes in the organization and structure of international trade. In recent times, the effects of digitalisation have penetrated all spheres of economic activity, affecting not only economic activities but also the economic behaviours of subjects of international trade. Therefore, there is a need to study the phenomena and major trends related to the digitalisation of international trade.

Keywords: digitalisation, international trade, economic growth, high-tech products, digital transformation

In the second decade of the XXI century, digitalization of international trade has become one of the leading factors in ensuring positive dynamics of international trade and recovery of the world economy after the global financial and economic crisis of 2008-2009 and the epidemic associated with COVID-2019. According to WTO experts' calculations, the widespread use of digital technologies in the period from 2023 to 2030 can lead to an increase in the average annual growth rate of international trade.

There is a tendency to increase the volumes of world imports and exports of goods and services. In absolute terms, the volumes of imports and exports of goods have increased more, while the growth rates are higher for imports and exports of services. Digitalisation has made a significant contribution to the achievement of international trade development. Statistics show the growth of e-commerce, the increase in exports of digitised services, and the growing share of high-tech products that digitalise international trade in the structure of trade in goods. Digitalisation has also predetermined the substitution of some goods by services (e.g. e-books have become the object of trade instead of books). Digitalisation affects the dynamics and structure of international trade in both goods and services. Consequently, the widespread use of new technologies reduces the cost of commodity supplies and facilitates the international supply of services, opening up new formats of interaction between trade participants (Figure 1).

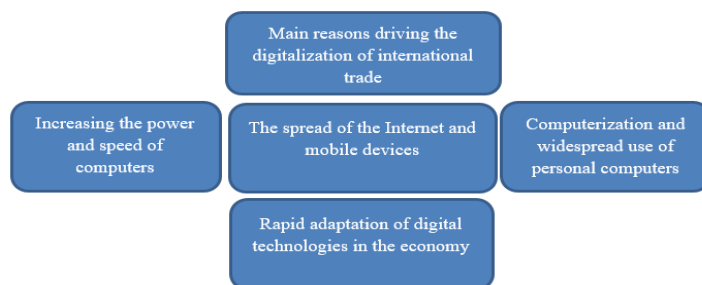


Figure 1. The main reasons behind the digitalization of international trade

Source - [1]

A broader definition of digital trade is the application of information and communication technologies to the conduct of business. UNCTAD considers the digital economy to be buying and selling through a computer network. This definition covers both the production, sale and distribution of tangible goods and digital products and services in digital form [2].

The main trends in the impact of digitalisation on trade are the following processes:

- The widespread adoption of e-commerce. For example, compare US data in 2014, namely e-commerce retail sales totalled US \$1.336 trillion, and in 2020 it has already reached US\$ 4.28 trillion. This number is projected to grow to US \$6.388 trillion in 2024. China is the leading e-commerce retailer in the world. The Asian country is estimated to account for more than 50 per cent of the world's total online retail sales in 2023. The United States is in second place with 19 per cent of all online retail sales, followed by the United Kingdom in third place with 4.8 per cent [3].

- A strong increase in the share of information and communication goods and services in foreign trade. ICT services grew to nearly 14 per cent of total world services exports in 2020, while

the long-term upward trend in trade in digitally delivered services accelerated rapidly. The value of ICT services exports globally reached \$676 billion in 2020, as the use of communication, computer services and software services was boosted by restrictions imposed in many countries during the COVID-19 pandemic. As a result, digitally delivered services accounted for nearly 64 per cent of total services exports as they declined relatively little amid an unprecedented decline in total services trade [4].

- The digital divide, which was further exacerbated by the pandemic, leaving least developed countries even further behind in competing in the global marketplace.

-Development of digital e-commerce platforms. For example, active consumers in Alibaba's ecosystem worldwide have reached approximately 1.18 billion, according to the company's 30 June 2023 report. This number consists of 912 million consumers in China and 265 million consumers overseas served by Lazada, AliExpress, Trendyol and Daraz [5].

- Reducing the number of costs in international trade. For example, transport costs are being reduced by the introduction of autonomous driving systems and artificial intelligence. Logistics costs are reduced by the use of "Internet of Things", which synchronise with each other and track shipments, contribute to the reduction of storage costs, etc.

Digital technologies also allow firms to conduct the bulk of their production through online bidding, which expands the number of their suppliers globally. It is worth noting that cross-border costs can also be reduced, thanks to information and communication technologies. They will be able to reduce the time to clear customs procedures, thanks to blockchain technology and artificial intelligence system.

A blockchain is a transactional database consisting of a sequential chain of digital blocks, each of which stores information about the previous and next blocks. It is a kind of digital notebook in which the records are unchanged due to the hashing mechanism - a unique set of alphabetic and numeric symbols, where a change in one symbol leads to a change in other blocks. The main advantage of blockchain is its transparency, because everyone can see the information inside the blocks, but no one can change or destroy it.

Blockchain is a distributed data registry system that is accessible to every member of that network. For example, a blockchain-based digital currency may be created, moved and stored outside the purview of any government, financial institution or personal lawyer, but nevertheless every transaction is recorded on the blockchain and is public. It is a kind of Ariadne's thread, breadcrumbs and navigator that leads anyone wishing to verify transaction information. Blocks are added to the network through a mining procedure. For each new block, the miner receives a reward, which forms the financial basis of his activity. Once the first transaction is made, it must be verified by multiple participants in the network - this is the essence of the decentralisation of the blockchain without specific intermediaries. This means another advantage of blockchain over the classical financial system - unlike banks, blockchain operates around the clock and does not depend on the central bank of a particular country.

Digitalisation is the next stage in the development of world trade. Its impact on world trade is the emergence and diffusion of new digital technologies, the growth and strengthening of digital platforms, and the increase in the number of digital transactions.

The main outcome of digitalisation is the emergence of new markets, business models of organisations, new types of goods and services (based on "Internet of Things", autonomous machine production, robotisation, artificial intelligence, big data, blockchain, etc.). This creates a challenge in defining the boundaries between goods and services, as they are becoming more and more blurred.

References

1. U.S. International Trade Commission, Global Digital Trade 1: Market Opportunities and Key Foreign Trade Restrictions, August 2017, p.33, at: <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4716.pdf>

2. ЮНКТАД. Отчет о цифровой экономике, 2019. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf
3. Сайт WTO. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/ecom_e.htm (Дата обращения: 29.11.2023)
4. Сайт UNCTAD. URL: <https://unctad.org/news/trade-data-2020-confirm-growing-importance-digital-technologies-during-covid-19> (Дата обращения: 29.11.2023)
5. Lund S., Manyika J. How Digital Trade is Transforming Globalisation. - Geneva: International Center for Trade and Sustainable Development (ICTSD) and World Economic Forum (WEF), 2017. P.

Application of artificial intelligence technologies in corporate finance

М.К. Asanova¹, К.Т. Doskazhanova²

¹Candidate of Economic Sciences, Assoc.Prof., Department of Economics and International Business,

²1styearmaster'sstudentofthespecialty"WorldEconomy"
massanova@mail.ru,kam.d@bk.ru

Karaganda Buketov University, Karaganda

Abstract: Artificial intelligence has become one of the manifestations of the digital economy, which is associated with an increase in the quality of management decisions made, the accuracy of calculations and cost reduction while ensuring the functioning of business processes. The development of artificial intelligence is reflected in the national program “Digital Kazakhstan”, which means targeted and conscious work by the state to disseminate the ideas of the digital economy. The introduction of artificial intelligence is associated with a systemic transformation of finance as an economic category. Artificial intelligence transforms business processes, simplifying them and increasing the overall level of operational efficiency. Due to the specific features of the environment for implementing artificial intelligence, finance is undergoing a transformation.

Keywords: artificial intelligence, economics, financial accounting, business analysis

For many decades, humanity has been trying to create artificial intelligence that would be equal to or surpass human intelligence. We can already talk about approaching such an achievement. Artificial intelligence refers to a system of many sciences that studies ways to solve various tasks of an intellectual or creative type using computers that were previously subject only to living intelligent beings. Note that artificial intelligence uses not only logical thinking, but also intuition to solve such problems. In the middle of the artificial intelligence journey, scientists Barr and Feigenbaum formed another concept of artificial intelligence. So, in the early 80s, they proposed to understand artificial intelligence as the field of computer science that deals with the formation of intelligent computer systems - special systems that have the capabilities inherent in humans. These include the ability to understand speech, reason, understand and solve problems, and so on.

Neural networks already exist - this has become a great breakthrough in science. They were formed in the image and likeness of neural networks that people and animals have. It is neural networks that make it possible for artificial intelligence to get much closer to the human brain and represent truly human qualities. With the help of this technology, artificial intelligence processes many processes simultaneously, and not linearly, as it was before, which closely resembles the work of the brain. The development of artificial intelligence in our country is partly due to the Digital Economy program. The Digital Economy program is the basis for the fourth industrial revolution. She created a combination of the state, the economy and innovative entrepreneurship. Due to the implementation of the program, there are already works that make certain organizational decisions using the computational algorithms embedded in them. The most striking and yet simple example is the artificial intelligence “Alice”, which was developed in Russia and now exists in most

smartphones in the country. Let us now consider the essence of finance in the formation and development of artificial intelligence. Attempts to create and develop artificial intelligence have been known since the 40s. However, there was no place for finance in this area yet. The early stages of development of this field were focused on the formation of artificial intelligence that would solve problems that could be explained using the language of algorithms and using mathematical logic. This activity was successful computers were able to solve logic problems, beat people at chess, and so on. However, a problem arose that outside the formal system, the computer could not solve the problem, since it was necessary to provide the computer with all the information about the subject using a formal description, which was extremely difficult. This was one of the reasons for the lack of finance in the field of artificial intelligence in the initial period of AI development - it is impossible to transfer all knowledge from the field of finance to computers using a formal language. A person operates to a greater extent with tacit knowledge embedded in a neural network. The introduction of artificial intelligence into the field of finance significantly increases the capabilities of participants in financial relations and simplifies their activities.

Table 1

Difference between programs used in finance with and without artificial intelligence

Programs without artificial intelligence	Programs with artificial intelligence
The program's answer will only be within the framework of a specific question. An example is a financial calculator that will calculate the interest paid on a loan based on the loan amount and loan term	Will answer universal questions that exist in the program. An example would be training "Alice" to answer questions regarding exchange rates
If changes are made to such a program, the structure of the program also changes. So, if changes are made to the financial calculator regarding the age of the loaned person, it will be necessary to change the entire structure of the calculator	The program can be partially modified without changing its structure. Thus, the exchange rate changes daily, this information in Alice is changed daily, but the structure of the program remains unchanged
Modification of such programs is complex and time-consuming. So, to change such a calculator, it is necessary to involve a software specialist who will change the entire program code.	Modification of such programs is relatively simple and fast. Thus, changing the exchange rate in Alice does not require special skills

The development of artificial intelligence has led to the fact that the demand in the financial sector for technologies with artificial intelligence is growing every year. Let us note that there is great interest not only among entrepreneurs, but also among the state. Fintech startups that use artificial intelligence are especially interesting. Fintech is defined as financial innovation that is based on technologies that create innovative business models, programs, products and services that have a material impact on financial markets and beyond. At this stage, it is especially important to reflect the transformation of the banking sector. It is transforming into a digital ecosystem due to the annual strengthening of the role of artificial intelligence in finance. The sphere of banking institutions and financial market institutions has undergone the greatest and fastest implementation of artificial intelligence, so it is especially important to reflect the transformation of banks. The banking system today is being transformed into a digital ecosystem due to the annual strengthening of the role of artificial intelligence in the field of financial relations with clients, partners and the Central Bank. The impact of artificial intelligence technologies on the transformation of the financial sector is discussed in many works. Deutsche Bank researchers in their report explore the process of transforming the traditional banking system into a digital ecosystem under the influence of new technologies [2, p. 747]. In the works of Lee Shin [1, p. 105] discusses various types of

business models of fintech projects. Hornuf's article [3, p. 179] is devoted to the study of trends in the formation of the global fintech market. Giudici's work is devoted to the study of risk management in the fintech sector.

The authors emphasize that for the sustainable development of fintech projects, it is necessary to minimize their possible negative impacts on consumers and investors. Yaksik's work also notes that the business models of fintech startups are not always consistent with the need for stability in the financial sector, in particular, innovations in payments can affect the stability of the infrastructure of financial systems. Thus, it can be stated that the introduction of artificial intelligence into banks and finance has both positive and negative effects. Until recently, the financial sector has been a traditionally conservative area for centuries. Today's intensive growth in the use of artificial intelligence in the financial industry allows us to see how quickly the business landscape is changing and how established business processes and business tasks are being reformatted. Artificial intelligence really has enormous demand now. The prerequisites for demand for financial transformation are:

1. presence of significant potential for contribution to international
2. economy and all its spheres;
3. artificial intelligence will be able to increase the efficiency of international;
4. economics;
5. significant increase in the amount of data;
6. increasing complexity of manual data processing;
7. the need to increase the availability of information.

Only 13% of representatives of foreign banks declare the use of artificial intelligence methods in internal, financial and management processes. In Kazakhstan, this is 72% of banks. Most often, artificial intelligence is involved in customer-oriented operations: sales and marketing (43% of respondents), customer service (55%), and risk management in terms of preventing fraudulent transactions (42%). Banks using artificial intelligence can improve 4 areas of their work: attract new customers better, increase customer lifetime value, reduce costs and credit risk. This is especially important when competing for customers, as well as when entering large markets where banks are forced to compete with technology companies and ecosystems. Since artificial intelligence technologies are also in demand in Kazakhstan's banks, and therefore can become one of the main areas in which banks will actively invest.

Thus, we can state the fact that at the moment, it is in the financial environment that relationships have already developed that form rules, algorithms and information exchange schemes, within the framework of which interaction takes place both between participants within the banking sector and with the outside world. According to the authors, the combination of these factors forms a financial technology ecosystem. Therefore, in the future, our research will be aimed at studying the experience of introducing artificial intelligence specifically in financial sector organizations.

References

1. Haddad C., Hornuf L. The emergence of the global fintech market: economic and technological determinants // *Small Business Economics*. 2019. № 53. P. 81–105. DOI: 10.1007/s11187-018-9991-x/.
2. Lee I., Shin Y. J. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges // *Business Horizons*, 2018. № 61 (1). P. 35-46. DOI: 10.1016/j.bushor.2017.09.003. 76. Treleven P., Brown R. G., Yang D. Blockchain technology in finance // *Computer*. – 2017. – T. 50. – №. 9. – C. 14-17.
3. Haddad C., Hornuf L. The emergence of the global fintech market: economic and technological determinants // *Small Business Economics*. 2019. № 53. P. 81–105. DOI: 10.1007/s11187-018-9991-x/.
4. Lee I., Shin Y. J. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges // *Business Horizons*, 2018. № 61 (1). P. 35-46. DOI: 10.1016/j.bushor.2017.09.003.

5. Cloud banking: More than just a CIO conversation . – [Электронныйресурс]. Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/financialservices/articles/bank-2030-financial-services-cloud.html>.

6. Belanche D., Casalo L. V., Flavián C. Artificial Intelligence in FinTech: understanding robo-advisors adoption among customers //Industrial Management & Data Systems. – 2019. – С. 124 – 129.

Strategic approaches to pricing in digital economy

O.P. Chukurna¹, O.M. Snoz², E.O. Chukurna³

¹Doctor of Economics, professor of the Department of Management and Marketing

²Student of the second level of higher education, majoring «Management»

³Student of the first level of higher education, majoring «Management»

elenachukurna@gmail.com; snozolesya2003@gmail.com; elizachukurna2005@gmail.com³

^{1,2,3}State University of Intellectual Technologies and Telecommunications, Odesa

Abstract: The article is devoted to strategic approaches to pricing in the digital economy. It was determined the factors of pricing in the digital economy are. It was substantiated the features of the digital economy that have a significant impact on the evolution of pricing factors. It was analysed the differences in pricing for goods that contain an information component.

It was considered and substantiated specific pricing methods and strategy in the digital economy. It was proposed competitive pricing strategies in the digital economy based on competitive pricing methodology.

Keywords: pricing, digital economy, pricing methods in digital economy, competitive pricing strategies of digital economy.

The digital economy is the result of the development of the information economy. In the information economy, the value of goods begins to be influenced by new factors related to the availability of information about the product, trust in the brand, emotional costs. Pricing is reduced to the sphere of relationships. This trend has emerged in the context of the development of relationship marketing and is becoming decisive. Value formation at the expense of intangible assets becomes traditional, first of all at the expense of the capital of brands and trademarks. Today, a trademark is more expensive than a product, its value to the consumer increases in the sales process several times. For example, marketing makes up to 95% of the contribution to the cost of music or software products, up to 80% to the cost of household chemicals, perfumes, clothing, cosmetics. In the case of the purchase of an industrial product, the buyer paid for the ownership of it, but buying post-industrial goods, he pays for the right to use them.

Pricing in the digital economy is based on a competitive approach, so of all the variety of pricing strategies that take place in the real economy, the digital economy uses competitive pricing strategies. Based on the methodology of competitive pricing, competitive pricing strategies of the digital economy can be implemented in the following areas:

1. Competitive price and profitability balance strategy. For any online store, competitive price and costs are two factors that have an equally strong impact on the final cost of the product. The profitability of e-commerce is determined, most often, by costs, ie the lower limit of the price. However, the market price in the digital economy depends on the prices of competitors. That is why, when setting competitive prices, the system of monitoring competitors' prices becomes important.

2. The strategy of increasing the lowest price offer. High price sensitivity of consumers is manifested in the search for the lowest price on the Internet. For the seller, this creates a mechanism of competition in the range of the product line, due to its expansion and the introduction of goods with optimal prices for the consumer while maintaining the rate of return. The most effective

approach in these conditions is to find the lowest price among competitors and set the price a few positions higher. For buyers, this creates the illusion of a cheap but higher quality product, for the company - provides an opportunity to make more profit and maintain the quality of the product.

3. *Pricing strategy of competitors in niches of digital markets.* In most cases, prices in online stores are dictated by niche or pricing decisions at the level of a particular brand. This may be due to the company's budget policy, supplier prices and other factors. In these circumstances, it is necessary to establish a system of price monitoring, using digital resources. Powerful digital resources on the Internet for monitoring the prices of competitors are services: <https://priceva.ru> and <https://www.pricecontrol.com.ua>. With Priceva you can not only monitor the prices of competitors, but also create a page comparing them. With the help of the Pricecontrol.com.ua service it is also possible to analyze price dumping and brand representation. Examples of the results of price dumping analysis are presented in Fig.3.

The above example shows that 32 online stores were researched, with a total number of products - 3437 units, with a price range -3194. The number of dumped prices was 790, ie 24.7% of the total number of prices monitored.

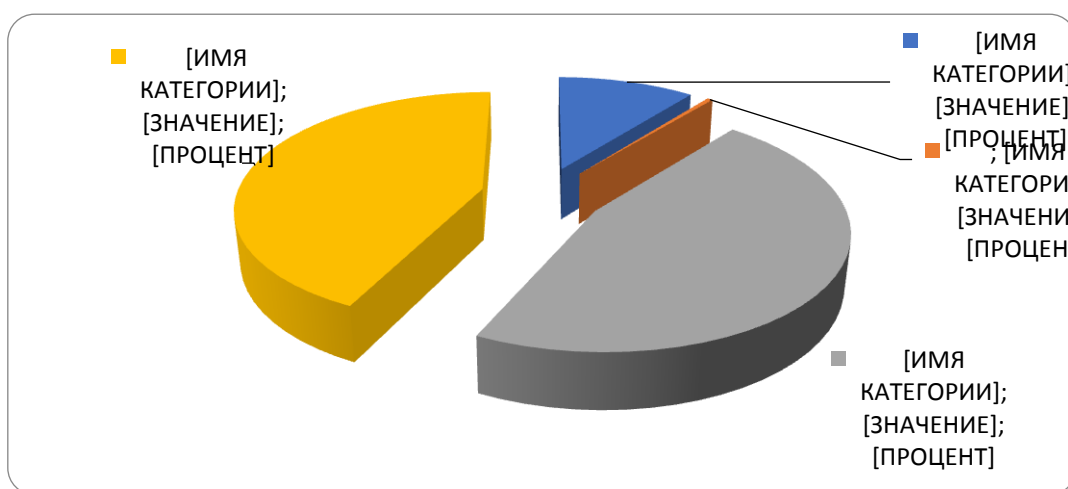


Fig.1. Examples of the results of the analysis of price dumping [based on on materials 5]

Another example shown in table 1 shows the percentage of price dumping among the most popular online stores (table 1).

Table 1.

The results of price dumping among the most popular online stores [based on [5]

IM DUMPING	Number of positions in IM	Dumping amount	% Dumping
1 abo.ua	29	22	75,86%
2 allo.ua	21	2	9,52%
3 baza-ua.com	28	25	89,29%
4 dokamir.com.ua	25	25	100%
5 e-1.com.ua	19	1	5,26%
6 e-ctr.com.ua	29	27	93,1%
7 electromotor.kiev.ua	12	9	75%
8 in-green.com.ua	24	8	33,33%
9 inprof.com.ua	28	26	92,86%
10 instrade.com.ua	11	9	81,82%
11 instrument-optom.com	24	24	100%
12 intehnika.com.ua	14	14	100%
13 isc.net.ua	13	5	38,46%

14	mirax.ua	21	2	9,52%
15	motobud.com.ua	20	6	30%
16	moyo.ua	18	14	77,78%
17	rozetka.com.ua	29	1	3,45%
18	skladopt.com.ua	29	29	100%
19	stroyberi.com.ua	24	19	79,17%
20	stylus.ua	28	18	64,29%
21	tehno-land.com.ua	26	10	38,46%
22	topone.com.ua	28	26	92,86%
23	traktorci.com.ua	2	2	100%
24	ukrelectro.com.ua	16	8	50%
25	v-garage.com.ua	23	8	34,78%
26	y.ua	28	17	60,71%
27	yurgen.com.ua	24	24	100%

You can get information about the price level for comrade types and brands in competing stores. Aggregation is a good choice - a grouping of goods in a singing brand, or to the type that calculates the boundary value of prices for a skin site. The calculation of the price index for the analyzed level (category of the brand), as well as the rank of the company, can formulate a price strategy for singing brands and categories of goods, so that you can play in the competitive struggle.

Such an analysis is permissible for those who have competitors hundred prices for reloads, in certain price categories and groups of goods, for certain brands and brands. Inspired by the results of the overall analytical analysis, the online store can match the prices of fallen goods from the category of goods and the internal strategy of the company's management.

4. *The strategy of prices for the history of competitors is established for the designation of the previous periods for the sale of goods.* Analysis of promotions from stimulation of sales and promotion of loyalty to customers' bases and trends € an even more important approach to preserve competitiveness, and to plan sales of products on the market. I allow to use the base of loyal customers. Moreover, in online stores it is necessary to provide information and analyze the price of competitors.

5. *Analysis of goods, which are on the day at the warehouse of competitors.* The price is important only until quietly, when the goods are available in the warehouse. Online purchases make sure I respect yak at prices, as well as for the appearance of the goods. As long as the goods are out of the way, the buyer is just trying to rob the purchase from competitors. Those are the ones who see a high price - you won't be able to buy potential purchases and buy goods in the first place, even cheaper. This opens up an interesting opportunity for online stores. After analyzing the availability of goods from competitors, he can adjust the pricing policy.

If competitors do not have goods at a better price, potential buyers simply have no choice, and they will be willing to pay more. Therefore, stores that have these items in stock, get an excellent competitive advantage and will be able to earn extra profit by changing the price. With the right approach, you can use data on the availability of goods and prices for them from competitors to increase their own competitiveness and profits.

6. *Strategy of basic conditions with suppliers on the basis of the received data.*

Based on the results of price monitoring data on the Internet, you can justify the current purchase prices from suppliers. Competitive pricing strategy research is a multifaceted analysis that includes monitoring not only competitors' prices, but also the availability of goods on the market. Such analytics will significantly increase sales and profits.

The result of the study was to identify specific factors influencing price formation in the digital economy. It is proved that the pricing process in the digital economy has a specific mechanism, which is based on adding an information component to the price of goods that are promoted through digital channels. As a result, the features of the digital economy, which have a significant impact on the evolution of pricing factors, were substantiated.

References

1. Cifrovyy marketing – model marketing XXI storicha: monografia (2017) [Digital Marketing - The Marketing Model of the 21st Century: [Monograph]. Odesa: Astroprint, 327. [in Ukrainian]
2. Chukurna O., Tkacheva N., Baldyk D. Strategic approaches to pricing in digital economy Zeszyty_naukowe, Katowice: Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach. №12. 2020, p. 21-36.
3. Kozłowski R., Palczewska A., Kolowski J. G. The development of a European digital market on the basis of the trans-European telecommunications networks (2017) // ZESZYTY NAUKOWE WYKSZEJ SZKOLY TECHNICZNEJ W KATOWICACH. №9. 2017. c. 63-72 URL.: <http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/c2ab44c703da183aaf9e84cf2d29a4f3.pdf> [in Poland]
4. Veber L. (2010) Effektivnyi marketing v Interneti. Socialnye seti, blogi, Twitter I drugie instrument prodvigennia v Seti [Effective marketing on the Internet. Social networks, blogs, Twitter and other web promotion tools] Moskva: MIF, 320 [in Russian]
5. Electronic sources URL.: <https://www.pricecontrol.com.ua>

Periodization of changes in technological structures and their impact on the cost factor

O.P. Chukurna¹, L.V. Pankovets²

¹Doctor of Economics, professor of the Department of Management and Marketing

²postgraduate student of the third level of higher education, majoring in «Economics»
elenachukurna@gmail.com; ua0737772728@gmail.com

^{1,2}State University of Intellectual Technologies and Telecommunications, Odesa

Abstract: The article was analyzed the change in technological structures and the influence of technologies on the core of value formation, which is the basis of economic development. It has been proven that the change of key technologies, which are the basis of technological systems, contribute to the change of the cost structure.

Keywords: digital economy, globalization, digitalization.

Starting from the mid-twentieth century to the present time, transformations have been observed in the world economy associated with changes in the technical and economic structure of society and global processes. The development and dissemination of information and computer technologies, digitalization of all spheres of life have contributed to the acceleration of communication processes and interaction between people. The transformation of socio-economic relations associated with the spread of information technologies is interpreted differently by different scientific schools.

In the 70-80s of the twentieth century, scientific views regarding the theory of a post-industrial or information society were widespread in the economic literature. These views had a significant impact on the development of the theory of value, which suggested the emergence of a new factor influencing value - information and knowledge. In this aspect, the theory of the information society has developed the concept of value, adding another significant factor to the socially necessary costs for the production of goods - information, which led to the emergence of the information concept of value.

This thesis was substantiated by D. Bell, who believed: «if knowledge in its systematic form is used in the practical processing of existing production resources, then we can assume that it is they, and not labor, that are the source of value» [1, p. 167].

In turn, the founder of the knowledge economy, Machlup, also assumed that new knowledge in the field of technology creates a tendency to switch demand from physical labor to mental labor [6, c. 38].

The famous scientist M. Castells considers the information economy as an era of globalization, in which the main source of labor productivity is the processing and use of information. That is, new information technologies serve as the material basis of the global economy [2].

The founders of the theory of the information society are united in their approach to substantiating the concept of value, the source of which is information and knowledge, and not material labor and traditional factors of production.

The concept of technological structures was first proposed by S. Yu. Glazyev and D. S. Lvov in 1986.

Technological structures are usually understood as groups of technological aggregates identified in the technological structure of the economy, connected to each other by similar technological chains and forming reproducing wholes.

Each such structure is a holistic and sustainable formation, within which a full technological cycle is carried out, including the extraction and receipt of primary resources, all stages of their processing and the release of a set of final products that satisfy the corresponding type of public consumption.

The periodization and classification of technological structures according to S. Yu. Glazyev is presented in Table 1.

Table 1

Periodization and classification of technological structures according to S. Yu. Glazyev [4,5]

Period of development	Core of the technological structure	Predominant infrastructure	Organization of production
1770–1830 Beginning of industrial revolution	textile industry, textile engineering, iron smelting, iron processing, canal construction, water engine	roads, irrigation canals	factory production
1830–1880 Age of steam	steam engine, railway construction, transport, machine and steamship construction, coal, machine tool industry, ferrous metallurgy	railways, shipping lines	mechanization of production, urbanization
1880–1930 Age of Steel	electrical engineering, heavy engineering, steel production and rolling, power transmission lines, inorganic chemistry	power systems, post office, telegraph, radio communications, telephone, railways	standardization of production
1930–1970 Age of Oil	automobile and tractor manufacturing, non-ferrous metallurgy, durable goods production, synthetic materials, organic chemistry, oil production and refining	expressways, power grids, pipelines, radio and television communications, shipping and airlines	mass production, increasing quality
1970–2010 Scientific and technical revolution	electronics industry, computing, fiber optic technology, software, telecommunications, robotics, gas production and processing, information services	computer networks, satellite communications, Internet, global energy systems, airlines	networking, logistics, clusters, outsourcing
2010–2050 Digital revolution	biotechnologies based on the achievements of molecular biology and genetic engineering, nanotechnology, artificial intelligence systems	global information networks and integrated high-speed transport systems	virtual services, 3D printers, Internet of things, cloud infrastructure

The key shift in the periodization of technological structures is information. Since the 70s. twentieth century, knowledge and information as a valuable good become the property of the entire society, i.e. new factor of production. This creates conditions for the development of the fundamental principles of the information economy or knowledge economy.

During the development of the information economy, information acquires the following character:

1. Information is the link between all economic stages. Information flow exchange systems are being introduced into the production process. Information is necessary for the functioning of all four stages of the reproduction process. To organize production, various information is used: technologies, standards, processes. At the consumption stage, information also begins to be of a commodity nature.

2. Information can act as a specific economic good that is produced, distributed, exchanged and consumed. In the process of materializing information, new technologies are created, new products, equipment, and other intangible assets are developed.

3. Production at enterprises in the information industry has a number of features. In particular, the objects of labor in this industry are primary information, the means of labor are all possible ways of converting, storing, transmitting it, and the goal of production is customer satisfaction. In this regard, problems arise in assessing labor, the finished product and the effectiveness of information activities.

4. Ownership of information is the basis of monopoly power, since ownership of patents and licenses acts as a barrier to entry into an industry. There is another important aspect related to the transfer of information - the conditions for the sale of technologies. They may include restrictions that affect freedom of competition.

The features of the information product are the following:

- information does not disappear when consumed, but can be used repeatedly. An information product retains the information it contains, no matter how many times it is used. This property of information is *safety*;

- an information product becomes obsolete over time. Although information does not wear out when used, it can lose its value as the knowledge it provides ceases to be relevant. In different fields of science and technology, the rate of depreciation of knowledge is different and can last from five to fifteen years;

- Different consumers of information goods and services are comfortable with different ways of providing and delivering information, because consuming an information product requires effort. This is the property of addressing information. Due to this property, as well as the property of aging, the need for an information product can never be satisfied once and for all;

- the production of information, in contrast to the production of material goods, requires significant costs compared to the costs of replication. Copying a particular information product is usually much cheaper than producing it. This property of an information product - the difficulty of production and the relative ease of replication - creates many problems in connection with the determination of property rights within the scope of information activity;

- lack of independence – manifests itself in the fact that the consumption of information is associated with the consumption of other resources.

The most of the methods used to determine the costs of producing information goods and services are based on the same principles that are used in estimating the costs of producing conventional goods and services.

The peculiarity of information as a commodity makes it difficult to determine the costs of its production using traditional methods. This is due to the difficulty of determining the relationship between costs and results of information activities. In cases where the factor of timely use of an information product plays a major role, the effect of information impact is disproportionate to the efforts expended on the production of information. A number of information products and services have a short life cycle, but their timely use has a huge effect.

All these features of information, characterizing it as a factor of production, influenced the change in the structure of value. The periodization of changes in cost factors depending on the transformation of technological structures is presented in Table 2.

Table 2

Periodization of changes in cost factors depending on the transformation of technological structures [3]

Technological structure	Factor of production underlying the formation of value	Innovation component
<i>The Second (1840-1890) and third (1890-1940) technological structure</i>	Labor, land (rent), capital The cost is based on expenses	Technologies of light industry, technologies for producing water and steam energy, mechanization of all industries based on the steam engine. Key Factor: Steam Engine
<i>The Third (1890-1940) technological structure</i>	Labor, land (rent), capital The price is formed on the basis of costs. But the concentration of banking and financial capital increases the influence of capital as a factor of production.	Use of electricity, development of heavy engineering, chemical industry. The emergence and spread of radio communications, telegraph, automobiles. Key Factor: Electric Motor
<i>The Fourth (1940-1990) technological structure</i>	Labor, land (rent), capital The cost is based on expenses	Development of energy using oil, petroleum products and gas, as well as communications means of new synthetic materials. Key Factor: internal combustion engine
<i>The Fifth (1990-2020) technological structure</i>	Labor, land (rent), capital and information. At the basis of cost formation, value for the consumer begins to play a significant role. The demand factor becomes decisive, based on the consumer's perception of the value of the product	Achievements in the field of microelectronics, computer science, biotechnology, genetic engineering, development of new types of energy, outer space, satellite communications. Key Factor: gas technologies
<i>The Sixth (from 1995 to present) technological structure</i>	Labor, land (rent), capital and information. The cost is formed based on the value of the product to the consumer.	Development of biotechnology, medicine, nanotechnology, information and IT technologies, optoelectronics, aerospace industry. Key Factor: non-traditional energy sources
<i>Seventh technological structure (from 2005 to present)</i>	Labor, land (rent), capital, information and knowledge. Cost is formed on the basis of the value created by the enterprise (transnational corporations)	Development of neurotechnologies, genetic engineering, artificial intelligence, unmanned vehicles, implantable technologies. Key Factor: non-traditional energy sources

Thus, information, as a new factor of production, has become a key lever for transforming the economic basis. Based on the periodization of changes in cost factors depending on the

transformation of technological structures, the evolution of marketing concepts based on a change in technological structures was formed.

References

1. Bell D. (1989) The Third Technological Revolution and Its Possible Socio-Economic Consequences. *Dissent*. Vol. 36, Issue 2, P. 167
2. Castells M. (2000) *Informacionnaja epoha: ekonomika, obshestvo i kultura* [Information age: economy, society and culture]. M.: GU VHSE, 2000, 608 p.
3. Chukurna O.P. (2016) *Koncepcia marketingovogo cinoutvorenia v globalnoj ekonomike: monografija* [The concept of marketing pricing in the global economy: monograph]. Odessa: Astroprint, 2016. 336 p.
4. *Cifrova ekonomika: pidruchnik*. [Digital economy: [textbook] / T.I. Oleshko, N. V. Kasyanova, S. F. Smerichevsky. – K.: NAU, 2022. – 200 p.
5. *Cifrova ekonomika: kolektyvna monografija* [Digital economy: Collective monograph / I. A. Pavlinov, L. K. Skodorova, E. I. Pavlinova [etc.]; Transnistria state University named after T. G. Shevchenko, Rybnitsa fil. – Rybnitsa: PSU, 2019 (Tesline type). – 260 p. : fig., tab. Bibliogr. la sfârșitul cap. – 30 ex.
6. Mahlup F. (1966) *Production and spread of knowledge in the USA* / F. Mahlup. – M: Progress, 462 p. c. 38

Artificial Intelligence in the Digital Economy: Trends and Possible Improvements

N.N. Gelashvili¹, A.E. Turusbekov²

¹Candidate of Economics Sciences, Assoc. Prof., Dep. of Economics and International Businesses,

²Master's student of IT entrepreneurship and digital economics
denor1980@mail.ru, alikhan.jsjs@gmail.com

^{1,2}Karaganda Buketov University, Karaganda

Annotation: This article explores the ever-changing field of artificial intelligence (AI) in the context of the digital economy. It seeks to offer a thorough examination of the patterns influencing the use of AI now as well as future developments that could increase its influence. A detailed grasp of the case studies of AI is offered by highlighting the difficulties and success stories in various businesses. It covers methods for obtaining moral AI growth, and productive human-AI cooperation. Through providing a thoughtful examination of both existing patterns and potential enhancements, the article advances a comprehension of AI's function in the digital economy.

Keywords: artificial intelligence, machine learning, natural language processing, deep learning, decision-making.

In the context of the digital economy, artificial intelligence (AI) refers to the use of sophisticated computer systems and algorithms designed to mimic and reproduce human intellect. AI systems are different from standard computer programmes in that they can learn from data, adjust to changing conditions, and carry out activities that normally call for human intellect. Artificial Intelligence is revolutionizing the way businesses function, make choices, and engage with their surroundings in the digital economy [1].

There are several subtypes of AI. Subsets of AI called machine learning (ML) enable systems to learn from their experiences and get better without explicit programming. Large-scale datasets are analyzed by ML algorithms in the digital economy, which then use the patterns they find to forecast or decide. Tasks like pattern identification, predictive modeling, and data analysis benefit greatly from this capacity. Machines can now comprehend, interpret, and produce human language thanks to natural language processing (NLP). This is important in the digital economy for social

media sentiment research and chat bots and virtual assistants. Companies utilize NLP to improve customer service, automate communication procedures, and extract information from text. Machines can now comprehend visual data and make judgments thanks to computer vision. This is used in autonomous systems, image and video analysis, and facial recognition in the digital economy. Computer vision is used in a variety of industries, including manufacturing, retail, and healthcare, with applications ranging from augmented reality to quality control. Multiple-layered neural networks are used in deep learning and are capable of learning complex patterns and representations. This is especially important for jobs like recommendation systems, driverless cars, and picture and speech recognition in the digital economy.

In today's business environment, AI is a game-changer that is radically changing how companies compete, operate, and create. Its importance is multifaceted, impacting consumer relations, operational effectiveness, and strategic decision-making. An increasingly important factor in determining success in the fast-paced, technologically-driven global economy is the use of AI into corporate processes.

AI enhances decision-making. AI analyzes enormous volumes of data to derive insightful information that helps in decision-making. Companies use machine learning algorithms and predictive analytics to find opportunities, reduce risks, and predict market trends. Real-time analysis is made possible by AI systems, allowing for quick reactions to shifting market situations. This is especially important in fast-paced businesses where quick decisions may provide you a competitive edge. Routine activities are streamlined by AI-driven automation, which lowers the need for manual intervention and increases operational effectiveness. This promotes creativity inside companies by freeing up staff members to concentrate on higher-value, creative projects. There are several ways in which artificial intelligence has shaped the current corporate environment. Businesses that proactively incorporate AI into their operations position themselves for sustainable success in an increasingly competitive and digitally-driven market. This includes revolutionizing decision-making processes, promoting innovation, and enhancing consumer experiences. Organizations must adjust to and adopt a new paradigm of intelligent and data-driven business practices as a result of AI's cultural and technological effects on the business environment [2].

Industry-wide usage of AI is exploding, transforming conventional business paradigms and opening up new avenues. The adoption of AI is now characterized by a number of trends that are a reflection of technological breakthroughs and a rising realization of the transformational potential.

The strategic move towards data-driven decision-making, automation, and improved customer experiences characterizes the integration of AI into both established and developing business models. Companies are using AI to automate repetitive processes, which lowers operating costs and boosts productivity. With the help of AI, organizations can use enormous datasets to gain actionable insights that support well-informed decision-making. To get a competitive edge, businesses are incorporating AI into their decision-making processes for a variety of purposes, including forecasting market trends and supply chain logistics optimization. There are several case studies that illustrate the influence of AI implementation on business models.

A classic example of AI impacting e-commerce business strategies is Amazon's recommendation engine. The engine analyzes user behavior, past purchase data, and preferences using a combination of machine learning algorithms and data analytics. This makes it possible for Amazon to deliver customers customized product recommendations, improving their purchasing experience. Large volumes of user data, such as browsing and purchase histories and even the length of time a user spends hovering over a product, are gathered and analyzed by Amazon. Customers find it simpler to find new products that interest them when they receive personalized product recommendations. Recommendations are continually adjusted in real-time by the recommendation engine in response to variations in user preferences and behavior. Amazon increases customer loyalty and retention by continuously improving suggestions based on user interactions [3].

Uber is a pioneer in the transportation sector with its usage of AI-driven dynamic pricing. Using machine learning algorithms, the platform modifies ride fares in real-time according to

supply and demand as well as other contextual variables. Uber's algorithms are always analyzing data related to the availability of drivers and the demand for rides in certain regions. Because they make more money during peak hours, drivers are more likely to be available when demand is strong. Machine learning models use past data together with external variables like traffic, weather, and events to forecast future demand patterns. Dynamic pricing ensures effective resource allocation by assisting in the balance of supply and demand [4].

The ways that AI is being applied in business models, how technologies are developing and how industry-specific applications are being adopted all demonstrate how revolutionary AI may be in the digital economy. Companies that take strategic advantage of these developments will be better able to foster innovation, improve their competitiveness, and manage the changing digital world. Despite the fact that AI is transforming business operations we have today, there are challenges and limitations to AI.

Biases found in training data can be inherited and perpetuated by AI systems, producing discriminating results. Fairness issues are brought up by this, particularly with regards to important fields like recruiting, financing, and law enforcement. Deep learning algorithms in particular, like many other AI models, function as "black boxes," making it difficult to understand the logic underlying their judgments. Insufficient openness gives rise to moral concerns regarding responsibility and user confidence. As AI systems get increasingly self-sufficient, the issue of responsibility emerges. There are ethical issues in deciding who is responsible for judgments made by AI, particularly when such decisions have major ramifications [5].

Large datasets are a major component of AI systems, thus protecting their privacy is essential. Inadequate data security procedures might allow for illegal access and privacy violations. Deep neural networks in particular are susceptible to adversarial assaults, which cause small changes to input data to produce inaccurate results. This presents a security risk for vital applications such as self-driving cars and medical diagnostics. In AI applications, identifying data ownership and consent is a complicated process. In the rapidly changing field of artificial intelligence, it might be difficult to guarantee that people have informed permission and control over their data. Considering these advantages, disadvantages and limitations table 1 was constructed.

Table 1

The SWOT analysis of Artificial Intelligence Implementation in Digital Economics

Strengths	Weaknesses	Opportunity	Threats
Rapid processing of data	Challenges with contextual comprehension	Efficiency gains across the board for the industry	Possible loss of employment
Enhanced productivity through task automation	Dependent on high-quality data	Improved encounters with clients	Prejudice and ethical issues
Machine learning flexibility	Privacy concerns	Innovative approaches to education that transform	Security hazards associated with AI
Extreme accuracy and precision	Substantial upfront expenses	Contributes to environmental sustainability	Regulatory challenges
Encourages novel applications	Complexity of specialized knowledge	AI is revolutionizing healthcare	Risks in overreliance

It is impossible to overestimate the significance of explainability and transparency in AI systems, particularly as AI is being incorporated into crucial decision-making processes. Gaining

user confidence is reliant on Explainable AI (XAI). To feel secure in AI's dependability, users — individuals or businesses — need to understand how it makes judgements.

Development of AI that is ethically sound takes into account social effect, responsibility, justice, and openness. putting strategies into practice to lessen algorithmic biases and provide equitable results for all user groups. defining distinct roles for AI systems and making sure these systems are held accountable for their judgements. Explainability characteristics are included to provide transparency and comprehensibility to AI decision-making processes. putting people's and society's welfare first while developing AI while taking the larger effects of technology into account. AI should not be used to replace human capabilities, but rather as a tool to improve them. Collaborative models recognise AI's and humans' respective skills. AI may help people with cognitive tasks like decision-making by processing and analyzing large volumes of data to find patterns and trends. Prioritizing openness, moral issues, and cooperative strategies that advance human potential are potential advancements and remedies in AI development. The promise of AI may be fully realized for the good of society by emphasizing explainability, moral frameworks, and human-AI collaborations. This will promote responsible and significant technical progress [6].

The ongoing development of XAI is one of the key developments in AI research. In order to win over users' confidence, transparency and interpretability are increasingly essential requirements. Improved explainability approaches and strategies make AI systems easier to understand and more widely applicable across sectors. Increased trust creates the groundwork for the smooth integration of AI into important decision-making processes, which has a significant impact. The growing trend of AI's capacity to address social and environmental concerns has important ramifications. AI is being positioned as a catalyst for beneficial contributions to sustainability and social well-being, ranging from resource optimisation and healthcare accessibility to solutions for climate change. The investigation of AI with quantum computing synergy represents a breakthrough in computational efficiency. This pattern might lead to significant advancements in the field of artificial intelligence by improving AI algorithms and resolving challenging issues.

The field of artificial intelligence (AI) promises to be transparent, ethical, and marked by cooperative human-AI interactions. Businesses and politicians have a crucial role to play in ensuring ethical and inclusive technical breakthroughs as new trends define the trajectory of AI. We can confidently manage the future of AI by embracing openness, placing a high value on ethical behavior, and encouraging collaborative approaches. This will enable us to create a digital environment that improves human capabilities and tackles difficult social issues. The possibilities are endless as we embark on a path towards a responsible and meaningful AI-driven future [7].

It is critical to highlight AI's dynamic character in the digital economy as we draw to a close. The constantly changing environment needs ongoing adaptation and development. To effectively manage the rapidly expanding field of artificial intelligence, businesses and politicians need to be flexible, embracing ethical issues, absorbing emerging trends, and promoting collaborative approaches. Although the future of AI is extremely promising, it also necessitates responsible innovation and a dedication to moral behavior. We can fully utilize AI for the benefit of the digital economy and society at large by negotiating the intricate interactions between technology breakthroughs, societal effects, and legal frameworks. As we move forward, the necessity for development and adaptation will continue to be crucial in forming a future in which artificial intelligence will favorably impact humankind's growth.

References

1. Artificial intelligence as a key driver of business operations transformation in the conditions of the digital economy. (2021, September 21). IEEE Conference Publication | IEEE Xplore. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9598744>
2. Furman, J., & Seamans, R. (2019). AI and the Economy. Innovation Policy and the Economy, 19, 161–191. <https://doi.org/10.1086/699936>

3. Hang, H., & Chen, Z. (2022). How to realize the full potential of artificial intelligence (AI) in digital economy? A literature review. *Journal of Digital Economy*, 1(3), 180–191. <https://doi.org/10.1016/j.jdec.2022.11.003>
4. Anh, T. (2019). Artificial intelligence in e-commerce: Case Amazon. Theseus. <https://www.theseus.fi/handle/10024/173516>
5. Eyert, F., Irgmaier, F., & Ulbricht, L. (2020). Extending the framework of algorithmic regulation. The Uber case. *Regulation & Governance*, 16(1), 23–44. <https://doi.org/10.1111/regg.12371>
6. Haenlein, M., & Kaplan, A. (2019). A Brief History of artificial intelligence: on the past, present, and future of artificial intelligence. *California Management Review*, 61(4), 5–14. <https://doi.org/10.1177/0008125619864925>
7. Zhang, K., & Aslan, A. (2021). AI technologies for education: Recent research & future directions. *Computers & Education: Artificial Intelligence*, 2, 100025. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100025>

Internet marketing strategy of Netflix in the market of digital products

L.V. Halan¹, V.O. Levchenko²

¹PhD in Economics, Associate Professor Department of Management and Marketing.

²Master's student in the 2nd year of study in "Management" specialty
galan.l@ukr.net, victorialevchenko2000@gmail.com

^{1,2}State University of Intelligent Technologies and Telecommunications, Odesa

Abstract: This paper examines Internet marketing strategies in the digital product market. The strategic activities of Netflix and its part in the market are analyzed.

Keywords: internet marketing, internet, market, digital products, strategy, competition.

With the rapid development of information technology in the early 90s, the concept of Internet marketing was born and it was the beginning of large-scale changes in the activities of business structures, as well as the transition to the background of traditional marketing. Most companies now include Internet marketing as an important element of their basic marketing plans to increase sales and attract new customers. When developing an internet marketing plan, it is important to keep your audience and brand in mind as this will help you to communicate your brand message to your audience.

As technology changes and expands rapidly, keeping track of best business practices in the digital world can seem like an overwhelming task. As of today alone, there are 5.16 billion internet users in the world, which means 64.4% of the world's population has access to the internet. In one year, the number of internet users has increased by 1.9% and this trend is increasing day by day [1].

Though a digital product cannot be held in your hands, from this they do not cease to be universally recognized. Many entrepreneurs build entire businesses on digital products because of their popularity and ease of distribution. Other companies launch them to complement physical goods and services. Some of the most common digital products include e-books, software, web applications, graphics and digital art, templates, fonts, music and audio, photography, videos, video games and in-game content, documents and research results, online courses and educational products, and professional services. To effectively advertise and market online, you need marketing strategies such as website and landing pages, search engine optimization (SEO), content marketing, social media, email marketing, paid advertising campaigns, analytics, and optimization.

The global development of technology and its introduction into people's lives has a very strong impact on the development and creation of new companies. To maintain competitiveness in the digital technology market, a strong strategy is needed to help businesses successfully develop and reach the top. An example, of a good strategy, is the company Netflix.

Netflix is a famous American company that distributes various movies, and series thanks to streaming media. The company was founded by Reed Hastings in 1997 [2]. Today the platform hosts 17,300 movie titles in different genres, languages, target audiences, and locations. As of 2023, Netflix dominates with 232.5 million subscribers and \$8.16 billion in first-quarter revenue. And billions of hours of content streamed monthly in over 40 countries, accounting for 15% of global internet traffic, only shows their highly competitive nature [3]. This growth in customers is of great importance to the company and to maintain their status, the company is using a modern marketing strategy that appeals to the masses.

Movies and TV series, which are some of Netflix's most important products, are digital goods because they can be stored and streamed digitally. Digital movies can be in various formats such as MP4, MKV, AVI, etc., and stored on the servers of companies that provide streaming services or sell movies online. This enables consumers to easily access movies online by paying to watch or rent them. Movies can also be part of a subscription to streaming services where users can view movies without restrictions for a fixed monthly or annual fee.

Netflix is not the only service that sells movies and TV series as there are some pretty strong competitors in this market, they are Amazon Prime Video, Hulu, Disney + HBO Max, YouTube TV, Peacock, and Paramount +. Netflix is facing increasing competition in the market because as technology advances, more OTT platforms are vying for users' attention, and some old-school players like Disney+ are also gaining momentum. But Netflix retains its name as the leading streaming platform in the US. In the first quarter of 2023, Netflix had a 44.21% market share, down 5.56% from the first quarter of 2022 [3]. Yes, there is a downturn which is due to various economic reasons as well as the actor and screenwriters' strikes that started in May 2023 and affected all companies related to the movie industry. The strikes ended in September of the same year, but during this period they caused losses to the companies which included losses from production stoppages, loss of advertising and sales revenue, and a negative impact on reputation and relationships with employees and viewers.

Netflix is one of the world leaders in digital content, so its online marketing strategy is very important to its success in the digital marketplace and staying competitive. Netflix uses data-driven and customer-centric marketing strategies that work in the digital age. Netflix's strategy consists of branding, content originality, personalized content, global distribution and localization, multi-channel marketing to connect with people online and offline, advertising strategy, interesting email design, data mining for better customer service, and social activities.

Thus, the marketing strategy used by Netflix is the best example of an innovative customer-centric business model. Netflix is a unique example and inspiration for many other companies. They are doing a commendable job on content, branding, business models, and products.

References

1. Головні висновки звіту Global Digital 2023 [Електронний ресурс] / – URL: <https://www.linkedin.com/pulse/головні-висновки-звіту-global-digital-2023-75min-club#:~:text=Сьогодні%20у%20світі%20налічується%205,зроста%20на%201%2C9%25>.
2. Copyright «Netflix - що це таке?» [Електронний ресурс] / – URL: <https://uk.calgraf.com/4167263-netflix-what-is-it>.
- 3.16 Mind-Boggling Netflix Statistics and Data [2023] [Електронний ресурс] / – URL: <https://geekflare.com/netflix-statistics-data/>

Personnel management in remote format at enterprises

A.V. Karahodina

Postgraduate student at the Department of Economics and Digital Business
sowyshka0401@gmail.com

State University of Intelligent Technologies and Telecommunication

Abstract: Effective personnel management includes a number of key aspects, such as motivation, training and development, technological support, transparency and adaptation to change. It is important to create a supportive and inspiring environment where employees can successfully perform their responsibilities and develop as professionals. Motivation and support based on transparency and flexibility help strengthen team dynamics and achieve overall business goals. Given modern challenges such as remote work and rapid changes in the business environment, the enterprise needs to actively implement adaptation strategies and respond to the needs and expectations of staff.

Key words: productivity, efficiency, personnel, personnel management, motivation

It is not for nothing that modern society is called information society. Currently, there are urgent needs for the presentation and exchange of huge volumes of information, much greater than previously in the industrial era. Therefore, remote personnel management requires special approaches and strategies to effectively organize work and maintain a high level of productivity. Here are some key principles for remote workforce management:

1. Communication:

Digital technologies have revolutionized communications, similar to the invention of the printing press, and changed the format of communication between employees [1]. Therefore, it is necessary to organize regular meetings and discussions through video conferencing to maintain communication and exchange of information. Use electronic communication tools, such as email, instant messengers, to quickly exchange important information.

2. Setting goals and evaluating performance:

Organizations are constantly striving for growth and improvement, and employees are an excellent resource for achieving this goal. One of the most important aspects of achieving these goals is the effective assessment and development of employee performance. Performance appraisal is a systematic process that evaluates a person's performance and overall contribution to the organization. It involves assessing the employee's achievements, skills, strengths, weaknesses and areas for improvement. The main purpose of performance appraisal is to provide feedback to employees, recognize their achievements, and align their performance with the goals of the organization. Performance appraisal plays a vital role in managing and improving employee performance in organizations. It helps develop communication, align individual goals with organizational goals, recognize achievements, identify areas for growth, and ultimately contribute to the overall success of the organization [2]. Therefore, develop clear goals and objectives for each employee. Use performance measurement systems to track task completion and goal achievement.

3. Technological support:

Remote work requires technology support to be successful. Employees must have access to the necessary tools and programs to perform their duties. Video conferencing software, project management systems, collaboration environments (for example, Microsoft 365 or Google Workspace). For secure and easy file sharing and collaboration, you need to use cloud storage. For visual communication and meetings - video conferencing tools such as Zoom, Microsoft Teams and Skype. To track employee productivity, tools such as Trello, Asana and Jira. Access to dashboards and reports should be provided to demonstrate key metrics. To avoid data loss, create backups regularly. Also provide employees with access to technical support services to help them solve problems they may encounter while working from home.

4. Flexible work schedule:

Developing a flexible work schedule will allow you to take into account different time zones, i.e. People from different countries will be able to work in the company, individual preferences of employees, i.e. compliance with the biological clock. Thus, “larks” can start and finish work earlier, and “night owls,” on the contrary, can do things at later hours. With this division, labor efficiency increases significantly, and stress in the team decreases [3]. Employees will also have the opportunity to maintain a balance between personal life and work, which will help avoid overwork and burnout.

5. Training and development:

Provide opportunities for online training and employee skill development. Corporate personnel training is the acquisition of new knowledge and skills by the organization’s employees, as well as increasing the level of qualifications. Almost all areas of activity require constant study of new information - accountants must be aware of changes in tax legislation, it is important for sales managers to know all the intricacies of the goods and services offered, marketers need to be aware of new ways of promotion [4]. Therefore, organizing virtual trainings and webinars to improve skills will have a positive impact on labor efficiency.

6. Motivation and support:

Motivating and supporting employees is critical to creating a productive and sustainable work environment. It is necessary to keep employees motivated through rewards and recognition of their success, for example through an awards program or career development opportunities. Organizing team building, collective events and using facilitation will help maintain a favorable psychological climate, which has a positive effect on productivity.

7. Transparency:

Transparency in HR management is an important aspect that helps build trust and effective communication in an organization. Ensuring transparency in processes and decision making so employees feel informed and involved. This requires open communication, that is, providing regular updates and information about current events in the organization, explaining decisions and actions taken so that employees understand the logic and goals of management. Maintaining transparency in your relationships with customers can help build trust between employees and customers alike.

8. Adaptation to change:

You need to be prepared for changes and adapt to new challenges, taking into account employee feedback. Create a culture that values adaptability and encourages employees to strive for continuous improvement and create space for the exchange of ideas and experiences within the organization. Adapting to change is an integral part of modern business, and a successful enterprise is able to respond flexibly to changes in the internal and external environment.

It is important to remember that every organization is unique, and effective remote workforce management requires constant monitoring and adjustments depending on specific needs and conditions.

References

1. Efficiency at a distance, or How to work with a team remotely URL: <https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=18235>
2. Performance Appraisal: What it means, process and goals URL: <https://businessyield.com/ru/management/performance-appraisal/>
3. Flexible Hours: 5 Compelling Reasons Why Flexible Working Will Benefit Your Company URL: https://friend.work/blog/articles/gibkii_grafic
4. Corporate personnel training: what is it and what types are there? URL: <https://planfact.io/blog/posts/korporativnoe-obuchenie-personala>

Emerging trends in contextual advertising in 2024

Y.P. Kholostenko

Postgraduate student of 051 «Economic»

evgen@holostenko.ua

State University of Intellectual Technologies and Telecommunications, Odesa

Abstract: This article explores current changes and developments in Google contextual advertising.

Keywords: trends, contextual advertising, Google, Google Ads, Google Analytics, analytics

Contextual advertising stands out as one of the most dynamic and effective tools in internet advertising, continually evolving and updating. The escalating competition among advertisers and advertising platforms, such as Google, Meta, and Amazon, drives Google, the primary operator in contextual advertising, to innovate more flexible and efficient tools and algorithms each year. Given the substantial financial stakes and associated risks, this process remains crucial.

This article delves into the anticipated trends in contextual advertising for the year 2024, providing insights into the upcoming developments in Google Ads contextual advertising. Evgen Holostenko, the founder of "Holostenko & Partners," a Google Partner Premier agency ranked among the top 3%, and an expert with over 15 years of experience in internet advertising, shares his perspective.

1. The "Data-oriented" approach becomes organically indispensable for the effective operation of Google Ads accounts. Manual strategies now constitute less than 5% of advertising campaigns, with the majority leveraging smart algorithms relying solely on data, ensuring highly probable and efficient outcomes.

Artificial intelligence integrated into Google Ads increasingly supersedes mundane tasks and decision-making speed, saving thousands of human hours.

2. Further automation of advertising campaigns, with Performance Max campaigns gaining dominance over "manual" campaigns. This approach reduces manual work for specialists in creating campaigns across various channels, providing a convenient and, in most cases, effective solution.

3. Increased analytics in Performance Max campaigns. Google consistently enhances this campaign type, regularly introducing updates and diverse reports on their performance, a feature not present in the past.

4. Search campaigns in the product business take a back seat permanently. With the advent of Google Shopping and intelligent algorithms, user behaviour in choosing and purchasing products has shifted. Users now prefer selecting products directly in the search results, making search campaigns in the product business less in demand, while campaigns working with Google Shopping become more relevant.

5. Manual strategy-based campaigns will remain relevant in media campaigns as they offer more control. New campaigns focused on demand creation will gain significance toward the end of the year, with a gradual integration of ROI-oriented strategies, currently in deep beta testing.

6. Shorts will become one of the most dynamic formats for video and advertising on YouTube. Google is already testing advertising campaigns where orientation for Shorts views is possible.

7. Conversion-oriented video advertising will continue to gain popularity and become accessible not only for national brands but also for regular advertisers, as Google accumulates sufficient data for this format.

8. Irreversible updates to Google Ads and Merchant Center interfaces on Next. The new interfaces are already in BETA testing and will soon be permanently updated.

9. Expansion of Google Analytics 4 functionality. Google has begun actively improving GA 4 functionality, with expectations for enhanced e-commerce reports tailored for large online stores.

10. Verification of all advertisers. Confirming advertisers every six months is becoming a standard practice, reinforcing Google's commitment to market regulation transparency.
In conclusion, no drastic changes are expected, only a continuation of ongoing developments.

References

1. Cifrovyy marketing – model marketing XXI storicha: monografia (2017) [Digital Marketing - The Marketing Model of the 21st Century: [Monograph]. Odesa: Astroprint, 327. [in Ukrainian]
2. Chukurna O., Tkacheva N., Baldyk D. Strategic approaches to pricing in digital economy *Zeszyty_naukowe*, Katowice: Wyższa Szkoła Tehniczna w Katowicach. №12. 2020, p. 21-36.
3. Modern trends in digital transformation of marketing & management/ collective monograph / Edited by Olena Chukurna and Viktor Zamlynskyi. Košice: Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2023. – 604 p. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7633350>.
4. Veber L. (2010) *Effektivnyi marketing v Interneti. Socialnye seti, blogi, Twitter I drugie instrument prodvigennia v Seti* [Effective marketing on the Internet. Social networks, blogs, Twitter and other web promotion tools] M: MIF, 320

Strategic principles of brand management in the digital economy

V. Kofman

postgraduate student of the third level of higher education, majoring in «Economics»
vi.vitoryk@gmail.com

State University of Intellectual Technologies and Telecommunications, Odesa

Abstract: The article substantiates the strategic principles of brand management in the digital economy. It was considered and analysed possibilities of digital brand management tools. It was carried out an analysis of scientific approaches to defining the concept of «brand». It is concluded that the branding strategy is based on long-term relations with the consumer, but the brand is considered as a certain idea that connects all directions of the business, creating its uniqueness.

A conclusion is made regarding the influence of digitalization on the formation of individualization of relations with consumers, due to the introduction of digital tools and receiving direct contact with the consumer. It were considered and analysed the capabilities of digital brand management tools and the transformation of the strategic foundations of brand management.

Keywords: strategic principles, brand, brand management, digital economy

Transformational changes in the modern economic system, which are taking place in the conditions of digitalization of all spheres of social life, lead to the formation of the newest strategic tools of brand management. Branding, as a promotion tool, is becoming especially relevant in the conditions of the spread of digitalization and the formation of the foundations of the digital economy. Digitization is associated with the introduction of technological foundations to ensure economic processes, in which promotion is one of the leading functions. In this context, the substantiation of the strategic foundations of brand management, as the main tool of promotion in the digital economy, becomes especially relevant.

A number of scientific works by foreign and domestic scientists are devoted to the problems of the methodology of creation, formation of strategic foundations of brand management, brand management and evaluation of their effectiveness. Among the most significant scientific developments in the field of brand management are the scientific works of such scientists as: Aaker D.A. [1], Weber L.[10], Wolny, J. ra Mueller, C. [11], Donald Miller ra J.J. Peterson [9], Chukurna O.P. [3,4,16], Yastremska O.M. [17]etc.

Taking into account the significant contribution of scientists to the formation of theoretical-methodological, methodical and applied foundations of brand management, the issue of branding in the conditions of the development of the digital economy is insufficiently developed. In addition,

the innovative nature of the digital economy and its dissimilarity with the traditional economy necessitates the formation of strategic foundations of brand management in the digital economy.

The formation of branding as a science and part of management began in the USA in the 1930s. At the stage of formation of brand management, branding was considered purely as a tool for creating competitive advantages in the long term and was first introduced as part of the promotion strategies of Procter & Gamble and General Foods. This stage became the starting point for the founding of the North American school of brand management, which considered it as a tool for marketing management of "brand capital".

The interpretation of the concept of «brand» has a significant number of approaches that justify the philosophy of branding, which is based on long-term relations with the consumer and is built at the expense of brand attributes and communications. In this sense, the brand is considered as a certain idea that connects all directions of the business, creating its uniqueness. The approaches to the interpretation of the concept of «brand» are presented in Table 1.

Table 1

Scientific approaches to the interpretation of the concept of "brand"[developed by the author]

Author	Definition
American Marketing Association	«Brand - a name, term, sign, symbol or design, or a combination thereof, intended to identify a product or service and differentiate it from competitors» [5]
Kotler F.	«Brand is a name, term, symbol or design (or a combination of all these concepts) that means a certain type of product or service of an individual manufacturer (or group of manufacturers) and distinguishes it from the goods and services of other manufacturers» [13].
O'gilvie D.	«Brand is an intangible sum of a product's qualities: its name, packaging and price, history, reputation and way of advertising. Brand is also a combination of the impressions it makes on consumers and the result of their experience using the brand» [15].
James R. Gregory	«Brand is not a thing, a product, a company or an organization. Brands do not exist in the real world - they are mental constructs. A brand is best described as the sum of all a person's experience, his perception of a thing, product, company or organization. Brands exist in the form of consciousness or specific people or society» [7].
Charles Brymer	«We define a brand as a trademark that embodies a clear and meaningful set of values and attributes in the eyes of the consumer. Products are made in a factory. But a product becomes a brand only if it acquires many tangible, intangible and psychological factors. The main thing to remember is that brands are not created by the manufacturer. They exist only in the mind of the consumer» [12].
David F. D'Alessandro	«Brand is more than advertising or marketing. It's everything that comes to a person's mind about a product when they see its logo or hear its name» [6].
Leslie De Chernatony	«An identified product, service, person or place created in such a way that the consumer or buyer perceives a unique added value that best meets their needs» [2].
Newmeyer M.	«Brand is an intuitive feeling of a person that arises in relation to a product, service or company. The only word that is similar in meaning to the concept of brand is reputation. Your personal reputation. It, like the company brand, is out of your control. It's not your words, it's what others say about you» [14].

The most important goal of effective brand management is to ensure brand influence on consumer behavior.

Its achievement requires the unity of 3 components: the presence of attributes or main characteristics of goods, services or a firm, brand identifiers and brand content. However, brand positioning and promotion strategies are being transformed in the digital economy. Digitization has affected branding tools, creating new technological and marketing opportunities to shape the strategic foundations of brand management.

We will consider and analyze the capabilities of digital brand management tools and the transformation of the strategic foundations of brand management. Traditional approaches to brand management took into account the use of positioning technologies that were based on traditional advertising. However, the spread of digitalization contributed to the individualization of relations with consumers, due to the introduction of digital tools and obtaining targeted contact with the consumer.

Today, the development of the latest communicative marketing tools, such as SMM, SEO, SEM, viral marketing, the introduction of NFT technologies, have changed the principles of communicative interaction with consumers. The introduction of these approaches influenced branding strategies, which can be systematized at the level of substantiation of the following factors influencing the change of strategic approaches in the brand management system:

- rapid development of the latest tools in the field of information and communication technologies;
- change in the behavior of consumers, as a result of quickly obtaining the necessary information;
- the possibility of instant influence on the consumer's consciousness due to direct influence, using AR and VR technologies;
- the possibility of performing analytical processing of information in real time due to innovative use, massive data processing and analysis technologies, cloud technologies, artificial intelligence technologies and the creation of new products based on high-performance computing, quantum technologies and distributed ledger systems (blockchain);
- individualization of relations with the consumer and the possibility of immediate satisfaction of his needs due to the introduction of new business models of the digital economy, which are based on digital eco-platforms;
- the emergence of the blockchain system, which makes it possible to develop unique tokens that are not repeated and cannot be duplicated. This made it possible to implement brand strategies in MetaUniverse ecosystems;
- introduction of the latest NFT technologies that can be used as an additional tool for promoting the brand, and the possibility of an additional method of obtaining profit through the sale of such tokens.

The greatest influence on the tools of brand management has such a type of blockchain as NFT - technology. The main principle of operation of NFT technologies is based on a type of cryptographic tokens that work through blockchain technology. The essence of NFT is based on the creation of a non-fungible token, it cannot be exchanged or replaced with other similar tokens. This is the main difference between this type of blockchain and cryptocurrency. The fundamental difference of the blockchain protocol, which is used to create cryptocurrencies, is the interchangeability of tokens, which makes it possible to create copies of it. However, copying tokens is a very energy-consuming process.

Thanks to the active development of NFT technology as a brand management tool, its opportunities in terms of market expansion, target audience coverage and the development of a radically new type of promotion aimed at the tools of the digital economy, new opportunities are opening up for marketing activities and their transformation in conditions of digitalization.

Large corporations of the world see in this perspective and new opportunities in terms of using various information resources, viral marketing and obtaining additional value and profit.

A significant influence on the formation of the strategic principles of brand management in the conditions of the digital economy, which are based on the use of NFT - technology, is the correct choice of a digital platform used to create a certain digital ecosystem. In some cases, digital

ecosystems are so powerful that they form Metaverses. The location of the brand and its use on the digital platform largely depends on the choice of digital ecosystem. In order to highlight a digital platform, it is necessary to analyze all aspects of the impact on the production of tokens. The main criterion for choosing a digital platform that provides access to the sale of NFT technologies is its location and the presence of a secured legal basis in terms of token copyright protection. Since NFT technology makes it possible to manufacture non-fungible tokens that can create original digital products, turning them into digital assets, there is a need to introduce copyright protection in the digital economy, including digital brands.

References

1. Aaker D. (2014) Aaker on Branding Morgan James Publishing, ISBN 978-1614488323
2. Chernatony L., McDonald M., Wallace E. (2010) Creating Powerful Brands, Fourth Edition. London: Taylor & Francis, 496 p.
3. Chukurna O. (2020) Methodical approach to accounting intangible assets and brand values in marketing price policy. *Маркетинг і цифрові технології*. 3 (4), 63-73 DOI: 10.15276/mdt.4.3.2020.7
4. Chukurna O. P. (2017) Brand positioning strategy on the basis of quality perception: different markets B2B and B2C. *Економіка: реалії часу*. 1 (29), 135-142. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/n1.html>
5. Common language marketing dictionary. Brand. URL: <https://marketingdictionary.org/b/brand/>
6. D'Alessandro D. (2002) Brand Warfare: 10 Rules for Building the Killer Brand. New York: McGraw-Hill, 240 p.
7. James R. Gregory J. R., Wiechmann J. Leveraging (1997) The Corporate Brand. New York: McGraw-Hill, 256 p.
8. Kud, A. A. (2021). Kompleksna klasyfikatsiia virtualnykh aktyviv [Comprehensive classification of virtual assets]. *International Journal of Education and Science*, 4(1), 14–39. <https://doi.org/10.26697/ijes.2021.2.1>
9. Miller D., Peterson J.J. (2020). Marketing Made Simple. HarperCollins Leadership.
10. Weber, L. (2009). Marketing to the social web: How digital customer communities build your business. London: Wiley.
11. Wolny, J.; Mueller, C. (2013). Analysis of fashion consumers' motives to engage in electronic word-of-mouth communication through social media platforms. *Journal of Marketing Management*. 29 (5/6): 562–583. [doi:10.1080/0267257X.2013.778324](https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.778324).
12. Бренд. *Вікіпедія. Свободна енциклопедія*. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бренд>
13. Котлер Ф., Вонг В., Армстронг Г. (2010) Основы маркетинга. М.: Вильямс, 115 с.
14. Ньюмейер М. (2015) ZAG. Манифест другого маркетинга. Москва: «Манн,Иванов и Фербер», 185 с.
15. Перция В. (1999) Брендмейстеры. *Рекламные идеи – YES!*, 2, С. 11
16. Чукурна О.П., Кофман В.Ю. (2023) Маркетингові інструменти просування екологічних брендів в парадигмі сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 48, URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2234> DOI: 10.32782/2524-0072/2023-48-45
17. Ястремська О.М. (2013) Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання: монографія / О. М. Ястремська, О. М. Тімонін, К. О. Тімонін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 244 с.

Research on corruption and methods of its diagnosis

O.V. Kokoriev¹, A.A. Myklush², D.V. Hrishyn³

¹PhD in Political Science, Head of the Department of International Relations, Social Communications and IT Law

^{2,3}A second-year graduate student specializing in «Sociology»
kokorev@ukr.net, feliceanastasiia@gmail.com, grisind1996@gmail.com.

State University of Intellectual Technologies and Communications (Suitt)

Abstract: The thesis focuses on identifying the main causes of corruption and methods for its diagnosis.

Keywords: Corruption, methods, analysis, criminal cases, corrupt scheme, bribery.

The fight against corruption, like any activity, is facilitated through the application of specific methods, creating conditions for effective action and professional discipline. In the field of sociology, these include surveys, interviews, document analysis, experiments, and expert assessment methods. These provide a deep understanding of the social aspect of phenomena, gather empirical material characterizing the state and dynamics of corruption as a whole and its various types, modernizations, identify the causes of criminality, and develop measures to combat.

According to Ukrainian lawyer Rumyantsev, sociological methods are valuable for analyzing internal and external factors and societal processes influencing the emergence, evolution, and constitutional framework of corrupt relations in local self-government bodies in Ukraine [1].

Maria Shedi considers measurement an essential element in the array of measures against corruption, providing adequate assessment, conclusions, and subsequent anti-corruption decisions. Measurement results help society assess the scale of corruption, influence the authorities constructively, and enhance the effectiveness of anti-corruption efforts [2, p 16].

The hidden nature and amorality of corrupt relations make measuring corruption challenging. Maria Shedi emphasizes the necessity of scientific research conducted by various sociological services worldwide for effective monitoring and diagnosis of corruption, addressing issues like corrupt practices, studying recognized corruption operation technologies, measuring corruption levels, analyzing its structure, identifying factors promoting its spread, and pinpointing potential resistance centers to the state's anti-corruption policy [3].

The state of corruption is difficult to capture even through sociological measurement, due to the hidden nature and amorality of corrupt relations. Because corruption has a concealed characteristic, it eludes direct observation and is assessed indirectly through indicators, each of which may characterize only a certain aspect of the observed corrupt phenomenon. Furthermore, there is a lack of tools for directly measuring the scale and level of delay in illegal activity [2, p 17].

In her article, the sociologist defines observation, expert assessment, documentary analysis, content analysis, and sociological surveys as methods for studying corruption [2, p 18].

The observation method is a data collection method associated with purposeful, systematic, and direct perception of the investigated social object. It primarily involves visual and auditory perception of information. [3]The main feature of this method is that the observer is positioned as if inside the research object and, according to a predetermined methodology, controls it. The observation method allows for directly recording the state of the object (corruption situation), determining its distinctive properties, and characteristics. It provides the most reliable (first-hand) information about corruption facts, their scale, sources, and causes.

The method of expert assessments involves obtaining information based on the opinions of recognized specialists (experts) in the field, in this case, in the field of combating corruption. High objectivity of results and conclusions is achieved through careful selection of experts, skillful organization of their activities, and thorough processing of expert evaluation results. Hence, the

challenge lies not only in the validity, i.e., reliability of research results, but also in the ability to organize effective monitoring of corruption with diagnostic and predictive capabilities.

Documentary method involves studying documents to obtain relevant information, including those from local government authorities, administrative structures, media publications, photo or film documents, audio and video recordings, etc. This method aims to verify the credibility and reliability of information in documents, circumstances of their emergence, and societal attitudes toward the contained information. It incorporates traditional and formalized analysis methods, such as content analysis, translating documentary information into quantitative indicators.

Content analysis ensures the absence of subjectivity, especially when a broad spectrum of information sources is involved, and there is a well-grounded taxonomy with logically structured research units (words, judgments, coherent thoughts, statistics), and optimized counting units (airtime, number of words or lines, frequency).

Sociological survey is the most widespread and cost-effective method characterized by a high level of clarity in information collection through verbal communication. It stands out for its efficiency, simplicity, and organized interviewing. It is conducted in the form of questionnaires, sociological polls, and interview formats. Interviews can be direct or indirect (over the phone), standardized, following a pre-developed plan, or informal in the form of a casual conversation. Interviews are conducted until the most comprehensive information about objective or subjective facts is obtained from professionals who have long been involved in the issue. Drawbacks of this method may include the influence of respondent quality, high dependence on researchers' professionalism, and the ability to create a quality survey sample, as well as high labor intensity.

In the field of studying corruption, the method of statistical analysis is widely applied. It is believed that examining statistics, such as criminal cases related to corrupt offenses, can adequately characterize the level of corruption. Indeed, this is the case. However, the application of this method has several limitations, such as the challenge of comparing different indicators of corruption crime and changes in criteria for assessing the societal danger of corrupt behavior based on modifications in criminal legislation. Moreover, the use of legal measures to combat corruption has a limited scope and does not truly reflect the actual scale of corruption and the real prevalence of corrupt crime in the country as a whole.

Continuous study of criminal cases related to corruption is a crucial informational resource for understanding this social phenomenon. However, its effectiveness relies on two conditions. Firstly, the standardization of statistics and reporting systems across all law enforcement agencies, prosecutors, and courts. Secondly, the systematic and comprehensive collection of information, supplemented by access to address informational and analytical challenges. The latter is achievable through the establishment of a centralized database for corruption-related criminal cases.

Press content analysis holds significant informational potential for monitoring corruption. The seriousness of the corruption issue is evident in its consistent coverage in periodicals. Annually, around 150-200 publications are dedicated to the state of affairs and the fight against corruption. The main focus is on bribery of officials, anti-corruption expertise of regulatory acts and managerial decisions, and forms of combating corruption. Common semantic units include terms such as "bribe," "corruption scheme," "kickback," "anti-corruption efforts," and "corrupt official" [4, p. 89, 104].

However, the research potential of content analysis can be fully realized only under the condition of real freedom of speech in the country. In this context, freedom of speech serves not only as a valuable category but as a necessary technological condition for any anti-corruption policy. If a country's government intends to counteract corruption and assess the effectiveness of its actions, its representatives must realize that bureaucratic control in a corrupt country over corrupt practices is futile. Therefore, the only viable option is civilian oversight, which is impossible without a free press.

Thus, a comprehensive set of methods can be employed to investigate corrupt practices, allowing for the organization and analysis of information to assess the development and current state of the modern system combating corruption.

References

1. Румянцев Ю. В. "Методологічні засади дослідження проблем корупції" / В. Румянцев Ю. // Юридичний вісник 2017. – С. 86
2. Шедій М. В. "Методы научного анализа коррупционных отношений" [Электронный ресурс] / Марія Володимирівна Шедій // Управленческое консультирование: 2018.
3. Панфилова Е. "Измерение коррупции. Пятая ежегодная встреча Антикоррупционной сети. Стамбул. 10-12 сентября 2003 г." // Общественный антикоррупционный комитет [Электронный ресурс] URL: http://www.stopcorruption.ru/item_345.htm (дата обращения: 25.09.2017).
4. "Кадровая коррупция в системе государственного управления: социологический мониторинг : монография" / В. А. RealPrint, 2015.

The use of artificial intelligence to control knowledge and assess the competencies of university students is an actual educational trend

В.Н. Raimbekov¹, А. Sabyrzhan²

¹Candidate of Economic Sciences, Professor of the Department of Economics and International Business,

²Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics and International Business
rbh2006@yandex.ru, alisher-aliev-79@mail.ru

^{1,2}Karaganda Buketov University, Karaganda

Abstract: The article discusses the possibility of using artificial intelligence in the educational process. The necessity and directions of using artificial intelligence to control knowledge and assess the competencies of university students are substantiated.

Keywords: artificial intelligence, educational process, knowledge control, competence assessment, adaptive tests and tasks.

Currently, artificial intelligence is actively developing as a scientific direction. It includes a variety of technologies for data analysis, knowledge representation and assimilation, reasoning modeling, machine learning organization, decision-making support, process and system management, as well as the use of intelligent systems and other means [1].

The progress and evolution of information technologies, technical solutions, the spread of such a global network as the Internet, as well as the development of network forms of interaction have led to the active introduction of artificial intelligence technologies in almost all areas of modern society. Such systems are successfully implemented in production processes and agriculture, in the transport and household sphere, in construction and sports, as well as in health and education systems.

In modern reality, the rapid development of technologies based on neural networks and their integration into the educational process of higher education institutions provide new challenges and prospects in teaching students. The field of education should actively adapt to changes, revise current curricula in order to meet the modern development of society. To manage the educational process using artificial intelligence technologies, such models are being intensively developed, which are based on the concept of competencies, the formation of which is a key indicator of the quality of student training in higher education [2].

Studying the process of integrating artificial intelligence into the educational process, the following main areas of application of these systems are highlighted:

1. Individualization of training: Development of individual training plans and formation of personalized educational trajectories using artificial intelligence.

2. Natural user interface in electronic educational resources: in particular, the introduction of a voice user interface in electronic educational resources for a more natural interaction of students with learning systems.

3. Online counseling and support of the educational process: The use of artificial intelligence systems to provide online counseling and support to students during the educational process.

4. Interaction with an educational institution through AI: The use of «Internet of Things» technologies and the concept of "smart audience" to ensure effective interaction of students with educational institutions.

5. Timely assistance in the development of educational programs: Providing timely support to students in the process of mastering the key elements of educational programs using artificial intelligence.

6. Assessment of students' competencies: The use of artificial intelligence systems for an objective assessment and analysis of the level of formation of students' competencies during training.

The main goal of both higher and secondary vocational education is the formation of a set of competencies necessary for the successful implementation of future professional activities. This task significantly affects the organization of the learning process and the learning system as a whole. The list of general professional, professional and universal competencies is subject to regulation by educational standards for vocational training, and is also described in the legal documents of a particular institution of higher education. Each such educational institution establishes certain requirements for the learning outcomes presented in the form of competencies, and also defines the criteria for their evaluation.

Effective management of the educational environment in a modern higher education institution and its structural units is closely related to the assessment of the quality of the formation of students' competencies [3]. In the quality management of the educational process at the university, the analysis of the results of the assessment of students' competencies plays a key role, which ensures:

- internal and external monitoring;
- purposefully and timely make adjustments to the content, teaching methods and rating assessment of students.

Significant areas of application of artificial intelligence for the assessment of students' competencies in higher education institutions are real-time assessment and the use of adaptive tests and tasks. Let's look at these aspects in more detail.

1. Real-time assessment: Artificial intelligence provides continuous feedback and evaluates the level of knowledge and skills of students in real time, which activates the rapid detection of errors and continuous improvement of their skills. The implementation of a real-time evaluation system using artificial intelligence involves the use of a variety of methods and technologies, such as:

- Automated tests and tasks: Artificial intelligence systems are able to produce and further administer various tests and tasks and ultimately evaluate students' answers almost instantly. For example, in online courses, students complete tasks, and artificial intelligence automatically analyzes their answers, scoring points and providing feedback.

- Machine Learning in Text Analysis: Artificial intelligence systems use machine learning algorithms to parse texts and evaluate the quality of students' written papers, such as essays and reports. The evaluation process includes various parameters, including the structure, grammar, content and originality of the text.

- Interactive educational platforms: A variety of educational applications and online platforms provide students with the opportunity to solve problems and answer questions in real time. Artificial intelligence analyzes the answers and provides feedback immediately after completing the task.

- Monitoring student activity: Various systems based on neural networks can monitor student activity during online lessons, webinars or self-study by analyzing students' time spent on certain tasks, as well as the level of their participation and interaction with educational material.

– Speech and voice analysis: Speech recognition systems can be implemented as an assessment of students' oral responses and speeches. Artificial intelligence analyzes spoken words, evaluating pronunciation, vocabulary and grammar.

– Biometric Data: Some systems have the ability to use various biometric data, such as heart rate measurement and attention level, to assess the level of student engagement and stress in real time.

All of the above methods provide artificial intelligence technologies with the ability to evaluate students' knowledge and skills in real time, providing them with prompt feedback. This is especially valuable for improving the effectiveness of teaching and providing students with the necessary assistance in overcoming difficulties immediately, contributing to their more successful education.

2. Adaptive tests and tasks created using artificial intelligence provide an opportunity for individual assessment of students, taking into account their level of knowledge and individual characteristics, thereby adapting to their level of knowledge. The process of implementing adaptive tests using artificial intelligence includes the following stages:

- Collection and analysis of student data: The process begins with the collection of information about the student, such as the results of previous tests, academic history, preferences and, if available, biometric data. This data is used to determine the initial level of knowledge of the student.

- Creating a basic test: next, artificial intelligence generates a basic set of questions and tasks for the test, including questions of various complexity and subject matter. This test serves as a starting point for assessing a student's level.

- Analysis of answers on the basic test: After analyzing the student's answers to the basic test, artificial intelligence evaluates how well the student coped with the test and identifies areas that require improvement.

- Generation of adaptive content: based on the data obtained about the student, as well as using the analysis of the basic test, artificial intelligence generates adaptive content, including questions and tasks corresponding to the level of knowledge and needs of the student.

- Dynamic adaptation: During the test, artificial intelligence adapts its own questions and tasks depending on the student's performance in real time. If a student makes mistakes, the system offers tasks aimed at filling gaps in knowledge.

- Time and complexity control: Next, artificial intelligence takes into account the remaining time to complete the test and continues to adjust the complexity of tasks, trying to ensure an optimal balance between complexity and time.

- Feedback and evaluation: at the end of the adaptive test, at the final stage, artificial intelligence evaluates the student's results and provides feedback, including evaluation, recommendations for the study of additional materials and suggestions for further advancement in the educational process.

Thus, the use of artificial intelligence allows you to form tests and tasks that individually adapt to the level of knowledge and abilities of each student, which contributes to a more effective learning process, assimilation of new knowledge and assessment of academic performance.

An important feature is that when implementing artificial intelligence systems in education, a high level of data confidentiality should be ensured and ethical principles should be observed. This is necessary to preserve the students' trust and ensure fairness in the assessment process, as well as to protect the confidentiality of personal information.

At the same time, there is a question about the distribution and the moment of the introduction of artificial intelligence systems to assess the quality of the formation of competencies during control activities within the framework of the educational process. The following options for using artificial intelligence systems to assess the quality of competence formation are considered:

1. After completing each academic discipline in the curriculum.
2. Upon completion of the study of a specific module.
3. After mastering all disciplines related to a certain competence; in particular, such an examination may precede the state final certification.

At the same time, the system evaluates the level of formation of the student's competencies not only on the basis of diagnostic measures (tests, control works, etc.), but also taking into account the student's progress identified in the process of solving learning tasks.

In our opinion, it seems appropriate to combine the first two options, namely the use of artificial intelligence systems to assess the quality of competence formation after studying a particular discipline in the curriculum, as well as after completing the study of the entire module. This is justified by the following considerations.

Assessment of the quality of competence formation is carried out both after studying a separate discipline and on the basis of the results of mastering the module as a whole. If the results of the assessment of the formation of competencies carried out after the completion of the study of the discipline or the entire module are unsatisfactory, appropriate adjustments can be made to the subsequent educational process to improve the quality of the formation of competencies. The use of artificial intelligence systems in such an assessment contributes to the maximum automation of the design process of recommendations for the correction of further education.

In general, the use of neural network technologies to assess the quality of competence formation is aimed at obtaining the most reliable and objective information about the achievements of students during the development of the basic educational program.

However, the implementation of artificial intelligence in education, despite its potential advantages, is also associated with a number of challenges. One of the main ones is the possible threat of excessive automation of teachers' work in education, which can lead to the replacement of jobs in educational institutions. Despite the fact that artificial intelligence can complement and expand the functions of teachers, there is a fear that it can displace human interaction and an individual approach to learning.

The second challenge is the imperfection and insufficient reliability of artificial intelligence. Despite his ability to analyze large amounts of data, as well as take into account many different aspects in training, he is not always able to take into account all the nuances and context of a particular situation. Therefore, it is important to perceive the assessments and recommendations of artificial intelligence as a tool, but you should not rely entirely on this technology.

The third challenge is the ethical aspect of the use of artificial intelligence in education. The development and observance of ethical standards are necessary to protect the rights and confidentiality of students. Non-compliance with data confidentiality not only violates the ethical issues of integrating an artificial intelligence system into the educational process, but also undermines the trust of participants in this process. Therefore, data privacy and the protection of personal information should be a priority in educational institutions using artificial intelligence.

In conclusion, it should be noted that although the use of artificial intelligence in education opens up broad prospects for improving the learning process and increasing the availability of education, this should be done taking into account all the challenges and limitations associated with the integration of this technology into the educational environment.

References

1. Sadykova A.R., Levchenko I.V. Bulletin of the RUDN. Series: Informatization of education. 2020. Vol. 17. No. 3. pp. 201-209.
2. Ermosina V.P. Qualimetric assessment of university students' competencies // Kazan Pedagogical Journal. 2014. No. 5(106). pp. 64-69.
3. Makarov S.I. Modeling of the assessment of the quality of the formation of professional competencies of students // Samara Scientific Bulletin. 2020. Vol. 9. No. 4. pp. 307-311.

Implementation of the economic features of the digital tenge

M.M.Yermekova¹, Zh.M.Zhartay²

¹1st-year master's degree student in the speciality "World economy"

²PhD, associate professor of the department of economics and international business
Ermekova_2001@mail.ru, Zhanibek862010@mail.ru

Karaganda Buketov University, Karaganda c.

Abstract: Digital technology has become a unique phenomenon over the past decades, changing everyone's way of life and impacting the digital economy's development.

The digital economy is characterised by the desire to ensure maximum satisfaction of the needs of all its participants through the effective use of information, including personal information. The impact of the digital economy is felt in business, where new methods of providing online services, electronic payments, and Internet commerce have emerged.

An essential step in the development of the digital economy is digital money. Digital money is an electronic medium of exchange issued and maintained by the state as the sole issuer, ensuring its stable functioning in the interests of all participants in payment transactions.

The article defines the digital tenge, examines the advantages and disadvantages, and analyses the security and regulatory issues in using digital money.

Keywords: digital economy, digital tenge, central bank digital currencies (CBDCs).

For a long time, cash and non-cash transactions have been commonplace in modern society. However, in recent years, financial experts have started discussing and even conducting pilot projects to introduce digital currency in some countries.

Digital currencies are viewed as a combination of assets and exchange mechanisms that allow payment and settlement through distributed ledger technology [1].

The main objective of all digital currency transition strategies is to increase the competitiveness of the national economy, reduce the use of cash and ensure financial inclusion - ensuring equal access to financial instruments for all citizens and market participants.

Table 1

Definition of digital currency according to the bank for international settlements (BIS)

Digital currency of the Central Bank	Digital form	Wide availability	Central bank issuance	Token-based
Cash		v		v
Bank Deposits	v	v		
Central Bank reserves and current accounts	v		v	
General-purpose central bank current accounts	v	v	v	
General-purpose central bank digital tokens	v	v	v	v
Central bank digital tokens wholesale	v		v	v
Private digital tokens wholesale	v			
General-purpose private digital tokens	v	v		v

Note - Compiled by the author according to the National Bank of Kazakhstan data [2].

Digital tenge is the third form of Kazakhstan's national currency. It has the properties of the other two forms, cash and non-cash, and its features as an offline payment. It should be noted that the digital tenge is not intended to replace cash or non-cash money but will be used in parallel.

Due to the widespread use of such phenomena as "cryptocurrencies" and "stablecoins", the digital tenge may be mistakenly categorised as part of this digital asset class. Despite partly similar technological approaches, cryptocurrencies and stablecoins are not money because they cannot sustainably fulfil all the functions of money. These assets cannot be used for universal and unconditional payment for goods and services or as a complete measure of value and means of circulation due to the unstable value expressed in official monetary units of account. In turn, the digitally issued national currency (digital tenge) has a single issuer in the person of the state, which ensures its stable functioning in the interests of all participants in the payment turnover [6].

According to the Atlantic Council, in June 2023, eleven countries, including the Caribbean and Nigeria, have already launched central bank digital currencies (CBDCs) [3]. 21 countries are piloting, 46 countries are exploring, and two countries have refused to use digital money.

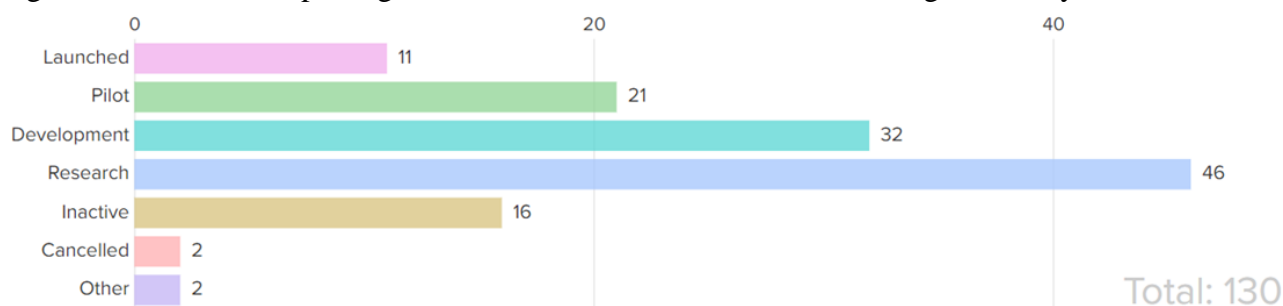


Figure 1. Number of countries and currency unions exploring CBDC

Note – source [3]

In Kazakhstan, the tenge's digitalisation started to be discussed in 2020. Since then, various studies and meetings have been held to address all concerns and their solutions. Such as not jeopardising monetary or financial stability, i.e., the impact of digital tenge on monetary policy will be controllable. Thus, the National Bank of Kazakhstan excludes the option of developing a digital tenge with rewards (cashback).

The first digital tenge transaction was conducted on 15 November 2023 at the XI Congress of Financiers. In order to facilitate the user experience, Halyk and Visa introduced the first digital card linked to the tenge. Full-scale implementation is expected by the end of 2025 [4].

Digital tenge has its advantages. The first is accessibility, i.e. individuals can make cashless payments without the Internet. It plays a good role because the Internet is sometimes unavailable in big cities and remote areas. The second is the tracking of expenditures; the transition of public procurement to digital money will provide an opportunity for more transparent budget spending, making it one of the ways to fight corruption. The next one is innovative financial services and the possibility of targeted use; parents can restrict access to purchasing undesirable products like cigarettes and alcohol for their children. A distinctive advantage is that when countries start using digital money, money transfers between countries will become cheaper and faster as there will be fewer intermediaries.

The disadvantage is that CBDCs could enable governments to access citizens' transaction data, which could be used to track and monitor their financial transactions, potentially violating their privacy and economic freedom. This data could also be shared with other government agencies or private entities, leading to an ever-higher degree of compromised data privacy of citizens [5]. As a result of the compromised data privacy, governments could gain more control over citizens' financial transactions, which could lead to increased state surveillance and decreased economic freedom. Governments could use their newly gained powers by excusing them with the need to control inflation, manage economic instability, or support specific industries [6].

The shortcomings are related to the security of user data. Therefore, the National Bank of Kazakhstan pays special attention within the framework of the project to the issues of cyber security

and confidentiality of transactions and the need to create a legal framework for the full functioning of digital currency.

At the moment, the process of forming the legal framework for the digital tenge in Kazakhstan is under development. It is planned to develop standards, rules and guidelines for effective risk management in the digital tenge system. The technology will meet high cyber security standards. In addition, the guidelines will clearly define the roles and responsibilities of digital tenge operators, service providers and other participants. Special attention will be paid to consumer protection and ensuring users' privacy of payment services in digital tenge [2]. According to Binur Zhalenov, Chairman of the Centre for Development of Payment and Financial Technologies of the National Bank of Kazakhstan, this work is expected to be completed in 2024 [7].

In conclusion, the launch of the digital tenge is a necessary step to increase the competitiveness and efficiency of the financial market, which in turn contributes to improving the country's digital economy. The digital tenge has several advantages necessary today to facilitate monetary transactions. Regarding the identified disadvantages mentioned above, new legal standards are planned to be introduced to protect personal data. Therefore, there are prospects for successfully implementing digital currency in Kazakhstan based on current results and strategic plans.

References

1. Pfister C. Monetary policy and digital currencies: Much ado about nothing? Banque de France Working Paper.2017; (642). URL:<https://publications.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/dt-642.pdf>
2. National Bank of Kazakhstan. URL:<https://nationalbank.kz/>
3. Atlantic council. URL:<https://www.atlanticcouncil.org/>
4. Tengrinews.kz. URL:https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/provedena-pervaya-strane-tranzaktsiya-ispolzovaniem-516911/
5. B. Coeuré, J. Cunliffe, T. Lane, F. Panetta, S. Uchida, C. Skingsley, F. Zurbrügg, L. Brainard, and H.S. Shin, "Central bank digital currencies: foundational principles and core features", Report, 2020.
6. European Central Bank, "Virtual currency schemes – a further analysis", ECB, Editor: Frankfurt, 2015.
7. Forbes. URL:https://forbes.kz/process/expertise/vse_o_tsifrovom_tenge_v_kazahstane_kak_eto_budet/

Инновациялық қаржылық өнімдер мен ақпараттық технологиялар симбиозы ретінде қаржы секторын цифрландыру трендтері

Тренды цифровизации финансового сектора как симбиоз инновационных финансовых продуктов и информационных технологий

Trends in digitalization of the financial sector as a symbiosis of innovative financial products and information technologies

Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік: қиындықтар мен шешімдер

А.А.Абаев¹, Е.Н.Музаффаров²

¹PhD докторы, профессор ассистенті,

²«Қаржы» мамандығы бойынша 4 курс студенті

Aidos.men@mail.ru, Muzaffarov2003@mail.ru

^{1,2} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: «Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік: қиындықтар мен шешімдер» мақаласы қаржы индустриясындағы цифрлық қауіпсіздіктің қазіргі жағдайын және оның алдында тұрған қиындықтарды қарастырады. Мақалада онлайн-банкінг және мобильді төлемдер сияқты қаржылық қызметтерде цифрлық технологияларды қолданудың өсуі және соған байланысты кибершабуылдар мен деректерді бұзу тәуекелдері атап өтіледі. Бұл мәселелерді шешу үшін бұл мақала шифрлау және көп факторлы аутентификация сияқты күшті қауіпсіздік шараларын енгізуді және соңғы қауіпсіздік протоколдары мен технологияларын жаңартып отыруды ұсынады.

Кілт сөздер: сандық қауіпсіздік, қаржы әлемі, кибершабуылдар, деректерді қорғау, алаяқтық, қаржы институттары, тәуекелдер.

Сандық қауіпсіздік күн сайын миллиондаған доллар есептелетін және цифрлық түрде сақталатын қаржы әлемінде маңызды рөл атқарады. Деректерді, құпиялылықты және қаржылық транзакцияларды қорғау кибершабуылдарды, алаяқтықты және ақпараттың ағып кетуін болдырмау үшін маңызды. Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздіктің маңыздылығын келесідей түсіндіруге болады:

1. Құпиялылықты және клиенттердің жеке деректерін қорғау.

Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік клиенттердің құпиялылығы мен жеке деректерін қорғауға бағытталған. Қаржылық процедуралар өз клиенттері туралы ақпаратты, соның ішінде жеке деректерді, банктік шоттарды, несие карталарын және басқа да маңызды ақпаратты өңдейді. Мұндай деректердің ағып кетуі жеке немесе қаржылық алаяқтық сияқты ауыр зардаптарға әкелуі мүмкін. Сандық қауіпсіздік бұл деректерді рұқсатсыз кіруден, бұзудан және ұрлаудан қорғауға көмектеседі.

2. Қаржылық алаяқтықтың алдын алу.

Сандық қауіпсіздік қаржылық алаяқтықтың алдын алуда да маңызды рөл атқарады. Киберқылмыскерлер клиенттердің жүйелері мен қорларына қол жеткізу үшін үнемі шабуылдың жаңа әдістерін әзірлейді. Қауіпсіз жүйелер мен технологиялар банктер мен мекемелерге күдікті транзакцияларды анықтауға және блоктауға және тұтынушыларды қауіпті тәуекелдер туралы ескертуге мүмкіндік береді. Бұл қаржылық реттеушілеріңізді де, олардың клиенттерін де алаяқтықтан болатын шығындардан қорғауға көмектеседі.

3. Қаржылық операциялардың сенімділігін қамтамасыз ету.

Сандық қауіпсіздік қаржылық транзакциялардың сенімділігін де қамтамасыз етеді. Қаржы әлемінде төлемдердің көпшілігі электронды жүйелер мен онлайн-банкінг арқылы жүзеге асырылады. Бұл транзакцияларды рұқсатсыз кіруден, бұрмалаудан және өзгертуден қорғау өте маңызды. Сандық қауіпсіздік қаржылық транзакциялардың сенімділігін қамтамасыз ету үшін деректерді шифрлауды, пайдаланушының аутентификациясын және басқа да қауіпсіздік шараларын қамтамасыз етеді.

4. Нормативтік талаптарға сәйкестік.

Қаржы институттары сонымен қатар цифрлық қауіпсіздікке қатысты қатаң реттеуші талаптарды орындауы керек. Мысалы, көптеген елдерде тұтынушылардың деректерін қорғауға және қаржылық алаяқтыққа жол бермеуге арналған заңдар мен ережелер бар. Қаржы институттары бұл талаптарды орындауы және құқықтық салдарлар мен айыппұлдарды болдырмау үшін қауіпсіздік стандарттарының сақталуын қамтамасыз етуі керек.

5. Тұтынушылардың сенімін сақтау.

Сандық қауіпсіздік денсаулық сақтау мекемелеріне деген сенімді сақтауда да маңызды рөл атқарады. Клиенттер қаржылық деректерінің қауіпсіз ортада сақталатынына және өңделетініне сенімді. Қауіпсіздік бойынша ымыраға келу клиенттер сенімінің бұзылуына және қаржы институттары үшін шығынға әкелуі мүмкін. Сондықтан цифрлық қауіпсіздікті инвестициялау клиенттердің сенімін сақтау және қаржы институттарының беделін сақтау үшін өте маңызды.

Жалпы, цифрлық қауіпсіздік қаржы әлемінде құпиялылықты қорғау, алаяқтықтың алдын алу, қауіпсіз транзакцияларды қамтамасыз ету, нормативтік талаптарды сақтау және тұтынушылардың сенімін сақтау үшін аса маңызды болып табылады.

Цифрлық ғасырда қаржылық ұйымдар қауіп-қатерге, алаяқтық пен киберкылмыс шектеулеріне тап болады. Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік барған сайын маңызды бола түсуде, өйткені технологияның көбеюі және қылмыстық элементтер алдаудың және бұзудың жаңа жолдарын табуда.

Қаржылық алаяқтық банктерге, шетелдік компанияларға, сақтандыру ұйымдарына және басқа да қаржы институттарына үлкен кедергі келтіреді. Бұл қылмыстық әрекеттер мекемелерге ғана емес, сонымен қатар ақшасын немесе жеке ақпаратын жоғалтуы мүмкін адамдарға да ауыр зиян келтіруі мүмкін.

Қаржылық алаяқтықтың бірнеше түрі бар:

Фишинг – шабуылдаушылар клиенттердің жеке деректеріне қол жеткізу үшін банктер немесе төлем процессорлары сияқты заңды ұйымдар ретінде көрінетін алдау әдісі. Көбінесе бұл электрондық пошта арқылы болады, мұнда тұтынушылар өздерінің жеке мәліметтерін түпнұсқаға ұқсайтын жалған веб-сайтқа енгізеді.

Скимминг – алаяқтар карталардың магниттік жолақтарынан ақпаратты ұрлау үшін банкоматтарға немесе төлем терминалдарына арнайы құрылғылар орнататын әдіс. Тұтынушы өз картасын мұндай құрылғыға салғанда, деректер оқылады және шабуылдаушыларға жіберіледі.

Кардинг – ұрланған несиелік немесе дебеттік карталарды заңсыз операцияларды жасау үшін пайдалану. Шабуылшылар ұрланған карта деректерін пайдаланып тауарларды немесе қызметтерді сатып ала алады немесе бұл деректерді басқа жерде сата алады.

Жеке басын куәландыратын алаяқтық – басқа біреудің жеке мәліметтерін қаржылық пайда үшін пайдалану. Шабуыл жасаушылар басқа адамдардың атынан несиелік шоттарды аша алады, несие ала алады немесе басқа да қаржылық операцияларды жүргізе алады.

Несие рейтингін төмендету - жалған қарыздар жасау немесе нақты қарыздарды төлей алмау арқылы несиелік рейтингіңізді әдейі төмендетуді қамтитын алаяқтық. Бұл несие алудан бас тартуға немесе серіктестер үшін пайыздық мөлшерлеменің өсуіне әкелуі мүмкін.

Интернеттегі алаяқтық - бұл интернет арқылы жасалған алаяқтық. Бұл жалған интернет-дүкендерді, жалған инвестициялық схемаларды немесе пайдаланушыларды ақша немесе жеке ақпаратты алу үшін алдаудың басқа әдістерін қамтуы мүмкін.

Қаржы секторында алаяқтықпен күресудің әртүрлі тәсілдері мен шешімдері бар:

➤ Көп факторлы аутентификация – жүйеге кіру немесе қаржылық транзакцияларды жасау кезінде қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін құпия сөз, саусақ ізі немесе бір реттік код сияқты тұтынушының жеке басын тексерудің бірнеше әдістерін пайдалану.

➤ Транзакция мониторингі – Қаржы институттары әдеттен тыс немесе күдікті транзакциялар үшін аналитикалық құралдар мен алгоритмдерді пайдалана алады. Бұл ықтимал алаяқтықты анықтауға және оның алдын алу шараларын қабылдауға көмектеседі.

➤ Қызметкерлерді оқыту – қаржылық мекеме қызметкерлерін цифрлық қауіпсіздік негіздеріне және алаяқтықты анықтау әдістеріне үйрету қылмыстық әрекеттен қорғауды жақсарты алады.

➤ Реттеу шаралары - Үкімет пен реттеуші органдар қаржы секторының қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін тиісті ережелер мен саясаттарды әзірлеуі және енгізуі керек. Бұл

деректер қауіпсіздігі талаптарын, алаяқтық туралы міндетті есеп беруді және бұзушылықтар үшін жазаларды қамтуы мүмкін.

➤ Ынтымақтастық және ақпарат алмасу – Қаржы институттары жаңа қауіптер мен алаяқтық әдістері туралы ақпаратпен белсенді түрде бірлесіп жұмыс істеуі керек. Бұл алаяқтықты таратуға және олармен күресудің тиімді стратегияларын жасауға көмектеседі.

Әлемдегі қаржылық қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі реттеуші органдардың рөлі.

Реттеуші органдар әлемдегі қаржылық қауіпсіздікті қамтамасыз етуде үлкен рөл атқарады. Олар қаржылық жүйелерді киберқауіпсіздік қатерлерінен қорғауға бағытталған саясаттар мен ережелерді әзірлейді және қабылдайды. Реттеуші органдар сондай-ақ қаржылық ұйымдардың қауіпсіздік талаптарына сәйкестігіне көз жеткізу үшін бақылайды және тексереді.

Реттеушілер рөлінің бір мысалы Орталық банк болып табылады. Көптеген елдерде Орталық банк қаржылық жүйені қадағалау мен реттеуге, соның ішінде қауіпсіздік мәселелеріне жауап береді. Ол коммерциялық банктер мен басқа мекемелер орындауға міндетті қауіпсіздік стандарттарын әзірлейді және енгізеді.

Желіге қосылудың күрделілігі: Көптеген қаржы институттарында көптеген әртүрлі жүйелер мен қолданбаларды қамтитын күрделі желілік инфрақұрылымдар бар. Мұндай ортадағы қауіпсіздік пластиктен жасалуы мүмкін.

Білікті мамандардың жетіспеушілігі: Ақпараттық қауіпсіздік жүйесін дамыту және қолдау жоғары білікті мамандарды қажет етеді. Дегенмен, мұндай мамандардың тапшылығы қаржы институттарының алдында тұрған мәселелердің бірі.

Негізінде реттеу талаптары мен қауіпсіздік стандарттарына сәйкестік қаржылық әлемде цифрлық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің бір бөлігі болып табылады. Реттеуші органдар саясат қауіпсіздігін әзірлеуде және жүзеге асыруда маңызды рөл атқарады, ал қаржы институттары қауіп пен тәуекелді азайту үшін осы талаптарды белсенді түрде орындауы керек.

Көп факторлы аутентификация (MFA) – жүйеге немесе ақпаратқа қол жеткізу үшін шындықтың бірнеше нысандарын қамтамасыз етуді талап ететін пайдаланушы аутентификация әдісі. Бұл әдіс сіз білетін нәрсе (мысалы, құпия сөз), сізде бар нәрсе (мысалы, құрылғының ресми аутентификациясы) және сіз тапқан нәрсе (мысалы, биометрия) әдістер сияқты бірнеше факторларды пайдалануға негізделген, деректер).

Көп факторлы аутентификация қалай жұмыс істейді:

Сізге бір нәрсе: бұл құпия сөз, PIN код немесе қауіпсіздік сұрағына жауап болуы мүмкін.

Сізде бір нәрсе бар: бұл USB кілті немесе смарт карта сияқты ресми аутентификация құрылғысы болуы мүмкін.

Сіз тапқан нәрсе: бұл саусақ ізі, бет сканерлеу немесе дауысты сканерлеу сияқты биометрияға қатысты.

Қаржы секторындағы биометриялық технологиялардың маңызы:

Биометрия – адамның химиялық заттары мен мінез-құлық ерекшеліктеріне негізделген жеке адамды анықтау әдісі. Қаржы индустриясында биометриялық технология тұтынушылардың қауіпсіздігі мен ыңғайлылығын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Олар саусақ іздері, бет сканері немесе дауысты сканерлеу сияқты бірегей физикалық сипаттамаларға негізделген пайдаланушының аутентификациясын қамтамасыз етеді.

Көп факторлы аутентификация мен биометрияны қолданудың артықшылықтары:

Жетілдірілген қауіпсіздік: аутентификация үшін бірнеше факторларды пайдалану жүйе қауіпсіздігін айтарлықтай жақсартады. Шабуылдаушы факторлардың біріне қол жеткізсе де, басқа факторларсыз ол әлі де толық қол жеткізе алмайды.

Пайдаланушы тәжірибесі: Көп факторлы аутентификация және биометриялық технологиялар пайдаланушылардың орналасқан жерін тексерудің ыңғайлы әдісін қамтамасыз етеді. Қарапайым құпия сөздерді айтудың немесе физикалық аутентификация құрылғыларын киюдің орнына пайдаланушылар өздерінің бірегей физикалық сипаттамаларын пайдалана алады.

Алаяқтық қаупін азайтыңыз: Көп факторлы аутентификация және биометрия алаяқтық және деректерге рұқсатсыз кіру қаупін азайтуға көмектеседі. Биометриялық деректерді қолдан жасау қиын, бұл аутентификация әдісін қауіпсіз етеді.

Көп факторлы аутентификацияны және биометрияны қолданудағы шектеулер:

Қолдану қиындығы: Көп факторлы аутентификация мен биометриялық технологияларды енгізу қаржы институттары тарапынан елеулі өзгерістер мен ресурстарды талап етеді. Бюджеті шектеулі немесе инфрақұрылымы жабық компаниялар үшін бұл қиындық тудыруы мүмкін.

Құпиялылық мәселелері: Биометриялық деректерді жинау және сақтау құпиялылық пен тұтынушы құпиялылығына қатысты мәселелерді жоя алады. Қаржы институттары мұндай деректердің қауіпсіз қорғалуын және тиісті ережелер мен ережелерді сақтауын қамтамасыз етуі керек.

Технологиялардың шектеулері: Кейбір биометриялық технологиялар аз дамыған немесе қате болуы мүмкін, әсіресе жарықтандыру немесе саусақ жағдайлары сияқты өзгеруі мүмкін жағдайларда. Бұл жалған бас тартуға немесе кіруден бас тартуға әкелуі мүмкін.

Жасанды интеллект (AI) және машиналық оқыту (ML) қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздікті қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Олар аномалияларды анықтау процестерін автоматтандыруға, кибершабуылдардың алдын алуға және деректерді қорғауға мүмкіндік береді. Аномалияларды анықтау және цифрлық қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін AI және ML қалай қолданылатынын егжей-тегжейлі қарастырайық.

Сандық қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі жасанды интеллект пен машиналық оқытудың рөлі.

Жасанды интеллект және машиналық оқыту деректердің үлкен көлемін талдай алатын және жасырын аномалияларды анықтай алатын инновациялық қауіпсіздік жүйелерін құру мүмкіндігін ашады. Олар мекемелердің көмегімен кибершабуылдар мен алаяқтыққа қатысты әдеттен тыс әрекеттер мен әрекеттерді анықтайды.

Машиналық оқыту алгоритмдері қалыпты мінез-құлық үлгілерін тани алатын және сол үлгілерден ауытқуларды анықтай алатын үлгілерді жасайды. Мысалы, тұтынушы транзакцияларын талдайтын және күдікті транзакцияны басқару элементтерін автоматты түрде анықтайтын үлгі жасай аласыз. Бұл қауіп-қатерге тез жауап беруге және қаржылық шығындардың алдын алуға мүмкіндік береді.

Машиналық оқыту алгоритмдері қаржы институттарының сандық қауіпсіздігінің әртүрлі аспектілеріндегі ауытқуларды анықтау үшін пайдаланылуы мүмкін. Олардың кейбіреулері мыналарды қамтиды:

Желілік трафик аномалиясын анықтау: AI және ML дәстүрлі бағдарламалық құралды бұзу немесе тарату әрекеттеріне қатысты әдеттен тыс әрекетті анықтау үшін желілік трафик деректерінің үлкен көлемін талдай алады.

Алаяқтықты анықтау: Машиналық оқыту алгоритмдері қаржылық транзакцияларды талдап, алаяқтықты немесе ақшаны жылыстатуды анықтауға көмектесетін әдеттен тыс үлгілерді анықтай алады.

Пайдаланушы мінез-құлқын талдау: AI сандық платформалардағы пайдаланушы әрекетін талдай алады және сұраулардың әдеттен тыс көлемі немесе құпия деректерге қол жеткізу сияқты күдікті әрекетті анықтай алады.

Цифрлық қауіпсіздік саласындағы жасанды интеллектті пайдаланудың қиындықтары мен шектеулері.

Жасанды интеллект пен машиналық оқыту цифрлық қауіпсіздікке көптеген артықшылықтар әкелгенімен, оларда қиындықтар мен шектеулер де бар:

Жоғары сапалы деректерге қажеттілік: Машиналық оқыту алгоритмдері тиімді жұмыс істеу үшін жоғары сапалы деректердің үлкен көлемін қажет етеді. Дегенмен, қаржы секторында деректерге қол жеткізуге шектеулер, сондай-ақ оның сапасы мен сенімділігіне қатысты мәселелер болуы мүмкін.

Жаңа қауіпті болжау мүмкін еместігі: киберқылмыскерлер үнемі шабуылдың жаңа әдістерін дамытады, бұл оны аномалияларды анықтаудың әмбебап үлгілерін жасау механизміне айналдырады. Жасанды интеллект үнемі жаңарып, жаңа қауіптерге бейімделуі керек.

Жалған инъекциялардың тәуекелдері: Машиналық оқыту алгоритмдерін пайдаланған кезде, пайдаланушының қалыпты әрекеттері немесе өңдеуі күдікті ретінде жіктелетін жалған инъекциялар қауіпі бар. Бұл тұтынушылардың қолайсыздығына және сенімінің жоғалуына әкелуі мүмкін.

Жалпы, жасанды интеллект пен машиналық оқыту қаржылық әлемде цифрлық қауіпсіздікті қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Олар аномалияларды жылдам анықтауға, кибершабуылдарды болдырмауға және жүйелер мен деректеріңізді қауіптерден қорғауға мүмкіндік береді.

Қорытынды

Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік үнемі даму мен инновацияны талап ететін басты мәселе болып табылады. Бұл мақала қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік саласындағы негізгі мәселелер мен шешімдерді қарастырады, сонымен қатар осы саладағы даму мен инновацияның маңыздылығын бағалайды.

Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік мәселелері мен шешімдері туралы қорытындылар

Сандық қауіпсіздік – қаржы әлеміндегі ең маңызды мәселелердің бірі. Қаржы институттарына кибершабуылдар саны жыл сайын артып келе жатқандықтан, ол өзекті бола түсуде. Негізгі мәселелердің бірі - құпиялылықты қорғау және тұтынушы деректерін тексеру. Киберқылмыскерлер үнемі әсер етудің жаңа әдістерін дамытып, біліктіліктерін арттырып отырады, сондықтан қаржы институттары өздерінің қауіпсіздік жүйелерін үнемі жетілдіріп отыруы қажет.

Қаржы әлеміндегі осы цифрлық қауіпсіздік мәселелерін шешу инновациялық тәсілдер мен технологияларды қажет етеді. Негізгі шешімдердің бірі - кибершабуылдарды анықтау және алдын алу үшін жасанды интеллект пен машиналық оқытуды пайдалану. Аналитика мен үлкен деректер де сандық қауіпсіздікте маңызды рөл атқарады, бұл ауытқулар мен ықтимал тәуекелдерді анықтауға әкеледі.

Сандық қауіпсіздік инновациялары тұтынушыларды қорғауды жақсартуға да көмектеседі. Клиенттер деректерінің қорғалғанына сенімді болған кезде, олар қаржылық қызметтерді пайдалануды ыңғайлы сезінеді. Бұл клиенттермен қарым-қатынасты дамытуға және адалдықты арттыруға көмектеседі.

Жалпы, цифрлық қауіпсіздік саласындағы тұрақты даму және инновациялар қаржы әлемінің бір бөлігі болып табылады. Олар тұтынушы деректеріне төнетін қауіптермен және вирустармен тиімді күресуге, сонымен қатар тұтынушылардың сенімі мен адалдығын арттыруға мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. Financial Brand – сандық қауіпсіздікті қоса алғанда, қаржы индустриясындағы соңғы трендтер мен әзірлемелер туралы ақпарат пен талдау ұсынатын беделді басылым.

2. Forbes – қаржы мен технологияны қоса алғанда, кең ауқымды тақырыптарды қамтитын беделді іскерлік журнал. Мұнда қаржы секторындағы цифрлық қауіпсіздік туралы мақалалар жиі жарияланады.

3. BankInfoSecurity – банк және қаржы индустриясындағы ақпараттық қауіпсіздікке қатысты жаңалықтардың, талдаулардың және білім беру ресурстарының сенімді көзі. Ол қаржы әлемінде қолданылатын әртүрлі технологиялар мен қауіпсіздік шешімдері туралы түсінік береді.

4. «Қаржылық қызметтер секторындағы киберқауіпсіздік», Қаржы қызметтері ақпаратын алмасу және талдау орталығы (FS-ISAC)

5. «Цифрлық қауіпсіздік». Википедияда. https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_security сайтынан алынды.

6. «Төлем картасы индустриясының деректер қауіпсіздігі стандарты». Википедияда. https://en.wikipedia.org/wiki/Payment_card_industry_data_security_standard сайтынан алынды.

Қазіргі экономиканы цифрландыру және шет елдік тәжірибе

Е.Т. Ақбаев¹, Н.Е. Бағдат²

¹«Қаржы» кафедрасының профессоры, э.ғ.к.,

²«Қаржы» мамандығы бойынша 4 курс студенті
erbolsyn2011@mail.ru, nuray.bagdat@mail.ru

^{1,2}Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасының мақсаттары орта мерзімді келешекте Қазақстан Республикасы экономикасының даму қарқынын жеделдету және цифрлық технологияларды пайдалану есебінен халықтың өмір сүру сапасын жақсарту, сондай-ақ ұзақ мерзімді келешекте Қазақстанның экономикасын болашақтың цифрлық экономикасын құруды қамтамасыз ететін түбегейлі жаңа даму траекториясына көшіруге жағдай жасау болып табылады.

Кілт сөздер: цифрлық экономика, цифрлық трансформациялау, «General Electric», «Electrical and electronics engineering», «Microsoft», «Silicon Valley Bank», «Google», «McKinsey Global Institute», «Home Shopping Network», цифрлық инклюзия.

«Қазіргі экономиканы цифрландыру» - нақты сектордағы нақты жобалардан тұратын прагматикалық бастауды қамтамасыз ету, экономиканың қазіргі салаларын, мемлекеттік құрылымдарды цифрландыру және оларды технологиялық қайта жабдықтау жобаларын іске қосу және цифрлық инфрақұрылымды дамыту.

«Болашақтың цифрлық индустриясын құру» - адами капиталды дамыту деңгейін көтеру, инновациялық даму институттарын құру және жалпы алғанда, цифрлық экожүйені қарқынды дамыту есебінен ұзақ мерзімді орнықтылықты қамтамасыз ету, елдің цифрлық трансформациялауды іске қосу. 2018-2023 жылдар кезеңінде іске асырылған Бағдарлама еліміздің флагмандық салаларын технологиялық жаңғыртуға қосымша серпін беруді қамтамасыз етті және еңбек өнімділігінің ауқымды және ұзақ мерзімді өсуіне жағдай жасады.

Бағдарламаны іске асырудың бес негізгі бағыты қарастырылған болатын:

1.«Экономика салаларын цифрландыру» - еңбек өнімділігін арттыруға және капиталдандырудың өсуіне алып келетін озық технологиялар мен мүмкіндіктерді пайдалана отырып, Қазақстан Республикасы экономикасының дәстүрлі салаларын түрлендіру бағыты.

2.«Цифрлық мемлекетке көшу» - қажеттіліктерін күні бұрын біліп халық пен бизнеске қызмет көрсету инфрақұрылымы ретінде мемлекеттің функцияларын түрлендіру бағыты.

3.«Цифрлық Жібек жолын іске асыру» - ішкі контур үшін де, Қазақстан Республикасының транзиттік әлеуетін іске асыру үшін деректерді берудің, сақтаудың және өңдеудің жылдамдығы жоғары және қорғалған инфрақұрылымын дамыту бағыты.

4.«Адами капиталды дамыту» - жаңа жағдайға - білім экономикасына көшуді қамтамасыз ету үшін креативті қоғам деп аталатынды құруды қамтитын түрлендіру бағыты.

5.«Инновациялық экожүйені құру» - бизнес, ғылыми сала және мемлекет арасындағы орнықты көлденең байланыстармен технологиялық кәсіпкерлік пен инновацияны дамыту үшін жағдай жасау бағыты. Мемлекет инновацияларды өндіріске шығаруға, бейімдеуге және енгізуге қабілетті экожүйе катализаторы ретінде әрекет етеді.

Бүгінде цифрландыру процесі әлемдегі барлық елдерге әсер етеді. Сонымен қатар әрбір ел цифрлық дамудың басымдықтарын өзі айқындайды. Әлемдегі 15-тен астам мемлекет қазіргі уақытта ұлттық цифрландыру бағдарламаларын іске асыруда. Қытай, Сингапур, Нидерланды, Жаңа Зеландия, Оңтүстік Корея және Дания ұлттық экономикаларды цифрландыру бойынша алдыңғы қатардағы елдер болып табылады. Қытай өзінің «интернет плюс» бағдарламасында цифрлық индустрияны дәстүрлімен біріктіреді, Канада Торонтода АКТ-хабын жасады, Сингапур драйвері АКТ болып табылатын «ақылды экономиканы» қалыптастырады, Оңтүстік Корея «Креативті экономика» бағдарламасында адами капиталды, кәсіпкерлікті дамытуға және АКТ саласындағы жетістіктерді таратуға бағдарланады, ал Дания мемлекеттік секторды цифрландыруға баса назар аударуда.

Әлемдегі ең дамыған экономикалардың бірі және азиялық экономикалық жолбарыстардың бірі Сингапурдың амбициясы-жасанды интеллектінің кең ауқымды зерттеулеріне инвестиция салу және олардың көмегімен негізгі әлеметтік-экономикалық мәселелерді шешу, жаңа жергілікті талаптардың өсуін ынталандыру, сондай-ақ жасанды интеллектті өнеркәсіпте қолдануды кеңейту, Сингапур жасандық интеллект ғаламдық зерттеу орталығы болғысы және оны экономика мен мемлекеттің сектордың әртүрлі салаларында қолданғысы келеді. Осы мақсатта 2017 жылы AI Singapore стратегиясы, яғни цифрлық экономика мен қоғамды нығайту үшін AI ұлттық бағдарламасы жасалған болатын.

Оңтүстік Кореяда басты компаниялар мемлекеттің белсенді ұстанымы кезінде өздері дербес серпінді цифрлық технологияларға инвестиция жасайды. Мәселен, елдегі ең ірі телеком операторларының бірі - SKT - жасанды интеллект технологияларына және «заттар интернетіне» 4 миллиард АҚШ долларынан астам инвестиция салуға ниет білдірді. Оператор жаңа технологияларды дамытуда серіктестіктің қажет екенін атап өтеді, сондай-ақ дәл шешімдерді әзірлеу үшін жергілікті стартаптарды тартуды жоспарлайды.

Нидерланды цифрлық инновациялауға жауапты көзқараспен Еуропадағы цифрлық көшбасшы болуды мақсат етіп отыр. Экономиканы дамытудан басқа, үкімет цифрландыру әкелуі мүмкін қоғамдық сын-қатерлерге ерекше назар аударады. Цифрлық білім мен дағдыларды арттыру, цифрлық инклюзия, болашақ дағдылары мен жұмысына сәйкес болу үшін өмір бойы оқыту есебінен еңбек нарығын дамыту мәселелері бөліп көрсетілген.

Осы елдерде мемлекет бағдарламаны іске қосу мен іске асыруда маңызды рөл атқарады, бұл ретте табысқа жету «цифрлық жекешелендіру» деп аталатын жеке ойыншылардың қатысуына байланысты. Бүгінде біз мемлекеттің экономикалық жүйенің қатысушыларын цифрлық болашаққа саналы түрде итермелеуі сияқты көптеген мысалдарды байқаймыз. Мемлекет басымдықтар ретінде анықталған «тиімсіздіктерді» жабу үшін өзінің «тендерін» жариялайды. Ойыншылар өздерінің «бидтерін», жобаларды ықтимал іске асыруға пилоттық тұжырымдамаларын және тәсілдерді ұсынады. Мемлекет ұсыныстарды бағалап, пилоттық жобалар конкурсының қорытындысы бойынша жеңімпазды таңдайды. Жеңімпаз, әдетте, тікелей мемлекеттік субсидияларды алмайды, бірақ өз жобасын «толық негізде» іске асыру құқығын алады (осы немесе басқа бағытта, сол немесе басқа салада, сол немесе басқа өңірде). Мемлекет нормативтік база саласында негізгі стейкхолдерлермен (өңірлік билік және т.б.) синхрондауды және кооперациялауды қолдау көрсетуді, сондай-ақ «цифрландырылатын» салаларға ынталандыру жасауды қамтамасыз етеді. Сондай-ақ жеңімпаздардың консорциумын таңдауы мүмкін, бұл оны іске асыру кезінде тәуекелдерін азайтуға мүмкіндік береді, сонымен бірге 2-3 ойыншы арасындағы бәсекелестікті қолдайды.

Мемлекет елімізде нақты технологияларды жедел дамыту есебінен «цифрлық серпілісті» де қамтамасыз ете алады. Мұндай жағдайларда мемлекет инвестицияларға жұмсалатын қаражаттың ұзақ мерзімді қайтарылымына, бәсекелестік жағдайға, трендтерге жүргізілген бағалауға сүйене отырып, қаржыландырудың негізгі, ең перспективті бағыттарын айқындайтын инвестор рөлін қабылдайды, сондай-ақ табыстың білім беру және кадрларды қайта даярлау сияқты іргелі шарттарына қаржы жұмсайды.

Тағы бір жаһандық тренд – «мемлекеттің өзін-өзі цифрландыруы», яғни мемлекет пен мемлекеттік компаниялардың операцияларын цифрландыру. Өзін-өзі цифрландыру - бұл

экономикадағы құндылықтарды құруды, әл-ауқаттың артуын, бизнесте және тұрмыс деңгейінде лайықты орынға ие болуға бағытталған кез-келген мемлекеттің іске асыруы керек міндет.

Мемлекет деңгейінде өзін-өзі цифрландырудың бүгінгі таңда екі негізгі бағыты бар:

- Мемлекеттік басқаруды цифрландыру: цифрлық құжат айналымы, digital by default және digital first қағидағары, тиімсіз процестерді қайта қарау. Бұл логикада өзін-өзі цифрландыру сервистердің барлық спектрін қамтиды: мемлекеттік құрылымдардың ішкі өзара іс-қимылы - G2G, азаматтармен өзара іс-қимылы - G2C, бизнеспен өзара іс-қимыл - G2B.

- Квзимемлекеттік сектор субъектілерін цифрландыру, әсіресе, мемлекет әлі де бұрынғыдай, экономикадағы жұмыс орындарының көпшілігіне сол немесе басқа нысанда жауап беретін және сол себепті еңбек өнімділігінің өсуі үшін жауап беретін Қазақстан сияқты елдер үшін өзекті болып табылады. Осындай компаниялар үшін көбінесе дәстүрлі бәсекелестік нарықтық механизмдері жұмыс істемейтіндіктен, цифрлық трансформациялауды іске асырумен байланысты өлшенетін транс ұлттық корпорациялар әзірленіп, белгіленеді (индустрия 4.0 технологияларын енгізу және құнды сәйкес құру жаңа өнімнен түсетін түсімнің %, қызметкерлерді оқыту және қайта даярлау).

Мысалы, Дания мемлекеттік органдарды цифрландыруды белсенді инвестициялайды. Қазіргі уақытта әрбір азаматтың және әрбір бизнестің жеке кабинеті бар, ол арқылы нақты уақыт режимінде мемлекеттік органдармен тілдесу жүреді. 2015 жылдан бастап барлық азамат мемлекеттік органдармен тек интернет арқылы тілдесуге міндетті (Данияда үй шаруашылығының 95%-ның интернетке қолжетімділігі бар), әр азамат цифрлық паспортқа (digital ID) ие), ал барлық мемлекеттік органдар мен муниципалитеттер бірыңғай кабинет арқылы барлық ведомствомен өзара іс-қимыл жасауға мүмкіндік беретін бірыңғай желімен байланыстырылған. Бизнес коммуникациядан басқа интернет арқылы барлық операцияларды орындауға, үзінділерді алуға, салықтарды төлеуге және есептерді жіберуге мүмкіндігі бар (электрондық түрде құжаттарды жіберу және қабылдау қағаз түрінде жіберген 5 күнмен салыстырғанда 5 минутқа созылады). Мұндай жүйе жыл сайын бюджеттің 10-20%-ын үнемдеуге мүмкіндік береді.

Осы өзгерістердің барлығы ұзақ мерзімді экономикалық және әлеуметтік салдарларға ие. Жаһандық ауқымда жедел қарқынмен таралып жатқан «Бірлесіп тұтыну экономикасы» сияқты құбылыс әрбір тұтынушыға тікелей әсер етіп қана қоймай, бірақ жалпы елге жанама әсер етеді. Бұл өзін-өзі жұмыспен қамтыған азаматтар үшін шешім болып табылады, ол кәсіпкерлік қызметті жүргізуге ынталандырып, экономикалық белсенділіктің өсуіне ықпал етеді. Бұл тренд жаңа активтер мен тұтыну заттары жеке шығындарды қысқарту мақсатында бірлесіп пайдаланғаннан кейін одан әрі қарай дамитын болады.

Қазақстанға цифрлық стратегияларды дамытудағы озық және көрші мемлекеттердің тәжірибесі неғұрлым қызықтырақ. Халықаралық тәжірибені зерделеу және талдау цифрлық дәуірдегі жетекші елдердің технологиялық және инновациялық дамуындағы түйінді қатарлас, уақтылы, кейде озыңқы заңнамалық, нормативтік қамтамасыз ету және реттеу кезінде АКТ нарығын барынша ырықтандыру, төрешілдіктен арылту және монополиясыздандыру болып табылатынын көрсетеді.

Цифрлық дәуірде экономикалық өсуді жеделдету және мүмкіндіктерді кеңейту туралы ұсынымдар әзірлеу үшін 2019 жылы наурызда цифрлық экономика бойынша консультациялық кеңес құрылған болатын, оның құрамында бірқатар ірі америкалық компаниялардың («General Electric», «Electrical and electronics engineering», «Microsoft», «Silicon Valley Bank», «Google», «McKinsey Global Institute», «Home Shopping Network» және т.б.), азаматтық қоғам мен академиялық орта өкілдері кірді.

Осы тұрғыдан Қазақстан үшін көптеген жылдар бойы Еуропалық Одақта, Швецияда, Ұлыбританияда, Аустралияда, Ресей Федерациясында белсенді іске асырылып келе жатқан технологиялық платформаларды қалыптастырудың халықаралық тәжірибесі пайдалы болады. Технологиялық платформалардың мәні барлық зияткерлік, қаржылық және басқа

ресурстардың күш-жігерін басым бағыттарға жұмылдыру және саланың негізгі технологияларын енгізу болып табылады, бұл дағдарыс жағдайында бюджетті оңтайландыру кезінде аса маңызды.

Әдебиеттер тізімі

1. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы, Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 12 желтоқсанда № 827 қаулысы.
2. Л.М.Гохберг. Что такое цифровая экономика? - тренды, компетенции, измерение. Издательский дом, Высшей школы экономики.-Москва, 2019.
3. Ходжаниязов Ж.Т. Нарықтық экономикаға негіздері: Оқулық,2-басылым.-Астана: Фолиант, 2018.- 168 б.
4. Г.Гайсина. Мемлекеттің қызметтің шетелдік тәжірибесі//Қазақстан жоғары мектебі.- 2009.- №3.-284-28 б.
5. Смағұлова Г.С. Мемлекеттік қызметтің сапасы мен қолжетімділігін қамтамасыз ету. //Вестник КазНУ. Экономика.-№37-20167-45 б.

Влияние блокчейн технологий на финансовую сферу

Е.Т.Акбаев¹, Р.А.Хананова²

¹к.э.н., профессор кафедры финансов

²магистрант 1-го курса образовательной программы «Финансы»

erbolsyn.2011@mail.ru, rozamailru@inbox.ru

^{1,2}Қарагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данное исследование направлено на обеспечение целостного понимания многомерного применения блокчейна в глобальном финансовом секторе. В статье отражается, что в финансовом секторе технология блокчейна внесла ограниченный вклад. Он имеет неиспользованный потенциал для содействия развитию финансовых услуг. Риск технологии блокчейна можно еще больше свести к минимуму и укрепить доверие к мышлению государственного регулятора, внедрив строгое регулирование при внедрении технологии блокчейна. Выводы статьи будут стимулировать будущие исследования в области многопланового внедрения технологии блокчейн в финансовом секторе.

Ключевые слова: блокчейн, цифровизация, финансовый сектор, финтех.

В настоящее время значительная часть финансовой индустрии переживает глубокие трансформации. С течением времени прогрессивное развитие передовых цифровых технологий внесло значительный вклад в рост количества доступных в настоящее время вариантов услуг. Поскольку традиционные методы ведения бизнеса устарели из-за цифровизации, на рынок смогли выйти новые конкуренты. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) опубликовала отчет, в котором исследуется, какое влияние окажут такие технологии, как большие данные, интернет вещей, искусственный интеллект и другие, на различные операции и услуги в финансовом секторе (такие как платежные операции, финансовые инвестиции, кредитование и другие).

На данный момент единственной новой технологией, которая существенно влияет на операции и услуги финансового сектора, является технология блокчейна, которая изначально была разработана для облегчения создания криптовалют. Ее нынешние потенциальные применения выходят далеко за рамки этого. Технология распределенного реестра, известная как блокчейн, открывает путь к безопасной и свободной от посредников передаче цифровой валюты, активов и информации. От международных платежей и криптовалют до финансирования и страхования цепочек поставок — блокчейн стал новым рубежом исследований в финансовой индустрии и научных кругах [1].

По мнению Дэвидсона и соавторов, поскольку нет посредников и риска контрагента, децентрализованная структура технологии блокчейна имеет серьезные последствия для институциональной экономики [2]. Технология блокчейна имеет потенциал для использования в будущем для разработки операционных инструментов и разработки новых услуг. Финансовые учреждения, такие как банки, стремятся внедрить передовые финтех-технологии, такие как блокчейн, чтобы оставаться конкурентоспособными в растущей жесткой конкуренции в мировом финансовом секторе.

Исследование возможностей технологии блокчейн в банковской и финансовой отраслях, такие как биткойн и другие криптовалюты, предоставляют финансовым учреждениям широкий спектр операционных преимуществ, включая, повышенную безопасность, экономию средств и неизменность [3]. Д.Х.Парк исследовал, что хранить данные в блокчейне безопаснее, чем хранить их в одной базе данных, поскольку атаки на базы данных более распространены, чем на блокчейны [4]. В результате, когда технология блокчейна используется в области, требующей раскрытия информации, она обеспечивает потребителям прозрачность данных. Следовательно, технология блокчейна имеет потенциал для применения в секторе финансовых услуг. Ожидается, что в обозримом будущем спектр его применения расширится.

Еще одним важным применением блокчейна в финансовом секторе является разработка смарт-контрактов. «Смарт-контракт» — это термин, используемый для описания фрагмента кода, хранящегося в блокчейне, который при выполнении определенных условий автоматически выполняется без участия первоначального автора кода. Смарт-контракты позволяют блокчейну хранить больше данных и выполнять вычисления. Вся информация в смарт-контракте может быть проверена любой стороной в любое время. Благодаря технологии блокчейна, однажды записанный код не может быть изменен. Машиночитаемый характер кода гарантирует отсутствие двусмысленности в его значении.

В этом отношении блокчейн теоретически может использоваться для проведения транзакций с акциями. Поскольку операции с ценными бумагами регулируются нормативным и налоговым законодательством, а также ограничениями конфиденциальности, требования к блокчейну в этом отличаются от требований к криптовалюте. Было бы просто отследить право собственности на ценную бумагу.

Кроме того, смарт-контракты могут использоваться для автоматизации таких процедур, как выплата процентов и дивидендов. По сравнению с нынешней системой обработка в этой новой системе будет значительно более эффективной. Вместо текущего расчета через два торговых дня после торгового дня может быть реализован гораздо более быстрый расчет или даже в режиме реального времени. Потребность в центральном контрагенте будет устранена.

Чиу и Кеппл построили теоретическую модель публичного несанкционированного блокчейна, основанную на подходе доказательства выполнения работы [5]. Участники рынка могут платить комиссию, что повышает привлекательность их транзакции для майнеров, в результате чего транзакция завершается быстрее. Это обеспечивает большую гибкость в скорости обработки транзакций. В результате доходы, получаемые от комиссий, должны стимулировать майнеров. Небольшие контракты на основе блокчейна помогают полностью автоматизировать транзакции с производными финансовыми инструментами и выполнять их в режиме реального времени.

Исследования показывают, что, хотя технология блокчейна привела к новому сдвигу парадигмы и предоставила решения многочисленных проблем, стоящих перед цифровой экономикой, она также столкнулась с некоторыми трудностями при ее внедрении и развитии. Таким образом, это палка о двух концах для традиционного экономического и финансового прогресса. Результаты цитируемой выше литературы указывают на ограниченное влияние блокчейна на банковскую и финансовую отрасли по сравнению с другими промышленными секторами. Технология блокчейна позволяет уменьшить неопределенность, поскольку это технология, управляемая данными. Тем не менее, эта революционная технология, ориентированная на данные, имеет огромный потенциал для предложения финансовых

секторов новых передовых услуг, которые могут затмить ее недостатки. Коррупцию, уклонение от уплаты налогов и финансовое мошенничество, основанную на блокчейне, можно предотвратить во всем мире, если будут установлены строгие правила и механизмы мониторинга во всех странах. Во всем мире технология блокчейна используется для экономически эффективной трансформации традиционных банковских процессов и обеспечения передовых технологий в области конфиденциальности данных, прозрачности и безопасности транзакций, неизменности и более быстрого перевода денег.

Список литературы

1. Amrinder Singh, Padmakar Shahare, Pratibha Vikram, Vishal Srivastava, Manpreet Kaur Maan, научная статья «Financial Sector And Blockchain Technology: Challenges And Applications», 2023 г. - [Электронный ресурс] – URL: https://www.researchgate.net/publication/368542649_Financial_Sector_And_Blockchain_Technology_Challenges_And_Applications
2. Учебное пособие «Blockchains and the economic institutions of capitalism», Davidson, Англия 2018г.
3. Blockchains for business process management-challenges and opportunities / Mendling, J., Weber, I., Aalst, W.V.D., Brocke, J.V., Cabanillas, C., Daniel // ACM Transactions on Management Information Systems. - 2018. - Том 9. - № 1. - С. 1-16.
4. Blockchain security in cloud computing: use cases, challenges, and solutions / Mendling, J., Park, J.H. and Park, J.H. // Symmetry. - 2017. - Том 8. - № 8. - С. 164.
5. Chiu, J. and Koepl, T. V., научная статья «Blockchain-Based Settlement for Asset Trading», 2019 г. - [Электронный ресурс] – URL: https://www.researchgate.net/publication/327026205_Blockchain-Based_Settlement_for_Asset_Trading

Онлайн-банкинг как прорыв в цифровой гонке между БВУ РК

Е.Т.Акбаев¹, Р.А.Хананова²

¹к.э.н., профессор кафедры финансов

²магистрант 1-го курса образовательной программы «Финансы»

erbolsyn.2011@mail.ru, rozamailru@inbox.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья посвящена теме развития цифровизации в банковской сфере Казахстана. Одну из ключевых ролей в услугах, предоставляемых банками, является интернет-банкинг, в особенности для юридических лиц. Данный аспект породил цифровую гонку между банками второго уровня Республики Казахстан.

Ключевые слова: цифровизация, онлайн-банкинг, банки, дистанционное банковское обслуживание, юридические лица

Технологическое развитие меняет общество, экономику, банки и банковское дело. Цифровизация сначала направила банковские транзакции из отделений, которые были традиционными каналами распределения, в сторону банкоматов, интернет-банкинга и мобильных устройств, а затем и диверсифицировала практически все операции. Цифровой банкинг принял форму канала распределения, который обеспечивает простоту доступа и экономическое преимущество наряду с ростом производительности, позволяя предоставлять банковские услуги без отделений, то есть без персонала. Эта ситуация увеличила прибыльность банков, поскольку банковская система вырвалась вперед в конкурентной борьбе [1].

Открытый банкинг позволил разрешить обмен данными через интерфейсы прикладного программирования и позволил финтех-предприятиям разрабатывать финансовые услуги. Банкам приходится изменять свои продукты, процессы оказания услуг, а также организационные структуры и архитектуру, чтобы идти в ногу с цифровыми изменениями, потому что текущий успех больше зависит от того, насколько быстро финансовые институты могут реагировать на происходящие изменения. Однако цифровизация банковской деятельности имеет более широкое значение для удовлетворения потребностей бизнеса, а именно путем предоставления новейших услуг с целью укрепления транзакционного поведения клиентов.

Онлайн-банкинг сейчас имеет распространение не только среди физических лиц, но и юридических. Поскольку также все операции на бумажных носителях переходят в электронный формат. Дистанционное открытие банковского счета для юридических лиц с каждым разом все больше упрощается.

Так, например, в 2018 году официально были внесены изменения в заявление о государственной регистрации субъекта хозяйствования для открытия банковского счета, в котором были аннулированы некоторые пункты. Были сокращены такие требования, как информация о юрисдикции предпринимателя, резидентстве, источнике финансирования, фактическом местонахождении, информация о сотрудниках и данные FATCA. Решение об упрощении процедур регистрации было единогласно принято участниками собрания, состоявшегося на площадке Ассоциации финансистов Казахстана 5 апреля 2018 года, представителями Национального Банка Казахстана, банков второго уровня, страховых компаний и других финансовых организаций [2]. Казахстан, стремящийся улучшить свои позиции в международном рейтинге Doing Business, взял курс на конвертацию всех государственных услуг в диджитал-услуги. Таким образом, ведение бизнеса было облегчено уже на этапе процедуры его регистрации (рисунок 1).

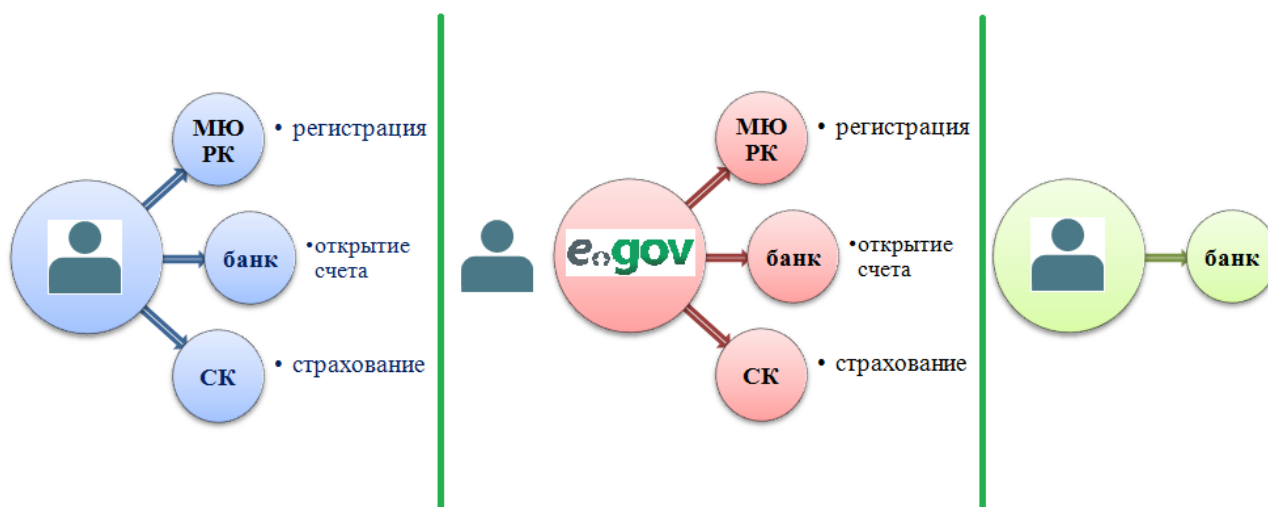


Рисунок 3. Процедура регистрации юридического лица

На сегодняшний день в Республике Казахстан работают 21 банк второго уровня, в онлайн-системах которых зарегистрировано более 9 миллионов пользователей. В первом квартале 2023 года международной консалтинговой компанией Senteo было проведено исследование среди БВУ РК по индексу клиентского опыта (CEI). Целью данного проекта являлось выявление и оценка качества и постоянства клиентского опыта в рамках обслуживания юридических лиц. Респондентами стали 120 отделений 16 крупных банков Казахстана (таблица 1).

Индекс основан на пяти ключевых элементах, которые оказывают сильное влияние на привлечение новых клиентов в первой точке контакта при очном визите:

- Бренд – привлекательность бренда и эффективность его позиционирования;

- Коммуникации – эффективность рекламных кампаний;
- Окружение – доступность, наглядность точек контакта с клиентом;
- Предложение – соответствие предложенных услуг и продуктов потребностям клиента;
- Культура – качество взаимодействия сотрудников с клиентами [3].

Юридические лица являются огромным сегментом в системе Дистанционного Банковского Обслуживания (ДБО). ДБО – это услуга удаленного доступа к банковским продуктам. Осуществляется подобный доступ посредством взаимодействия клиента (юридического лица) банка с автоматизированными системами, либо с сотрудниками банка, клиентом которого он является через различные каналы коммуникации.

Таблица 1

Индекс клиентского опыта среди БВУ РК

№	Банк	Индекс
1	Forte Bank	3.53
2	Kaspi Bank	3.48
3	Халык Банк	3.35
4	Алтын Банк	3.16
5	Хоум Кредит Банк	2.92
6	Bereke Bank	2.85
7	KZI Bank	2.83
8	ЦентрКредитБанк	2.83
9	Bank RBK	2.82
10	Freedom Bank	2.80
11	Jusan Bank	2.79
12	Евразийский Банк	2.74
13	Shinhan Bank	2.67
14	ВТБ	2.61
15	Нурбанк	2.57
16	Отбасы Банк	2.32

Важнейшим фактором при выборе системы ДБО является её безопасность. Это связано, в первую очередь, с относительно крупными операциями по денежным переводам. С точки зрения безопасности, наиболее надежным является интернет-банкинг. Причиной тому является использование устройства One-Time Password Token (OTP token), позволяющего определить пользователя с помощью фактора владения устройством. Данное устройство выдается клиенту банка при регистрации в отделении и позволяет генерировать одноразовые пароли для входа в систему. Подобная защита зачастую дополняется SMS-паролем. Однако использование только SMS-пароля не обеспечивает полную безопасность из-за существования различных уязвимостей мобильных сетей [4].

Вышеперечисленные способы авторизации в банке для юридических лиц используются и в Bereke Bank. Клиенты банка используют веб-версию или мобильное приложение B-business. Банк предлагает своим клиентам два варианта входа в систему: для держателей флешки и генератора, а также вход для клиентов с SMS-паролем. Сейчас в режиме онлайн через систему B-business можно совершать огромный ряд операций, таких как, открытие счета, переводы в национальной и иностранных валютах, регистрацию валютных договоров, получение справок и выписок, осуществление конвертации и многое другое. Но, тем не менее, банк стремится к созданию более расширенной линейки продуктов юридических лиц. В октябре 2023 года проходил Digital Bridge 2023, где управляющий директор Bereke Bank, Рафаэль Валеев подчеркнул «Работа и с технологиями, и с данными глубоко интегрирована с проектами бизнес-линий, мы всегда четко понимаем, каким образом применение той или иной модели улучшает всю конверсионную воронку или сквозной бизнес-процесс. Мы определяем для себя кейсы в области данных, которые могут

иметь значимый бизнес-эффект и важны в прикладном применении для наших клиентов. Мы анализируем и определяем для себя наиболее важные фокусы в цифровизации, не расплываясь на непродуктивные вещи, и четко следуем этим принципам. Только фокусируясь, можно достичь успеха в трансформации цифровых продуктов» [5].

В связи с быстрыми темпами развития онлайн-технологий, заметны большие успехи в банковской области, особенно в доработках банкинга. В настоящее время можно выделить шесть основных, наиболее перспективных направлений перехода к цифровым технологиям: биометрия, крупномасштабные компьютерные технологии, кибербезопасность, технологии искусственного интеллекта, облачные технологии, мобильные технологии. Новый этап влечет за собой появление конкуренции между БВУ РК не только в количестве клиентов, но и в удобстве использования банковских систем, которые в дальнейшем смогут перевести абсолютно все операции в онлайн-режим.

Список литературы

1. Bülent Balkan, научная статья «Impacts of Digitalization on Banks and Banking», 2021 г. - [Электронный ресурс] – URL: https://www.researchgate.net/publication/351112661_Impacts_of_Digitalization_on_Banks_and_Banking
2. Almaty Development Centre // «Kazakhstan will simplify online banking requirements for legal entities».- 2018. –выпуск от 6 апреля 2018г. - [Электронный ресурс] – URL: <https://almatydc.kz/en>
3. Tengri News // «Определены лучшие банки по клиентскому опыту в Казахстане».- 2023. –выпуск от 10 августа 2023г. - [Электронный ресурс] – URL: <https://tengrinews.kz/>
4. Julian Schmidt, Paul Drews, научная статья «Digitalization of the Banking Industry: A Multiple Stakeholder Analysis on Strategic Alignment», 2017 г. - [Электронный ресурс] – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/301372036.pdf>
5. InBusiness.kz // «Мы не расплываемся на непродуктивные вещи – Bereke Bank».- 2023. –выпуск от 16 октября 2023г. - [Электронный ресурс] – URL: <https://inbusiness.kz/ru>

Сандық экономикадағы депозиттердің рөлі: жаңа мүмкіндіктер мен қиындықтар

В.С. Артакшинова¹, Г.Ж. Аксеркина²

¹«Қаржы» кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.,

²«Қаржы» мамандығы бойынша 3 курс студенті

venera_seitzhan@mail.ru , Akserkinagulсахара@gmail.com

^{1,2}Қарағанды Букетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада цифрландырудағы депозиттердің рөлі мен мүмкіндіктері және де оның артықшылықтары мен кемшіліктері қарастырылған.

Кілт сөздер: Сандық депозиттер, цифрлық байланыс, мобильді қосымшалар, заңнамалық реттеу, реттеуші органдар.

Цифрлық экономика бизнес пен тұтынушыларға үлкен мүмкіндіктер бере отырып, қарқын алуда. Цифрлық технологиялардың өмірдің барлық салаларына, соның ішінде қаржылық қызметтерге енуімен банктер мен инвесторлар цифрлық ресурстарды пайдалануға көбірек көңіл бөлуде. Ұзақ уақыт бойы дәстүрлі қаржылық жоспарлау құралы болып саналған депозиттерге цифрлық экономика да әсер етеді. Бұл мақалада біз цифрлық экономикадағы депозиттердің рөлін, салымшылар мен қаржы институттарының алдында тұрған жаңа мүмкіндіктер мен сын-қатерлерді қарастырамыз.

1. Сандық депозиттер: ол қалай жұмыс істейді - Сандық депозиттерді құру платформаларына шолу - Салымшылар үшін цифрлық депозиттерді пайдаланудың артықшылықтары - Сандық депозиттердегі ықтимал тәуекелдер мен қауіпсіздік шаралары.

2. Қол жетімділікті кеңейту: тұтынушылар үшін артықшылықтар - Мобильді қосымшалар арқылы цифрлық депозиттерді пайдалану ыңғайлылығы - Цифрлық депозиттерге жоғары пайыздық мөлшерлемелер - Депозитті ашу мен басқарудың автоматтандырылған процесі.

3. Инвесторлар мен банктер үшін әлеует - Цифрлық депозиттерді жалпы қаржылық стратегияға біріктіру - Клиенттерге қызмет көрсетуді жақсарту және қосымша клиенттерді тарту мүмкіндіктері - Деректерді талдау және депозиттік стратегияларды оңтайландыру үшін жасанды интеллектті пайдалану

4. Қиындықтар мен тәуекелдер - Сандық депозиттердегі киберқауіпсіздік және деректерді қорғау - Цифрлық байланыс арналарының тәуекелдері және алаяқтықтың осалдығы - Тұтынушылар тарапынан сенімсіздік және ашықтық пен сенімділікті қамтамасыз ету қажеттілігі.

5. Реттеу мен нормативтік органдардың рөлі - Цифрлық депозиттерді заңнамалық реттеу - Тұтынушылардың құқықтарын қорғау және қаржы институттары үшін міндетті талаптар - Цифрлық экономикадағы реттеуді дамыту перспективалары

Қорытынды:

Цифрлық экономика депозиттер туралы түсінікті өзгертеді және салымшылар мен қаржы институттары үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. Сандық депозиттер ыңғайлылықты, қол жетімділікті және үлкен пайыздық мөлшерлемелерді ұсынады, бірақ олар өз тәуекелдерін көтереді және тиісті қауіпсіздік шараларын талап етеді. Реттеу және реттеуші органдар тұтынушылардың құқықтарын қорғауды қамтамасыз етуде және тұтастай алғанда цифрлық экономиканы дамытуда шешуші рөл атқарады. Цифрлық депозиттерді сәтті пайдалану үшін олардың артықшылықтары мен тәуекелдерін жан-жақты зерттеу, сондай-ақ барлық қажетті талаптар мен стандарттарды сақтау маңызды.

Цифрландыру өмірдің көптеген салаларына, соның ішінде қаржы секторына революциялық әсер етеді. Бұл өзгерісті сезінген салалардың бірі-депозиттер. Дәстүрлі банктік депозиттер ұзақ уақыт бойы қолма-қол ақшаны сақтау мен көбейтудің негізгі құралы болды. Дегенмен, цифрлық технологиялардың пайда болуымен және онлайн операцияларды жүргізу мүмкіндігімен депозиттер де бірқатар өзгерістер мен жақсартулардан өтті.

Депозиттерді цифрландырудың басты артықшылықтарының бірі-қол жетімділік пен ыңғайлылық. Банкке келіп, қағаздар жазудың орнына, клиенттер депозитті бірнеше рет басу арқылы онлайн режимінде ала алады. Бұл үшін оларға тек смартфон немесе интернетке қосылған компьютер қажет болуы мүмкін. Бұл әсіресе шалғай аудандарда тұратын немесе банктік қызметтерге физикалық қол жетімділігі жоқ адамдар үшін ыңғайлы.

Сандық депозиттердің тағы бір маңызды артықшылығы - жоғары пайыздық мөлшерлеме және қосымша жеңілдіктер. Техникалық қызмет көрсету шығындарының төмендеуіне және жеке филиалдарды ұстау қажеттілігінің болмауына байланысты Цифрлық банктер депозиттердің жақсы шарттарын жиі ұсынады. Бұған жоғары пайыздық мөлшерлеме, депозитті ашу және қызмет көрсету үшін комиссиялардың болмауы және цифрлық банкинг қызметтерін пайдалану кезінде қосымша бонустар немесе артықшылықтар алу мүмкіндігі кіруі мүмкін.

Депозиттерді цифрландыруға байланысты тағы бір маңызды өзгеріс-депозиттік қаражатты цифрлық активтерге инвестициялау мүмкіндігі. Дәстүрлі депозиттер әдетте депозит мерзімі ішінде өзгермейтін белгіленген пайыздық мөлшерлемені ұсынады. Алайда, cryptocurrencies және «blockchain» технологияларының пайда болуымен клиенттер өздерінің депозиттік қаражаттарын «Bitcoin», «Ethereum» және басқа «cryptocurrencies» сияқты сандық активтерге инвестициялау үшін пайдалана алады. Бұл сіздің жинақ ақшаңызды көбейтуге және жоғары табыс табуға жаңа мүмкіндіктер ашады. Дегенмен, цифрлық депозиттердің барлық артықшылықтарына қарамастан, бірқатар шектеулер мен тәуекелдер бар. Мысалы, цифрлық депозиттер дәстүрлі депозиттерге қарағанда қауіпсіз болмауы мүмкін, өйткені олар кибершабуылға ұшырауы мүмкін. Сонымен қатар, клиенттер өздерінің ақшалай

операцияларын қадағалап, есеп айырысуда қиындықтарға тап болуы мүмкін, әсіресе егер олар цифрлық технологияны қолдануда жеткілікті тәжірибесі болмаса.

Жалпы депозиттерді цифрландыру клиенттер үшін көптеген артықшылықтар мен жаңа мүмкіндіктерді ұсынады. Олар депозиттердің ыңғайлы және тиімді шарттарына қол жеткізе алады, сонымен қатар жинақтарын цифрлық активтерге инвестициялау үшін пайдалана алады. Алайда, цифрлық депозиттерге байланысты ықтимал тәуекелдер мен шектеулер туралы есте сақтау керек және цифрлық банкті таңдау және қаржыңызды басқару кезінде мұқият болу керек.

Цифрландыру депозиттерді қоса алғанда, банк саласына түбегейлі әсер етеді. Технологиялық инновациялар депозиттік операцияларға жаңа мүмкіндіктер ұсынуға, депозиттік шоттарды ашу және басқару процесін жеңілдетуге және клиенттер үшін жоғары кірісті қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Депозиттерді цифрландыруға байланысты негізгі өзгерістердің бірі-шотты тікелей клиенттің үйінен немесе кеңсесінен интернет немесе мобильді қосымша арқылы ашу мүмкіндігі. Бұл уақытты үнемдеуге және шот ашу процесін жеңілдетуге мүмкіндік береді, өйткені банк филиалына бару қажет емес. Клиенттер өз құжаттарын жүктей алады, барлық қажетті деректерді толтыра алады және құжаттарға электронды түрде қол қоя алады. Сондай-ақ, цифрлық депозиттер әдетте дәстүрлі депозиттерге қарағанда жоғары ставкаларды ұсынады, бұл оларды тұтынушылар үшін тартымды етеді.

Депозиттерді цифрландырудың тағы бір маңызды аспектісі-мобильді қосымшалар арқылы шоттарыңызды басқару мүмкіндігі. Клиенттер балансты тексере алады, толықтырулар жасай алады және ақшаны кез келген уақытта, кез келген жерде ала алады. Олар сондай-ақ пайыздық төлемдер немесе олардың шоттарына қатысты басқа операциялар туралы хабарлама алады. Бұл клиенттер үшін ақпараттың ыңғайлылығы мен өзектілігін қамтамасыз етеді.

Цифрландыру сонымен қатар депозиттер бойынша ұсыныстарды жекелендіруге мүмкіндік береді. Банктер өз клиенттерінің деректерін талдай алады және клиенттің қаржылық жағдайы мен мақсаттарына байланысты депозиттерге жеке шарттар ұсына алады. Мысалы, кірісі жоғары немесе депозиттері көп клиенттер неғұрлым тартымды ставкаларды немесе ақысыз банктік карта қызметтері немесе инвестициялық кеңес беру сияқты қосымша мүмкіндіктерді ала алады. Дегенмен, кез келген басқа технология сияқты, цифрландырудың да өз тәуекелдері болуы мүмкін. Негізгі қауіптердің бірі-кибершабуылдар қаупі. Хакерлер электронды депозиттерге қол жеткізуге және ақшаны немесе клиенттердің құпия деректерін ұрлауға тырысуы мүмкін. Банктер заманауи қорғаныс жүйелерін енгізіп, өз клиенттеріне цифрлық кеңістіктегі қауіпсіздік шаралары туралы білім беруі керек.

Сайып келгенде, депозиттерді цифрландыру банк секторындағы жаңа дәуірді білдіреді. Ол депозиттік шоттарды ашу және басқару процестерін жеңілдетеді және жетілдіреді, клиенттер үшін қолайлы жағдайлар ұсынады және қызмет көрсету деңгейін арттырады. Сонымен қатар, ол клиенттердің шоттарын киберқауіптерден қорғау үшін күшейтілген қауіпсіздік шараларын қажет етеді.

Сандық депозиттер-бұл интернет немесе мобильді қосымшалар арқылы сандық форматта қол жетімді дәстүрлі банктік депозиттердің нұсқасы. Олардың келесі мүмкіндіктері мен ерекшеліктері болуы мүмкін:

1. Ыңғайлылық: сандық депозиттер интернет арқылы кез келген ыңғайлы уақытта және жерде депозиттеріңізді ашуға және басқаруға мүмкіндік береді. Сіз балансты, пайыздық мөлшерлемелерді, оферта күндерін және пайыздық төлемдерді көре аласыз, сондай-ақ салымдар жасай аласыз немесе ақша ала аласыз.

2. Жоғары пайыздық мөлшерлемелер: цифрлық банктер мен қаржылық платформалар дәстүрлі банктермен салыстырғанда бәсекеге қабілетті пайыздық мөлшерлемелерді ұсынады. Бұл әсіресе жинақтарын көбейтудің жолын іздейтін адамдар үшін тиімді болуы мүмкін.

3. Икемділік: сандық депозиттер әдетте сіздің қажеттіліктеріңізге сәйкес таңдауға болатын әртүрлі мерзімдер мен шарттарды ұсынады. Сіз төмен пайыздық қысқа мерзімді

депозитті, жоғары пайыздық орташа мерзімді депозитті немесе белгіленген мерзімді депозитті таңдай аласыз.

4. Қауіпсіздік: сандық депозиттер әдетте қаржылық деректеріңізді қорғау үшін жоғары шифрлау деңгейлерімен және қауіпсіздік шараларымен қорғалған. Дегенмен, депозит үшін сенімді және лицензияланған қаржылық платформаны таңдау маңызды.

5. Физикалық шектеулердің болмауы: сандық депозиттер әр түрлі географиялық аймақтардағы адамдарға банктің жеке филиалына бармай-ақ депозиттер ашуға және инвестициялауға мүмкіндік береді. Бұл әсіресе шалғай аудандарда тұратындар немесе банктік қызметтерге қол жетімділігі нашар адамдар үшін ыңғайлы.

6. Автоматтандыру: кейбір цифрлық депозиттер депозитті басқару процесінің ыңғайлылығы мен тиімділігін арттыру үшін автоматты депозит немесе автоматты толтыру мүмкіндіктерін ұсынады.

Дегенмен, цифрлық депозиттердің кейбір шектеулері болуы мүмкін екенін ескеру маңызды, мысалы, инвестициялауға болатын шектеулі ақша сомасы, жоғары төлемдер немесе депозит мерзімі аяқталғанға дейін ақшаны алуға шектеулер. Сондықтан цифрлық депозитті ашпас бұрын қызмет көрсету шарттары мен саясатын мұқият.

Әдебиеттер тізімі

1. Еуразиялық экономикалық одақ туралы шарт (2014 жылғы 29 мамырда күшіне енді-Қазақстан Республикасының халықаралық шарттары бюллетені, 2015 ж., № 2, 11-күжат). Ресми ресурс <https://zakon.uchet.kz/kaz/docs/Z1400000240>

2. Қазақстан Республикасы Президентінің қарауына Еуразиялық экономикалық одақ туралы шартқа қол қою туралы ұсыныс енгізу туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2014 жылғы 26 мамырдағы № 539 қаулысы. Ресми ресурс <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1400000539>

3. Қазақстан Республикасының қаржы секторын дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы қаулысы. Ресми ресурс <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1400000954>

4. Қазақстанның әлемнің ең дамыған 30 мемлекетінің қатарына кіруі жөніндегі тұжырымдама туралы қаулысы. Ресми ресурс <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1400000732>

5. Қазақстанның әлемінің ең дамыған 30 мемлекетінің қатарына кіруі жөніндегі тұжырымдама туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2014 жылғы 17 қаңтардағы № 732 жарлығы. Ресми ресурс <https://zakon.uchet.kz/kaz/docs/U1400000732>

Шағын және орта кәсіпкерлікті несиелендіруді инвестиция көзі ретінде цифрландыру арқылы мүмкіндіктерін пайдалану

В.С. Артакшинова¹, Ж.Ж.Жарылғапова², З.А.Мадикан³

¹«Қаржы» кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.,

^{2,3}«Қаржы» мамандығы бойынша 3 курс студенті

venera_seitzhan@mail.ru, zhansayazharilgapova@mail.ru, zeremadikan@mail.ru

^{1,2,3} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада шағын және орта бизнес субъектілеріне берілген банктік несиелердің динамикасы, несиелер бойынша пайыздық мөлшерлемелер деңгейінің өзгеруі талданады. Қазақстанда шағын кәсіпкерлікті қолдау жүйесі қалыптасты және әлде де қызмет етуде. Әлемдік тәжірибе көрсететіндей, оның табысты дамуы мемлекеттік қолдауға, осы қызметтерді қажет ететін кәсіпкерлерге, жеке кәсіпкерлікті дамытуды көздеген тұлғалар тең дәрежеде тәуелді.

Кілт сөздер: банк, несиелендіру, шағын және орта бизнес, инвестиция, кәсіпкер.

Қазіргі жағдайда отандық банк жүйесінің алдында тұрған өзекті міндеттердің бірі шағын және орта кәсіпкерлік субъектілеріне қарыз беру көлемін ұлғайту болып табылады. Бұл мәселені пайыздық мөлшерлемелер мен сомалар және мерзімдері бойынша әр түрлі несиелік ұсыныстар тізімін кеңейту арқылы шешуге болады. Елімізде шағын және орта бизнес субъектілерін несиелеу бүкіл өте танымал болып саналады. Шағын және орта бизнесті несиелендіру банктер мен микроқаржы ұйымдарының шағын және орта бизнесті субъектілеріне несие ұйымы белгілеген мерзімдерде қарыз бойынша пайыз төлеу шарттарында кәсіпкерлік қызметті бастау және одан әрі дамыту үшін қарыз қаражатын беруі болып табылады.

Ел Президенті Қасым-Жомарт Кемелұлы Тоқаевтың Қазақстан халқына жария еткен Жолдауда өте маңызды мәселелер көтерілді. Бүгінде бүкіл отандық бизнес үшін несие ресурстарының тапшылығы екендігі Қазақстанда шағын және орта бизнесті қаржыландыру үшін 42 миллиард долларға жуық қаражат жетіспейді. Өйткені банктерде триллиондаған теңге қаржы іс жүзінде экономикаға еш пайдасын тигізбей босқа жатыр деп ерекше назар аударды.[1]

Президентіміз «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдарындағы» банктерді корпоративті несие беру іс мәселесін шешу жолдарын айта келе, белсене қатысуға, кәсіпкерлерді қолдауға ынталандыру керектігін атап өтті. Сондай-ақ бұл бағдарламада банк қызметінің басқа түрлеріне қарағанда бизнеске несие беру ісі банктерге пруденциалды және фискалды реттеу тұрғысынан анағұрлым тиімді болуы керек екенін Қазақстан халқына Жолдауында 2022 жылдың 1 қыркүйегінде айтқан болатын. [2]

Осы уақытқа дейін шағын орта және шағын бизнесті банктік несиелеу саласында бірқатар күрделілігі болды, олар, ең алдымен, 2020 жылғы пандемия әсерінен пайда болды. Кейін мемлекеттің қолдауымен 2020 жылғы 15 наурыз бен 2021 жылғы 15 наурыз аралығында 475 млрд теңге сомасына 9 мыңға жуық жобаны қайта қаржыландыру үшін субсидиялар берілді. 2021 жылдың 1 тоқсанының қорытындысы бойынша «Бизнестің жол картасы 2025» және «Қарапайым заттар экономикасы» бағдарламалары шеңберінде несиердің 232 млрд теңге жалпы сомасына 5 884 жоба субсидияланды, 87 млрд теңге несие сомасына 6 892 жоба бойынша кепілдік берілді. Аграрлық несие корпорациясы аясында 5,9 млрд теңге несие сомасына 134 жобаға қолдау көрсетілді.

2020 жылы «Бизнестің жол картасы 2025» бағдарламасы аясында бизнесті микрокредиттеу жаңа бағыты басталды. Осы бағыт шеңберінде айналым қаражатына 5 млн-ға дейін және инвестициялық мақсаттарға 20 млн тг дейін несиелер берілді. Бұл ретте, 5 млн теңгеге дейінгі қарыздардың басым бөлігі соңғы қарыз алушы үшін 6% мөлшерлеме бойынша кепілсіз негізде берілді. «Еңбек» бағдарламасы шеңберінде қалаларда және ауылдарда бюджеттік микрокредиттер «Ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қоры» арқылы жылдық 6%-бен берілді.

Ranking зерттеуінде көрсеткендей, 2022 жылы Отандық екінші деңгейлі банктер қоржынындағы шағын бизнеске берілген несие көлемі бүкіл берілген несиенің 19,4 пайызын құрады. Ұсынылған несиенің шағын бизнеске 72 пайызы еліміздің Алматы, Астана және Шымкент қалаларына ғана тиесілі болды. Өзге өңірлердің үлесі 4 пайызға да жетпеді. Төмен көрсеткіш Түркістан, Солтүстік Қазақстан және Қызылорда облыстарында байқалады.

Сарапшылардың есептеуінше, шағын және орта бизнес тарапынан несиеге деген сұраныс өте жоғары. Мысалы, 2018-2019 жылдары екінші деңгейлі банктерге 15,8 мың және 15 мың өтініш келіп түскен. 2020 жылы ШОБ – 112,3, ал 2021 жылы 697,4 мың өтініш жолдаған. Бірақ банктердің мақұлдауы көңіл көншітпейді. Қаржы институттары 2018-2019 жылдары келіп түскен өтінімдердің 57,1 және 66,5 пайызын мақұлдаса, 2020 жылы – 36,6 пайызын, 2021 жылы – 31,7 пайызын мақұлдапты. Сөйтіп, жыл санап төмендей берген.

Мамандардың айтуынша, банктердің шағын және орта бизнеске несиені оңайшылықпен мақұлдай қоймауына – шешім қабылдау кезінде тәуекелдерді бағалаудың скорингтік жүйесін пайдалану, сондай-қарыз алу процедурасының шектен тыс бюрократиялығы себеп болып жатыр. Сонымен бірге банк шағын және орта бизнес секторындағы кәсіпкерлерден міндетті

түрде кепілге мүлік қоюды талап етеді. Бұл да кез келген кәсіпкер еңсере алмас үлкен кедергі.

2023 жылдың II тоқсанында кредиттеу бойынша банктерде жүргізілген сауалнама қорытындысы бойынша, II тоқсанда кәсіпкерлік субъектілері тарапынан кредитке сұраныс т/т (тоқсаннан тоқсанға) негізінен шағын бизнес есебінен өсті.

Шағын бизнес тарапынан сұраныс индексінің елеулі ұлғаюы мемлекеттік бағдарлама аясында қаржыландырудың қайта басталуымен қамтамасыз етілді. Сонымен қатар, жеке банктер серіктестер тізімі мен өнім қатарын кеңейтудің әсері болғанын атап өтті. Осылайша, шағын бизнес тарапынан түскен несиелік өтінімдердің жалпы саны 21%-ға (т/т) 687 мыңға дейін өсті.

Орта бизнес тарапынан несиеге сұраныс индексі іс жүзінде өзгерген жоқ және жекелеген ірі банктердегі сұраныстың елеусіз ұлғаюы аясында оң аймақта қалыптасты. Алайда, бірқатар банкте несиеге берілген өтінімдердің саны азайды. Сөйтіп, орта бизнестен түскен несиелік өтінімдердің жалпы саны 19%-ға (т/т) 5,3 мыңға дейін төмендеді.

Ірі бизнес субъектілерінің несиеге деген сұранысы аздап төмендеді. Сарапшылардың пікірінше, бұл несиелеу шарттары мен қолайсыз макроэкономикалық факторларға байланысты. Осылайша, ірі бизнестегі несиелік өтінімдердің жалпы саны 15%-ға (т/т) 217-ге дейін төмендеді.

Есепті тоқсанда несиелік өтінімдерді мақұлдау үлесі шағын және орта бизнес үшін біршама төмендеді (т/т) және сәйкесінше 36% және 40% құрады. Дейтұрғанмен, бұл көрсеткіш ірі бизнес үшін 58%-ға дейін ұлғайды. (кесте 1)

Кесте 1

ҚР шағын және орта бизнес бойынша банк секторының несие құрылымы мен сапасы, млрд теңге

Көрсеткіштің атауы	01.01.2023	01.01.2022
Шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері болып табылатын, банктік емес заңды тұлғаларға және дара кәсіпкерлерге - ҚР резиденттеріне қарыздар, оның ішінде:	6830,5	5487,6
Жылжымайтын мүлікті сатуға және сатып алуға	280,0	276,5
Өзге де қарыздар	6100,5	5211,1

Корпоративтік сектор үшін банктерді несиелеу шарттары негізінен өзгерген жоқ. Дегенмен, жекелеген ірі банктер өтініштерді қарау параметрлерінің біршама жеңілдетілгенін, скорингтік модельдердің іске қосылғанын және жақсарғанын атап өтті.[4]

2023 жылы Шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері болып табылатын, банктік емес заңды тұлғаларға және дара кәсіпкерлерге - ҚР резиденттеріне қарыздар 6830,5 млрд тг, ал 2022 жылы 5487 млрд тг құраған. Жылдық өсім 1342,9 млрд тг, яғни 24,5% құрайды. Бұл көрсеткіш мәселе бойынша нәтиженің бар екенін көрсетеді. (Кесте 2)[5],[6]

Кесте 2

Шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері болып табылатын, банктік емес заңды тұлғаларға және дара кәсіпкерлерге - ҚР резиденттеріне қарыздар, млрд теңге

	01.01.2023	01.01.2022
Негізгі борыш және/немесе есептелген сыйақы бойынша мерзімі өткен берешек жоқ қарыздар	4 260,4	5 134,3
1 күннен 30 күнге дейін мерзімі өткен берешегі бар қарыздар	3,5	66,5
31 күннен 60 күнге дейін мерзімі өткен берешегі бар қарыздар	17,8	33,0
61 күннен 90 күнге дейін мерзімі өткен берешегі бар қарыздар	0,1	12,5
90 күннен астам мерзімі өткен берешегі бар қарыздар	72,3	241,3
ХҚЕС бойынша провизиялар	216,2	681,4
90 күннен астам мерзімі өткен берешегі бар қарыздар бойынша провизиялар	55,1	187,9

2023 жылдың II тоқсанында несиелеу туралы банктерде жүргізілген сауалнамаға екінші деңгейлі 19 банк қатысты. Ұлттық Банк мұндай сауалнаманы несиелік ресурстарға сұраныс пен ұсыныс арасындағы өзгерістерді бағалап отыру үшін тоқсан сайын жүргізеді (1 сурет). [5][6]

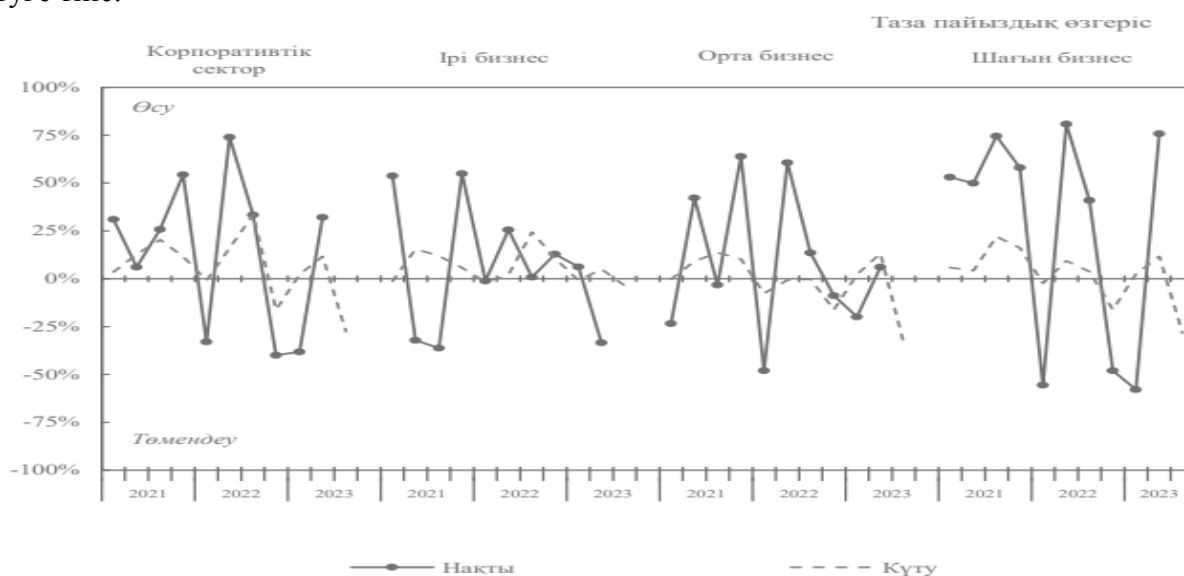
Шағын бизнес тарапынан несиге сұраныс индексі негізінен ірі банктерде айтарлықтай өсті және бұл негізінен «2021-2025 жылдарға арналған кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі ұлттық жоба» (бұдан әрі – Ұлттық жоба) мемлекеттік бағдарламасының бірінші бағыты бойынша қаржыландырудың қайта басталуымен түсіндіріледі. Сонымен қатар, жекелеген ірі банктер өтімді қарау параметрлерін жеңілдетуді, серіктес-дүкендер тізімінің кеңейуін, жаңа өнімді ұсынуды және маркетингтік жарнаманы атап өтті. Нәтижесінде шағын бизнестің несиелік өтімдерінің жалпы саны 26%-ға (т/т) ұлғайып, 687 мыңды құрады, ал өтімдердің орташа мөлшері 21%-ға (т/т) 24,1 млн. теңгеге дейін өсті. Келіп түскен өтімдер санының азаюына қарамастан, есепті тоқсанда орта кәсіпкерлік субъектілері тарапынан сұраныс индексі іс жүзінде өзгерген жоқ және шамалы өсіммен оң аймақта қалыптасты. Сұраныс индексінің өсуі жекелеген ірі банктердегі несиелік сұраныстың шамалы өсуінің нәтижесі болып табылады. Алайда келіп түскен өтімдердің жалпы санының қысқаруы бірқатар банктердегі несиелерге сұраныстың төмендеуіне байланысты.

Сауалнамаға қатысқандардың айтуынша, өтімдердің төмендеуі көбінесе есепті тоқсанның соңына қарай Ұлттық жобаның екінші бағыты бойынша қаржыландырудың тоқтатылуының нәтижесі болып табылады (2023 жылға жоспарланған және бөлінген қаражат көлемі толығымен игерілді). Сонымен қатар, жекелеген банктер стратегияны қайта қарауды және орта бизнесті несиелендіруден айналым қаражатын толықтыруға шағын бизнесті неғұрлым белсенді несиелендіруге көшуді атап өтті. Осылайша, орта бизнес тарапынан несиелерге келіп түскен өтімдер саны 19%-ға (т/т) 5,3 мыңға дейін төмендеді, ал несиелерге өтімдердің орташа мөлшері 16%-ға (т/т) 372,1 млн. теңгеге дейін өсті. Көптеген банктердегі ірі бизнес субъектілерінің несиелеріне сұраныс алдыңғы тоқсанмен салыстырғанда 2-тоқсанда аздап төмендеді. Бірқатар ірі банктер мұндай құлдырауды несиелік ресурстардың жоғары құнымен және қолайсыз макроэкономикалық жағдайлармен байланыстырады, соның салдарынан корпоративтік сегменттің ірі субъектілері капиталды көп қажет ететін және ұзақ мерзімді жобаларды тоқтатты. Осыған байланысты келіп түскен несиелік өтімдердің жалпы саны 15%-ға (т/т) 217-ге дейін, ал өтімдердің орташа мөлшері 28%-ға (т/т) 4,9 млрд. теңгеге дейін төмендеді. Несиелік өтімдерді мақұлдау коэффициенттері шағын және орта бизнес субъектілері үшін біршама төмендеді, бірақ ірі бизнес үшін ұлғайды, және есепті тоқсанның қорытындысы бойынша тиісінше 36%, 40% және 58%-ды құрады. Шағын бизнес өтімдері бойынша мақұлдау үлесінің төмендеуі Ұлттық жобаның бірінші бағыты бойынша қаржыландырудың қайта басталуымен түсіндіріледі, нәтижесінде келіп түскен өтімдер ағыны едәуір ұлғайды. Сонымен қатар, жеке банктер скорингтік модельді жақсартудың әсерін атады. Орта бизнес субъектілері бойынша кредиттерді мақұлдау коэффициентінің төмендеуі негізінен кредиттеу стратегиясын қайта қараған жекелеген ірі банктерге тиесілі. Ірі бизнес үшін мақұлдау үлесі негізінен ірі банктерде өсті. Банктер бұл өсімді 1-тоқсанның соңында келіп түскен өтімдер

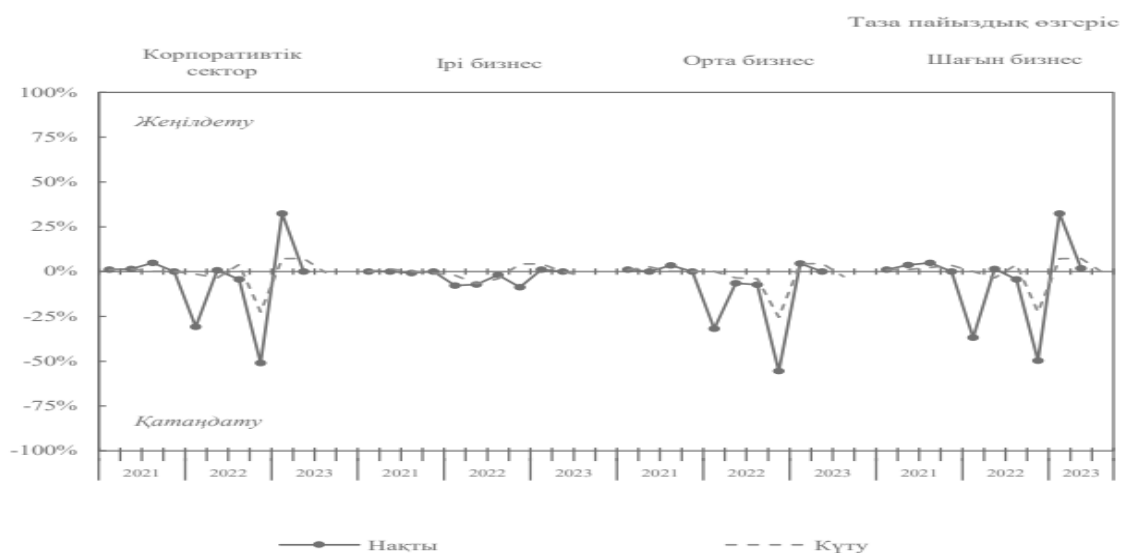
бойынша шешімдер қабылдаумен және бір мезгілде 2- тоқсанда келіп түскен өтінімдер санының төмендеуімен түсіндіреді. Кейбір банктер өнім қатарының кеңеюін атап өтті. 3-тоқсанда көптеген ірі банктердің пікірінше, кәсіпкерлік субъектілері тарапынан несиеге сұраныс негізінен шағын және орта бизнес есебінен төмендейді (1-сурет).

Күтілетін төмендеу мемлекеттік бағдарламалар шеңберінде бөлінген қаражаттың барлық көлемін алдын ала игерумен және қаржыландырудың уақытша тоқтауымен байланысты. (2-сурет).[3]

Қорыта келе, Қазақстан Республикасының шағын және орта бизнесті несиелеу процесін ұйымдастыруды жетілдіру экономикалық және саяси тұрақтандырумен тығыз байланысты. Нақты экономиканы сауықтыру, бизнес субъектілерінің экономикалық және қаржылық жағдайын жақсарту сияқты секторлары. Қарыз алушылардың несие қабілеттілігінің қажетті деңгейін және оларда оң несиелік тарихтың болуын осы мақсаттарға қол жеткізу қамтамасыз етуге тиіс.



1-сурет. Кәсіпкерлік субъектілерінің несие ресурстарына сұраныс



2-сурет. Корпоративтік секторды кредиттеу талаптары

Осындай жағдайларда банктер шағын және орта бизнесті несиелеу саласын кеңейтуге тырысады, бұл да өз кезегінде Қазақстан Республикасының экономикасының өсуіне ықпал етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы 01.09.2022ж/ Электронды ресурс/ <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevty-n-kazakstan-halkyna-zholdauy-181416>
2. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдары» атты Қазақстан халқына Жолдауы 01.01.2023ж/ Электронды ресурс/ <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevty-n-adiletti-kazakstannyn-ekonomikalyk-bagdary-atty-kazakstan-halkyna-zholdauy-18333>
3. Шағын және орта бизнесті қаржылық қолдау әдістері: Монография/ А.К Акпанов – Алматы «Тұран» университеті, 2022. – 104 б. Электронды ресурс/ Акпанова-А.К.-Шағын-және-орта-бизнесті-қаржылық-қолдау-әдістері.pdf
4. ҚР Ұлттық Банкі 2023 жылғы 2 тоқсандағы банктердің кредиттеу бойынша пікіртерімі./ Электронды ресурс/ <https://nationalbank.kz/file/download/94433>
5. 2023 жылдың II тоқсанында кредиттеу бойынша банктерде жүргізілген сауалнама қорытындысы туралы./ Электронды ресурс/ <https://nationalbank.kz/kz/news/informacionnye-soobshcheniya/15850>
6. ҚР ҰБ Несие портфелінің құрылымы мен сапасы туралы мәліметтер/2023ж/ Электронды ресурс/ <https://nationalbank.kz/file/download/95532>
7. ҚР ҰБ Несие портфелінің құрылымы мен сапасы туралы мәліметтер/2022ж/ Электронды ресурс/ <https://nationalbank.kz/file/download/89455>

Текущая реальность цифровой экономики Казахстана

Г.Т.Ахметова¹, О.Е.Заутканов²

¹ к.э.н., и.о. ассоциированного профессора кафедры «Финансы и учет»

² студент 3-го курса ОП «Финансы и аналитика»

zeiin1558@gmail.com

^{1,2} НАО «Атырауский университет имени Х.Досмухамедова», г.Атырау

Аннотация: В статье рассмотрены текущие положения цифровизации в Казахстане, в основе которого стоит анализ экспорта и импорта ИТ-продукции, и положение на двух основных рынках ИКТ – компьютерные услуги и услуги связи. Выявлены положительные тенденции во всех направлениях. Представлены особенные отечественные ИТ-продукции, пользующиеся высоким спросом уже на данном этапе.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, ИТ-услуги, ИТ-продукция.

В настоящее время из слов многих членов нашего Правительства, мировых экономистов и других экспертов в области экономики, можно услышать или узнать, что «экономика цифровизируется» и что многие государства тратят огромные деньги на совершенствование данной отрасли, конкурируя между собой за звание «самой цифровой страны в мире». Но в чем же главное отличие «цифровой» версии от «традиционной»?

Если под «традиционной» экономикой, мы подразумеваем отношения между людьми, на основе которых стоят производство и потребление товаров и услуг, то под «цифровой» экономикой понимаются все экономические отношения, которые осуществляются в Интернете, с применением цифровых технологий.

Если провести параллели между традиционной и цифровой экономиками, то можно выделить 3 основных различия между ними: физические товары и услуги против цифровых; реальные магазины против маркетплейсов и интернет-покупок; наличные транзакции против безналичных.

Успех цифровой экономики связан Интернетом, который является неотъемлемой частью жизни 99% всех людей на нашей планете. Главным же преимуществом цифровой экономики

является то, что мы совершаем это всё «одним нажатием», находясь в любой точке мира, будь то с помощью телефона, компьютера или другого устройства.

Вне сомнения, для Казахстана, цифровизация экономики одним из основных отраслей, над которым работает государство. Так, согласно рейтингу, составленному экспертами ООН, по данным за 2022 год, Казахстан занимает 1-е и 28-е места по уровню развития электронного правительства в своем субрегионе и во всем мире соответственно, а также 15-е место по уровню электронного участия граждан [1]. А по словам Багдата Мусина, министра цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан, страна занимает 8-е место во всем мире по онлайн-услугам [2].

Бизнес-тренды в цифровой экономике Казахстана

Именно бизнес Казахстана является главной движущей силой в конкурентоспособности страны на мировой арене, по IT-услугам. Так, казахстанцы и казахстанский бизнес не только занимаются импортом иностранной IT-продукции, но еще и экспортируют свою продукцию в другие страны.

Так, по данным из НБ РК, экспорт и импорт IT-продукции за последние четыре года можно представить следующим образом:

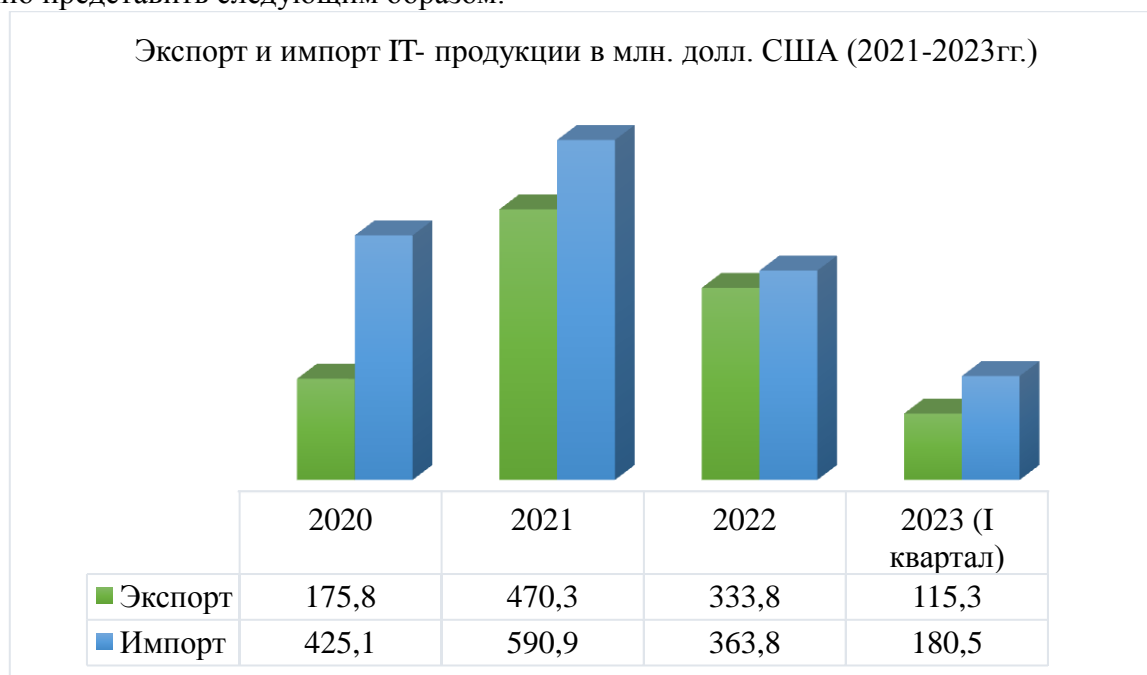


Рисунок 1. Экспорт и импорт компьютерных услуг (2021-2023гг.)

Примечание – Источник [3]

Исходя из данных, показанных на рисунке 1, получается, что казахстанцы импортируют IT-продукции больше, чем экспортируют их. Однако, если в 2020 году разрыв между экспортом и импортом составлял 249,3 миллиона долларов США, а в 2021 составил 120,6 миллионов, то в 2022 он снизился до 30 миллионов. Из этого можно понять, что идет постепенный спад объема импорта и постепенное увеличение экспорта.

Но, возникает следующий вопрос: какие именно виды IT-продукции пользуются спросом? Ответ: услуги по программированию и IT-консультациям и услуги связи.

Консалтинг в сфере IT – это создание и запуск инновационных решений для бизнеса, консультирование компаний-заказчиков по вопросам информационных технологий [4]. По данным БНС РК, в 2021 и 2022 годах, объем услуг по программированию за последние годы показал хороший прогресс. Так, объем услуг в 2021 году достигал отметки 645,9 млрд тенге, а в 2022 году показатель вырос до 946,2 млрд тенге или на 300 млрд [5].



Рисунок 2. Основные получатели IT-услуг за 2022 год (в процентах)
Примечание – источник [5]

Из рисунка 2 можно понять, что основными же потребителями данных услуг являются юридические лица, занимающие почти 4/5 долю данного рынка. В то же время, если физические занимают очень малую долю (5 процентов), то нерезиденты являются активными приобретателями данных услуг. Структура нерезидентов, из тех же данных выглядит следующим образом:

Таблица 1

Основные услугополучатели среди нерезидентов 2022 году

№	Основные услугополучатели среди нерезидентов	Выручка, млрд тенге
1	США	31,6
2	Швейцария	26
3	Великобритания	12

Примечание – Составлено автором по данным Бюро Национальной статистики РК [5]

Из таблицы 1 видно, что выручка от нерезидентов за IT-услуги составили почти 70 млрд тенге и пользуются высоким спросом среди иностранцев. И это может говорить лишь о положительном качестве и конкурентоспособности отечественных IT-услуг.

Если говорить про рынок услуги связи в РК, то ссылаясь на БНС РК, по данным за январь-май 2023 года составил 485 млрд тенге [5]. Структура самого рынка выглядит следующим образом:

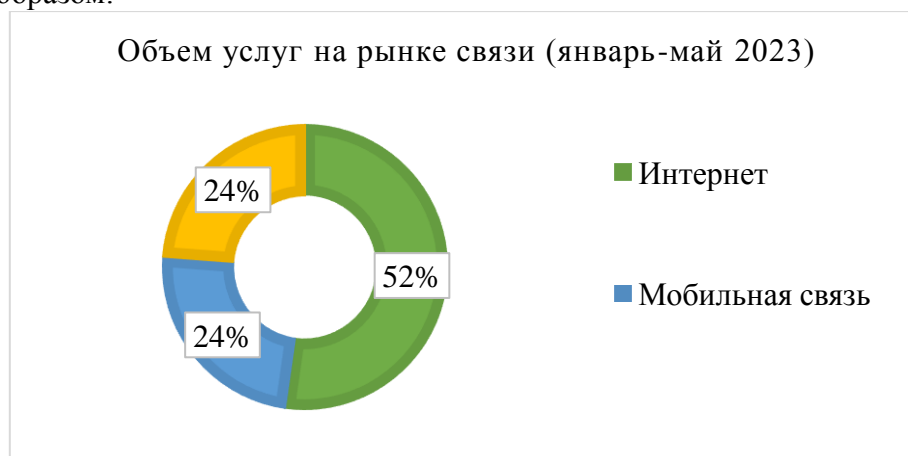


Рисунок 3. Объем услуг на рынке связи (январь-май 2023)
Примечание – источник [5]

Согласно данным рисунка 3, больше половины приобретаемых услуг являются услуги Интернета, занимающие свыше 50% доли рынка, и выручка которого составила 221,3 млрд тенге, в то время как выручка от мобильной связи и от прочих услуг, составила по отдельности почти 101 млрд.

Таким образом, можно сказать, что оба этих рынка (IT-услуги и услуги связи), являются главными движущими силами в экономике Казахстана. Так, благодаря им происходит активный процесс цифровизации в Казахстане появляются новые бизнес-модели, основанные на IT-продуктах и пользующиеся высоким спросом уже на данном этапе. К ним мы можем отнести: Fintech (технологии в сфере финансов, которые очень часто применяются в мобильном банкинге), Surdo-Online (для людей с нарушением слуха и речи), Cerebra (на основе ИИ проверяются ранние проявления ишемического и геморрагического инсульта), Python RPA (роботизация) и др.

Список литературы

1. <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/tsifrovaya-integratsiya-informatsionnaya-bezopasnost-i-novye-tekhnologii-cto-obsuzhdali-na-forume-digital-almaty-22919> – Цифровая интеграция, информационная безопасность и новые технологии — что обсуждали на форуме Digital Almaty
2. https://www.inform.kz/ru/kazahstan-zanimaet-vos-moe-mesto-v-mire-v-subindekse-po-okazaniyu-onlayn-uslug_a4000174 – Казахстан занимает восьмое место в мире в субиндексе по оказанию онлайн-услуг
3. <https://www.nationalbank.kz/ru> – Сайт Национального Банка Казахстана
4. https://ua.today/news/press_reliz/it_konsalting_cto_eto_kakie_zadachi_reshaet_zachem_on_biznesu – IT-консалтинг: что это, какие задачи решает, зачем он бизнесу
5. <https://stat.gov.kz/ru/> – Сайт Бюро Национальной статистики

Международное налогообложение в Республике Казахстан

Д.Ахметова¹, Л.С. Комекбаева²

¹магистрант 2-го года обучения

²к.э.н., профессор кафедры «Финансы»

dinara2759@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Международная налоговая политика Казахстана играет ключевую роль в формировании экономического взаимодействия страны с мировым сообществом. Эта система налогообложения представляет собой сложный механизм, регулирующий налоговые отношения с другими государствами и учитывающий многочисленные аспекты международной экономической деятельности.

Ключевые слова: налоги, налоговая стратегия, налоговая политика, налоговые соглашения.

Одной из важных особенностей международной налоговой политики Казахстана является стремление создать благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций. Страна активно участвует в различных двусторонних и многосторонних договорах об избежании двойного налогообложения, что способствует снижению налоговых барьеров для предпринимателей и стимулирует экономический рост.

Важным элементом международной налоговой стратегии Казахстана является также соблюдение стандартов международной налоговой прозрачности. Страна активно сотрудничает с международными организациями и следует международным стандартам в

области обмена информацией о налоговых обязательствах, что способствует борьбе с уклонением от налогообложения и поддерживает честную конкуренцию.

Кроме того, Казахстан активно разрабатывает и внедряет меры по стимулированию научных исследований, инноваций и развитию высокотехнологичных отраслей. Это направление налоговой политики стремится создать благоприятные условия для развития современной экономики и привлечения технологических инноваций из-за рубежа.

Следует отметить, что международная налоговая политика Казахстана постоянно адаптируется к изменяющимся условиям мировой экономики. Страна участвует в диалоге с другими государствами и активно принимает участие в разработке международных стандартов, стремясь к согласованным подходам к налогообложению на мировой арене.

Международная налоговая политика становится существенным фактором для Казахстана в контексте его активного участия в глобальных экономических отношениях. Эта стратегия не только направлена на привлечение инвестиций и развитие экономики, но и играет важную роль в борьбе с явлениями, такими как перемещение прибыли в юрисдикции с низкими налогами.

В национальном контексте определение налоговой политики в Казахстане закреплено в статье 11 Налогового Кодекса, где подчеркивается ее роль в обеспечении финансовых потребностей страны и соблюдении баланса интересов налогоплательщиков и государства. Однако, в условиях глобальной экономической интеграции, страна также активно участвует в международных усилиях по предотвращению потери налоговых поступлений, связанных с перемещением прибыли (BEPS).

В международных налоговых соглашениях, заключенных Казахстаном, уделяется внимание ряду аспектов. В частности, положения о бенефициарном владельце, в соответствии с которыми нерезидент, выступающий в роли номинального держателя, агента или посредника, лишается права на использование сниженных налоговых ставок по роялти, процентам и дивидендам.

Казахстан также активно взаимодействует с глобальными налоговыми инициативами, такими как План по борьбе с перемещением прибыли и перераспределением прибыли (BEPS). В рамках BEPS осуществляется реализация всех 15 Действий, направленных на укрепление национальных налоговых систем и предотвращение налоговых уклонений.

Кроме того, Казахстан подписывает соглашения об избежании двойного налогообложения, а также внедряет общие и целевые антиуклонительные меры в национальное законодательство. Эти шаги призваны обеспечить прозрачность и обмен налоговой информацией в соответствии с мировыми стандартами.

Казахстан активно участвует в Глобальном форуме по прозрачности и обмену информацией в налоговых целях, что способствует увеличению справедливости налоговой системы. Внедрение автоматического обмена информацией делает сложнее утаивание доходов за рубежом, что может повысить уровень налогообложения капитала на индивидуальном уровне. Однако, данный уровень остается низким, особенно для иностранных активов казахстанских резидентов, преимущественно в виде недвижимости.

Помимо автоматического обмена информацией, Казахстан также взаимодействует с США по FATCA и впервые осуществил обмен информацией по общему стандарту отчетности (CRS) в 2020 году. В рамках международной налоговой политики применяются антиуклонительные меры, представленные в виде специальных правил (SAAR), таких как ограничения по вычету процентов в форме правила тонкой капитализации.

Нерезидент, выступающий в роли номинального держателя, агента или посредника, не признается фактическим получателем дохода в Казахстане, и не может воспользоваться сниженными налоговыми ставками.

Таким образом, международная налоговая политика Казахстана не только отражает стремление к привлечению инвестиций и поддержанию конкурентоспособности, но и подчеркивает важность сотрудничества и соблюдения международных стандартов в условиях глобализации экономики.

Список литературы

1. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» от 25.12.2017 года № 120-VI ЗРК (с и изменениями и дополнениями).
2. Базюк, Н. Ю., & Захарова, М. В. (2017). Налоговая политика Казахстана: пути стремления, ветви развития. Актуальные вопросы экономических наук, (57), 170–174.
3. Гзогян, М. М. Международная налоговая политика Казахстана. Евразийский союз ученых. Серия: экономические и юридические науки Учредители: ООО "Логика+", (11), 15–19.
4. Захарова, Е. В. (2018). Налоговая политика в странах ЕАЭС. Российский экономический журнал, (3), 63.
5. Тихонова, А. В. (2019). Согласованная налоговая политика как фактор развития Евразийского экономического союза. Налоги и налогообложение, (12), 23-32.
6. Ярмухамедова, Д. Р., Каипова, Г. С. (2021). Учетная и налоговая политика компании в Республике Казахстан. Цифровая наука, (1), 44-57.

Анализ налоговых режимов в Казахстане

Д.Ахметова¹, Л.С.Комекбаева²
¹магистрант 2-го года обучения
²к.э.н., профессор кафедры «Финансы»
dinara2759@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Анализ налоговых режимов в Республике Казахстан представляет собой важный компонент в современной экономической парадигме. Налоговая система страны включает разнообразие ставок и категорий налогоплательщиков, варьируя от подоходного налога до акцизов, в зависимости от юридической формы предприятия и его сферы деятельности.

С учетом поддержки предпринимательства в Казахстане особое внимание уделяется налоговым режимам для малого и среднего бизнеса. Упрощенная система налогообложения выступает в качестве ключевого инструмента, способствуя снижению налогового бремени и стимулируя развитие данного сектора.

Одной из важных черт казахстанской налоговой системы является наличие различных налоговых вычетов и стимулов для инвесторов и компаний, активно внедряющих инновации. Это включает в себя не только снижение налоговых ставок, но и временное освобождение от определенных налогов, создавая дополнительные меры поддержки.

Современные тенденции внедрения электронных технологий в систему налогообложения активно реализуются в Казахстане. Электронная система способствует улучшению прозрачности и эффективности сбора налогов, уменьшая вероятность ошибок и упрощая процедуры для бизнес-сообщества.

Строгие требования к отчетности предполагают не только соблюдение налоговых обязательств в Казахстане, но и представление отчетов в установленные сроки, обеспечивая тем самым прозрачность и контроль со стороны налоговых органов.

Таким образом, анализ налоговых режимов в Казахстане подчеркивает их многообразие и фундаментальное значение для бизнес-сообщества. Эффективное управление финансами, соблюдение налоговых обязательств и использование налоговых вычетов и стимулов становятся стратегическими инструментами для устойчивого развития предприятий в данном регионе.

В современных экономических условиях Республика Казахстан активно привлекает внимание исследователей своей налоговой системой. Научно-аналитический обзор налоговых режимов в стране позволяет глубже понять их особенности и тенденции развития.

Инновационная ориентированность становится одним из ключевых факторов в налоговой политике Казахстана. Предоставление налоговых льгот и стимулов компаниям, внедряющим технологические инновации, способствует развитию высокотехнологичных отраслей.

Эффективное сотрудничество государства и предпринимательского сектора выступает важным элементом успешной налоговой системы. Взаимодействие обеспечивает баланс интересов бизнеса и фискальных потребностей государства.

Внедрение электронных технологий в систему налогообложения становится неотъемлемым элементом современной налоговой системы. Это не только оптимизирует процедуры, но и обеспечивает эффективный механизм контроля.

Отчетность в Казахстане занимает центральное место, стимулируя бизнес к точному и своевременному предоставлению информации. Это повышает уровень прозрачности и доверия между предпринимательским сектором и налоговыми органами.

Стремление гармонизировать налоговую систему с мировыми стандартами выступает еще одним важным аспектом. Высокие стандарты учета и отчетности, а также соответствие мировым тенденциям, обеспечивают сопоставимость и взаимопонимание на глобальном уровне.

В заключении, научный анализ налоговых режимов в Казахстане подчеркивает их тесную взаимосвязь с стратегическими направлениями экономического развития. Инновации, электронные технологии, сотрудничество с бизнесом и гармонизация с мировыми стандартами формируют основные черты современной налоговой политики страны.

Список литературы

1. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» от 25.12.2017 года № 120-VI ЗРК (с изменениями и дополнениями).

2. Bekbusinova, G. K., Baimbetova, A. B., Turchekenova, R., Luniewski, S. (2021). State tax audit in the tax policy of the Republic of Kazakhstan. Научный журнал «Вестник НАН РК», (6), 99-106.

3. Turuntayeva, A., Tlegenova, F., Kassiyenova, K., Abrakhmatova, G., Radzhapov, A., & Alshymbek, D. (2019). Improving the effectiveness of tax administration through the example of the republic of Kazakhstan. J. Legal Ethical & Regul. Issues, 22, 1.

4. Baimagambetov, A. A., Omirbayev, S. M., Mayekenov, T. K., Valieva, M. M., & Bogunov, L. A. (2021). Progressive Tax Scale as a Factor of Economic Stability of the Budget System of the Republic of Kazakhstan.

5. Улаков, Н. С., Кадырова, А. Н. (2022). Специальные налоговые режимы как способ создания особых условий налогообложения для малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан.

Цифровая экономика: новые условия для акселерации роста финансовых пирамид и новые возможности их выявления и пресечения

Н.Н.Башкирова¹, Б.В.Зотов², Д.И.Мусина³

¹кандидат экономических наук, доцент

^{2,3}студенты Высшей школы государственного аудита

Nadezhda.bashkirova@gmail.com, zotovbv@my.msu.ru, Mikiapple@yandex.ru

^{1,2,3}Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова (МГУ), г. Москва

Аннотация: Вопросы исследования деятельности финансовых пирамид в настоящее время не теряют актуальности. Обусловлено это особой общественной опасностью

указанных преступлений и большим количеством потерпевших по уголовным делам данной категории. Интерес к различным финансовым конструкциям поддерживается нестабильным положением в мировой экономике. В настоящее время существует необходимость в разработке подходов, которые позволят идентифицировать финансовые пирамиды, а также в разработке мер, направленных на недопущение формирования финансовых пирамид, их своевременному и эффективному выявлению.

Ключевые слова: финансовая пирамида, криптовалюта, мошенничество в сфере финансов, финансовое поведение участников финансовых пирамид

В последние годы события, такие как активное государственное регулирование цифровизации и удаленная работа во время пандемии, привели к ускорению цифровых процессов в экономике. Это также привело к активизации мошенников в интернете. В частности, финансовые пирамиды, организованные онлайн и использующие новые, непроверенные и нерегулируемые инструменты для "получения повышенного дохода", стали распространенными во время эпидемии. Однако, цифровая экономика также предоставляет новые возможности для обнаружения и пресечения таких мошеннических схем.

Финансовые пирамиды уже существуют долгое время, и их популярность связана с такими негативными человеческими чертами, как алчность, жадность и желание быстрого обогащения. В современном цифровом мире финансовые пирамиды достигли нового уровня, используя лозунг «Получайте 10% прибыли в день, просто зайдя в Интернет», за которым часто скрываются те же финансовые пирамиды, которые были популярны в 90-х годах.

Финансовую пирамиду можно определить как структуру, где доход первых участников выплачивается за счет вкладов последующих участников. Одной из ключевых характеристик финансовых пирамид является отсутствие собственных активов, а выплата прибыли вкладчикам осуществляется только благодаря привлечению новых инвесторов [2, с.274].

Как правило, организатор цифровой финансовой пирамиды остаётся анонимным, а простота и доступность рекламы в сети Интернет достаточно быстро может найти людей, которые горят желанием заработать лёгкие деньги.

Можно выделить следующие факторы цифровой среды, модифицирующие деятельность традиционных финансовых пирамид:

1. Факторы объективной природы.

1.1. Технологические изменения:

а) дешевизна и скорость организации новой схемы по типу финансовой пирамиды в виде сайта в Интернет;

б) развитие цифровых финансовых активов распределенного реестра;

в) мгновенное распространение информации.

1.2. Факторы социально-экономической системы:

а) пандемия, во время которой увеличилась цифровая активность, в том числе и инвестирование;

б) формирование цифровых сообществ и доверие цифровому имиджу человека.

в) высокая анонимность сделок и маловероятность последствий для организаторов.

2. Факторы субъективной природы.

2.1. Финансовая неграмотность.

2.2. Нехватка времени для отслеживания актуального состояния пирамиды и информации о ней в сети, а также за изменением законодательства и анонсами регулятора.

2.3. Четкая убежденность в том, что традиционные инструменты не дают такой высокой доходности, как новые цифровые инструменты инвестирования [1, с.558].

В течение 6 месяцев 2022 года Центральный Банк раскрыл 954 финансовых пирамиды, что является увеличением в 6,5 раза по сравнению с предыдущим годом [3]. Практически все мошеннические схемы действуют в онлайн-среде (79% от общего числа), и в основном это проекты с кратким сроком существования и небольшим входным взносом. Особенно резко выросло количество хайп-проектов - мошеннических инвестиций, которые работают

только через Telegram с помощью ботов. Кроме того, более половины раскрытых пирамид (56%, или 537 субъектов) были связаны с инвестированием в криптовалюты.

Согласно информации от Центробанка, количество финансовых пирамид, притворяющихся экономическими онлайн-играми, снова увеличилось в России в 2023 году [4]. Более 22% незаконных проектов привлекали пользователей с помощью обещания быстрого и легкого заработка внутри игры, используя схему «заплати и выиграй». Одним из отличительных признаков этих проектов является отсутствие элемента соревнования. В таких мошеннических схемах активно используется принцип реферальной программы, где пользователь должен привлечь новых участников к проекту и, якобы, получать за это доход.

В данном виде игр используются как игровая валюта, так и распространенная криптовалюта. Проекты на своих веб-сайтах рекламируют свою деятельность, демонстрируя значительные суммы выплат участникам.

Увеличение количества финансовых пирамид связано с экономической ситуацией и желанием людей заработать дополнительные средства, что злоумышленники используют в своих целях. Вместе с тем Банк России улучшил систему мониторинга для выявления финансовых пирамид, которые в основном действуют в интернете. Более 98% мошеннических интернет-проектов обнаруживаются в среднем через 3-5 дней после начала их активного продвижения в социальных сетях. Финансовые пирамиды представляют опасность для молодых людей и несовершеннолетних, которые еще не обладают достаточным жизненным опытом и осторожностью.

На данный момент финансовые пирамиды имеют вид онлайн-игр, что делает их еще более впечатляющими. По данным Банка России, такие проекты составляют около 8% от общего числа компаний, выявленных в этой сфере [4]. В этих играх участники приобретают виртуальные активы, такие как недвижимость, которая увеличивает свою стоимость только при привлечении новых игроков. Многие схемы используют концепцию NFT, и виртуальные цифровые активы растут в цене независимо от реальных событий или процессов, что усиливается использованием виртуальных кошельков для ввода и вывода финансовых средств.

Для противодействия финансовым пирамидам необходимо повышать уровень финансовой грамотности у населения, чтобы люди могли ориентироваться на рынке финансовых услуг и критически оценивать предлагаемые проекты.

Одной из конкретных мер защиты для людей может быть введение «периода охлаждения» для денежных переводов, при котором деньги списываются с некоторой задержкой, чтобы человек мог передумать и отменить перевод.

Разработка цифровой идентификации, такой как использование биометрических данных, технология блокчейн и усовершенствованные системы проверки личности, помогут выявлять и пресекать финансовые пирамиды. Это позволяет более точно отслеживать финансовые операции и бороться с мошенничеством. Кроме того, аналитические инструменты и искусственный интеллект способны обрабатывать огромные объемы данных и обнаруживать необычности в финансовых операциях. Это может помочь быстро выявить и пресечь деятельность финансовых пирамид и защитить людей от возможных убытков.

В цифровой экономике необходимо активное сотрудничество между правительственными органами и частными компаниями в обмене информацией и опытом в борьбе с финансовыми пирамидами. Это позволит создать более эффективные механизмы выявления и пресечения таких схем.

Таким образом, в условиях цифровизации экономики наблюдается увеличение количества финансовых пирамид, которые, в отличие от обычных компаний, не производят товары или инвестируют собранные средства. Необходима разработка эффективных мер по борьбе с ними.

Список литературы

1. Рыжкова, М. В. Направления влияния цифровизации на процесс формирования финансовых пирамид / М. В. Рыжкова // Экономика и Индустрия 5.0 в условиях новой реальности (ИНПРОМ-2022) : Сборник трудов всероссийской научно-практической конференции с зарубежным участием, Санкт-Петербург, 28–30 апреля 2022 года. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – С. 557-560.

2. Якубовский, И. А. Финансовые пирамиды: исторические параллели и современность / И. А. Якубовский // Проблемы социально-экономической устойчивости региона: Сборник статей XIX Международной научно-практической конференции, Пенза, 25–26 января 2022 года / Под редакцией Г.А. Резник. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2022. – С. 273-276.

3. Интерфакт. Число выявленных ЦБ финансовых пирамид в I полугодии выросло в 6,5 раз. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/851942> (дата обращения: 26.11.2023)

4. ЦБ зафиксировал рост финансовых пирамид под видом онлайн-игр. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6122845> (дата обращения: 26.11.2023)

Цифровая ипотека: реальность и перспективы

С.М.Воробьева¹, У.Б.Кулбаев²

¹к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «Финансы»

²магистрант 2 года обучения по специальности «Финансы»

sve-vor@mail.ru, bekuca13@gmail.com

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматривается вопрос о развитии цифровой ипотеки в Казахстане, имеющей существенное значение для повышения удобства оформления кредита. Характеризуются основные игроки на банковском цифровом поле и их технологический сервис.

Ключевые слова: цифра, ипотека, банк, кредитор, недвижимость, залог.

Казахстан взял курс на масштабный переход страны на цифровизацию экономики. До 2021 года драйвером цифровизации в стране была Государственная программа "Цифровой Казахстан". Каждый год цифровизация дает стране вполне ощутимый рост экономики. Так, что совокупный экономический эффект от программы "Цифровой Казахстан" за 2018 и 2019 годы превысил 600 млрд. тенге [1].

Цифровизация существенно затронула и банковский рынок, где предоставление различных банковских услуг дистанционно многократно увеличило количество клиентов банков второго уровня.

Целью статьи является выявление распространенности такого вида кредита, как цифровая ипотека в Республике Казахстан.

Цифровая ипотека - это инновационный и технологичный сервис, позволяющий ускорить и упростить получения кредита под залог недвижимости. Квалифицирующим признаком ипотеки является то, что построенное имущество находится в пользовании и владении залогодателя.

Цифровое ипотечное кредитование – это совокупность процессов документооборота, позволяющих проводить сделки ипотечного кредитования онлайн. Цифровая ипотека предполагает, что все стадии ипотечной сделки проходят онлайн — начиная от заполнения заявки и заканчивая подписанием документации цифровой подписью. [2] Триггером для ускорения цифровизации ипотечного кредитования во многих странах мира выступила пандемия. Казахстан воспринял этот глобальный процесс.

В настоящее время на территории Республики Казахстан реализуют льготные программы ипотечного кредитования, которые финансируются государством и Отбасы банком и предоставляются банками второго уровня. Последние предоставляют также коммерческое ипотечное кредитование. Общий объем ипотечного кредитования с 2018 по 2022 гг. составил более 448 тыс. ипотечных кредитов.

По данным Национального бюро статистики объем выдачи ипотечных кредитов банками второго уровня на строительство и приобретение жилья гражданами (ипотечное кредитование) в 2022 году составил 1,989 трлн. тенге. Общий объем ипотечного кредитования накопительным итогом к началу 2023 года в Казахстане составил 4,708 трлн. тенге, а к июлю 2023 года – 5,025 трлн. тенге. Основная масса этих кредитов (около 29 %) приходится на столицу страны – Астану. Чуть меньше четверти – на крупнейший город Алматы. Остальные регионы следуют с большим отрывом: больше 5 % кредитов выдано в Карагандинской, Улытауской, Восточно-Казахстанской, Абайской областях, а также в Шымкенте. Меньше всего приходится на Туркестанскую, Кызылординскую и Северо-Казахстанскую области (0,6; 1,4 и 1,5 % соответственно). Составить представление о динамике выданных ипотечных кредитов банками второго уровня Казахстана за 2018-2022 гг. позволит Рисунок 1.

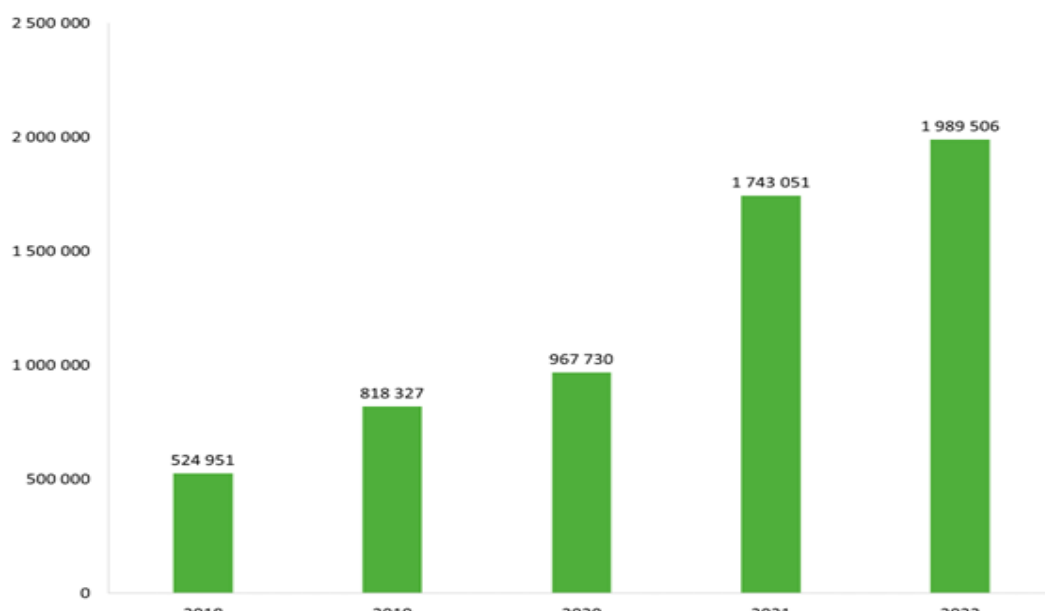


Рисунок 1. Динамика выданных ипотечных кредитов банками второго уровня Казахстана за 2018-2022 гг., млн.тг.

Примечание – источник [3]

Наиболее популярна льготная ипотечная программа кредитования населения – «7-20-25» (ранее – «Баспана»), которая направлена на предоставление ипотеки на рынке первичной недвижимости казахстанцам без собственного жилья.

Первичный рынок уже начал делать первые шаги к цифровизации ипотеки. Основными игроками на рынке цифровой ипотеки есть являются банки - Freedom Finance, Altyn bank.

Freedom Bank одним из первых объявил о развитии цифровой ипотеки, запустив ее в июле 2021 года. До запуска цифровой ипотеки оформление ипотечного кредита на рынке в среднем занимало три-четыре недели. Freedom Bank оцифровал этот сложный розничный продукт и сократил время выдачи займа до суток. Банк предлагает собственный цифровой продукт (ипотеку на вторичное жилье с первоначальным взносом в 30%), а также участвует в госпрограмме «7–20–25», предоставляя онлайн-займы для рынка первичного жилья. По информации пресс-службы, с начала 2022 года (на середину октября) суммарно по двум

продуктам было выдано 125,1 млрд тенге, из которых на направление «7–20–25» пришлось 109,7 млрд тенге, на вторичное жилье – 15,4 млрд тенге. Цифровая ипотека занимает 72% в совокупном кредитном портфеле Freedom Bank.

В минувшем году сообщалось, что Казахстан (замерялись показатели пионера направления Freedom Bank) занял лидирующее место среди 11 стран мира, где финансовые институты предлагают цифровую ипотеку, причем уровень цифровизации процессов модельного банка РК оказался значительно выше, чем у занявшего второе место Моло Finance (Великобритания) – 90 против 55%.

Сегодня доля Freedom на рынке коммерческой ипотеки БВУ составляет порядка 45%. Здесь следует уточнить, что для большинства заемщиков ставка кредитования имеет первостепенное значение. Такие лица в основном становятся клиентами Отбасы банка, получая от государства субсидии при накоплении средств, а потом и по кредитному займу. Однако госпрограммы рассчитаны на конкретные социальные категории граждан и не могут ничего предложить тем, кто в эти рамки не вписывается. Рыночная же ипотека подразумевает более высокие ставки, зато дает бонус в виде большей скорости процесса покупки недвижимости.

Цифровая ипотека на вторичное жилье является рыночным продуктом со ставкой вознаграждения от 17,6% годовых. За год было выдано 1218 займов на сумму 4,1 трлн. тенге в 17 городах Казахстана со средней ставкой вознаграждения 17,9% годовых (рисунок 2). Количество обращений только за текущий год составило более 40 тысяч. Там отмечают рост популярности продукта и положительную динамику выдач с небольшой волатильностью в начале года. Основные драйверы – онлайн-оформление, онлайн-оценка недвижимости, скорость рассмотрения и выдачи займа, отсутствие необходимости собирать документы, ходить в ЦОН и отделение банка. Весь процесс занимает не более суток. Это абсолютный рекорд не только в Казахстане, но и во всем мире.



Рисунок 2. Корреляция объемов кредитования и стоимости нового жилья

Примечание – источник [3]

Однако, как видно из предоставленных банком данных, наибольшая сумма выдач приходится все же на «7–20–25», одну из самых востребованных программ у населения: под 7% годовых при максимальном сроке займа до 25 лет. Оцифровка процесса прекрасно сочетается с условиями «7–20–25», что вкуче дало мощный толчок росту ипотечного кредитования. Стартовав по этой программе в феврале 2022 года, на середину октября банк выдал 7333 займа на сумму 109,7 млрд тенге в 19 городах.

В последнее время набирает оборот сотрудничество банков с застройщиками. Такое взаимодействие дает заемщику возможность приобрести квартиру у строительной компании в онлайн-формате. Процесс подразумевает выбор квартиры на сайте застройщика с последующей онлайн-проверкой заемщика банком. Это возможно благодаря интеграции платформы застройщика и информационных систем БВУ. Из крупных застройщиков с банками онлайн уже работают Bazis-A и BI Group. Так, маркетплейс BI Group предлагает

расчетный калькулятор по предложениям ипотечных займов от пяти БВУ и виртуальный просмотр квартир в ЖК компании.

Таким образом, процесс выбора жилья и оформления ипотеки значительно упрощается, что выгодно и для клиента, и для банка, и для застройщика. Маркетплейсы последних аккумулируют предложения по ипотеке и постепенно заменяют для клиентов посещение сайтов разных БВУ. В то же время, вероятно, можно ожидать концентрации предложений от более мелких застройщиков на сайтах банков.

Холдинг VI-Group разработал функционал, благодаря которому можно дистанционно подписывать соглашение по гарантийному взносу и провести оплату без комиссии. Сегодня данный застройщик предлагает получить решение банка и подписать договор долевого участия с помощью цифровой подписи, не приходя в офис компании.

Для этого клиентам надо на сайте компании выбрать квартиру, подать заявку и получить моментальное решение — максимум за 30 минут. Далее на этом же сайте нужно подать заявку на ипотеку, которая будет автоматически перенаправлена в Altyn Bank. Эти процессы займут максимум 30 минут. Рассмотрение и одобрение по профайлу заемщика производится моментально.

Далее надо будет получить решение банка, подписать договор долевого участия с помощью цифровой подписи. Затем внести первоначальный взнос. После этого дождаться договора долевого участия в госорганах, пройти регистрацию в мобильном приложении и подписать все банковские документы с помощью облачного ЭЦП-приложения Altyn-i. И все это займет не более 5 дней. Далее срок будет сокращён.

У цифровой ипотеки есть ряд преимуществ перед традиционной, правда, реализовать эти преимущества фининституты смогли сравнительно недавно.

Во-первых, цифровая ипотека, как и все дигитальные продукты, позволяет сделать покупку, не покидая цифровую среду, то есть быстро и бесконтактно. Особенно важными эти свойства стали в период пандемии коронавируса, когда физические контакты были ограничены. Для того, чтобы сделать бесконтактные крупные сделки безопасными, государству и фининститутам пришлось поработать над дигитализацией своих внутренних процессов и документов, а также над кибербезопасностью.

Цифровая ипотека максимально оптимизирует процесс и лишает его коррупционной составляющей: круг требуемых документов и срок выполнения проверок ограничены. Стремление банков как можно быстрее провести клиента по воронке от генерации лида до продажи заставляет их предельно сокращать количество документов и длительность процедур, при этом банк вынужден улучшать внутренние процессы, такие как скоринг и прочее.

Между банками появляется соревновательность: кто выдаст больше ипотек и за более короткий промежуток времени – от поступления заявки до одобрения займа.

Поскольку клиенты банков начали привыкать к простому и быстрому обслуживанию, в Казахстане на цифровую ипотеку сложился значительный спрос. Перевод традиционной ипотеки в онлайн-формат заметно сокращает временные и материальные издержки, причем как для банка, так и для потребителей финансовых услуг, минимизирует объем бумажной работы и, как результат, приводит к повышению удобства обслуживания. Логично, что ряд банков, стремясь удовлетворить этот спрос и повысить лояльность клиентов, активно инвестируют в развитие этого продукта.

В то же время на казахстанском рынке высокую долю занимает льготная ипотека, а портфель государственного Отбасы банка составляет 58% от общего объема ипотечного портфеля. Портфель Сбербанка и БЦК составляют соответственно 17% и 13%. То есть, переход основной доли выдачи ипотечных займов в цифровой формат в краткосрочном периоде будет во многом определяться этими игроками.

В среднесрочной перспективе, по мере полного выхода Нацбанка из госпрограмм должно произойти их замещение альтернативными рыночными ипотечными программами. Этому будет также способствовать доступ к системе жилищных сбережений коммерческих

банков, где в настоящий момент наблюдается монополия одного участника. Более конкурентная среда будет стимулировать игроков рынка повышать качество услуг, сокращать издержки и развивать дополнительные продукты, чем, по сути, в моменте является цифровая ипотека. Так, ряд БВУ уже перевели в онлайн-формат необходимые для получения ипотеки услуги — подачу и одобрение заявки, открытие счета, получение оценки недвижимости, страховки и т.д.

Среди потенциальных трудностей следует отметить необходимость дополнительной интеграции с госбазами данных для получения различных справок (подтверждения выписок из пенсионных отчислений, места работы и т.д.). Но каких-либо юридических или регуляторных запретов на дальнейшем пути к развитию цифровой ипотеки мы не наблюдаем. Наоборот, отмечается готовность инфраструктуры электронного правительства к стремлениям БВУ отвечать на запросы и потребности казахстанцев.

Значение жилищного ипотечного кредитования в экономике, кроме удовлетворения потребности в жилье и повышения уровня жизни граждан, заключается и в том, что создает новые рабочие места в строительной и в смежных отраслях. В долгосрочной перспективе приводит к росту ВВП. Развитие сектора жилой недвижимости создает мультипликативный эффект развития на всю национальную экономику.

Список литературы

1. Концепция развития отрасли информационно-коммуникационных технологий и цифровой сферы. от 30 декабря 2021 года №961
URL:<https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000961>
2. Цифровое ипотечное кредитование. Википедия <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Отчетные данные Национального бюро Статистики.
4. Особенности цифровой ипотеки в Казахстане. - <https://www.kn.kz/article/8601>

Банковское регулирование и надзор: анализ зарубежного опыта

А.Ю.Домников¹, В.С.Артаксинова²

¹доктор экономических наук, профессор

²исследователь-преподаватель по направлению экономики

a.y.domnikov@urfu.ru, venera_seitzhan@mail.ru

¹Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
г. Екатеринбург, Российская Федерация

²Карагандинский университет Букегова, г. Караганда

Аннотация: рассматривается анализ актуальных подходов к эффективному банковскому регулированию и надзору с учетом критериев обоснованности, соответствия международным стандартам и глобальным экономическим трендам, а также своевременности реагирования на появление новых банковских технологий и постоянное изменение внутренних и внешнеэкономических условий.

Ключевые слова: банк, законодательство, банковское дело, банковское регулирование, банковская операция.

Устойчивое экономическое развитие и состояние экономики любого государства во многом зависят от стабильного состояния и финансовой устойчивости банковской системы. Банковская деятельность подвержена различным рискам, вызванным внутренними и внешними факторами. Наиболее это проявилось в условиях мирового финансово-экономического кризиса, который заставил государства многих стран искать пути быстрого выхода из него путем разработки антикризисной программы. Важной составляющей современной экономики является банковская система, которая требует более серьезного

регулирования данной сферы деятельности. Необходимый глубокого изучения зарубежного опыта институционального регулирования в банковской сфере, их взаимоисключающих особенностей [1].

Таблица 1

Особенности системы банковского надзора за рубежом

Страны, надзор за которыми осуществляют только центральные банки	Страны, в которых надзорные органы отделены от центрального банка	Центральный банк разделяет надзорные обязанности с другими государственными органами (смешанная система)
Англия, Италия, Нидерланды, Россия	Канада, Швейцария	США, Германия, Франция, Япония и многие другие страны

Для разных стран характерно различное сочетание этих методов контроля, а именно в Великобритании преобладает пруденциальный надзор. При этом акцент делается на полностью функционирующем саморегулировании на финансовых рынках, где сильно развиты рыночная дисциплина и древние традиции добропорядочности и профессионализма. Саморегулирование во многом основывается на использовании внешних аудиторов, которые делают выводы о финансовом положении банков. Сотрудники Банка Англии часто опираются на мнение независимых аудиторов, а в США упор делается на проведение регулярных проверок.

При организации системы банковского надзора большое значение придается информированию кредитных учреждений о своей деятельности. Банк считался очень закрытым учреждением из-за исключительности своей деятельности. Требования, основанные на раскрытии информации, включают необходимость публикации регулярных финансовых отчетов, проверенных аудиторской фирмой, или публикацию текущих результатов и детальную проверку банков инспекторами, результаты которых не могут быть полностью опубликованы с точки зрения коммерческой тайны [2].

Следовательно, в течение ряда лет в США создавалась обширная система контроля и регулирования деятельности банков на федеральном и штатном уровнях. В США регулирование банковской деятельности основывается на следующих принципах:

- обеспечение устойчивости кредитных институтов и предотвращение его банкротства. Тут реализуются два вида регулирования: операции банков с высоким риском и с низкой ликвидностью ограничены законом. С целью предотвращения массового изъятия вкладов в 1934 году была создана общенациональная система страхования банковских депозитов.

- недопущение монопольного контроля денежного рынка и ограничение концентрации капитала в нескольких банках. Он основан на поддержке конкуренции на денежном рынке, в свою очередь, на ограничении концентрации капитала банка. Для этой цели установлен контроль за банковским объединением различных органов, введен надзор за созданием холдинговых компаний, установлены территориальные ограничения на открытие банками отделений в пределах одного штата.

В США одной из самых сложных систем контролирующих органов. Является возможность вести отдельный контроль двух групп банков, проводя контроль за деятельностью банков. Это связано с системой контроля национальных банков, подчиняется федеральной власти - как контролер денежного обращения. И система контроля государственных банков под юрисдикцией отдельных государств. К тому же, Федеральная корпорация по страхованию вкладов и Федеральная резервная система контролируют деятельность банков в Соединенных Штатах. Деятельность департаментов Государственного банка, таким образом выполняет функции выдачи разрешений (уставов) на проведение операций обычным банкам, выдачи инструкций, проверки банков, принятия решений о подразделениях и объединениях банков и др. Также существует Американская ассоциация банкиров, ассоциация независимых банков, комитеты расчетных палат различных городов и неправительственные органы, которые контролируют деятельность других кредитных

учреждений. Основной задачей неправительственных регулирующих органов является разработка стандартов обслуживания клиентов и некоторых технических вопросов банковских операций [3].

Великобритания усиливает регулирование кредитно-финансового сектора с конца 70-х годов. В соответствии с законом 1979 года введено обязательное лицензирование коммерческих банков, был создан Национальный фонд страхования депозитов. 1987 года закон о банковской деятельности определяет правила коммерческих банков - порядок объединения банков, выдачи крупных кредитов и проведения проверок. Несмотря на эти банковские законы, строгость контроля над кредитными институтами в Великобритании остается на относительно низком уровне среди других стран.

В Нидерландах 1992 году в соответствии с принятым новым законом о надзоре за общей кредитной системой надзор за деятельностью банков осуществляется на основе надзорного управления Центрального банка страны. В штат управления входят заведующий, а также четыре его ассистента, консультант, сотрудники аналитического отдела, секретарь, где каждый ассистент контролирует процесс работы двух главных ревизоров, имеющих в своем подчинении двух ревизоров. Все без исключения, кроме того, что являются профессиональными аудиторами, несут полную ответственность за деятельность закрепленных за ними банков, осуществляя документальный контроль и инспектирование на местах. На одного аудитора приходится примерно один крупный или проблемный банк либо 7-8 небольших банков. Тут действует принцип "четырёх глаз": аудиторы должны основательно знать положение своих банков, а основные аудиторы контролируют и оценивают их деятельность [4].

На территории Германии надзор за деятельностью кредитных институтов осуществляют специальный орган - Федеральное ведомство по контролю над банками, в том числе Немецкий федеральный банк. Обязанности ведомства являются: выдача разрешений на открытие новых банков, разработка обязательных требований для кредитных учреждений, контроль за исполнением ими законов и правил в сфере денежного обращения и кредита. Ведомству, кроме того, предоставлено право запрашивать у банков любую информацию, проводить внеочередные проверки, вмешиваться в операционную деятельность банков, давать распоряжения о немедленном приостановлении операций. Кредитные учреждения страны обязаны информировать ведомство обо всех изменениях в их юридическом статусе, а также представлять месячный и годовой балансы. Роль статуса федерального банка в германском обществе показатель один из самых высоких: согласно закону, Совет центральных банков и Совет директоров Бундесбанка могут обращаться в высшие федеральные департаменты, т.е. Министерства Федерации, а центральные земельные банки приравнены к уровню федеральных ведомств. Основными структурными подразделениями немецкого Федерального банка на во всем мире являются центральные земельные банки. Центральные земельные банки Бундесбанка постоянно отслеживают кредитные организации региона, анализируют полученную в результате информацию, обязательные отчеты, а также другие документы банков и со своими выводами направляют в федеральный отдел по контролю кредитной системы [5].

В итальянском государстве банковский и финансовый надзор осуществляют промежуточный комитет по кредиту и сбережениям Министерства, Центральный банк и Национальная комиссия по компаниям и фондовой бирже. Межминистерский комитет возглавляет министр финансов, который в случае необходимости может самостоятельно принимать решения, а Комитет в целом контролирует кредитную политику и защиту сбережений. Подготовка проектов решений и предложений по резолюциям комитета и непосредственное осуществление документационного и инвестиционного надзора за деятельностью финансовых институтов входит в функции Центрального банка. Национальная комиссия по учреждениям и фондовой бирже контролирует их деятельность на рынке ценных бумаг.

В законодательном порядке на территории Швейцарии определены иные требования к нормативам ликвидности, минимальному капиталу, а также лимитам кредитования на одного заемщика. В соответствии со статьей 21 банковского ордонанса на голову одного заемщика установлены следующие нормы отношения кредитов к собственному капиталу банка, в %: федеральным и кантональным правительственным органам - 160; банкам (кредиты до 1 года) – 100; банкам (кредиты свыше 1 года) - 50; иным заемщикам (с обеспечением) – 40; иным заемщикам (без обеспечения) – 20.

Во Франции регулирование деятельности банков и осуществление банковского надзора входит в компетенцию нескольких государственных органов, соответствующих банковскому законодательству, включая Банка Франции, комитета кредитных учреждений, Комитета по регламентации банковской деятельности и банковской комиссии. О регулировании банковской деятельности комитет устанавливает правила работы кредитных учреждений: определяет условия участия в кредитовании других учреждений, размер и структуру их капитала, порядок открытия отделений, методы проведения операций, разрабатывает правила бухгалтерского учета и управления, устанавливает нормативы ликвидности, кредитования одного клиента и др. Комитет кредитных учреждений, решая отдельные вопросы, в пределах своей компетенции осуществляет аттестацию и выдачу лицензий банкам и финансовым предприятиям. К тому же он предоставляет льготы, предусмотренные законодательством и нормативными актами, и право на осуществление небанковских операций.

На комиссию банка возложены надзорные и контрольные функции, позволяющие контролировать соответствие деятельности банков законодательным и нормативным актам.

На базе сети учреждений территориального уровня Банка Франции в Банке Франции осуществляется надзор за банковской деятельностью. Организационным принципом создания сети территориальных учреждений Банка Франции является географический принцип. Каждое территориальное учреждение Банка Франции функционирует в границах определенного региона, которые часто совпадают с границами территориально-административных единиц (департаментов, округов). Однако при этом учитывается размер территории, на которую распространяется действие соответствующего территориального учреждения. Функциональным принципом создания сети территориальных учреждений Банка Франции является профильная специализация и ориентация территориальных учреждений Банка Франции на конкретные направления деятельности, одним из которых является подготовка и распространение экономических, финансовых и статистических материалов, надзор за банковской системой и контроль рисков. Анализ экономического развития регионов и мониторинг предприятий позволяют Банку Франции отслеживать тенденции развития реального сектора экономики, проводить избирательную кредитную политику в отношении регионов и отдельных предприятий [6].

Банк России является органом банковского регулирования и банковского надзора. Функциями и задачами регулирования и надзора в банковском секторе являются поддержание стабильности банковской системы и защита интересов вкладчиков и кредиторов. Для выполнения этих функций в Центральном банке создан комитет банковского надзора. Определяется Банком России в соответствии с Федеральным законом от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»: - обязательные правила проведения банковских операций для кредитных организаций и банковских групп; - нормативы бухгалтерского учета и отчетности; - правила организации внутреннего контроля, составления и представления бухгалтерской и статистической отчетности, а также другой информации.

Центральный банк России, к тому же устанавливает следующие финансовые нормативы для кредитных организаций: предельный размер имущественных (неденежных) вкладов в уставный капитал кредитной организации, а также перечень видов имущества в неденежной форме, которое может быть внесено в оплату уставного капитала; максимальный размер риска на одного заемщика или группу связанных лиц; максимальный размер крупных

кредитных рисков; нормативы ликвидности кредитной организации; нормативы достаточности собственных средств (капитала); размер валютных, процентных и иных финансовых рисков; минимальный размер создаваемых резервов на риски; нормативы использования собственных средств (капитала) кредитной организации для приобретения акций (долей) других юридических лиц (не более 25% собственных средств); максимальный размер кредитов, банковских гарантий и поручительств, выданных кредитной организацией или банковской группой своим участникам (акционерам).

Федеральный закон Банка России прописывает основные нормы: максимальный размер риска на одного заемщика не должен превышать 25% от размера собственных средств банка. Максимальный размер крупных кредитных рисков (сумма кредитов, гарантий и поручительств в пользу одного заемщика, составляющих более 5% средств) не должен превышать 800% капитала. Банк не может вкладывать более 25% своих средств в акции и доли других юридических лиц, максимальный размер кредитов, банковских гарантий и поручительств, выданных кредитной организацией своим участникам (акционерам), ограничен 50%. Остальные нормативные показатели определяются самостоятельно.

Для контроля за соблюдением законов и нормативов Центральный банк имеет право проводить проверки кредитных организаций, по результатам которых он может применить следующие санкции: взыскать с кредитной организации штраф до 1% уставного капитала; осуществление мероприятий по его финансовому оздоровлению, в том числе изменение структуры активов, смена руководителей, реорганизация; изменение обязательных нормативов, установленных для кредитной организации, на срок до шести месяцев; введение запрета на осуществление кредитной организацией отдельных банковских операций, а также открытие филиалов на срок до одного года; назначить временную администрацию на срок до шести месяцев; запрет на осуществление реорганизации кредитной организации; предложить учредителям увеличить размер собственных средств кредитной организации до размера, обеспечивающего соблюдение обязательных нормативов.

Максимальное наказание для банка, которым может воспользоваться Центральный банк, - это отзыв лицензии, после чего банк должен быть ликвидирован. Кроме того, в отдельных случаях Банк России может направить в кредитную организацию своего уполномоченного представителя.

Главной задачей Банка России в период пандемии, начавшейся в марте 2019 года, было проведение антикризисной политики, направленной на стабилизацию рынков и поддержку экономики и населения. На разных этапах развития ситуации применялась комбинация мер денежно-кредитной и макропруденциальной политики, предоставления ликвидности, операций на валютном рынке и регуляторных льгот. Часть мер осуществлялась в тесной координации с правительством и Федеральным Собранием Российской Федерации, который постоянно поддерживал эти шаги на законодательном уровне.

Распространение пандемии почти во всех странах мира, широкое освещение ограничительных мер привели к панике на рынках в феврале-марте 2020 года и снижению мирового ВВП на 6,2% во II квартале по сравнению с предыдущим кварталом. В этих условиях правительства и центральные банки мира в срочном порядке ввели массовые меры поддержки экономики и населения, новые нестандартные инструменты для стабилизации рынков и поддержания финансовой стабильности. Во втором полугодии началось восстановление мировой экономики, но оно было неравномерным в странах и секторах из-за второй волны эпидемии, а также различных темпов вакцинации и уровня государственной поддержки в разных странах [7].

Ситуация в российской экономике и на российском финансовом рынке в целом следовала мировым трендам. Спад во II квартале составил 9,2% по сравнению с предыдущим кварталом, после чего в III квартале началось значительное активное восстановление (рост на 6,1% по отношению к предыдущему кварталу). В IV квартале продолжилось экономическое восстановление (0,8%), несмотря на вторую волну пандемии. Более мягкое воздействие пандемии на экономику России, чем на экономики некоторых других стран,

объяснялось как объективными причинами (меньшая доля услуг в ВВП и гибкость ограничительных мер по регионам), так и активными реальными действиями правительства РФ и Банка России по поддержке экономики.

2022 год для российской финансовой системы был поворотным. Наложившийся на российский финансовый сектор беспрецедентные санкции разрыв связей с глобальными финансовыми институтами. Претерпели изменения внешних условий для развития отечественного финансового сектора международных платежных систем и поставщиков рыночной информации.

На первом этапе кризиса прошла под знаком борьбы с последствиями санкционного удара. Банк России оперативно отреагировал на санкционное давление. Финансовым институтам были введены регуляторные послабления, были приняты меры по защите фондового рынка и установлены ограничения на трансграничное движение капитала. Это позволило защитить средства граждан, финансовую систему и экономику от разрушительного воздействия санкций, поддержать финансовую стабильность в условиях заморозки части международных резервов, сохранить устойчивость банков и других компаний финансового сектора, чтобы они продолжали непрерывно функционировать и обеспечивать работу предприятий.

По итогам 2022 года Банк России выстояла перед санкциями и подвела итоги, где инфляция составила 11,94% и, по оценкам на конец 2023 года прогнозируется в диапазоне 5-7%, а в 2024 году и далее - на целевом уровне вблизи 4%. В России финансовая система не просто сохранила устойчивость, но и смогла быстро адаптироваться, наладить эффективную работу в новых условиях. Политика Банка России позволила сдерживать риски для финансовой и ценовой стабильности, обеспечивая защиту сбережения и доходы граждан, обеспечила возможности условия для ведения и развития бизнеса экономики и роста благополучия людей. [8].

В ходе проведенного анализа, с учетом специфики развития национальной экономики, установлено следующее. Так, наблюдалось различное соотношение уровней надзора и контроля в системе регулирования экономики; центральные банки, осуществляющие банковский надзор и контроль за деятельностью кредитных организаций, имеют широкую сеть территориальных учреждений; механизм регулирования банковской деятельности включает лицензирование банковской деятельности, документальный надзор и контроль за деятельностью кредитных организаций, в случае необходимости отзыва лицензии и ликвидацию кредитных организаций; во всех странах с развитой рыночной экономикой выдача лицензии на совершение банковских операций предусматривает жесткие требования по размеру минимального капитала кредитной организации; в рамках документального надзора во всех странах с развитой экономикой пруденциальные нормы их функционирования.

Список литературы

1. Закон Республики Казахстан от 31 августа 1995 года № 2444 «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2023 г.)
2. Бартенев С.А. Экономические теории и школы (история и современность). //М.: Бек. 1996. 352 с. 21.
3. Кейнс Д.М. Общая теория занятости, процента и денег. // М.: Гелиос. АРВ, 1999. 352 с.
4. Миллер Р.А., Ван - Хуз Д.Д. Современные деньги и банковское дело. //Пер. с англ. М.: ИНФРА. М.: 2000. 856 с.
5. Мишкин Ф. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков. // Пер. с англ. Д.В. Виноградова. М.: Аспект-пресс, 1999. 820 с.
6. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России).

7. Закон о Национальном Банке Республики Казахстан от 30 марта 1995 года № 215

8. kapital.kz finance (дата обращения 28.12.2022).

Этапы разработки цифровых платформ для финансирования проектов устойчивого развития

Г.М.Калкабаева¹, О.А.Тян²

¹к.э.н., профессор кафедры «Финансы»,

²к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «Финансы»

aisanatazhbaeva@mail.ru, helga-78@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Для создания прорывных стратегий в приоритетных секторах экономики в международной практике используются цифровые платформы. В статье анализируются различные подходы к разработке цифровых платформ с учетом особенностей проектов устойчивого развития и специфики их финансирования.

Ключевые слова: цифровая трансформация, архитектура программного обеспечения, финансовые инструменты, экосистема.

Качественный прорыв в развитии национальной экономики может быть обеспечен посредством реализации и финансирования проектов устойчивого развития, которые направлены на решение важнейших проблем общества, включая ликвидацию нищеты и обеспечение экономического процветания, социальной интеграции и экологической устойчивости, поддержание мира, а также переход к эффективному государственному управлению. Внедрение проектов по устойчивому развитию даст синергетический эффект на все смежные отрасли и основные бизнес-процессы. Вместе с тем, меры по поддержке и финансированию проектов устойчивого развития должны быть основаны на использовании современных цифровых технологий. В частности, одним из способов повышения эффективности коммуникаций между участниками инвестиционного процесса при финансировании проектов устойчивого развития являются цифровые платформы.

Исследуя понятие «цифровая платформа», можно отметить, что в экономической литературе обосновываются несколько научных позиций при рассмотрении содержания данного понятия. С одной стороны, цифровые платформы рассматриваются как «системы взаимосвязанных приложений, программ и бизнес-операций, обеспечивающих эффективное функционирование всех процессов, протекающих в компаниях» [1, с. 169]. С другой стороны, особое внимание уделяется процессу взаимовыгодного многостороннего взаимодействия между пользователями цифровых платформ. За счет обеспечения прямого взаимодействия между несколькими группами пользователей цифровые платформы исключают традиционных посредников, повышают эффективность бизнес-процессов, снижают роль географических и других факторов и «за счет достижения сетевых эффектов формируют совершенно новые способы создания стоимости» [2, с. 43].

При этом цифровая платформа представляется как «некая коммуникационная и транзакционная среда, включающая в себя подсистемы, интерфейсы и технологические процессы» [3, с.18].

В контексте цифровой трансформации исследователями выделяются основные типы цифровых платформ, в том числе инструментальные цифровые платформы (программно-аппаратные комплексы, используемые для разработки программных или программно-аппаратных решений прикладного характера), инфраструктурные цифровые платформы (системы обеспечения взаимодействия субъектов цифровой экономики, локализованных в рамках отдельных цифровых экосистем), прикладные цифровые платформы (совокупность

цифровых технологий, ориентированных на решение задач конкретных отраслей и сфер деятельности и минимизацию транзакционных издержек) [4].

Основываясь на вышеизложенной типологизации, цифровые платформы по финансированию проектов устойчивого развития можно отнести к прикладным платформам, предполагающим обмен конкретными экономическими ценностями между участниками в заданных рынках. Кроме того, это инвестиционная платформа, с помощью которой осуществляется сбор прямых инвестиций и целенаправленное вложение финансовых ресурсов в конкретные проекты. Цифровая платформа по финансированию проектов устойчивого развития выступает механизмом упрощения процесса проведения транзакций между участниками платформы в рамках ее информационно-технологической инфраструктуры и снижения издержек за счет алгоритмизации и повышения прозрачности.

Основным преимуществом цифровых платформ по финансированию проектов устойчивого развития является то, что они открыты практически для всех, у кого есть доступ в интернет, что значительно упрощает доступ к финансовому капиталу, позволяет перспективным проектам получать финансовые ресурсы для реализации и дальнейшего продвижения. Ценность цифровой платформы значительно возрастает с увеличением числа взаимодействующих сторон.

Вместе с тем, к цифровым платформам предъявляются высокие требования по «быстродействию, отказоустойчивости, защищенности, гибкости, что способствует повышению доверия к данным платформам» [5].

Среди важных функциональных возможностей цифровых платформ следует выделить следующие: целенаправленное и своевременное предоставление актуальной и необходимой информации; хорошо организованный мониторинг актуальных задач, их анализ и систематизация; принятие и своевременное решение выявленных и обоснованных задач.

Следует отметить, что в основе платформенных подходов лежат определенные принципы, которым относятся принцип автономности, «магазин алгоритмов» и «все – это таблица». Принцип автономности продиктован квазистатичным поведением источников данных во времени и поступательным характером работы с данными. Он позволяет пользователям платформы работать со своей версией согласованных данных. Принцип «магазин алгоритмов» представляет возможность выбора приложений, содержащих все доступные пользователю алгоритмы. Принцип «все – это файл» означает, что широкий спектр ресурсов ввода/вывода, таких как документы, каталоги, жесткие диски, и др. – это потоки байтов, представленные в пространстве имен файловой системы. Соблюдение данных принципов обеспечивает устойчивость работы цифровой платформы. Пользователь платформы не зависит от пропускной способности каналов связи, производительности корпоративных информационных систем (источников) и технических регламентов обслуживания информационных систем [6].

На основе проведенного исследования возможностей и доступности цифровых платформ в Казахстане представляется целесообразной разработка общей платформы финансирования проектов устойчивого развития, позволит сформировать соответствующую инфраструктуру и необходимые инструменты рынка финансирования устойчивого развития. Системный подход в функционировании платформы позволит решить следующие задачи:

- предоставление информации о проектах устойчивого развития;
- исследования в области оценки эколого-социально-экономического положения и инвестиционного потенциала страны;
- создание инфраструктуры для направления средств в устойчивые активы;
- независимую оценку проектов устойчивого развития;
- повышение уровня осведомленности инвесторов и других участников о целях устойчивого развития;
- формирование системы взаимодействия субъектов по финансированию и продвижению проектов устойчивого развития.

Отражение предлагаемых инвестиционных проектов, объемов их финансирования и этапов реализации в режиме реального времени обеспечит прозрачность инвестиционных проектов и доступность информации для всех потенциальных участников.

Следует отметить, что цифровые платформы финансирования различных проектов успешно функционируют на национальных и международных уровнях. Наиболее эффективные и работоспособные цифровые платформы могут быть использованы в качестве прообразов и прототипов. Следовательно, возможен вариант отбора подходящих прототипов программных модулей и формирование ядра цифровой платформы из уже имеющихся прототипов с их доработкой, реконструкцией и соединением в единый программный комплекс. В состав ядра платформы должны войти:

- программный продукт, обеспечивающий работу цифровой платформы по финансированию проектов устойчивого развития. Это должен быть уже апробированный, действующий программный продукт, который в перспективе может быть доработан до полноценной цифровой платформы с обеспечением безопасных платежей;

- комплекс приложений для отбора проектов, соответствующих принципам и целям устойчивого развития.

Разработанный действующий прототип позволит обосновать практическую значимость и стратегическую необходимость создания полного каркаса цифровой платформы. Разрабатывается полный технический проект цифровой платформы, а затем в соответствии с проектом начинается разработка и сборка системы, в которую должны войти разработанные в единой программной среде приложения.

Этапы разработки цифровой платформы для финансирования проектов устойчивого развития представлены на рисунке 1.

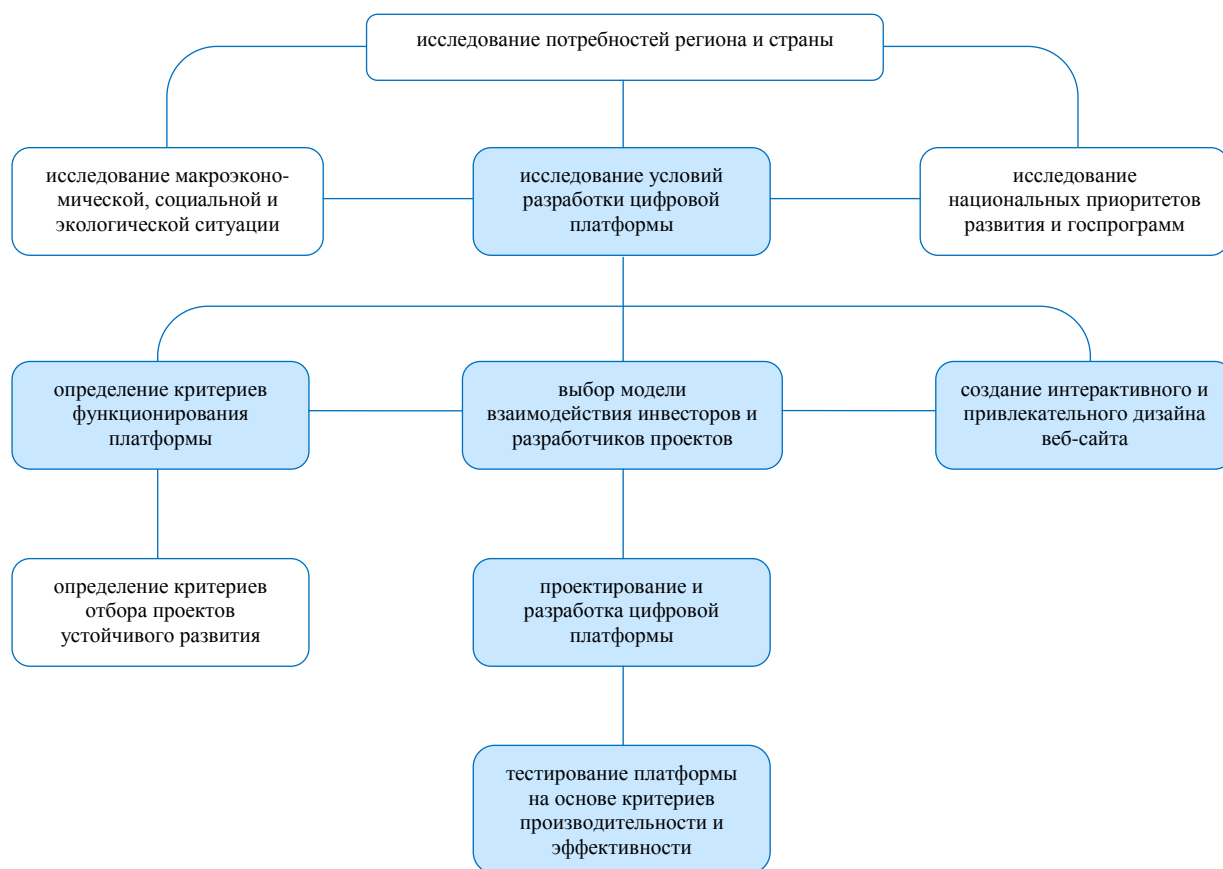


Рисунок 1. Этапы разработки цифровой платформы для финансирования проектов устойчивого развития

Примечание – составлено авторами

В соответствии с рисунком 1, этапы разработки цифровой платформы для финансирования проектов устойчивого развития включают в себя следующее:

- тщательное исследование макроэкономической ситуации, потребностей региона и страны в целом, приоритетов развития и государственных программ. Как правило, для достижения целей в области устойчивого развития каждая страна разрабатывает и реализует государственные программы и меры поддержки. Так, например, в Казахстане для достижения целей устойчивого развития был разработан и реализуется Национальный проект «Жасыл Казахстан» на 2021-2025 гг., направленный на создание благоприятной среды проживания для населения и улучшение экологической ситуации в стране. Кроме того, общество активно реагирует на инициативы, связанные с устойчивым развитием, социальной сферой, экологическими проблемами и т.д. Стратегии развития страны и программные документы, нормативно-правовая база, информация государственных органов и информационных агентств используются в качестве входных сервисов;

- определение критериев функционирования платформы и отбора проектов, модели сбора средств и целевой аудитории. В ситуации с проектами устойчивого развития цифровая платформа может быть реализована как инвестиционная платформа. Сервисы по сбору и анализу информации о проектах, проверке соответствия проектов критериям устойчивого развития, размещению информации о проектах на платформе определяются как ключевые сервисы;

- создание интерактивного и привлекательного дизайна веб-сайта с предоставлением пользователю пошагового процесса регистрации, получения информации о проектах, выбора конкретных проектов, возможность общения с разработчиками проектов и т.п. Интерфейс для информационного взаимодействия должен быть открытым и защищенным;

- проектирование и разработка цифровой платформы. Управление платформой зависит от администраторов, которые имеют свою учетную запись. Администраторы могут пользоваться расширенными функциями, включая управление списком для упорядочения и фильтрации действий спонсоров и создателей;

- тестирование цифровой платформы на основе критериев производительности и эффективности;

- запуск MVP для снижения рисков и подтверждения жизнеспособности платформы.

Функции инвесторов или спонсоров должны предусматривать возможности регистрации, входа с помощью адреса электронной почты или номера телефона и пароля, обновления основных данных и контактной информации. Финансирование проекта на определенную сумму и получение соответствующего вознаграждения должны быть реализованы с помощью интерфейса платформы.

Доступ к высококачественным и сопоставимым данным имеет жизненно важное значение для расширения возможностей финансирования проектов устойчивого развития и «зеленой» экономики. Цифровые данные являются основой для принятия инвестиционных решений: инвесторам нужна помощь, чтобы понять, соответствует ли деятельность компаний и инвестиционные проекты целям устойчивого развития, как будут развиваться компании по мере изменения окружающей среды, как изменится регулирование в области устойчивых финансов, как отразится появление «зеленых» технологий и изменение поведения клиентов в сторону более экологичных товаров на деятельности компаний. Располагая этой информацией, инвесторы могут адаптировать, диверсифицировать свои инвестиционные портфели.

Разработчики проектов устойчивого развития также должны иметь возможность управлять своим профилем, добавлять информацию о проекте, объяснения, изображения, видео контент и другие материалы для повышения заинтересованности инвесторов и спонсоров в финансировании проекта. Кроме того, разработчики проектов должны получать регулярные отчеты о финансировании.

Функционал платформы также включает в себя возможности взаимодействия инвесторов и разработчиков проектов устойчивого развития.

Финансовые данные или проекты, включенные в список проектов для финансирования, должны проверяться в соответствии со строгими социальными, экологическими и этическими критериями. В качестве основы можно использовать стандарты аудита устойчивого развития, в том числе SASB, ICAEW и другие, с учетом индексов экологичности и устойчивости, исследований ООН и других международных организаций. Критерии, входящие в расчет глобального индекса «зеленой» экономики GGEI [7], могли быть использованы при разработке методологической основы расчета системы показателей в оценке проектов устойчивого развития. Явно неустойчивые сектора, а также определенные технологии, имеющие отрицательную EROI или непроверенные последствия, не могут быть размещены на платформе.

При оценке проектов важное значение имеет интеграция с Реестром отечественных производителей и поставщиков «зеленых» технологий и оборудования [8], созданным «Международным центром зеленых технологий и инвестиционных проектов» для внедрения прозрачной системы учета «зеленых» технологий и проектов по их внедрению, что позволит сопоставлять полученные сведения по проектам устойчивого развития с информацией Реестра. Кроме того, в основу отбора проектов можно взять Правила признания технологий в качестве «зеленых» технологий [9].

Фиксация параметров устойчивости требует наличия релевантного инструментария, который во многом должен опираться на экспертные процедуры. Это связано со сложностью адекватной оценки динамичной информации о состоянии природной среды, социально-экономических изменений, которая в совокупности входит в систему оценки устойчивости на основе определенных индикаторов, показателей для последующей квалификации наличия /отсутствия необходимого параметра проекта.

Реализация представленного платформенного решения будет способствовать достижению целей и приоритетов устойчивого развития за счет усиления взаимодействия инвесторов и разработчиков проектов устойчивого развития, объединения инновационного и инвестиционного потенциала, повышения прозрачности и доступности информации о проектах устойчивого развития, положительных системных эффектов в социально-экономической сфере.

Список литературы

1. Жангалиева К.Н., Бектурганова М.С., Абилкайыр Н.А. Обзор интернет-платформ с целью оценки интеллектуального потенциала РК. //Economics: the strategy and practice, 2020, №15(4), 169-179.
2. Жанбозова А.Б., Мусаева Д., Азатбек Т.А., Валиева С.Н. Экономическая природа цифровых платформ. //Вестник университета Туран, 2022, №2(94). – с.38-46
3. Джефри Паркер, Маршалл ван Альстин, Санджит Чаудари. Революция платформ: как сетевые рынки меняют экономику – и как заставить их работать на вас. Пер. с англ. Е.Пономаревой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 302с.
4. Цифровые платформы: подходы к определению и типизации. //Портал АНО «Цифровая экономика». - http://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf
5. Черных О.Г., Папазова Е.Н. Социально-экономический аспект использования цифровых платформ в условиях устойчивого развития экономики. // Материалы научно-практической конференции «Экономика, менеджмент, сервис: проблемы и перспективы». – Омск: Омский государственный технический университет, 2021, с. 33-39
6. Хасанов М.М., Галеев Р.М., Маргарит А.М., Краснов Ф.В. Принципы построения цифровой платформы для научно-технического центра. //Вестник кибернетики. – 2019. - <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiy-postroeniya-tsifrovoy-platformy-dlya-nauchno-tehnicheskogo-tsentra>
7. Global Green Economy Index. - <https://dualcitizeninc.com/global-green-economy-index/>

8. Реестром отечественных производителей и поставщиков «зеленых» технологий и оборудования. - <https://igtipc.org/images/docs/2021/reestr.pdf>

9. Правила признания технологий в качестве «зеленых» технологий https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33469936&pos=5;-106#pos=5;-106

Основные тренды цифровизации банковского сектора в Республике Казахстан

А.К.Курманалина¹, А.С.Мальшев²

¹к.э.н., профессор кафедры «Финансы»,

²магистрант 2-го года обучения по специальности «Финансы»

anar68@mail.ru, garrn-98@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: данная статья рассматривает ключевые тренды цифровизации банковского сектора в Республике Казахстан. Авторы анализируют актуальные изменения, происходящие в банковской сфере страны, подчеркивая важность внедрения цифровых технологий для улучшения услуг и удовлетворения растущих потребностей клиентов. Обсуждаются практические аспекты внедрения цифровых платформ, таких как цифровой тенге, и их влияние на банковский ландшафт. Кроме того, статья рассматривает изменения в потребительском поведении, вызванные цифровой трансформацией, и влияние этого процесса на развитие экосистемы банковских услуг. Путем анализа данных и исследования рыночных тенденций авторы делают выводы о том, какие факторы формируют будущее банковского сектора в Казахстане и как банки адаптируются к вызовам цифровой эры. Аннотация предоставляет читателям обзор основных направлений цифровизации в казахстанском банковском секторе и помогает понять перспективы его развития в условиях динамичных изменений национального и мирового финансового рынка.

Ключевые слова: цифровизация, интернет-банкинг, денежные переводы, P2P.

В эпоху стремительных технологических преобразований банковский сектор в Республике Казахстан активно вступил в цифровую эру, переосмыслив традиционные методы оказания финансовых услуг. Основные тренды цифровизации, преобразуя банковскую индустрию, определяют новые стандарты доступности, эффективности и безопасности финансовых операций.

Одним из ключевых аспектов цифровизации является внедрение инновационных технологий, таких как искусственный интеллект, блокчейн и аналитика больших данных. Эти решения содействуют автоматизации процессов, улучшению качества принимаемых решений и увеличению уровня безопасности финансовых транзакций.

Мобильные приложения и интернет-банкинг становятся неотъемлемой частью банковских услуг, предоставляя клиентам удобный доступ к своим счетам в любое время и из любой точки мира. Электронные кошельки и платежные системы активно внедряются, устраняя границы для быстрых и удобных денежных переводов.

Основные тренды цифровизации банковского сектора в Республике Казахстан создают благоприятные условия для создания инновационной и устойчивой финансовой системы, адаптированной к вызовам современной цифровой экономики [1].

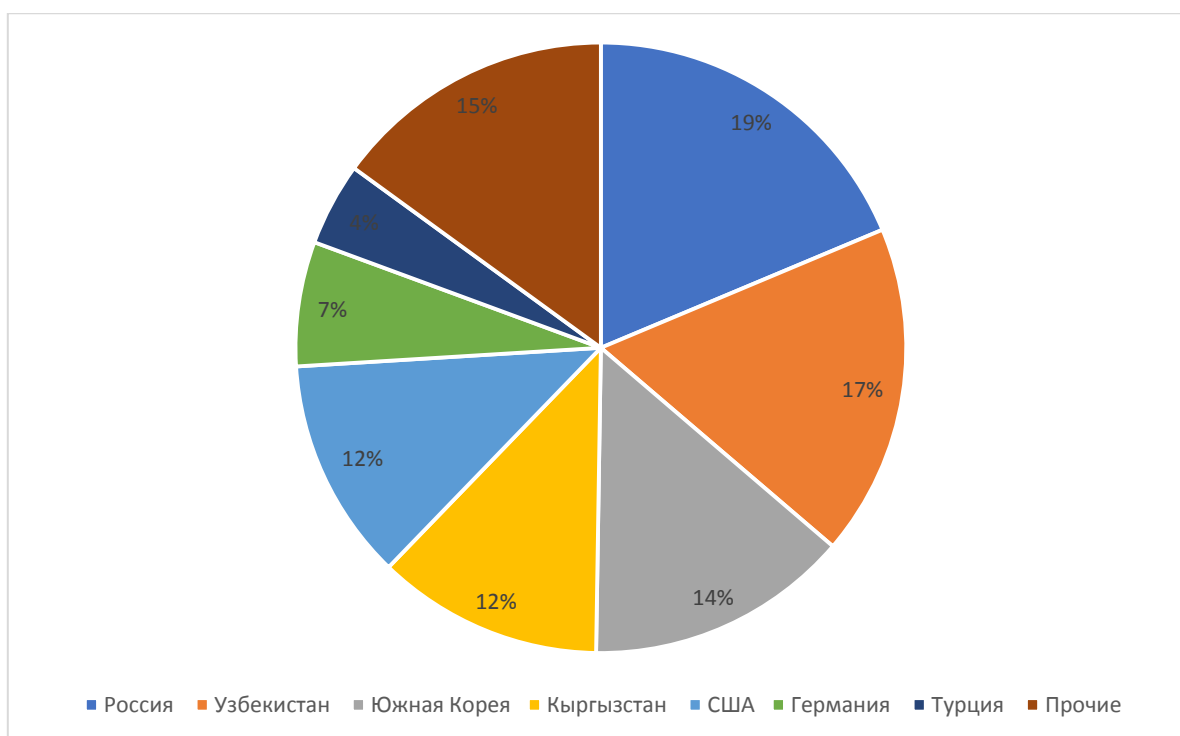


Рисунок 1. Переводы денег, полученные из-за рубежа 2021 г.

Примечание – источник [2]

Значительные проблемы привнесли в цифровизацию банковской сферы Казахстана пандемия коронавируса и конфликт России с Украиной, который затронул прежде всего филиалы попавших под санкции российских банков, работающих в Казахстане. Денежные переводы из Казахстана в Россию и наоборот стали затруднительны, что отрицательно сказалось на товарообороте обеих стран. Экономисты предполагают, что санкции, наложенные на Россию из-за сложившейся ситуации, имеют и другие последствия для банковских продуктов в казахстанско-российских межбанковских отношениях [2].

В числе стран, откуда переводы в РК поступают стабильно из года в год, – Россия, Узбекистан и Кыргызстан. Если в 2021 году на эти страны в общем объеме переводов в Казахстан приходилось 18,7; 17,6 и 12% соответственно, то в 2022 году больше половины всех переводов через СДП пришло из РФ. Российская доля в общем объеме переводов в Казахстан выросла до 52,6%, доля Узбекистана сократилась до 7,9%. Доля Кыргызстана подросла всего до 13,9%, хотя средств из Кыргызстана в Казахстан было переведено в 2,8 раза больше, чем в 2021 году [2].

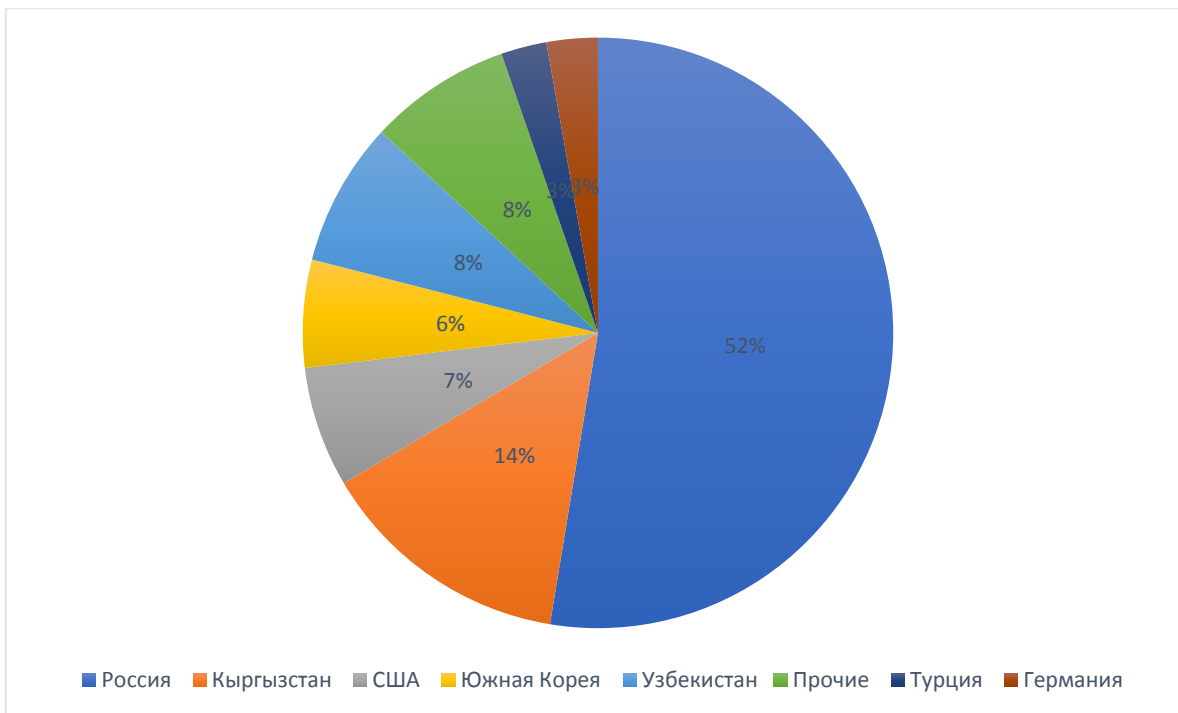


Рисунок 2. Переводы денег, полученных из-за рубежа 2022 г.

Примечание – источник [2]

Из России в Казахстан было переведено средств на 357,1 млрд тенге, и это почти в семь раз больше, чем годом ранее (53 млрд тенге). Переводы из РФ начали резко нарастать в апреле, динамика переводов из России в Казахстан достигла максимума летом 2022 года. Так, в июне объем переведенных средств составил 66,9 млрд тенге – это в 13 раз больше, чем в июне 2021 года (5,1 млрд). В июле за счет переводов из РФ поток входящих через СДП средств даже превысил поток исходящих [3].

С учетом аспекта платежных решений мы наблюдаем, что переводы между физическими лицами (P2P) через номер телефона успешно внедрены во всех банках, ориентированных на взаимодействие с конечными потребителями (B2C). Однако следует отметить, что в настоящее время поддержка оплаты посредством QR-кода предоставляется тремя банками: Kaspi, Народный и First Heartland Jusan [2].

Таблица 1

Данные по обзору платежных функций ТОП-3 БВУ в РК

Наименование банка	Есть ли возможность оплаты через QR	Есть ли P2P по номеру телефона	Стоимость P2P перевода	Комиссия за перевод на карты других банков
Kaspi Bank	да	да	бесплатно	0,95% от суммы перевода, минимум 200 тг.
Halyk Bank	да	да	бесплатно	150 тг.
Jusan Bank	да	да	бесплатно	0,5% от суммы перевода, минимум 250 тг.

Примечание – Составлено авторами по данным анализа БВУ в РК

В 2021 году Национальный Банк Республики Казахстан успешно реализовал пилотный проект "Цифровой тенге" в сотрудничестве с финансовыми учреждениями, экспертами и международными партнерами. Продолжив изучение потенциала цифрового тенге в 2022 году, Национальный банк сосредотачивается на расширении технологического функционала и проведении количественных экономических исследований. К концу 2022 года ожидается всестороннее решение о введении цифрового тенге, учитывающее технологические, экономические и нормативные аспекты. Цифровой тенге – новый инструмент платежа, которым можно пользоваться через привычные банковские сервисы, такие как POS-терминалы, QR-коды, мобильные приложения банков.

Уникальность ситуации в том, что казахстанцы смогут использовать цифровой тенге по своему усмотрению и желанию – по аналогии с наличными и безналичными.

При этом внедрение цифрового тенге будет происходить поэтапно, в три фазы, до конца 2025 года. В этом году он запущен в розничный оборот, в 2024 году планируется масштабирование проекта вместе с банками-партнерами с фокусом на офлайн-платежи и инновационные сервисы.

По данным Statista.com, сектор цифровых платежей в Казахстане предполагает значительный рост в 2022 году, оцениваемый в 3,82 млрд долларов США. Прогнозируется также увеличение числа пользователей в сегменте цифровых платежей до 9,29 млн к 2027 году [3].

Следует отметить, что ведущие банки стремятся к расширению своего влияния за пределы традиционной банковской сферы через развитие экосистем и предоставление новых услуг, таких как онлайн-заказ продуктов. Тем не менее, важность нефинансовых показателей увеличивается в секторе B2B, где компании выбирают банк с учетом широкого спектра онлайн-услуг и удобного интерфейса.

Все банки в стране активно внедряют цифровое управление, стремясь оставаться конкурентоспособными и соответствовать динамике требований клиентов и цифрового рынка.

Список литературы

1. Электронный ресурс: DKN World News
<https://dknews.kz/ru/finansy/283698-kazahstancy-vse-chashche-ispolzuyut-internet-banking>
2. Электронный ресурс: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»
<https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-bankovskih-uslug-kazahstana-epohi-tsifrovizatsii/viewer>
3. Электронный ресурс: Национальный банк Республики Казахстан
<https://nationalbank.kz/ru/news/informacionnye-soobshcheniya/15280>

Теоретические аспекты финансового расследования как инструмент борьбы с организованной преступностью

А.К.Курманалина¹, Д.Р.Махмудова²

¹ к.э.н., профессор кафедры «Финансы»,

² студент 2-го года обучения по ОП «Финансы»

anar68@mail.ru, makmudovad@gmail.com

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В данной статье финансовое расследование рассмотрено как процесс выявления финансовых преступлений и незаконных финансовых операций. Обозначены используемые различные методы, такие как аудит, анализ финансовых записей, отслеживающие финансовые транзакции и сбор свидетельств. Выявлено, что развитие

современных технологий приводит к определенным сложностям в финансовой сфере. Вместе с тем, анализ систематических финансовых нарушений приводит к организованной преступности, что представляет собой сложный вопрос, требующий более тщательного изучения. Определена роль государственного регулирования, контроля и надзора финансового рынка и финансовых организаций в Республике Казахстан.

Ключевые слова: финансовое расследование, финансовые преступления, финансовая информация, мошенничество, аудит, отслеживание финансовых транзакций, сбор свидетельств.

В современных условиях усиление глобализации и развитие цифровых технологий привели к усложнению финансовой сферы, что, создает новые просторы для организованной преступности. Преступные сети становятся всё более сложными и масштабными, активно используя финансовые инструменты для отмывания денег, финансирования терроризма и других противоправных действий. Это обстоятельство требует повышения эффективности механизмов финансового контроля и расследований, в связи с чем актуальность темы исследования возрастает.

Финансовое расследование – это процесс выявления финансовых преступлений и незаконных финансовых операций. Оно включает в себя анализ финансовой информации с целью выявления мошенничества, уклонения от уплаты налогов или отмывания денег. В ходе финансового расследования используются различные методы, такие как аудит, анализ финансовых записей, отслеживание финансовых транзакций и сбор свидетельств.

Можно сказать, что финансовое расследование - это один из многих специализированных методов расследования, которые правоохранительные органы используют в борьбе с организованной преступностью, и это дисциплина, получившая широкое признание. Финансовые следователи работают в рамках законодательной базы. Этот процесс помогает правоохранительным органам и организациям в установлении фактов незаконной деятельности и привлечении виновных лиц к ответственности.

Финансовые расследования обусловлены несколькими ключевыми факторами, акцентирующими важность дальнейшего развития и понимания данной области.

Это, всеобщая цифровизация, текущая международная политическая и экономическая обстановка, а также кризисы, экономическая нестабильность, способствуют росту финансовых преступлений. Сложившаяся ситуация требует углубленного изучения и анализа существующих методов финансовых расследований, а также разработки новых стратегий и подходов.

Можно также связать с недостаточностью исследований, посвященных эффективности финансовых расследований. Несмотря на значительный потенциал в области противодействия преступности, отсутствие глубокого и комплексного анализа методов, препятствий и успехов финансовых расследований делает данное направление относительно слабо изученным и понимаемым. Эти все причины подтверждают необходимость совершенствования законодательной базы, регламентирующей процедуры финансовых расследований. Правовой аспект является критическим фактором, определяющим эффективность борьбы с финансовой преступностью, и требует постоянного отслеживания изменений и адаптации к современным вызовам.

Теоретические аспекты финансовых расследований сложились под влиянием многих факторов и представляют собой комплекс знаний, опыта и методологий, применяемых для эффективного выявления, предотвращения и пресечения финансовых преступлений. Рассмотрим основные теоретические положения, связанные с финансовыми расследованиями.

Финансовые расследования представляют собой процесс сбора информации и доказательств, касающихся финансовых преступлений, включая мошенничество, отмывание денег, коррупцию и налоговые нарушения. Этот процесс включает в себя анализ финансовых записей, операций и других сопутствующих данных для выявления незаконной деятельности. В основе финансовых расследований лежат методы криминалистики,

бухгалтерского учета, аудита и финансового анализа. Ключевое значение имеет умение правильно интерпретировать бухгалтерскую отчетность, проводить сложные финансовые расчеты и использовать специализированные информационные системы. С ростом международной торговли, глобализации финансовых рынков и цифровизации экономики роль финансовых расследований возрастает. Они становятся критическим инструментом в борьбе не только с традиционными финансовыми преступлениями, но и с терроризмом, международной коррупцией и киберпреступностью. Финансовые расследования не ограничиваются национальными рамками, требуя международного сотрудничества и координации. Для эффективности расследований необходимо наличие четких международных стандартов и законов, а также соглашений о взаимной правовой помощи. Проведение финансовых расследований требует строгого соблюдения профессиональной этики, конфиденциальности и законности сбора информации. Этические принципы защищают права всех участников процесса, обеспечивая непредвзятость и объективность расследования. Среди проблем, с которыми сталкиваются специалисты, проводящие финансовые расследования, — изменчивость законодательства, высокая степень сложности финансовых схем, проблемы международного права и несовершенство технологий для анализа больших данных. Объектом финансового расследования являются - финансы. В свою очередь, финансы являются денежно-экономическими отношениями, возникающие: между компаниями при покупке товаров, материалов, продаже продукции и предоставлении услуг; между предприятиями и старшими органами управления в процессе формирования денежных фондов и их дальнейшего распределения в этих организациях; на уровне предприятия во время создания и оборота собственных капиталов; в рамках домохозяйств в процессе планирования и расходования семейного бюджета; между государством и предприятиями в связи с осуществлением обязательных платежей в государственную казну и финансированием расходов; между государством и индивидуальными гражданами, касающихся уплаты налогов и добровольных взносов; среди компаний, частных лиц и внебюджетных фондов, связанных с производством платежей и получением финансирования; в контексте различных уровней бюджетной системы и т.д. Таким образом, теоретические аспекты финансовых расследований охватывают широкий спектр вопросов, связанных с методологией, этикой, проблемами и перспективами этой области, что подчеркивает ее многоуровневость.

В процессе изучения исторического развития финансовых расследований, которые отражают эволюцию методов и практик, применяемых для борьбы с финансовой преступностью, были выделены основные этапы. Финансовые расследования развивались от простых методов учета древности до сложной дисциплинарной процедуры, адаптируясь к меняющимся формам и масштабам экономической преступности в мире.

Приведем краткий обзор ключевых этапов этого процесса в Казахстане.

1. Ранний период (до 20 века): начало финансовых расследований уходит корнями в древние времена, когда для контроля над государственными расходами и поступлениями использовались примитивные бухгалтерские и аудиторские методы. С течением времени появились первые законы, направленные на борьбу с мошенничеством и коррупцией.

2. Начало 20 века: с взлетом промышленности и ростом финансовых рынков возникла необходимость в более сложных методах финансового контроля. В этот период начинают формироваться основы современного банковского законодательства, антимонопольного регулирования и налогового законодательства.

3. Середина 20 века: после Второй мировой войны мировое сообщество начало активнее сотрудничать в области финансовых расследований, особенно в контексте борьбы с мошенничеством и отмыванием денег.

4. Конец 20 - начало 21 века: в этот период получили развитие международные нормативные акты, направленные на борьбу с транснациональной преступностью, в том числе отмыванием денег и финансированием терроризма. С распадом Советского Союза и провозглашением независимости Казахстана в 1991 году страна начала переход к рыночной

экономике. В этот период были заложены основы финансовой системы, включая создание национальной валюты, банковской системы, а также основ законодательства в области финансов и борьбы с экономическими преступлениями. Однако эффективность финансовых расследований была ограничена из-за недостатка опыта, ресурсов и институциональной базы. Также на этом этапе началась активная работа по формированию законодательной базы в области финансовых расследований. Были приняты ключевые законы, направленные на борьбу с отмыванием денег, коррупцией, и другими видами экономической преступности. Началось формирование специализированных подразделений в правоохранительных органах, ответственных за финансовые расследования. Также Казахстаном была ратифицирована Конвенция об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности (Страсбург, 8 ноября 1990 г.).

5. Современность: на сегодняшний день финансовые расследования стали неотъемлемой частью глобальной борьбы с финансовой преступностью, коррупцией и терроризмом. Последние годы характеризуются активным внедрением современных технологий в процесс финансовых расследований, включая цифровые платформы для обмена данными, системы анализа больших данных и прочее. Помимо этого, важность международного сотрудничества продолжает расти, учитывая глобализацию и цифровизацию финансовой системы. В Республике Казахстан было организовано Агентство по финансовому мониторингу. Это агентство представляет собой ключевой государственный орган. Его основные обязанности включают координацию деятельности по борьбе с легализацией преступных доходов и финансированием террористической деятельности. Оно также занимается предотвращением, обнаружением, прекращением, раскрытием и расследованием экономических и финансовых нарушений, которые в соответствии с законодательством Республики Казахстан находятся в компетенции данного ведомства.

Финансовые расследования играют решающую роль в борьбе с организованной преступностью, поскольку они адресуют корень многих преступных действий - финансирование. В контексте глобальной борьбы с организованной преступностью, особенно с такими ее формами, как наркоторговля, торговля людьми, незаконная торговля оружием, и др., финансовые расследования представляют собой ключевой элемент стратегии обезвреживания преступных сетей. Организованная преступность часто зависит от сложных финансовых схем для маскировки доходов, полученных преступным путем. Финансовые расследования помогают выявлять и анализировать эти схемы, что является первым шагом к остановке незаконных финансовых потоков. Одной из целей финансовых расследований является обнаружение и конфискация незаконных активов, полученных от преступной деятельности. Это не только урезает финансовые ресурсы преступных групп, но и выступает в качестве сдерживающего фактора, показывая, что преступления не остаются безнаказанными. Организованные преступные группы могут финансировать другие незаконные действия, включая терроризм. Через финансовые расследования можно прервать эти потоки финансирования, тем самым ослабляя возможности для дальнейшей преступной деятельности. Финансовые расследования часто требуют сотрудничества между различными национальными и международными агентствами. Эффективное взаимодействие и обмен информацией могут существенно увеличить шансы на успешное обнаружение преступной деятельности. Финансовые расследования также играют роль в предотвращении преступлений, поскольку они выявляют уязвимости в финансовых системах. Информация, полученная в ходе этих расследований, может использоваться для укрепления систем безопасности и снижения риска будущих нарушений.

В процессе финансовых расследований происходит комплекс мероприятий, включающий сбор, исследование и укрепление доказательств, направленных на защиту корпоративных интересов от незаконных актов, обеспечение привлечения правонарушителей к соответствующей, включая уголовную, ответственности, а также компенсацию причиненных убытков. Основания для проведения финансового расследования могут

включать в себя различные факторы и обстоятельства, свидетельствующие о возможных финансовых нарушениях и преступлениях:

1. Подозрения в мошенничестве: если существуют признаки, что сотрудник, клиент, или компания могли совершить мошенничество, это может стать основанием для глубокого анализа финансовых документов и операций.

2. Несоответствия в бухгалтерском учете: ошибки или несоответствия в финансовой отчетности могут указывать на намеренные действия для сокрытия финансовых потоков или уклонения от налогов.

3. Сигналы от регуляторов: Правительственные регуляторы или финансовые институты могут предоставить информацию или сообщения о подозрительной деятельности, которые требуют дальнейшего расследования.

4. Сообщения от информаторов: иногда информация о возможных финансовых нарушениях поступает от внутренних или внешних информаторов, предоставляющих данные, которые могут инициировать расследование.

5. Несоответствие образа жизни и доходов: если образ жизни индивида или корпоративных руководителей не соответствует их официальным доходам, это может служить основанием для начала расследования.

6. Соблюдение законодательных норм: компании могут проводить внутренние расследования в ответ на новые законодательные требования или для обеспечения соблюдения норм антимонопольного и антикоррупционного законодательства.

Проведение финансового расследования - это сложный процесс, требующий специализированных знаний и навыков. В Республике Казахстан на данный момент основным законодательным и нормативным актом, регулирующие проведение финансовых расследований является закон от 4 июля 2003 года N 474-III «О государственном регулировании, контроле и надзоре финансового рынка и финансовых организаций» [1].

Государственное регулирование, контроль и надзор финансового рынка и финансовых организаций в Республике Казахстан нацелены на определенные цели, это:

- обеспечение финансовой стабильности и поддержание доверия к финансовой системе;
- создание равных условий и поддержание честной конкуренции на финансовом рынке.

Выполнения принципов:

- эффективное использование регулирования;
- прозрачность деятельности финансовых организаций и финансового надзора;
- ответственность финансовых организаций.

Исполнения задачи:

- установление стандартов деятельности и стимулирование улучшения корпоративного управления;

- мониторинг финансового рынка с целью сохранения его устойчивости;

- сосредоточение ресурсов на рискованных областях финансового рынка;

- обеспечение защиты потребителей финансовых услуг, доступности информации и повышение финансовой грамотности населения.

В РК международное сотрудничество в области финансовых расследований отводится к Агентству Республики Казахстан по финансовому мониторингу, Академия Правоохранительных органов при генеральной прокуратуре Республики Казахстан и Антитеррористический центр государств:

1. Одной из задач Агентства Республики Казахстан по финансовому мониторингу является осуществления международного сотрудничества [2].

2. С 2018 года Академия Правоохранительных органов при генеральной прокуратуре Республики Казахстан является базовой организацией СНГ для органов финансовых (налоговых) расследований (прошли обучение 1700 иностранных граждан стран в т.ч. СНГ, Кубы, Афганистана, Ирана и Пакистана) [3].

3. АТЦ СНГ тесно взаимодействует с уставными органами и органами отраслевого сотрудничества СНГ (их рабочими структурами): Советом руководителей подразделений финансовой разведки государств – участников СНГ [4].

Финансовые расследования могут приводить к различным этическим и правовым дилеммам:

1. Конфиденциальность или обязанность информирования: расследователи могут столкнуться с информацией, которая должна оставаться конфиденциальной, но в то же время есть обязанность сообщать о ней регулирующим органам и общественности.

2. Нейтральность: расследователи должны обеспечивать объективность своей работы, несмотря на возможное давление со стороны работодателя или иных заинтересованных сторон.

3. Возможность предоставления ложных данных: в некоторых случаях может возникнуть искушение скрыть или исказить информацию в пользу определенного исхода.

4. Применение недобросовестных методов сбора информации: расследование может потребовать доступа к информации, и здесь возникает дилемма о том, насколько допустимыми являются методы ее получения.

5. Конфликт интересов: расследователи могут столкнуться с личным или профессиональным конфликтом интересов при проведении расследования.

6. Риски для безопасности: в некоторых случаях раскрытие определенной информации может подвергать риску безопасности расследователей или других лиц.

7. Защита прав обвиняемых: при финансовых расследованиях важно соблюдать права обвиняемых, обеспечивая им возможность представления своей точки зрения и защиты.

Эти дилеммы требуют тщательного взвешивания и принятия обдуманных решений, сочетая высокие этические стандарты с профессиональной ответственностью.

Список литературы

1. Закон от 4 июля 2003 года N 474-II «О государственном регулировании, контроле и надзоре финансового рынка и финансовых организаций».

2. Агентство Республики Казахстан по финансовому мониторингу [Электронный ресурс]. - URL: <http://law.gov.kz/client/> (дата обращения 07.11.2023).

3. Академия Правоохранительных органов при генеральной прокуратуре Республики Казахстан [Электронный ресурс]. - URL: <https://academy-gp.kz/> (дата обращения 10.11.2023).

4. Антитеррористический центр государств – участников СНГ [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.cisatc.org/137> (дата обращения 10.11.2023).

The impact of digital economy development on import substitution - the case of China's semiconductor industry

Min Wenqing¹, N.S.Shalupayeva²

¹PhD Student, Belarusian State University

²PhD in Economics, Associate Professor, Faculty of Economics
minwenqing1998@gmail.com, shalupayevans@bsu.by

^{1,2}Belarusian State University, Minsk

Abstract: At present, the digital transformation of Chinese enterprises is imperative, but behind the opportunities also lurks a crisis. China's digital economy is on shaky ground, the high-tech industry represented by China's semiconductor industry is experiencing unprecedented suppression, and the lack of critical core technologies has led to a threat to the economy's growth.

Keywords: digital economy, semiconductor industry, digital transformation, import substitution.

数字经济发展对进口替代的影响--以中国半导体产业为例

闵文卿¹, N.S. Shalupayeva²

¹ 一年级博士生，白俄罗斯国立大学经济学院，白俄罗斯共和国，明斯克，

² 经济学博士，副教授，白俄罗斯国立大学经济学院，白俄罗斯共和国，明斯克
minwenqing1998@gmail.com, shalupayevans@bsu.by

摘要：当前，中国企业数字化转型势在必行，但机遇背后也潜伏着危机。中国数字经济摇摇欲坠，以中国半导体产业为代表的高新技术产业正经历着前所未有的打压，关键核心技术的缺乏对经济增长构成了威胁。

关键词：数字经济，半导体产业，数字化转型，进口替代

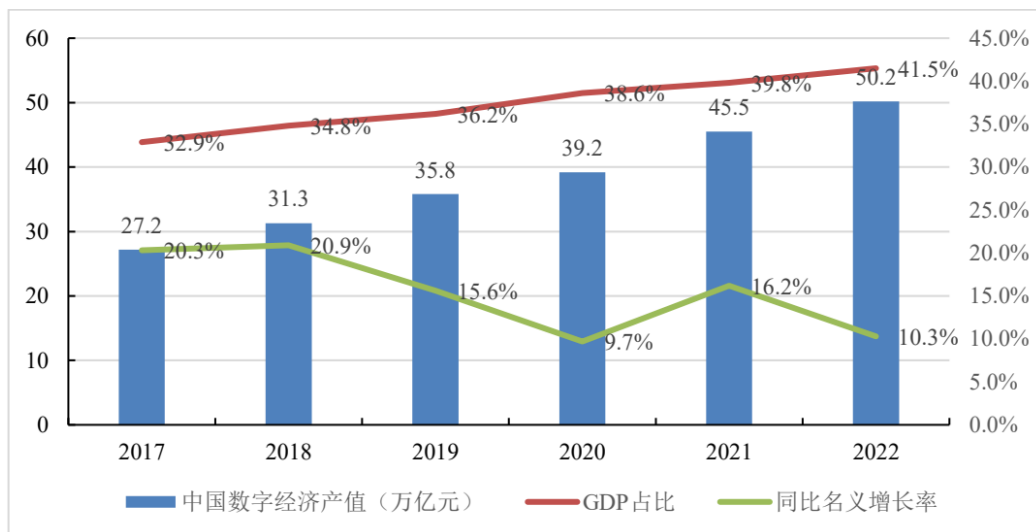
研究背景

在新一轮工业科技革命和产业变革的推动下，中国数字产业蓬勃发展，但与此同时，以半导体产业为代表的中国高新技术产业也面临着巨大的挑战和机遇。然而，作为全球最大的芯片进口国和消费市场，中国的芯片高度依赖进口。自 2020 年以来，中美贸易冲突和全球芯片短缺危机对中国半导体产业产生了深远的影响，国产芯片替代的呼声越来越高，而中国半导体产业相对薄弱也是客观现实，国产半导体的进口替代之路依然漫长。

中国数字经济发展现状

随着中国经济的现代化和发展，数字经济的重要性日益凸显，已成为中国经济增长以及服务化转型的重要引擎，根据中国商务部 2022 年《数字中国发展报告》数据显示，2022 年我国数字经济产值已超过 50.2 万亿元人民币，占中国国内生产总值（GDP）的 41.5%，2022 年的名义增长率为 10.3%，中国国内数字产业保持年均 15% 的高速增长，相关详细数据见下图 1。

图 1：2017-2022 年中国数字经济产业规模、GDP 占比以及同比名义增长



数据来源：中华人民共和国商务部：《数字中国发展报告》（2022 年）

进口替代在数字经济发展中的重要性

2022 年，我国数字经济产业以电子信息制造业和软件产业为主，产值分别达到 15.4 万亿元和 10.81 万亿元，呈现稳步发展态势，带动了上下游产业的快速发展。数字产业规模稳步增长，数字技术和实体经济融合日益深化，推动了新业态、新模式不断涌现，数字企业加快推进技术、产品与服务创新能力以及进口替代的提升，不断培育发展新动能 [1]。

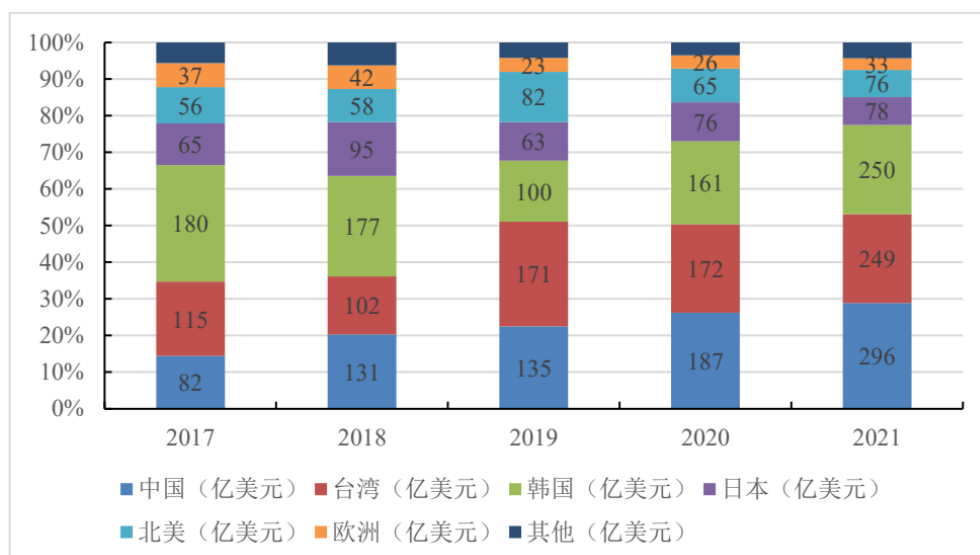
但是在另一方面，作为数字经济发展的技术支撑，中国的半导体零部件产业的发展起步晚并且总体水平偏低，相关产品的有效自给能力不足，同时目前面临来自美国方面不断升级的技术打压，这制约了中国数字经济产业的未来发展，同时也威胁到了中国未来的经济发展安全。数字经济可以有效克服国际贸易中的信息壁垒，显著降低经济活动的贸易成本，通过技术创新促进贸易增长[2]。但是同时，更多的中国企业开始对于技术的自主可控性提出了要求，加大了对于关键核心技术的研发投入，中国本土市场对于半导体相关产品的巨大需求也将刺激中国半导体企业的发展，推动相关自主创新的可控性，逐步摆脱对于国外技术引进带来的技术溢出效应的依赖，强化中国经济发展的安全。

从外部环境分析，中美在关键核心技术领域的竞争态势加剧了全球数字产业链的动荡，目前中美关于数字经济领域行业标准制定、现行的国际贸易准则的运行存在较大分歧，而中美则是当今世界数字经济领域的主体，二者之间的贸易争端很大程度上不利于数字经济及其相关产业领域新技术、新应用的相互交流与推广，其中的代表便是半导体产业，2022 年 10 月，美国工业和安全局发布了针对中国的新一轮先进计算机和半导体出口管制，旨在限制中国获取先进计算芯片、开发和维护超级计算机以及制造先进半导体的能力，与半导体设备制造相关的设备及相关物品也被列入出口管制清单，限制美国公司或公民参与中国半导体公司的制造和研发过程[3]。

从内部环境分析，中国数字经济的潜力巨大，尤其是目前中国数字化发展的系统性、协同性以及整体性依旧不足，相关配套产业尚且不成熟，同时中国经济内部的资源错配现象依旧严重，数字经济治理依然有提升空间。导致部分中小新兴科技产业面临资金短缺、缺乏融资渠道与产业扶持政策落实不到位的情况。

下图 2 展示了目前全球范围内半导体设备的销售情况，中国大陆与中国台湾销售额高达全球的一半左右，可以推测，中国半导体产业的国产设备替代需求巨大，但是目前中国半导体设备的总体替代率不足。

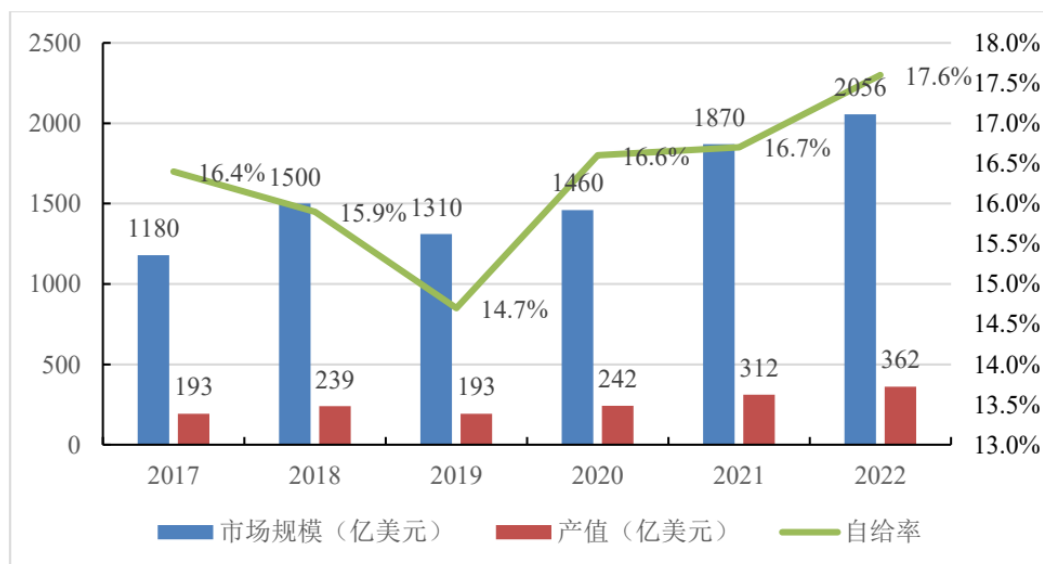
图 2：2017-2021 年全球半导体设备销售额



数据来源：McClean Report Research Bulletin

数字经济发展的基石是半导体产业，数字经济的快速发展产生的新兴需求将刺激我国半导体产业加速国产替代。然而，从图3可以看出，我国微芯片自给水平仍然处于较低水平，贸易逆差仍然巨大。同时，由于目前面临的技术封锁无法在短期内解除，加强国产芯片的进口替代是确保我国数字经济发展的安全保障。中国作为全球芯片市场最大的市场，已形成完整的半导体产业链。[4]然而，如何提升本土企业在国际市场上的竞争优势，实现关键核心技术的进口替代，向产业链上游移动，是我国目前面临的主要挑战。

图3：2017-2022年中国半导体产业规模、产值以及自给率



数据来源：McClean Report Research Bulletin

结论

数字经济目前已经占据中国经济现代化发展的重要推动力，是构筑国家科技竞争力的重要支撑，数字创新能力不断提升，在外部制裁与内部经济发展速度放缓的情况下，依然保持了相对高速的增长。但与此同时，中国数字经济发展安全的基础保障并不稳固，半导体产业相关技术的替代率依然不足，很大程度上依旧无法自给，在面对愈发紧张的中美高科技贸易

的背景下，中国的半导体企业将面对更加复杂的国际局势与国内市场的庞大需求，中国政府为支持高新科技企业发展提供了大量帮助，实施进口替代战略存在客观需要，但是目前仍然处于起步阶段，导致中国半导体产业目前的国产替代率仍然处于较低水平。

参考文献

1. Digital China Development Report (2022) // Cyberspace Administration. URL: <http://www.cac.gov.cn/pdf/web/viewer.html?file=http://www.cac.gov.cn/rootimages/uploadimg/1686402331296991/1686402331296991.pdf> (date of access: 08.10.2023)
2. GOLDFARB A, TUCKER C. Digital economics[J]. Journal of economic literature, 2019, 57(1): 3-43.
3. <https://www.bis.doc.gov/index.php/policy-guidance/advanced-computing-and-semiconductor-manufacturing-items-controls-to-prc>
4. YANG Ying, ZHANG Zhijuan, LU Na. Research on the development path selection of China's chip industry[J]. Modern Radar, 2021, 43(11): 96-97.

Направления применения искусственного интеллекта в банковской сфере

А.Б.Мыржыкбаева¹, Л.М.Айтбаева²

¹ к.э.н., ассоциированный профессор

² обучающаяся 3-го года обучения по специальности «Финансы»

ainurm2000@mail.ru, ajtbaeva.lejla@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: С каждым днем искусственный интеллект (ИИ) главным образом начинает занимать значительное место во всех аспектах жизни человечества. Сегодня искусственный интеллект представляет собой новейшую технологию, способную эффективно применяться в различных областях, включая финансовую сферу. Однако использование искусственного интеллекта в сфере банковских и финансовых услуг идет несколько медленнее, поскольку она отличается более высокой сложностью и уровнем регулирования. Тем не менее, отечественная банковская индустрия стала активно адаптировать искусственный интеллект, изучая новые методы его внедрения.

Ключевые слова: искусственный интеллект, технологии, инновации, Fintech.

Искусственный интеллект продолжает стремительно расширять свое влияние в отраслях, которые в значительной мере зависят от данных – это почти все отрасли промышленности. Сектор финансовых услуг не является исключением. Исследование PricewaterhouseCoopers отмечает, что 52% руководителей в сфере финансов в настоящее время вкладывают "существенные" ресурсы в искусственный разум, и 72% лиц, принимающих стратегические решения, считают, что использование искусственного разума будет бизнес-преимуществом в будущем.

Согласно другим данным, а именно отчету PWC FintechTrendsIndia за 2017 год, глобальные расходы на искусственный разум достигли 5,1 млрд долларов. В документе IHS Markit "искусственный разум в банковском секторе" прогнозируется, что затраты увеличатся и достигнут 300 млрд долларов к 2030 году. Это показывает, что искусственный разум достиг той точки, когда он становится доступным и эффективным для внедрения в финансовый сектор [1]. Чем лучше технологические предприниматели разбираются в новых финансовых технологиях, тем более готовыми они будут к созданию технологических стартапов, привлекающих прибыльных инвесторов и клиентов из банковской сферы.

Банки играют важную функцию в развитии финансовой сферы в современном обществе и мировой экономике, обрабатывая наличные средства, предоставляя кредиты и проводя другие финансовые транзакции. Банки помогают своим клиентам отслеживать свои расходы и накопления, мотивируя их экономить средства и получать проценты для обеспечения безопасного будущего. Эта стимуляция, в свою очередь, помогает финансовым учреждениям предоставлять финансовую поддержку для развития ключевых отраслей промышленности. Учитывая важную роль банковской сферы в мировой экономике, целесообразно, чтобы каждая финансовая транзакция, осуществляемая через банки, была должным образом задокументирована. Для этого банки в первую очередь применяют вычислительные технологии, обеспечивающие формирование массивов баз данных. Многие из удаленных каналов обслуживания, которые банки используют для своих операций, включают банкоматы, почту, телефонный банкинг, интернет-банкинг и мобильный банкинг. Банковская система настолько качественно взаимосвязана, что каждая транзакция может быть прослежена, а обмен информацией может быть осуществлен из любой точки мира при наличии подключения к этим сетям. Деятельность в банковской сфере реализуется с использованием компьютеров и сетей, и эту возможность предоставляет искусственный разум [2].

Искусственный разум трансформирует сферу финансов, автоматизируя задачи, анализируя данные и улучшая опыт обслуживания клиентов. Ярким примером служит облачная платформа кредитования, использующая искусственный разум – UpstartHoldings (NASDAQ: UPST). Компания применяет современные алгоритмы для оценки кредитоспособности и автоматизированной выдачи кредитов. Она проводит анализ обширного объема данных, включая необычные переменные, такие как образование и трудовой стаж, для оценки возможности предоставления кредита и определения процентной ставки. Upstart также использует искусственный разум для управления рисками, исследуя большие объемы данных для выявления потенциальных рисков и прогнозирования сценариев. В марте текущего года MorganStanley (NYSE: MS) объявил о запуске собственного инструмента, базирующегося на искусственном разуме, разработанного совместно с компанией OpenAI. По словам представителей банка, платформа позволяет пользователям обрабатывать и синтезировать контент из данных библиотеки собственных исследований MorganStanley о компаниях, секторах, классах активов, рынках капитала и прочих областях. Генеральный директор JPMorganChase&Co. (NYSE: JPM) Джейми Даймон на последней встрече с аналитиками отметил, что компания потратила \$100 млн на разработку системы искусственного разума для управления рисками и предотвращения мошенничества, и убытки в этих областях снизились на \$100–200 млн при увеличении объемов транзакций.[3]

Ниже можно увидеть данные капитализации на июль 2023 г. трех основных корпораций-участников в сегменте искусственного интеллекта в направлении финансовых услуг (рисунок1).

В контексте развития ИИ в Казахстане, особого внимания заслуживает проведенный 15 ноября в Алматы XI Конгресс финансистов страны. В ходе сессии, посвященной теме "Инновации как основа устойчивого развития. Глобальное изменение финансовых рынков", произошла дискуссия, фокусирующаяся на развитии и применении искусственного интеллекта в финансовом секторе. Участники форума выделили актуальность развития искусственного интеллекта, а также необходимость совместных усилий по его внедрению и регулированию, учитывая, что финансовый сектор в настоящее время является катализатором инноваций.

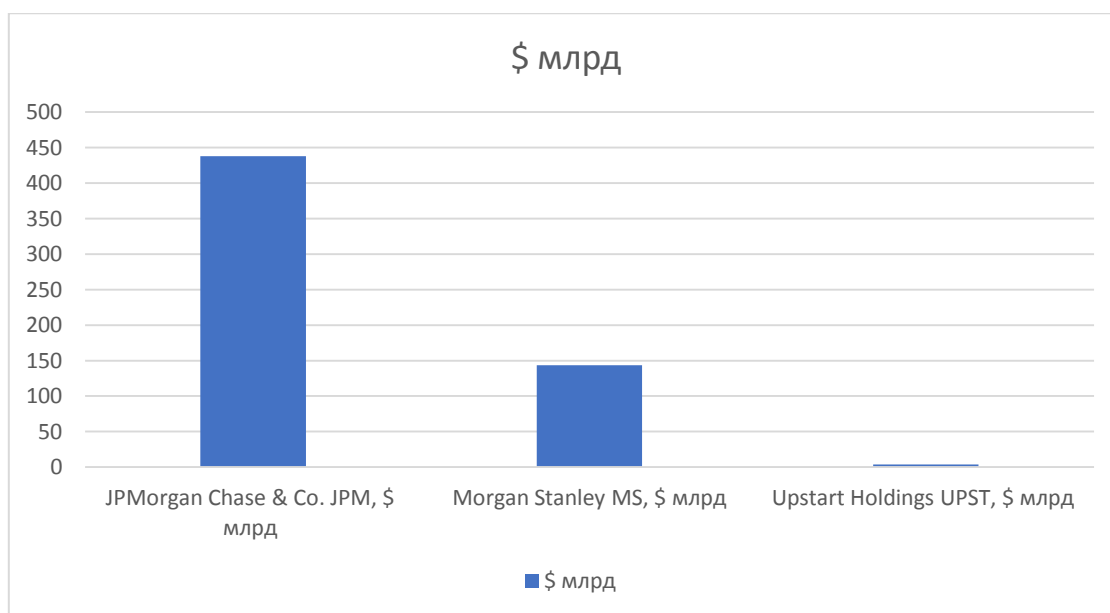


Рисунок 1. Уровень капитализации ТОП-3 корпораций в сегменте ИИ
Примечание – Источник [4]

Вместе с тем важно провести четкое разграничение между аспектами применения искусственного интеллекта и трансформации бизнес-моделей финансовых организаций. В Казахстане отмечается разнонаправленное развитие в контексте перехода банков к платформенным моделям и экосистемам с бизнес-моделью, при которой операции осуществляются вне их баланса, а также среди финансовых институтов, сохраняющих традиционную банкцентричную модель и создающих свои финансовые экосистемы. Отметим, что многие крупные банки также расширяют свою деятельность на смежные области, включая страхование, управление активами, и в настоящее время активно инвестируют в развитие компаний в секторе Fintech.

Выравнивание нормативной базы национального финансового регулирования с международными стандартами предоставит возможность усилить уровень доверия к финансовой системе Республики Казахстан со стороны рейтинговых агентств, потребителей финансовых услуг, а также иностранных инвесторов. Это, в свою очередь, способствует привлечению зарубежных инвестиций и обеспечивает их активное вхождение на казахстанский финансовый рынок.

Более того, для стимулирования инноваций создана правовая среда, включающая внедрение регуляторной песочницы, предоставляющей финансовым институтам возможность тестировать новые технологии без подверженности обычному регулированию. Приняты меры, позволяющие банкам инвестировать до 10% своих активов в компании, специализирующиеся в области информационных технологий и финтех. В сотрудничестве с государственными органами реализован доступ финансовых учреждений к государственным базам данных.

Национальным Банком и Агентством по регулированию и развитию финансового рынка предусмотрены меры для развития открытых интерфейсов (Open API) и концепции открытого банкинга (OpenBanking). В частности, разработана единая платформа для аккредитации участников и получения согласий клиентов в рамках совместной деятельности с государственными органами.[5]

Крупнейший в Центральной Азии технологический форум Digital Bridge 2023 стал площадкой, ориентированной на демонстрацию лучших и самых инновационных финансовых и банковских технологий. Форум собрал спикеров, инвесторов и IT-компании с разных точек планеты, чтобы обсудить роль искусственного интеллекта в современном мире. Представители АО «Евразийский банк» рассказали об опыте применения и дальнейшем развитии ИИ во внутренних процессах банка. Так называемое компьютерное зрение,

читающее клиентское досье уже демонстрирует способность обрабатывать 95% данных и сокращать время работы с документами в 3-4 раза, что увеличивает эффективность деятельности в несколько раз. Суть данной технологии заключается в том, что после клиентского оформления кредита и активного управления приобретенным автомобилем, внутренний процесс в банке включает в себя архивацию кредитного досье клиента. В данном контексте применение компьютерного зрения может заменить человеческий труд в самых рутинных операциях, таких как идентификация типа документов, проверка наличия необходимых справок, анализ ИИН и дат, а также выявление ошибок и неточностей в заполнении документов. Неоспоримым преимуществом является возможность круглосуточного функционирования. Отмечается, что значительным достоинством является постоянное обучение искусственного интеллекта, что позволяет ему все более точно анализировать данные и делать выводы.

Также было подчеркнуто то, что применение искусственного интеллекта активно развивается в Евразийском банке особенно в сфере взысканий (Softcollection), телемаркетинге и наборе сотрудников. А на примере работа контакт-центра отмечается, что 53% от всех обращений клиентов решаются на уровне ИИ. На конец 2025 года банк планирует достичь автоматизации до 64% по входящим обращениям. Кроме того, банк рассматривает возможность создание чат-бота с применением ИИ, способного консультировать клиентов по продуктам, процессам и другим вопросам обслуживания. Другое направление – анализ и противодействие мошенничеству.[6]

В заключение следует отметить, что роль искусственного интеллекта в банковской сфере становится все более существенной и влиятельной. Новые технологии, основанные на алгоритмах машинного обучения и анализе больших данных, революционизируют процессы принятия решений, управления рисками и обслуживания клиентов. Банки активно внедряют ИИ для автоматизации рутинных операций, оптимизации бизнес-процессов и предоставления персонализированных финансовых услуг.

Продвинутые алгоритмы анализа данных позволяют банкам эффективно выявлять мошенническую активность, прогнозировать рыночные тенденции и индивидуализировать предложения для каждого клиента. Внедрение технологий ИИ также способствует снижению операционных затрат, улучшению точности кредитного скоринга и созданию более устойчивой и инновационной банковской среды.

Однако, несмотря на все преимущества, применение ИИ в банковской сфере ставит перед отраслью вызовы в области безопасности данных, этических вопросов и регулирования. Осознание и балансировка этих аспектов будут ключевыми факторами для устойчивого и продуктивного развития банковской индустрии с применением искусственного интеллекта. В целом, интеграция ИИ в банковскую сферу представляет собой перспективный тренд, способствующий созданию более эффективной, инновационной и клиентоориентированной банковской системы.

Список литературы

1. Blurring lines between technology and financial services. URL: <https://www.pwc.in> (Accessed: 29.12.2017)
2. Kul Bhushan. Artificial Intelligence in Indian banking: Challenges and opportunities // Livemint. July 9, 2018. URL: <https://www.livemint.com/AI/v0Nd6Xkv0nINDG4wQ2JOvK/ArtificialIntelligence-in-Indian-banking-Challenges-and-op.html>.
3. Журнал «Финансист», № 3 (31), 2023 г.
4. FactSet
5. Статья от Агентства РК по регулированию и развитию финансового рынка, 16.11.2023, <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/press/news/details/653909?lang=ru>
6. <https://eubank.kz/kompyuternoe-zrenie-chitaet-klientskie-dose-v-evrazijskom-banke-2023->

Цифровые тренды в страховании

А.Б.Мыржыкбаева¹, М.А.Алексеева², А.Ф.Гайнуллина³

¹ к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «Финансы»,

^{2,3} обучающиеся 3-го года обучения по специальности «Финансы»

ainurm2000@mail.ru, alekseevamilana6747@gmail.com, gaynullina_0404@mail.ru

^{1,2,3} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Современные технологии активно влияют на различные области общественной жизни, требуя постепенной интеграции с цифровыми возможностями интернета, включая цифровую экономику. Система страхования играет ключевую роль в этом процессе, выступая в роли непосредственного участника цифровизации финансового сектора и оптимизируя предоставление эффективной поддержки для всех ее основных участников.

Ключевые слова: страхование, цифровизация, страховая система, цифровые интерактивные технологии, ретаргетинг, искусственный интеллект (ИИ).

Страхование представляет собой отношение по имущественной защите интересов физических и юридических лиц (застрахованных) при наступлении определенных страховых случаев посредством выплаты страховых возмещений за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплачиваемых им страхователями страховых платежей, а также из иных источников, не запрещенных законодательством [1]. Также страховая система представляет собой комплекс взаимоотношений, направленных на защиту физических и юридических субъектов государства и его административных подразделений при возникновении определенных страховых событий. Эти отношения осуществляются за счет финансовых ресурсов, формируемых субъектами страховой деятельности через уплату страховых взносов. Развитие внутри страховой системы связано с улучшением качественных и культурных аспектов предоставления страховых услуг, что в условиях современных цифровых процессов требует договорного урегулирования страховых случаев. Страхование, функционирующее на стыке экономики, политики и социальной сферы, представляет собой сложную систему, обусловленную многими аспектами, что требует инновационного подхода к ее внутренней реорганизации, ориентированной на динамику потребительских запросов участников страхования.

В последние годы в Казахстане наблюдается рост интереса к цифровизации в сфере страхования. Компании активно используют онлайн-платформы для продажи полисов, управления полисами и урегулирования страховых случаев. Также внедряются технологии аналитики данных для оценки рисков и персонализации услуг для клиентов. Мобильные приложения становятся более популярными для удобства клиентов в управлении своими страховыми продуктами. Тенденция к цифровому развитию продолжается с акцентом на улучшение онлайн-сервисов и использование новых технологий для оптимизации процессов в страховании.

Отказ от использования бумажных полисов и агентов существенно уменьшает время, необходимое для получения страховки. Теперь за 5 минут можно самостоятельно выбрать программу страхования на сайте компании, указать личные данные, рассчитать стоимость через калькулятор, оплатить онлайн и получить полис по электронной почте или в SMS. Кроме того, жители Казахстана могут получать страховые выплаты онлайн: заполнив форму в личном кабинете на сайте страховщика, прикрепив нужные документы, и после принятия решения компании, средства поступают на банковский счёт клиента. Онлайн-страхование стало более удобным, быстрым и безопасным за счёт интеграции с государственными базами данных. Это позволяет цифровизировать внутренние процессы, такие как учёт, статистика, отчётность и урегулирование убытков. Онлайн-формат сокращает риски мошенничества и

обеспечивает максимальную эффективность и прозрачность как для клиентов, так и для регулирующих органов.

Использование биометрии и других технологий для идентификации личности гарантирует доступ к страховым продуктам и услугам только у клиентов страховой компании. Мировые страховые и перестраховочные компании уже активно применяют искусственный интеллект. В Mitsubishi UFJ Financial Group, японском холдинге, высококвалифицированные специалисты фокусируются на ключевых задачах, в то время как ИИ берет на себя рутинную работу. Более 9,5 тысяч рабочих мест в компании автоматизированы. Использование искусственного интеллекта может существенно повысить уровень обслуживания в страховой сфере, улучшая оценку рисков и общее качество предоставляемых услуг. Искусственный интеллект также помогает анализировать огромные объемы рыночных данных, включая потребительский спрос, активности конкурентов, экономические показатели и рыночную волатильность, что помогает регулировать тарифы на страхование для оптимизации услуг.[2]

АО «Халык-Life» - первая страховая компания среди компаний по страхованию жизни, выпустившая мобильное приложение для своих клиентов. Уникальный мобильный сервис обеспечивает клиентам компании круглосуточный доступ к действующим договорам страхования. Благодаря этому сервису, клиенты в любой момент могут ознакомиться с информацией по договорам страхования и отправить уведомление о страховом случае, оплачивать страховые взносы и отслеживать историю платежей, контролировать размер начисленных страховых дивидендов по договорам накопительного страхования жизни, проверять график, размеры и статус выплат по договорам пенсионного аннуитета.

В 2019 году в Казахстане СК FreedomInsurance стала первой компанией, представившей цифровую модель страхового обслуживания. Они отказались от филиалов и услуг страховых агентов, сосредоточившись на внедрении электронных полисов автострахования. Оформить эти полисы можно было через терминалы и сайт страховой компании. По данным Государственного кредитного бюро, в 2019 году СК FreedomInsurance возглавила рынок онлайн-страхования, оформив 55,5% всех электронных полисов в стране за тот период. Однако не все жители стремились пользоваться новыми онлайн-продуктами, многие предпочитали бумажные полисы.

Развитию цифровизации сильно способствовала пандемия COVID-19: в это время люди активнее начали оформлять онлайн-полисы ОГПО и КАСКО, а страховые компании внедряли новые сервисы, такие как переоформление полисов через личные кабинеты на сайтах.

Однако за два года пандемии и карантина многие казахстанцы временно остались без постоянного дохода. Для некоторых обязательные страховые продукты, такие как ОГПО, стали финансовой нагрузкой на семейный бюджет, не говоря уже о добровольных программах страхования.

В ноябре 2022 года в Казахстане появился новый сервис быстрых онлайн-выплат при страховом случае – dtp.kz. Теперь автовладельцы, попавшие в аварию, могут без долгой волокиты с документами и поездок в офис страховщика самостоятельно подать заявление о страховом случае онлайн и получить компенсацию. Для этого нужно на сайте перейти в личный кабинет через СМС-код и подать заявку. Далее по инструкции выполнить необходимые действия. Страховую выплату можно получить двумя способами: мгновенно на карту FreedomBank или на карту любого другого банка. В среднем весь процесс онлайн-выплаты занимает около 5–7 дней.[3]

Рейтинг компаний по страхованию жизни по девяти показателям за 2022 год возглавила КСЖ «Халык-Life» с общим синтетическим баллом 32. Далее – КСЖ «Европейская страховая компания» с общим баллом 33. На третьем месте – КСЖ FreedomLife.[4]

По данным сайта КСЖ «Халык-Life» доля премий по отрасли «страхование жизни» снизилась в 2022 году до 36,9% от совокупного объема страховых премий по сравнению с 42,1% в 2021-м. Поступление премий по классу страхования жизни составило 167,3 млрд

тенге против 165,3 млрд тенге. Премии по аннуитетному страхованию составляют 32 млрд тенге, сократившись на 52,7%. Лидером рынка по совокупным премиям стала КСЖ «Халык-Life», которая привлекла 103,6 млрд тенге. В разрезе классов страхования максимальный сбор премий по страхованию жизни также у КСЖ «Халык-Life»: она собрала 71 млрд тенге, что на 2,5% ниже, чем в 2021 году. Лидером по объему премий по классу аннуитетного страхования осталась КСЖ «Номад Life». Произошло снижение объема страховых премий компании на 31%, до 54 млрд тенге. Резерв убытков по договорам страхования (перестрахования) жизни составил 107,5 млрд тенге в 2021 году и 172 млрд тенге в 2022-м, таким образом, прослеживается увеличение на 60,1%.

Итоги 2022 года показали увеличение страховых выплат по классу страхования жизни на 35,9% по сравнению с 2021-м. Страховые выплаты по страхованию жизни составили 11,7 млрд тенге против 8,6 млрд тенге соответственно.[5]

Цифровые тренды в разных странах мира:

США: Считается главным мировым страховым рынком, где цифровизация начала свое развитие еще на ранних этапах. Основные запросы от американцев включают страхование от стихийных бедствий и медицинское страхование для работников.

Китай: За последние два десятилетия основной объем доходов китайской страховой отрасли приходится на личное и страхование жизни. Этот рынок стремится обогнать США к середине 2030-х годов, при этом первые онлайн страховые программы были запущены в 2017 году, начиная с автострахования.

Япония: Япония, один из крупнейших страховых рынков, привлекает внимание своим спросом на страхование жизни и страхование от стихийных бедствий. Цифровизация в этой стране получила развитие в период пандемии COVID-19 в 2020 году, охватив более половины рынка за короткий срок.

Европа: Начиная с 2000-х годов, первые электронные продукты страхования в Европе не получили широкого распространения из-за ограниченного доступа к интернету. В настоящее время большинство стран Европы успешно внедрили онлайн страхование, в основном, сосредотачиваясь на накопительном страховании жизни, медицинском страховании и пенсионных программах.

Россия: С 2015 года в России автовладельцы могут покупать электронные полисы ОСАГО, отметив начало цифровизации страхового рынка. С 2017 года российские компании по страхованию жизни начали активно адаптировать свои программы к онлайн формату, включая страхование туристов и от несчастных случаев. Трендом стало накопительное и инвестиционное страхование жизни.

Таким образом, проанализировав мировые тренды цифровизации в страховании представим их в следующем виде:



Рисунок 1. Тренды цифровизации в страховании

Примечание – составлено авторами согласно источнику [2]

С развитием гипертекстовых и цифровых технологий прямые текстовые данные заменяются оптимизированными формами передачи информации. Интерактивные таблицы и калькуляторы услуг становятся популярным средством предоставления материала, моделируя страховые услуги и удовлетворяя потребности клиентов. Ретаргетинг формирует гибкие скидочные решения, повышая динамику запросов на услуги цифровых страховых агентов. Тем не менее, традиционные конкурентные факторы, включая цены и страховые тарифы, продолжают влиять на систему страхования. Оценка этого требует специализированного отдела, который анализирует потребности в инновациях и регулирует внедрение продуктовых решений.

Появление итераций с конечным пользователем привело к стандартизации вопросов, требуя разработки алгоритмов ответов, применяемых в технологии "чат-ботов". Современные чат-боты предоставляют консультации, оценивают вероятность страховых случаев и могут инициировать запросы на страховые услуги, используя стандартизированные тестовые формы.

Таким образом, внедрение цифровых технологий стало определяющим направлением в страховой системе. Эти технологии действуют как механизмы, оптимизирующие стандартизированные формы страховой системы, согласуясь с современными динамичными ожиданиями потребителей страховых услуг. Весь спектр ключевых цифровых инноваций направлен на широкую взаимную интеграцию с целью повышения эффективности внутренних процессов цифровизации в сфере страхования. Этот подход делает процесс оформления полисов и заключения соглашений более удобным и быстрым, позволяя клиентам выбирать, подписывать и управлять своими страховыми программами онлайн, включая возможность заявления о страховых случаях и получения онлайн-выплат через веб-сайт страховой компании.

Список литературы

1. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1021136
2. <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovyye-trendy-strahovoy-otrasli/viewer>
3. <https://bankffin.kz/>
4. https://forbes.kz/leader/rejting_strahovyih_kompaniy_-_2022_1660656725/
5. <https://www.halyklife.kz/accumulation/life-invest>

Новые цифровые инструменты на Казахстанской фондовой бирже

А.Б.Мыржыкбаева¹, Н.Н.Леонова²

¹к.э.н., ассоциированный профессор кафедры «Финансы»,

²студент 3-го года обучения по специальности «Финансы»

ainurm2000@mail.runoeliyaleonova@gmail.com

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В данной статье рассмотрены разработки Казахстанской фондовой биржи (KASE) и внедрение ею новых технологий, в частности токенизированных ценных бумаг. Данные вопросы изучены в контексте их влияния на развитие финансового рынка Республики Казахстан. В статье также подчеркивается активность исследовательского и образовательного сообщества в изучении финансового рынка страны и новых инвестиционных возможностей, созданных токенизированными акциями.

Ключевые слова: Казахстанская фондовая биржа (KASE), финансовый рынок, токенизированные ценные бумаги, security-токены, смарт-контракты, блокчейн-технологии.

Казахстанская фондовая биржа является одной из важных финансовых институтов Казахстана и имеет значительное влияние на экономику страны. KASE – это универсальный

финансовый рынок, который условно можно разделить на пять основных секторов: рынок иностранных валют, рынок государственных ценных бумаг, рынок акций и корпоративных облигаций, рынок операций репо, рынок деривативов.[1]

Казахстанская фондовая биржа играет ключевую роль в привлечении инвестиций, создании ликвидности на финансовом рынке и регулировании финансовой системы Казахстана. Внедрение токенизированных ценных бумаг открывает новые перспективы для инвесторов, обеспечивая надежность и доступность активов. Биржа продолжает инновационный путь, предлагая современные финансовые инструменты и поддерживая стабильность рынка. KASE также является активным участником мировых финансовых рынков, что способствует интеграции казахстанской экономики в глобальное сообщество.[1] Биржа привлекает внимание исследователей и аналитиков, регулярно публикуя информацию о своей деятельности. Казахстанский финансовый рынок, включая KASE, новых инвесторов, компаний и образовательных программ, отражая рост и разнообразие в финансовой сфере страны.[2]

KASE начала расчет и публикацию новых индикаторов рынка денег – TONIA Compounded Index и TONIA Compounded Rate и расчет индексов рынка ГЦБ. В эксплуатацию биржа ввела обновления ТКС ASTS+, позволяющие проводить торги методом подписки. Запущены площадка «Частное размещение» для негосударственных ценных бумаг и платформа KASE Global для торговли иностранными акциями. С начала 2023 года на KASE открыты торги новыми валютными парами: долларом США с расчетами в юанях и евро с расчетами в юанях.[2] Биржа оказывает услуги центрального контрагента (ЦК) на всех рынках: фондовом, денежном и срочном, где ЦК несет риски по исполнению сделок, являясь для всех участников стороной сделки. В 2022 году на базе ЦК был запущен новый продукт – клиринговые сертификаты участия (КСУ), которые выпускаются в обмен на активы, внесенные в пул ценных бумаг (ЦБ). Для упрощения учета ЦБ и регистрации операций с ними внедрен «омнибус» счет для участников торгов, который позволяет одновременно учитывать и деньги, и ценные бумаги. [2] Поставила и помогла внедрить на площадке KASE автоматизированную надзорную систему Scila Surveillance шведская компания Scila AB – поставщик технологий в сфере надзора за рынком, борьбы с отмыванием денег и управления рисками.

В мобильное приложение KASE Mobile включены данные по акциям, валютам, ГЦБ, облигациям, индикаторам, статус торгов, новости KASE и компаний, информация о брокерах и учебных торгах для физлиц в рамках конкурса «Биржевой симулятор». Сервис доступен на Android и IOS, бесплатный, без авторизации, на русском, казахском и английском языках. На фоне роста интереса к цифровым активам, биржа рассматривает возможность внедрения новых продуктов, выпущенных с использованием технологий блокчейн. В частности, изучается возможность запуска торгов ETF, обеспеченных криптовалютой, фьючерсными контрактами, базовым активом которых является индекс криптовалюты: биткойна или эфириума. Как следующий этап развития направления цифровых активов разрабатывается концепция развития цифровых инструментов, предполагающая выпуск токенизированных ценных бумаг на основе технологии распределенного реестра. [3]

Токенизированные акции – это ценные бумаги в виде security-токенов. Токены обеспечены реальным активом и привязаны к его стоимости. Их нельзя подделать, они не обладают высокой волатильностью.[3] Курс может быстро упасть или вырасти. Security-токены наделены материальными правами, поэтому считаются более надежными активами. Токенизированными акциями являются реальные акции компании. С их помощью можно зарабатывать на дивидендах и разнице курса, также как и на классических бумагах. Токены на инфраструктуре блокчейн подтверждают право собственности. Условия использования активов регулируются смарт-контрактами.[4] Токенизации подлежат не только акции, но и любые ценности (недвижимость, предметы искусства), в том числе без материального выражения: видео, авторские права.

Security-токены регулируются существующими законами об обращении ценных бумаг. Поэтому компании, выпускающие цифровые акции, несут за них ответственность.[5] На токенизированные акции распространяется действие законодательства относительно ценных бумаг. Выпускающие их компании обязаны выполнять обязательства относительно держателей.

СВОЙСТВА ТОКЕНИЗИРОВАННЫХ АКЦИЙ

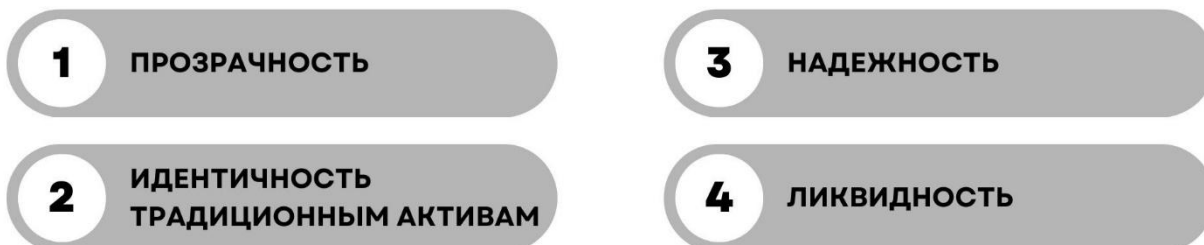


Рисунок 1. Свойства токенизированных акций

Примечание – составлено автором на основе источника [4]

Токенизированные акции открыли новые возможности для инвестирования в искусство, недвижимость. На одно произведение или объект можно выпустить много дешевых токенов. Доступная цена привлекает многочисленных вкладчиков.[4] Токенизация повышает ликвидность активов. Любой актив можно разбить на n-ое число токенов. Ликвидность повысится, а актив станет доступнее для трейдеров и инвесторов.

В Казахстане также действует соответствующая законодательная база для развития "зеленого" финансирования, включающая в себя экологический кодекс, выполнение стратегии углеродной нейтральности, утверждение таксономии "зеленых" проектов и предоставление субсидий по ставкам.

Концепция токенизированных ценных бумаг привлекала внимание исследователей и предпринимателей в различных странах. Однако следует отметить, что использование токенизированных ценных бумаг на тот момент было ещё в стадии разработки и тестирования, и только некоторые проекты были внедрены в практику.

Несколько стран проявляли интерес и проводили пилотные проекты в области токенизации ценных бумаг. Можно отметить, что концепция токенизированных ценных бумаг вызывает живой интерес исследовательского и предпринимательского сообщества в различных странах. Несколько стран, включая США, Швейцарию, Германию, Сингапур и Мальту, выделялись активностью в проведении пилотных проектов и исследований в области токенизации ценных бумаг. Регуляторы в США активно внедряли регулирования, а компании и стартапы проводили эксперименты с токенизацией акций. Швейцария и Германия, как центры финансовых инноваций, также привлекали внимание с пилотными проектами, а Сингапур и Мальта стремились укрепить свои позиции в области блокчейн-технологий, включая токенизацию ценных бумаг.

Цифровые акции размещаются через STO – аналог IPO, только более быстрый и дешевый. Расходы на листинг меньше, аудит и андеррайтинг для блокчейн-проектов проходит проще.[2] По итогам IPO простых акций АО «НК «КазМунайГаз» через подписку на KASE привлечено 137,5 млрд тенге по 8 406 тенге за акцию. Простые акции компании с 3 февраля включены в расчет Индекса KASE. За 6 месяцев 2023 года объем торгов простыми акциями КМГ превысил Т98 млрд или почти 80% от общего объема торгов с индексными акциями. За I полугодие 2023 года объем торгов локальными акциями вырос, по сравнению с I полугодием 2022 года в 2,7 раз, превысив 147 млрд тенге. [4] Биржа активно содействует внедрению принципов "зеленого финансирования" в события и проекты, способствует улучшению раскрытия ESG-данных компаниями, входящими в листинг, в их ежегодных

финансовых отчетах, а также повышает осведомленность рынка. Мы организуем встречи с участием международных экспертов, таких как IFC, PwC, Ernst&Young, и других, чтобы привлечь эмитентов и инвесторов к устойчивому финансированию. Кроме того, биржа предоставляет услуги по выпуску и размещению ценных бумаг для финансирования "зеленых" и "социальных" проектов, предоставляя льготы по листинговым сборам для эмитентов облигаций устойчивого развития и консультационную поддержку.

ТОКЕНИЗИРОВАННЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ



Рисунок 2. Токенизированные ценные бумаги в различных странах

Примечание – составлено автором на основе источника [5]

С момента запуска рынка устойчивых облигаций в 2020 году в официальный список KASE было включено 15 выпусков ESG-облигаций: 9 "зеленых" облигаций на сумму 128,3 млрд тенге, размещено 7 выпусков на 88,4 млрд тенге, а также 6 "социальных" облигаций на 76,7 млрд тенге, размещено 5 выпусков на 45,5 млрд тенге. Биржа также заключила соглашения с шестью компаниями-верификаторами для проведения оценки выпусков местных ценных бумаг с учетом ESG-критериев с целью включения их в международную базу "зеленых" облигаций. Эти компании включают в себя PriceWaterhouseCoopers, Эксперт РА, аналитическое кредитное рейтинговое агентство GreenFinanceCentre (GFC), E&Y, GreenInvestmentGroup (GIG).

В Казахстане также действует соответствующая законодательная база для развития "зеленого" финансирования, включающая в себя экологический кодекс, выполнение стратегии углеродной нейтральности, утверждение таксономии "зеленых" проектов и предоставление субсидий по ставкам.

Таким образом, Казахстанская фондовая биржа (KASE) является важным инструментом для привлечения инвестиций, развития финансового рынка, поддержания стабильности и регулирования финансовой системы. Внедрение токенизированных ценных бумаг на KASE создает новые возможности для инвесторов, обеспечивая надежность, ликвидность и доступность активов. Биржа продолжает инновации, предлагая современные финансовые инструменты и расширяя платформы для торговли иностранными акциями, способствуя развитию финансового рынка в Казахстане. Токенизированные акции, основанные на блокчейн-технологии, представляют собой технологический прорыв в области выпуска и управления акциями.[5] Их ключевое преимущество — повышение ликвидности и расширение доступности для разнообразных инвесторов. Множество стран, включая США, Швейцарию, Германию, Сингапур и Мальту, проявляют интерес к этому инновационному финансовому инструменту, осуществляя пилотные проекты. С появлением новых технологий и изменением регулирования, токенизированные акции будут продолжать свое развитие, вероятно, становясь более широко распространенными в будущем. Обобщая, эти акции представляют собой захватывающий этап в эволюции финансовых инструментов, меняя традиционные представления и открывая новые возможности для инвесторов.

Биржа продолжает инновационный путь, внедрение цифровых активов, токенизированных ценных бумаг, и активно поддерживает "зеленое финансирование", улучшая раскрытие ESG-данных компаний и предоставляя услуги для финансирования устойчивых проектов. Кроме того, она успешно провела IPO, привлекла значительные инвестиции и увеличила объем торгов локальными акциями, демонстрируя свою роль в развитии финансового рынка и поддержке устойчивого развития.

Список литературы

1. Официальный сайт Казахстанской фондовой биржи // <https://kase.kz/ru/>
2. Валентинова Л. Научная статья «На KASE будут представлены токенизированные ценные бумаги». Дата обращения – 01.09.2023 г. // <https://prodengi.kz/post/na-kase-budut-predstavleny-tokenizirovannye-cennye-bumagi>
3. Научная статья «Токенизированные активы и как ими торговать» // <https://fsr-develop.ru/chto-takoe-tokenizirovannye-akcii-i-kak-imi-torgovat>
4. Сурган И. Научная статья «Разбираемся стоит ли покупать токенизированные акции и как на них можно заработать инвестору». Дата обращения – 27.07.2022 г. <https://incrypted.com/tokenizirovannye-akcii>.
5. Мынбаев М. Научная статья. Дата обращения - 04.10.2021 г.// <https://blockchain24.pro/chto-takoe-tokenizirovannye-akcii-i-kak-imi-torgovat>

Тренды цифровизации платежной индустрии: мировой опыт и особенности в Казахстане

А.Б. Мыржыкбаева¹, А.Н. Низамиева²

¹ к.э.н., ассоциированный профессор

² обучающаяся 3-го года обучения по специальности «Финансы»

ainurm2000@mail.ru ruaneli4ka2003@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье анализируется влияние цифровых технологий на финансовую сферу как в глобальном масштабе, так и в контексте Казахстана. Особое внимание уделяется тенденциям, присущим финансовому сектору Казахстана, включая адаптацию к местным потребностям, регулирование и инновации в цифровых платежах. В мировых платежах происходят значительные изменения под воздействием цифровизации, особенно в свете пандемии COVID-19. Этот процесс включает разнообразные инновации в проведении транзакций, с активным использованием современных финансовых инструментов. Цифровая трансформация в финансовом секторе становится ключевым фактором для обеспечения конкурентоспособности экономики. Тренды включают в себя внедрение дистанционных платежных сервисов, расширение мобильных платежей и переводов, активное использование QR-кодов и бесконтактных технологий, а также интеграцию биометрических технологий. Развитие мощного финансового сектора требует широкого использования передовых технологий, таких как мгновенные платежи и цифровые валюты центральных банков.

Ключевые слова: цифровизация, финтех-решения, инновации, QR, платежи.

В последние 10-15 лет наблюдается заметный прогресс в разработке и расширении областей применения новых цифровых решений в финансовой индустрии. Распространение использования смартфонов стимулирует развитие различных мобильных сервисов для управления финансами и проведения платежей. Цифровизация способствует модернизации финансовых и платежных услуг, объединяя традиционные решения с новыми финтех-направлениями. Глобальная цифровая трансформация финансовых услуг становится неизбежным результатом технологического прогресса и изменения потребительского поведения в сфере финансов и платежей. В условиях активной цифровизации по всему миру, включая платежную индустрию, ожидается дальнейший рост безналичных платежей.[1]

Согласно отчету PwC, предполагается, что количество безналичных транзакций в мире вырастет более чем на 80% к 2025 году, достигнув отметки в 1,9 трлн операций. Прогнозы ReportLinker также указывают на ожидаемый рост рынка цифровых платежей со среднегодовым темпом в 13,7% в период с 2021 по 2026 год. Этот рост обусловлен увеличением удобства платежей, реформами в регулировании и изменениями потребительского поведения.[2]

Эксперты также прогнозируют, что к 2024 году объем мировых платежей через мобильные устройства превысит 2 трлн долларов США. В последние годы быстрые или мгновенные платежи стали ключевым трендом в сфере финансов. Эти системы обеспечивают реальное или приближенное к реальному время проведения транзакций и доступность в течение 24/7. Преимущества мгновенных платежей включают увеличение оборачиваемости денег, разработку новых сервисов и содействие финансовой инклюзивности. Они призваны ускорить розничные платежи, предоставляя альтернативу традиционным карточным и клиринговым системам, а также способствуют увеличению безналичных платежей. На текущий момент системы мгновенных платежей успешно внедрены в 60 странах, включая "FasterPaymentsService" в Великобритании, "Fastandsecuretransfers" (FAST) в Сингапуре, "Swish" в Швеции, "NewPaymentsPlatform (NPP)" в Австралии, а также системы в Российской Федерации, Беларуси и TARGET InstantPaymentSettlement (TIPS) в Европейском союзе.

Экосистемы зарождаются на глобальном рынке путем:[4]

1) расширения финансовыми институтами собственных услуг – «банкоцентричные», к таким относятся банки «Сбер» и «Тинькофф» в Российской Федерации, испанский банк BBVA, сингапурский банк DBS, АО «KaspiBank» в Казахстане;

2) расширения оказываемых сервисов «Bigtech» компаниями (технологическими многофункциональными платформами (США – «Google», «Meta», «Amazon», Китай – «Alibaba», «Tencent», Япония – «Docomo»).

Глобальные технологические гиганты расширяют свое влияние в финансовой сфере, предоставляя услуги платежей, участвуя в кредитовании, краудфандинге и страховании

(рисунок 1). Экспансия этих компаний на финансовых рынках активнее происходит в развивающихся странах, чем в странах с развитой экономикой.







	 Основной бизнес	 Электронные кошельки	 Кредитование	 Платежи	 Краудфандинг	 Страхование
Google	Интернет поиск/реклама	✓		✓		
Apple	Технологии/оборудование			✓		
Facebook	Соц.сети/реклама			✓		
Amazon	Электронная коммерция / онлайн-розница		✓	✓	✓	✓
Alibaba	Электронная коммерция / онлайн-розница	✓	✓	✓	✓	✓
Tencent	Технологии, игры, мессенджеры	✓	✓	✓	✓	✓
Baidu (Du Xiaoman)	Интернет поиск/реклама	✓	✓	✓	✓	✓

Рисунок 1. Расширение услуг Bigtech

Примечание – Источник: на основе публикации Банка международных расчетов [6]

Факторы успеха вхождения компаний "Bigtech" включают в себя управление огромными данными, широкую клиентскую базу и цифровую инфраструктуру, а также мультифункциональность сервисов. Прогноз McKinsey предвещает, что к 2025 году около 30% мирового корпоративного дохода будет создано цифровыми бизнес-экосистемами. Регуляторная политика для таких экосистем активно формируется во многих странах, включая ЕС, Великобританию и США.

Платежи через QR-коды активно распространяются в мире, особенно в Азии, и постепенно становятся популярными в Европе и Северной Америке. Китай лидирует в этой тенденции, где 95% мобильных платежей осуществляются через QR-коды, и количество таких транзакций выросло в 15 раз с 2017 по 2020 год. Этот метод оплаты также активно внедряется в других регионах, включая Африку, Индию, Таиланд, Малайзию, Сингапур, Гонконг и США.[10]

Международные платежные системы Visa и Mastercard широко используют решения с QR-кодами. Ведется работа по стандартизации этих кодов для обеспечения гибкости и удобства для торговцев и потребителей, а также для предотвращения мошенничества и обеспечения безопасности платежных решений. Такие стандарты уже внедрены в ряде стран, включая Гонконг, Сингапур, Индонезию, Саудовскую Аравию, Австралию, Бразилию и Гану.[9]

В Казахстане сейчас прослеживаются следующие основные тенденции на платежном рынке:

1. Цифровизация финансов и услуг: услуги становятся доступными онлайн через интернет и мобильный банкинг, что сопровождается переходом от физического обслуживания к удаленному.

2. Инновационные методы платежей: развиваются новые сервисы с использованием QR-кодов, биометрии и бесконтактных технологий, упрощая процесс проведения платежей.

3. Формирование цифровых экосистем: создаются "банкоцентричные" цифровые экосистемы с функциями финтех-компаний, объединяя различные финансовые и сервисные возможности.

4. Рост дистанционных услуг: онлайн и мобильный банкинг становятся предпочтительными каналами обслуживания, что меняет принципы оказания финансовых услуг.

Наиболее значимым трендом последних лет в финансовой отрасли стало предоставление онлайн услуг посредством Интернета и мобильных приложений. Финансовые услуги переходят в дистанционные каналы обслуживания (онлайн/мобильный банкинг). Применение финансовых технологий меняет принципы обслуживания клиентов. Внедряя инновационные технологии, банки переходят от физического обслуживания клиентов к удаленному. За 9 месяцев 2023 года банками и АО «Казпочта» с использованием платежных инструментов (платежные поручения, платежные требования, чеки, платежный ордер, инкассовые распоряжения, платежные извещения, платежные карточки) были проведены транзакции в количестве 4,9 млрд. на сумму 467,7 трлн. тенге. Наиболее распространенным на территории Казахстана платежным инструментом по количеству платежей являются платежные карточки (доля составляет 95%), по объему платежей – платежные поручения (доля - 84%) (Таблицы 1 и 2).

Таблица 1

Платежные инструменты по количеству платежей (тыс. тенге)

Платежные инструменты	2021 г.	2022 г.	9м. 2023 г.	Доля	Рост (2021-9м.2023 гг.)
Платежные поручения	242 196,5	271 443	210 696,8	4%	-13%
Платежные требования	1 598,0	1 109,5	1 113,0	0%	-30%
Чеки	1,7	1,3	1,0	0%	-39%
Платежный ордер	45 592,5	29 928,0	24 564,8	1%	-47%
Инкассовые распоряжения	960,8	1 475,6	1 445,3	0%	50%
Платежные карточки	1 571 455,1	3 174 351,3	4 594 807,3	95%	+192%
Платежное извещение	36 441,3	32 510,3	19 498,2	0%	-46%
Примечание - Источник: Национальный Банк Республики Казахстан					

Высокий удельный вес платежных карточек по количеству связан с использованием данного платежного инструмента в основном для платежей и переводов денег на небольшие суммы, а именно используется населением для совершения розничных платежей и переводов денег. Вместе с тем, по объемам платежей преобладают платежные поручения, что связано с использованием данного инструмента для совершения платежей и переводов денег между банковскими счетами. Наименее используемым платежным инструментом на рынке являются чеки, что обусловлено их спецификой и переходом населения на использование более удобных и инновационных способов проведения платежей и переводов денег. Среди всех платежных инструментов платежные карточки показывают наибольший рост в использовании. Количество и объем платежей с использованием платежных карточек за последние 3 года (за 9 месяцев 2023 г. по сравнению с аналогичным периодом 2021 г.) увеличились в 4,3 раза и 3,1 раз, соответственно.[11]

Таблица 2

Платежные инструменты по объему платежей (млрд. тенге)

Платежные инструменты	2021 г.	2022 г.	9 м. 2023 г.	Доля	Рост (2021-9м.2023гг.)
Платежные поручения	419 807,7	408 597,9	394 708	84%	-6%
Платежные требования	30,8	34	34,8	0%	13%
Чеки	7,4	6,7	2,7	0%	-64%

Платежный ордер	5 183,6	7 580,1	6 492,7	1%	25%
Инкассовые распоряжения	184,4	182,3	144,1	0%	-22%
Платежные карточки	30 375	51 915,3	65 144,1	14%	114%
Платежное извещение	1 477,7	1 455,7	1 199	0%	-19%
Примечание - Источник: Национальный Банк Республики Казахстан					

На текущий момент все основные финансовые услуги, включая открытие банковского счета, получение платежной карточки и денежные переводы, доступны в онлайн-режиме и удаленно. Национальный Банк ввел систему удаленной биометрической идентификации клиентов в пилотном режиме с апреля 2020 года, что позволило открывать счета для социальных выплат в период пандемии. Сервис был запущен в октябре 2020 года, и клиенты провели более 9,8 млн. идентификаций лиц в январе-сентябре 2023 года. Технология оплаты через QR-коды широко используется гражданами. За первое полугодие 2023 года проведено 192,8 млн. транзакций на 1,3 трлн. тенге, что составляет 26,4% всех безналичных платежей в онлайн-режиме. Это представляет рост в 33 раза по количеству и 10 раз по объему по сравнению с 2020 годом. Для унификации QR-кодов в платежной сфере был утвержден стандарт СТ РК 3712-2021 от 13 августа 2021 года.

Бесконтактные платежи через ApplePay и SamsungPay также активно внедрены на казахстанском рынке. В первом полугодии 2023 года совершено 18,8 млн. транзакций на 104 млрд. тенге, причем 85,8% по количеству и 84,7% по объему приходится на ApplePay. [7]

В последние годы банки активно проводят реинжиниринг своих методов предоставления финансовых услуг, уходя от традиционных филиалов в пользу современных и инновационных подходов. Это включает цифровые методы обслуживания с использованием мобильных приложений и других технологий, создавая новую модель банкинга. Лидерами на финансовом рынке становятся банки и небанковские финансовые организации, успешно интегрирующие финтех-решения в свои услуги, в том числе через цифровые банки и финансовые экосистемы. Банки также расширяют свои экосистемы, предоставляя разнообразные услуги, не ограничиваясь традиционными банковскими функциями. Финансовые институты в Казахстане переносят свой фокус на развитие собственных экосистем, предлагая как финансовые, так и нефинансовые услуги. Это включает в себя строительство крупных закрытых экосистем, где банки становятся финтех-компаниями, что приносит пользу клиентам в виде улучшения опыта обслуживания и предлагает новые возможности использования услуг. Примером успешной экосистемы является платформа Kaspi.kz, предоставляющая широкий спектр финансовых и нефинансовых услуг. Другие банки, такие как "Народный банк Казахстана", также строят свои собственные экосистемы, внедряя маркетплейсы, рассрочку, страхование и инвестирование. Однако, несмотря на преимущества, создаваемые такими закрытыми экосистемами для потребителей, их нерегулируемое развитие вызывает определенные вызовы. Это создает конкуренцию с другими бизнес-моделями, делает производителей зависимыми от правил и тарифов экосистем, и определяет модель потребления клиентов. [9]

Таким образом, в глобальном платежном секторе происходит активная цифровизация и расширение безналичных платежей. Международный рынок наблюдает за ростом инновационных методов электронных и мгновенных платежей, включая QR-коды, номера мобильных телефонов и влияние BigTech, FinTech-компаний, а также глобальных цифровых экосистем. Новое поколение цифровых продуктов, таких как мобильные кошельки, бесконтактные технологии и онлайн-платформы, становятся все более распространенными. Национальные цифровые валюты, предложенные центральными банками, также получают значимость. В Казахстане финансовый сектор активно адаптируется к мировым тенденциям, достигая успехов в различных областях, включая Интернет и мобильный банкинг, использование QR-кодов для платежей и развитие цифровых экосистем и маркетплейсов. Внедрение системы удаленной биометрической идентификации клиентов способствует

улучшению доступности и снижению затрат на финансовые услуги. Программа развития национальной платежной системы, запущенная Национальным Банком, включает создание модифицированной системы мгновенных платежей и национального свитчинга и клиринга для карточных операций, подчеркивая стремление к инновациям в платежной сфере. Казахстан готов к успешному развитию платежного рынка через применение искусственного интеллекта, машинного обучения и аналитики больших данных для автоматизации банковских услуг и улучшения клиентского опыта.

Список литературы

1. Cashless society: the future of digital payments — Financier Worldwide (2021). Режим доступа: <https://www.financierworldwide.com/cashless-societythe-future-of-digital-payments#.YR9B3Khxf0>
2. PwC прогнозирует трехкратный рост безналичных операций к 2030 году (2021). Режим доступа: <https://frankrg.com/51950>
3. Going cashless: Are banknotes in danger of extinction? (fintechmagazine.com) (2021). Режим доступа: <https://fintechmagazine.com/digital-payments/going-cashless-are-banknotesdanger-extinction>
4. Prime Time for Real-time (2021). ACI Worldwide.
5. World Payments Report 2020 (2020). Capgemini.
6. Global Real-Time Payments Transactions Surge by 41 Percent in 2020 as COVID-19 Pandemic Accelerates Shift to Digital Payments - New ACI Worldwide Research Reveals (2021). Режим доступа: <https://investor.aciworldwide.com/news-releases/news-release-details/global-realtime-payments-transactions-surge-41-percent-2020>
7. WorldPaymentsReport 2021 (2021). Capgemini.
8. Что такое бизнес-экосистемы и зачем они нужны (2021). Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/6087e5899a7947ed35fdbbf3>
9. QR Codes Are Making Touchless Payments A Reality. (2021). PYMNTS.com Режим доступа: <https://www.pymnts.com/digitalpayments/2021/qr-codes-making-touchless-payments-a-reality/>

Противодействие отмыванию денежных средств в контексте цифровых финансов: проблема криптовалют

А.Е. Нурмагамбетов¹, Д.А. Ааянбеков², Г.А.Кадырова³
^{1,2}студенты 1 курса Высшей школы экономики
³преподаватель Высшей школы экономики
Ashta17.03.05@mail.ru

Международный Университет Астана, г. Астана

Аннотация: Статья раскрывает понимание того, как совокупные усилия со стороны государств, финансовых учреждений и технологических новаторов могут обеспечить устойчивое развитие цифровых финансов, минимизируя риски отмывания денег. Важно также уделять внимание роли научных исследований, в частности участию молодежи, в создании новых и эффективных методов предотвращения финансовых преступлений в цифровой эпохе.

Ключевые слова: цифровые финансы, финансовая стабильность, криптовалюта.

В современном информационном обществе, где цифровые финансы и криптовалюты занимают центральное место в финансовой системе, вопрос борьбы с отмыванием денег приобретает все более важное значение. Экспоненциальный рост использования

криптовалют в последние годы сопровождается возрастающими вызовами в области безопасности и легальности финансовых операций.

Отмывание денег через цифровые каналы становится серьезным вызовом для цифровых финансов, особенно в сфере криптовалют, где децентрализация и анонимность создают благоприятные условия для нелегальных финансовых практик. В данном контексте, необходимо рассмотреть различные аспекты борьбы с отмыванием денег, включая законодательные меры, технологические инновации и международное сотрудничество.

Важным компонентом обеспечения финансовой стабильности и укрепления доверия к цифровым активам считается активная борьба с отмыванием денег, в которой задействованы криптовалюты. Этот вопрос привлекает внимание научных исследователей в силу множества ключевых аспектов, требующих глубокого анализа и детального рассмотрения.

Прежде всего, становится очевидным, что использование криптовалют для отмывания денег представляет злоумышленникам возможность уклоняться от традиционных механизмов наблюдения и санкций. Это приводит к неравенству в финансовом поведении, где определенные участники рынка могут остаться невосприимчивыми к ответственности за свои противоправные действия.

Одновременно с этим, возникают сложности в обеспечении безопасности финансовых систем и учреждений при использовании криптовалют для отмывания. Недостаточная эффективность в противостоянии этому виду преступности может оказать негативное воздействие на стабильность всей финансовой системы.

Дополнительно, следует обратить внимание на потенциальное финансирование преступных группировок через использование криптовалют. Анонимность при совершении транзакций создает благоприятные условия для перевода средств в подпольные каналы, представляя серьезные угрозы для национальной и мировой безопасности.

Очевидным становится также то, что отмывание денег через криптовалюты способствует не только незаконной, но и усилению легализации незаконных торговых операций, таких как торговля наркотиками, оружием и участие в киберпреступлениях. Это создает реальные угрозы для общественной безопасности и здоровья.

Наконец, важным является аспект отсутствия прозрачности и ответственности в связи с анонимностью крипто валютных транзакций. Это усложняет процесс установления ответственности за финансовые преступления и может привести к ситуации, когда виновные остаются не отслеженными.

Таким образом, проблема денег через криптовалюты несет в себе серьезные негативные последствия, что требует внимательного изучения и разработки мер для предотвращения этих явлений, а также для укрепления безопасности финансовых систем в целом.

Ниже представлены распространенные виды крипто валютных мошенничеств и методы, которые преступники применяют для легализации средств в блокчейне:

1. Смурфинг: разделение сумм на более мелкие и последующая отправка их через несколько транзакций;

2. Смешение: использование специализированных сервисов для замедления отслеживания транзакций криптовалюты через смешивание средств нескольких пользователей;

3. Оффшорные операции: использование оффшорных счетов для скрытия происхождения средств и обеспечения их анонимности;

4. Юрисдикция с высоким уровнем риска: пользование услугами, базирующимися в регионах с ограниченными системами по борьбе с отмыванием денег (AML) или противодействию финансированию терроризма (CFT);

5. Фиатные биржи: преобразование криптовалюты в наличные на обычных, одноранговых (P2P) или нестандартных платформах, после чего применяются традиционные методы финансового расследования;

6. Вложенные сервисы: использование встроенных сервисов на биржах для доступа к ликвидности, что может быть злоупотреблено для отмывания денег на площадках с недостаточными стандартами соответствия;

7. Переключению между биржами: использование нескольких криптовалютных бирж для перемещения средств между различными платформами, что усложняет отслеживание потоков средств;

8. Криптовалюты с уклонением от слежения: использование блокчейнов с продвинутыми криптографическими методами для скрытия сумм транзакций, адресов и другой информации;

9. Платформы для азартных игр: предпочтение платформам азартных игр для легализации крипто валют, где комбинируются идентифицируемые и анонимные счета для внесения средств, которые могут быть обналичены или использованы в согласованных ставках с соучастниками.

Отмывание средств через криптовалюты несет серьезные негативные последствия, требующие внимательного изучения и принятия мер для предотвращения этих явлений и укрепления безопасности финансовых систем. Рассмотрим последствия отмывания денег через криптовалюты поподробнее:

1. Несправедливость в финансовом поведении: применение криптовалют для отмывания позволяет преступникам избегать традиционных методов наблюдения и наказания, создавая дисбаланс в финансовом поведении. Это приводит к неравноправию на финансовом рынке, где некоторые участники могут остаться неподверженными ответственности за свои противоправные действия;

2. Угроза безопасности финансовой системы: использование криптовалют для отмывания денег создает вызовы для систем слежения и обеспечения безопасности финансовых учреждений. Отсутствия эффективного противостояния этому явлению может нарушить стабильность финансовой системы в целом;

3. Финансирование преступных группировок: криптовалюты, предоставляя анонимность в совершении транзакций, становятся инструментом для финансирования преступных и террористических группировок. Этот аспект приносит серьезные угрозы национальной и мировой безопасности;

4. Поддержка незаконной торговли: отмывание средств через криптовалюты облегчает незаконную торговлю товарами и услугами, такими как наркотики, оружие и киберпреступления. Это может усилить угрозы для общественно безопасности и здоровья;

5. Отсутствие прозрачности и ответственности: анонимность криптовалютных транзакций создает трудности в установлении ответственности за финансовые преступления. Это может привести к ситуации, когда виновные остаются не выявленными.

Что бы избежать такого негативного эффекта нужно предпринять определенные меры с борьбой против отмыва денег с помощью блокчейн систем , вот примеры как можно с этим бороться:

- Развитие KYC и AML: Усиление систем «Знай своего клиента» (KYC) и мер по предотвращению отмывания денег (AML) для идентификации пользователей и мониторинга подозрительной активности.

- Регулирование ICO и токенизации: Введение строгих правил для проведения Initial Coin Offerings (ICO) и токенизированных активов с целью предотвращения финансирования преступных деятельностей.

- Активное взаимодействие с криптосообществом: Сотрудничество с представителями криптосообщества для разработки эффективных мер и стратегий по борьбе с отмыванием денег в криптосфере.

- Формирование специализированных рабочих групп, включающих представителей криптосообщества, разработчиков, предпринимателей и экспертов в области блокчейн, для коллективного обсуждения и анализа проблем отмывания денег.

- Ознакомление государственных органов с просторами Darknet.

- Обмен информацией о схемах отмывания, обнаруженных на Darknet, с международными партнерами усилит глобальное сотрудничество в борьбе с международными финансовыми преступлениями.

- Понимание того, как преступники используют Darknet для отмывания денег, может стимулировать разработку технологических решений для выявления и предотвращения таких схем.

- Предоставление государственным органам доступа к Darknet позволит выявлять схемы отмывания денег на ранних стадиях. Многие преступные схемы начинаются именно в темных уголках сети, и раннее обнаружение упростит пресечение таких деятельности.

В заключение, расцвет цифровых финансов, поддерживаемых криптовалютами, предоставляет важные инновационные возможности в сфере обмена. Однако, с ростом использования криптовалют возникает неотложная потребность в эффективных мерах противодействия отмыванию денег в этом динамичном финансовом ландшафте.

Цифровые технологии, в том числе блокчейн и криптовалюты, открывают новые перспективы для глобальных финансовых взаимодействий, но вместе с этим появляются и вызовы, в том числе проблема отмывания средств. Систематический подход к противодействию этому явлению включает в себя разносторонние меры безопасности и контроля.

Неотъемлемой частью этого процесса является активное взаимодействие государств, финансовых учреждений и технологических инноваторов. Разработка и внедрение строгих нормативов и механизмов, направленных на минимизацию рисков отмывания средств в цифровой финансовой экосистеме, становятся критически важными для обеспечения стабильности и безопасности данного уникального финансового пространства.

Таким образом, несмотря на все выгоды, которые цифровые финансы, опирающиеся на криптовалюты, приносят, наш приоритет должен быть направлен на дальнейшие исследования и инновации в области борьбы с отмыванием денег. Только таким образом мы сможем обеспечить устойчивость и безопасность цифрового финансового пространства, отвечая вызовам современной финансовой экосистемы.

Список литературы

1. Радостева Ю. В. Легализация (отмывание) доходов, полученных преступным путем // Российское право. — 2015. — № 6. — С 50—52.
2. Сидоренко Э. Л. Криминологические риски оборота криптовалюты // Экономика. Налоги. Право. — 2017. — № 6. — С.148—154.
3. Сидоренко Э. Л. Криптовалюта как новый юридический феномен // Общество и право. — 2016. — № 3 (57). — С. 193—197
4. [<https://transparency.org.ru/special/tbml/>]
5. [<https://www.idnow.io/blog/how-criminals-leverage-crypto-money-laundering/#:~:text=How%20money%20laundering%20in%20crypto,exchange%20for%20conversion%20into%20cash>]
6. [<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JFC-11-2016-0067/full/html>]

Экономиканы цифрландыру жағдайында тұрғындарға несие беру ерекшеліктері

К.Ш.Сыздыкова¹, А.Турсунбеков²

¹Кайнар Академиясының профессоры, э.ғ.к.,

²«Қаржы» мамандығы бойынша 2-курс магистранты

syzdykova-k@mail.ru, ansar_17@inbox.ru

Кайнар Академиясы, Алматы қ.

Анотация: Мақалада еліміздің ипотекалық және тұтынушылық несие беру секторларын талдау негізінде оларды жетілдірудің шараларын әзірлеу мақсаты қойылған. Ел экономикасында "Цифрлық теңгені" енгізу жағдайында несие беру механизмінің ұтымды тұстары айқындалған. Ипотекалық және тұтынушылық несиелеудің ҚР ҰБ базалық мөлшерлемесінің деңгейіне және басқа факторларға өзара тәуелділігін талдау негізінде оларды одан әрі дамытудың оңтайлы бағыттары көрсетілді.

Түйін сөздер: тұтынушылық несие, ипотека, несие портфелі, базалық мөлшерлеме, маркетингтік интервенциялар-акциялар, әділ кепілдік құны, ресурстардың шектеулілігі.

2023 жылдың қараша айынан бастап ҚР ақша айналымы саласында тұтынушылық және ипотекалық мақсаттағы кредиттерді алу кезінде қаржылық сервистердің клиенттерге қызмет көрсету сапасын жақсартуға мүмкіндік беретін блокчейн технологияларына негізделген "Цифрлық теңгесі" бар банк карталары жұмыс істей бастады. "Цифрлық теңге" мәні бойынша қолма-қол және қолма-қол ақшасыз айналыммен қатар кредиттік операцияларды орындауға болатын ақша айналымының үшінші нысаны болып табылады. Жаңа технология несие бөлу процесін ұйымдастыруда, сондай-ақ төлемдердің уақтылы орындалуында банктің де, клиенттердің де қызметінің ашықтығын, атаулылығын және жеделдігін қамтамасыз етеді. "Цифрлық теңге" технологиясы клиенттерге осы платформаға оңай қосылуға және өз кейстерін іске асыруға мүмкіндік беретін инновациялық инфрақұрылымға ие. ҚР ЕДБ арасында "Цифрлық теңге" платформасын енгізу бойынша "Банк ЦентрКредит" және "Еуразиялық банктері" өз қызметтерін жүргізе бастады[1].

Алайда, қаржы секторын цифрландыру процесінің теріс жағы да болуы мүмкін, себебі цифрлық технологиялардың дамуы тұтынушылардың, яғни қарыз алушы клиенттердің қисынсыз мінез-құлқын күшейтетін нейромаркетинг құралдарын бақылаусыз қолдануға мүмкіндік береді.

Банктер қаржыны заңды, жеке тұлғалар мен үй шаруашылықтарының уақытша бос ақшалай ресурстарын пайдалану арқылы қалыптастырады. Алайда, кейбір клиенттер арасында банктер салған ақшаларын өздеріне керек кезінде тауып бере алады ма деген сенімсіздік те пайда болады. Соңғы мәліметтер бойынша тұтыну несиесі өте пайдалы қарыз алудың түрі болып, оны банктер адамдарға өте үлкен сеніммен бере алады. Сонымен қатар, сервистің бұл нұсқасы банктер үшін тәуекелі өте жоғары, әрі қымбат тұратын банктік қызмет болып табылады. Сондықтан тұтыну несиесін беру тізімі бұл мәселелердің ықтималдықтарының барлығын есепке ала отырып өз қызметін ұйымдастыруы тиіс. Тұтыну несиесінің бірнеше түрлері бар, соңғы зерттеулер нәтижесінде Қазақстан банк тізімінде депозиттік қайта реттеу институттары және тұрғындардың қаржылық қажеттілігін қанағаттандыруға бағытталған несиелердің көлемі өсіп келуі байқалды. Тұтыну несиесі - ол төлемін кейінге қалдырып тұтыну тауарларын несиеге сату. Несиe алушы-халық, тұрғындар, ал несиe беруші әртүрлі өндіріс орындары, фирмалар, банктер, мекемелер болуы мүмкін. Тұтыну несиесі коммерциялық несиe формасында (яғни бөлшек сауда орындары арқылы төлемін кейінге қалдырып тауар сату) және банктік несиe формасында (яғни тұтыну тауарларын сатып алуға ақша беру - ұзақ қолданылатын тауарлар - жиһаз, жеңіл машиналар, тоңазытқыштар, теледидарлар және т.б.) беріледі. Несиенің бұл түрінде банк пен халық арасында делдал да болуы мүмкін. Несиe қатынастарының нақты көрінісін несиенің формалары мен түрлері сипаттайды. Несиенің мазмұны мен түрі диалетикалық бірлікте болады. Өндірістік қатынастардың өзгеруі несиенің мазмұны мен оның қолданылатын түрін өзгертеді. Несиенің негізгі екі формасы: коммерциялық несиe және банктік несиe болады. Бұл несиe бір-бірінен несиe субъектілері, құрамы, қарыз объектісі, динамикасы, процент мөлшері және қызмет ету аясы бойынша ажыратылады.

Банктік несиe - ол банкте шоғырланған қаражат қорынан клиенттерге қайтарым мерзімін белгілеп, ақша түрінде берілетін несиe. Коммерциялық несиe мен банктік несиенің бір-бірінен бірсыпыра айырмашылықтары бар. Біріншіден, коммерциялық несиe тауар түрінде берілсе, ал банктік несиe ақша түрінде беріледі. Коммерциялық несиені тауар өндірушілер мен сатушылар бір-біріне тауардың сатылуын қамтамасыз ету үшін береді. Банктік несиe өндірушіден де, сатушыдан да оқшауланып қарыз капиталы ретінде беріледі. Екіншіден, коммерциялық несиe

мен банктік несие бір-бірінен, субъектілер, яғни несие келісіміне қатысушылар бойынша да ажыратылады. Коммерциялық несиеде кредит беруші ретінде де, қарыздар ретінде де кәсіпкер жүреді. Банктік кредитте қарыз беруші - банк, ал қарыз алушы - кәсіпкер. Үшіншіден, коммерциялық несиенің шектеулері банктік несие берумен жойылады, себебі банктік несиені қолдану өрісі кең. Коммерциялық несие тек тауар айналысына қызмет көрсетсе, банктік несие халықтың барлық топтарының уақытша бос ақшасын шоғырландырып, оны капиталға айналдырады. Төртіншіден, бұл екі несиенің динамикасы (өсуі) да біркелкі емес. Коммерциялық несиенің көлемі өндіріс пен тауар айналымының дамуына және төмендеуіне байланысты өрбіп және қысқарып отырады. Өнеркәсіптің дамуы кезінде оған ұсыныс пен сұраныс өсіп, дағдарыс кезінде төмендейді. Дағдарыстың әсерінен тауарды өндірумен сату қысқарып, ал қарызды төлеу үшін банктік несиеге сұраныс көбейеді. Өндірістің жанданып көтерілуі кезінде нақты капиталдың көлемі өсіп, өндірістік мақсатқа жұмсау үшін банктік несиеге сұраныс ұлғаяды. Осыдан банктік несиенің екі жақтылығы туындайды: қарыз алушы, оны өндірістік капиталдың көлемін өсіру үшін пайдаланса, онда капитал қарызы, ал қарыз міндеттемелерін өтеу үшін төлем құралы ретінде пайдаланса, онда ақша қарызы болады. Банктік несиенің шартты түрде мұндай екіге бөлінуі қарыздардың алған несиені пайдалану мақсатына байланысты болады. Егер қарыздар несиенің кепілдігіне тауар, вексель, бағалы қағаздарды беріп алса, онда қарыздардың капитал несиесін алғаны болып табылады.

Коммерциялық несие – ол тауар өндірушінің басқа тауар өндірушіге сатқан тауары үшін ақша төлеуді кейінге қалдырып, оны қарызға беруі. Әдетте коммерциялық несиеде аударым векселі толтырылады. Коммерциялық несие алғашқы капитал жинақтау кезінде капиталистік ұдайы өндірістің қажетін қамтамасыз етуден пайда болып, капиталистік несие жүйесінің негізін қалайды. Мысалы, кейбір объективті себептерге байланысты (тауар өндіру уақыты оны сатып, ақша түсіру уақытымен сай келмейді, кейбір өндіріс жыл мезгілдеріне байланысты ұйымдастырылып, онда өндірілген тауарларды сату да жыл мезгілдеріне байланысты жүргізіледі) бір капиталист-өндіруші нарыққа тауарын шығарғанда, екінші өндіруші – сатып алушыда қолма - қол ақша болмаған жағдайда оған бірінші капиталист тауарын несиеге сатады. Коммерциялық несие тауардың өндірістен тікелей тұтынушыға түсуін қамтамасыз етеді, сөйтіп тауарлардың сатылуын және барлық капиталдың қайталама айналысын жеделдетеді. Ол сонымен қатар кәсіпкерлер мен сатушылардың ақша ресурстарына болған қажеттілігін өтейді.

Дегенмен коммерциялық несиені қолдануда біраз шектеулер бар. Олар:

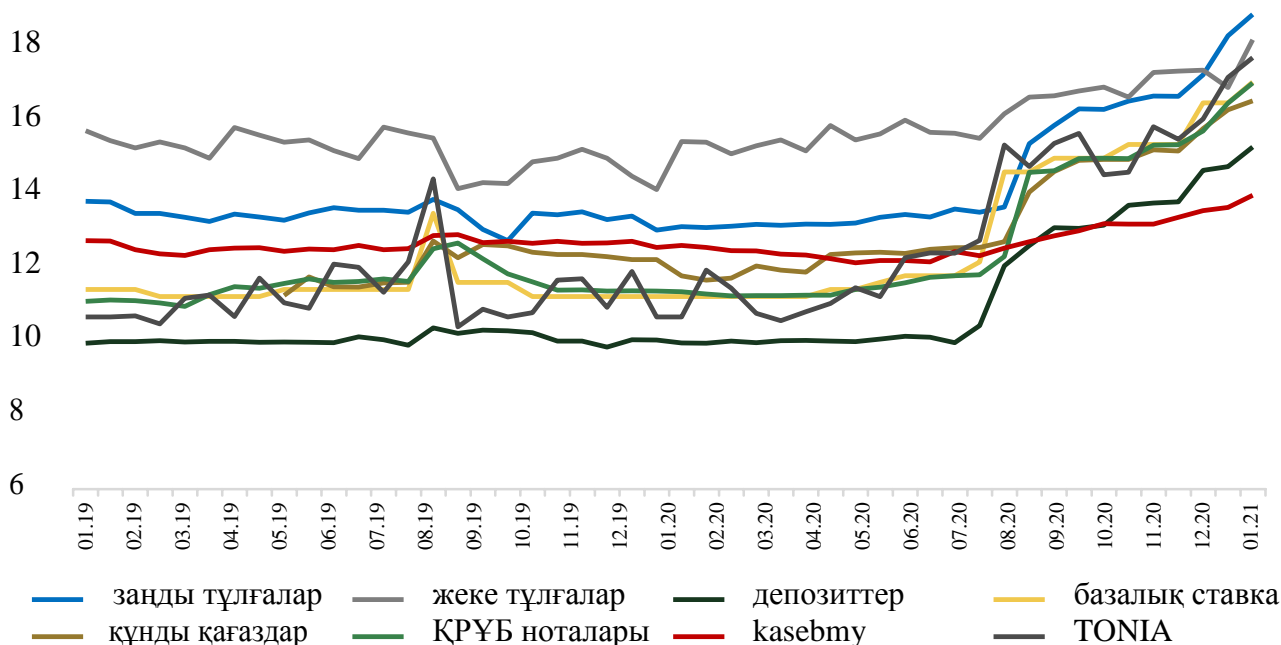
- бұл несиенің көлемі сатылуға тиіс тауарлар қорының көлемімен шектеледі;
- бұл несиенің көлемі экономиканың жағдайына байланысты өзгереді, яғни дағдарыс кезінде капиталдың кері қозғалысы бұзылып, коммерциялық несиенің көлемі қысқарады;
- бұл несие тек бір бағытта қозғалыста жүреді: оны тек өндіріс құрал-жабдықтарын шығаратын салалар оларды пайдаланатын салаларға береді, керісінше болуы мүмкін емес. Мысалы, комбайн зауыты өз өнімін - комбайндарды несиеге ауыл шаруашылығына сатуына болады, ал ауыл шаруашылығы комбайн зауытына коммерциялық несие ретінде өз өнімін бере алмайды.

Жоғарыда аталған мәселелер өз шешімін табуды талап еткендіктен осы мақаланың мақсатын қалыптастырды, яғни Қазақстанда тұрғындар мен үй шаруашылықтарына беріліп отырған несие процессіне баға беріп, несие процессінің барлық тұтынушылар үшін еркін айналысқа түсуіне жол ашар ұсыныстар беру болып табылады.

Тұтынушылық несиелеу халықтың өмір сүру деңгейіне тікелей әсер етеді, өйткені ол олардың өмірінің негізгі факторлары мен жағдайларын анықтайды. Осылайша, ел азаматтарының әл-ауқаты да, банк құрылымдарының кірістілігі де тұтынушылық несиелеуді басқару тетіктерінің тиімділігі мен құзыреттілігіне байланысты. Бұған мысал ретінде 1996-1998, 2007-2009, 2016-2018 жылдардағы қаржы жүйесінің әлемдік дағдарыстарын келтіруге болады, олар алдымен банк құрылымдарының, содан кейін жалпы әлемдік экономиканың қызметін тұрақсыздандырды[2]. Бұл жаһандық теріс процестің бастапқы көзі тұтынушылық және ипотекалық несиелеу саласындағы қарыз алушылардың төлем қабілеттілігінің жеткіліксіздігі себебінен болды. Сондықтан, тұтынушылық және ипотекалық кредиттеу

жүйесін басқарудың тиімді тетігін ұйымдастыру халық пен банк құрылымдары институты арасындағы қаржылық қатынастар жүйесінде шешуші рөл атқарады. Бұл ретте, осы процеске қатысушылар арасындағы оңтайлы өзара қарым-қатынасты қалыптастырудағы айқындаушы фактор кредиттік мөлшерлеме болып табылады. Егер Қазақстан Республикасындағы осы тетіктің динамикасын талдайтын болсақ, онда 2022 жыл ішінде базалық мөлшерлеме 9,75% - дан 16,75% - ға дейін 6 рет көтерілгенін байқауға болады. Бұл екінші деңгейдегі банктердің несиелер беру деңгейінің, сондай-ақ қаржы нарығындағы туынды құралдардың тиісті өсуіне алып келді (1-сурет). Белгілі бір дәрежеде кредиттеу мөлшерлемесі мен тұтынушылық және ипотекалық кредиттеу саласындағы қарыздар көлемі арасындағы өзара тәуелділік тура пропорционалды емес, яғни базалық мөлшерлеменің құбылмалылығы халықтың жаңа қарыздарға деген сұранысының шамасына елеусіз әсер етеді[3]. Бұған белгілі бір дәрежеде тұрақты маркетингтік интервенциялар-акциялар ("Каспи-жұма", "7-20-25" тұрғын үй бағдарламасы, "Баспана - Хит" және т.б.) себеп болады, бұл банк өнімін сатып алушыларға базалық кредиттік мөлшерлеменің көтерілуінің әсерін бәсеңдету арқылы тұтынушылық және ипотекалық кредиттеу саласындағы қарыздар көлемін ұлғайтуға мүмкіндік береді.

20



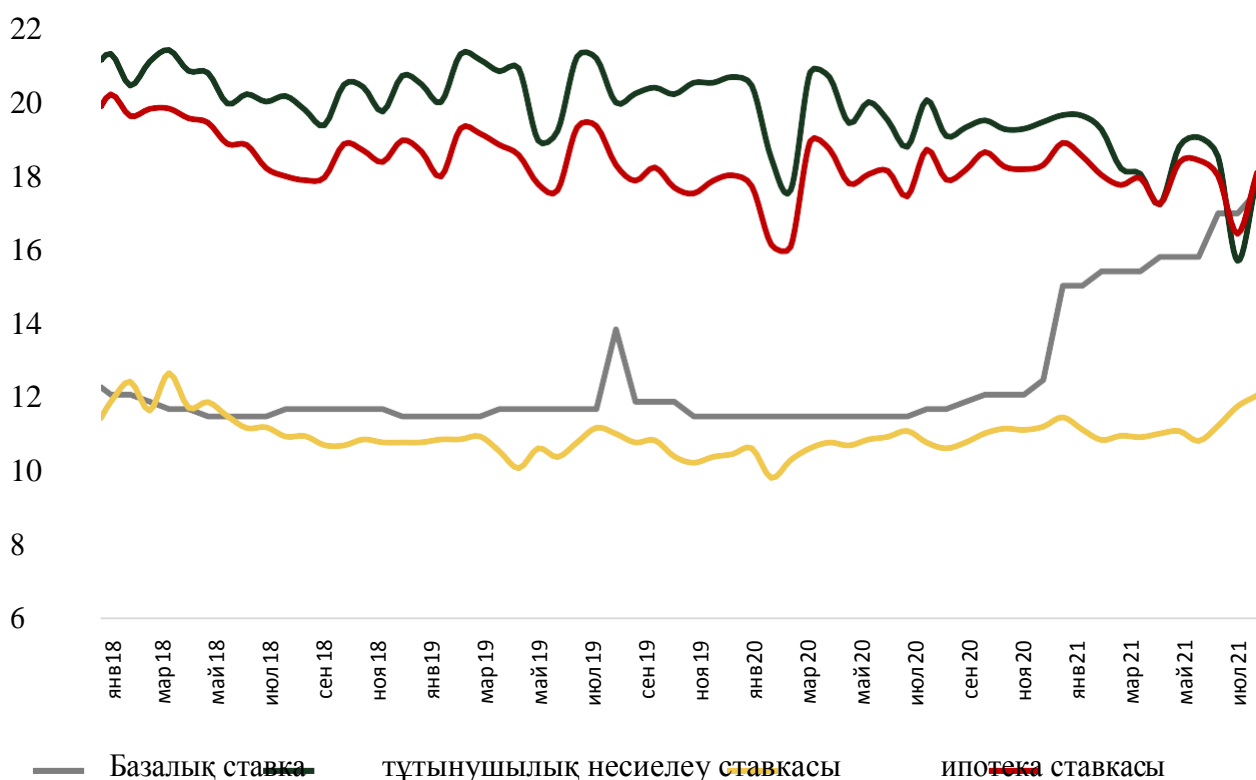
1-сурет. ҚР ҰБ базалық ставкасы мен нарықтық туынды құралдардың өзара тәуелділігі
Ескерту - ҚРҰБ **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**[4](#)

2022 жыл ішінде тұтынушылық қарыздар бойынша ставкалар 1,7 пунктке төмендеді және 17,2% деңгейінде болды. Тұтынушыларға арналған несиелер болашақта инфляцияның ықтимал өсуінің қысымымен, ал ипотекалық несиелер жаңадан қабылданған Ипотекалық несиелер бағдарламаларының артықшылықтарын пайдалану мақсатында жүзеге асырылды деп есептеуге болады.

Халықтың "шектеулі ресурстары", яғни шектеулі қаржылық мүмкіндіктері өркениетті өмір сүру деңгейін қамтамасыз ету үшін банктік қарыздарға жүгіну қажеттілігіне алып келеді. Тауарды тұрақты түрде сатып алуды жаңарту тек шұғыл қажеттілікке байланысты ғана емес, сонымен қатар көбінесе сән мен барған сайын өзгеріп отыратын стандарттар мен тұрғындардың өмір сүру салтын жоғары деңгейде ұстануға әрекет ету нәтижесінде пайда болатын қосымша қажеттіліктің нәтижесінде орын алып отыр. Бұл процесс өз кезегінде, жаңа тұрмыстық техниканы, жиһазды, машинаны, киімді, аяқ киімді және т. б. сатып алу үшін шұғыл біржолғы қаржылық шығындарды талап етеді. Банктердің несиелер беру портфелінде ұзақ мерзімді қарыздарға көлемі, қысқа мерзімді қарыздарға қарағанда салыстырмалы түрде аз, бұл өз кезегінде қарыз алушы үшін онша қолайлы емес. Уақыт пен

кеңістіктегі "ресурстар шектеулігі" заңдылығы несиелеудің тиімді тетіктерін әзірлеу қажеттілігінде көрінетін жаһандық экономикалық және қаржы саласындағы макроэкономикалық проблемаларға әсер етеді. Бұл нарықтың неғұрлым сенімді секторларын іздеу мақсатында банктердің кредиттік портфелін қайта қарауды, сондай-ақ тұтынушылық кредиттеуде қарыз алушылар контингентін қалыптастыру кезінде тәуекелдерді басқару жүйесін жетілдіруді талап етеді.

Қазақстанда қабылданған ақша-кредит саясатының неғұрлым қатаң нұсқасының салдары нәтижесінде заңды тұлғалар үшін банк ставкаларының айтарлықтай өсуі орын алып отыр, ал жеке тұлғаларға кредит беру сегменті бойынша елеулі трансформация байқалмайды. Жалпы, 2022 жылы берілген тұтынушылық және ипотекалық несиелер көлемінің жоғары деңгейіне қол жеткізіліп отыр. Банк мөлшерлемесі мен ақша нарығы деңгейінің өзара іс-қимылы негізінен ҚР Үкіметі қабылдайтын ипотекалық бағдарламалармен айқындалады және ипотекалық кредиттеу бойынша мөлшерлеме деңгейі ҚР Ұлттық Банкінің базалық мөлшерлемесінен төмен болып табылады (2-сурет).



жеке тұлғалар бойынша жалпы несие мөлшерлемесі

2 - сурет. Тұтынушылық және ипотекалық қарыздар бойынша кредиттік мөлшерлеменің динамикасы

Ескерту - ҚРҰБ <https://nationalbank.kz>[4]

"Отбасы Банкі" АҚ-ның "7-20-25" тұрғын үй бағдарламасы шеңберінде ипотекалық бағдарламалардың салыстырмалы түрде жеңіл қолжетімділігі, ипотекалық кредиттеудің 38,0% - дан 41,8% - ға дейін өсуін жеделдетуге әкелгені сөзсіз.

Егер ҚР Екінші деңгейдегі банктері тарапынан бөлінген кредиттердің көлемін талдайтын болсақ, 2022 жылғы қызмет нәтижелері бойынша несиелердің жалпы сомасы өткен жылмен салыстырғанда 12,0% - ға ұлғайып, 24,1 трлн теңгеге жеткенін атап өтуге болады.

Бұл ретте жеке тұлғаларға берілген кредиттер көлемі осы кезеңде 19,3% - ға өсіп, 12,4 трлн теңгеге жетті. Осы көрсеткіш бойынша бұл сегмент заңды тұлғаларға арналған несиелер көрсеткіштерінен 6,0% - ға немесе 700 млрд.теңгеге озып отыр.

Қорытынды.

1. Қазақстанда тұтынушылық несиелеудің өсу қарқыны нақты өндіріс саласындағы тиісті өсу қарқынынан асып түседі, бұл экономиканың базалық салаларына инвестициялар көлемінің азаюына алып келеді. Басқаша айтқанда, үй шаруашылықтары белгілі бір деңгейде жинақтау мен үнемдеуден гөрі тұтынушылық сұраныстарын қанағаттандыруды қалайды. Соңғысы елдің отандық инвестициялық әлеуетінің маңызды ресурстары болып табылады.

2. Цифрлық технологиялардың дамуы тұтынушылардың қисынсыз мінез-құлқын күшейтетін нейромаркетинг құралдарын бақылаусыз қолдануға мүмкіндік береді. Мұндай жағымсыз факторлардың әсері мен салдарын жою үшін жарнама ұйымдастырушыларынан интервенциялық түрге ие болған акцияларда, мәміле жасасу кезінде төлем талаптарының барлық нұсқаларын, нысандары мен шарттарын барынша толық ашуды талап ету қажет.

3. Қазақстан Республикасында тұтынушылық кредиттеудің оңтайлы деңгейіне банк институттарының да, ел тұтынушыларының да мүдделерін ескеретін бірлескен бағдарламаны қабылдау арқылы қол жеткізуге болады. Бұл несие мекемелері тарапынан бөлінген несиелердің жоғары ставкаларынан, ал клиенттер тарапынан ең тиімді нұсқаларды таңдаудың түпкі мақсатымен есеп айырысуға және өздерінің қаржылық құзыреттілігін жақсартуға белгілі бір жеңілдіктер жасауды көздейдін болуы тиіс. Әрине, бұл ретте басым артықшылық ҚР Ұлттық Банкінде қалады, өйткені бұл орган, қарыз берудің базалық мөлшерлемелері мен шарттарын айқындап бекітеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Тағай А.А., Халмурзаева К.Р. "Цифровая экономика". Учебное пособие дисциплины для специальностей экономического профиля. Караганда, ИП «Sky Systems», 2023

2. Akerlof, G. and Shiller, R. (2011). *Zhivotnyy dukh (Spiritus Animalis), ili kak chelovecheskaya psikhologiya upravlyayet ekonomikoy i pochemu eto vazhno dlya bor'by s kapitalizmom* / translated from English by Priyatkina, D., Moscow, Yunayted Press, 273 p. (In Russian).

3. Thaler, R. and Sunstein, K. (2017). *Nudge: Arkhitektura vybora*, Moscow, Mann, Ivanov and Ferber, 240 p. (In Russian).

4. НБРК <https://nationalbank.kz>

Цифрлық теңге: Қазақстанның цифрлық қаржылық болашаққа көшуі

А.Ж.Тиштыкбаева¹, Ж.Ж.Жарылғапова², М.Ж.Жарылғапов³

¹«Қаржы» кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.,

²«Қаржы» мамандығы бойынша 3 курс студенті,

³«Дене шынықтыру және спорт» мамандығы бойынша 1 курс студенті

arnagul0707@mail.ru, zhansayazharilgapova@mail.ru, zarylgapovmanas5@gmail.com

^{1,2,3} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Экономиканы цифрландырудың әсері бүкіл әлемде байқалады. Цифрлық трансформация кезінде тұрақтылықты сақтаудың жаңа шешімдерін іздеу бірінші кезекте экономиканың қаржы секторының қызметінде көрініс тапты. Цифрлық технологиялардың белсенді дамуы «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасын іске асыру шеңберінде қызметтерді көрсету бойынша бизнес-модельдердің өзгеруіне әкелді. Еліміздегі қаржы саласындағы инновациялардың бірі ретінде цифрлық теңгені айтуға болады. Мақалада цифрлық теңгенің жалпы түсінігі, артықшылықтары мен ерекшеліктері көрсетілген.

Кілт сөздер: цифрлық теңге, экономиканы цифрландыру, криптовалюта, киберқауіпсіздік, қаржылық технологиялар.

Бүгінгі таңда Қазақстан экономикасында қолма-қол және қолма-қолсыз ақша бар: қолма-қол ақша түріне банкноттар мен монеталар жатады, ал қолма-қолсыз ақша дегеніміз – банк

шотындағы ақша. Ұлттық Банк ұлттық валютаның үшінші түрін әзірледі, ол – цифрлық теңге. 2023 жылдың 15 қарашасында цифрлық теңге платформасы шектеулі ортада және нақты пайдаланушылармен іске қосылды.

Цифрлық теңге – қолма-қол қаражатпен қатар қолма-қол ақшасыз да пайдаланылатын есеп айырысудың үшінші нысаны. ЦТ қолданыстағы есептеу нысандарының қасиеттеріне ие, бірақ іскерлік айналымның барлық қатысушылары үшін жаңа артықшылықтар ашады. Цифрлық валютаны қолма-қол ақшасыз қаражатпен, яғни интернет-эквайринг, мобильді қосымшалар, POS-терминалдар, QR-кодтар және т.б. арқылы төлеуге болады [1].

Цифрлық теңге кәдімгі заңды төлем құралы ретінде қабылданады және экономикадағы субъектілер үшін классикалық ақшаның барлық функциясын атқарады. Жоба бойынша, цифрлық теңге бірегей цифрлық реттілік (токен) ретінде немесе арнайы электрондық әмиянда сақталатын электрондық жазба түрінде шығарылады. Төлем технологиясы тұрғысынан алып қарағанда, бұнда да үйреншікті көптеген операциялар қолжетімді болады, сонымен қатар төлем бойынша жаңа шешім қабылданады, ол оффлайн-төлем жүйесі, яғни, артықшылығы интернетке қосылмаған мобильді телефонмен де төлем жасауға болады.

Транзакциялар тізбегін оффлайн режимде жүргізу ұлттық цифрлық валютаның бірегей артықшылықтарына жатады. Қолданыстағы төлем жүйелерімен салыстырғанда ЦТ Интернетке кірместен бірнеше транзакциялар жасауға мүмкіндік береді. Ағымдағы карточкалық жүйелер оффлайн режимдегі бір транзакциямен шектеледі, содан кейін желіге қосылу арқылы жалпы тізілімдегі деректерді синхрондау қажет. ЦТ бағдарламалаушылығы цифрлық ақшаның арнайы қасиеттерін: транзакциялардың құпиялылығына қауіп төндірмей нысаналы мақсатын, жолдануын және т.б. арттыруға мүмкіндік береді. ЦТ-нің жаңа артықшылықтары қолданыстағы төлем жүйелерінің орталықтандырылған элементтерін және бөлінген тізілімнің орталықтандырылмаған элементтерін қамтитын гибриді технологиямен жүзеге асырылады. Пайдаланушы бірнеше құрылғыларда оффлайн режимін қолдана алады, ол үшін әрбір құрылғыда жеке оффлайн әмиян ашылады. R&D шеңберінде 1 пайдаланушы = 1 құрылғы талабы қолданылады. Бір банк ішінде офлайн және онлайн әмиян бола алады[2].

Цифрлық шоттар арасында төлемдер мен ақша аударымдарын жүргізу функционалынан бөлек, «смарт-келісімшарт» технологиясын пайдалана отырып, әлеуметтік қолдау шаралары аясында есеп айырысуды автоматтандыру үшін Алматы қаласы әкімдігімен бірлесіп іске асырылған «цифрлық ваучерлерді» пайдалану сервисі де жұмыс істейді. Сондай-ақ, қатысушы банктер халықаралық төлем жүйелерімен ынтымақтаса отырып цифрлық карталар шығарды. Олар өз ұстаушыларына екінші деңгейлі банктерінің қолданыстағы төлем инфрақұрылымымен арадағы интеграцияның «тігіссіз» есебінен жеке және заңды тұлғалармен әдеттегі режимде цифрлық теңгенің төлемдері мен аударымдарын жүргізуге мүмкіндік береді.

Цифрлық теңгені толықтай енгізу ісі оның сервистері, пайдалану сценарийлері және платформаға қатысушылар ортасын кеңейту арқылы 2025 жылдың соңына дейін аяқтау жоспарлануда. Цифрлық теңге іске қосылса да, қолма-қол және қолма-қолсыз ақшалар Қазақстанда айналымда қала береді, ал цифрлық валюта олармен қатар жүреді. Сонымен қатар, оны пайдалану бойынша уақыт шектеулері жоқ.

Цифрлық теңгені тек Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі ғана айналымға шығарады және сол үшін міндет алады. Басқаша айтқанда, цифрлық теңгеге артылар сенімге Ұлттық Банк кепіл болады.

Салыстырмалы түрде алсақ ЦТ – фиаттық ақша, яғни олар нарық қатысушыларының сенімімен қамтамасыз етілген, монетарлық реттеушінің міндеттемесі болып табылады. Бұл заңды төлем құралы, ол барлық жерде қабылданады, айналыс құралы және құнның ыңғайлы өлшемі болып табылады. Басқаша айтқанда, ЦТ ақшаның барлық функцияларын орындайды және табиғаты бойынша ақша құралы болып табылады.

Ал стейблкоиндер мен криптовалюта көбінесе қандай да бір міндеттемемен қамтамасыз етілмеген цифрлық қаржылық активтер ретінде анықталады және ақшаның барлық функциясын атқармайды, сонымен қатар құн өлшемі ретінде қызмет ете алмайды Оларда

пайдаланушының мүддесін қорғай алатын бірыңғай эмитент жоқ, ал олардың құны үнемі құбылмалы күйде болады [3].

Инфрақұрылым тұрғысынан қарайтын болсақ, цифрлық теңге платформасы таратылған реестрлер технологиясы (блокчейн) мен дәстүрлі тәсілдерді біріктіреді. Нақтыланған іске асыру моделі елдегі төлемдерді жеделдетуге және арзандатуға басымдық беріле отырып, пилоттық жобаның қорытындысына сай айқындалады. Түпкі пайдаланушылар үшін бүгінгідей төлем түрлерімен салыстырғанда тікелей төлемдерде үлкен айырмашылық болмайды – цифрлық теңгедегі төлемдер қолданыстағы төлем құралдары: мобильді қосымшалар мен QR, NFC арқылы да қолжетімді болады, айтып өткендей жаңа мүмкіндіктерге де жол ашылады.

Халықтың болжамды ЦТ-ні қабылдау ықтималдығы 66,5% құрайды. ЦТ-ні пайдалану ықтималдығы жоғары есептеу жылдамдығына, ыңғайлылыққа және смартфондар арқылы пайдалануға байланысты артады. Табысы жоғары адамдарда ЦТ-ні қабылдау ықтималдығы жоғары, бұл олардың жұмыс мәртебесіне де қатысты. Жалдамалы жұмысшылар мен өзін-өзі жұмыспен қамтығандардың жұмыссыздармен салыстырғанда ЦТ-нің қабылдау ықтималдығы жоғары. Бизнеске иелік ететін адамдардың ЦТ-ні қабылдау ықтималдығы 58,3% құрайды деп болжамдануда [4].

Банктік емес төлем платформаларының жедел дамуы, жеке жобалардың елдің ақша егемендігіне әсер етуінің әлеуетті тәуекелдері, жаһандық пандемия төлем құралдарын цифрландыру қажеттілігін анықтап, әлемнің орталық банктерінің цифрлық егеменді валюталарын шығаруды зерттеу мәселелерінде белсенді болуына негізгі себептер болды. Зерттеушілердің шетел тәжірибесіне сүйенетін болсақ, бүгінгі күні орталық банктердің цифрлық валюталарын Нигерияда, сондай-ақ Ямайка мен Багам аралдарында күнделікті төлемдерді төлеу үшін пайдалануға болады. Бұл елдерде Орталық банктің цифрлық валюталары макроэкономикадағы ағымдағы қиындықтарды, соның ішінде инфляцияның жоғары қарқынын және халықаралық валюталарға тәуелділікті шешуге арналған.

Қазіргі уақытта төрт ел орталық банктің цифрлық валюталарын сынақтан өткізуде. Олар: Қытай, Үндістан, Гана және Уругвай. Оның ішінде ОБЦВ-н енгізуде Қытай едәуір жетістіктерге жеткен. Қытай Халық банкінің екі деңгейлі моделі әмиян экожүйесінің эмиссиясын, оны өтеуді және басқаруды жүзеге асырады. 2023 жылғы маусымдағы деректер бойынша жеке тұлғалардың 20,8 миллионнан астам әмияндары және 3,5 млн корпоративтік әмияндары жасалды, олардың көмегімен шамамен 34,5 млрд юань (≈5,4 млрд АҚШ доллары) сомасына 70,7 млн транзакция жүргізілген. 2023 жылы Қытайдың 43 провинциясының азаматтары мен қонақтары күнделікті операциялар үшін цифрлық юаньды пайдалана алады. Қытай ОБЦВ жобасының ерекшеліктері [5]:

1. Цифрлық юань салық төлемдерін жүзеге асыру үшін қолданылады (Хайнань провинциясы);

2. Мемлекеттік қызметшілер цифрлық юаньмен жалақы алады (Чаншу к.);

3. Цифрлық юаньдағы төлемдер үшін SIM базасындағы офлайн-әмияндарды пайдалана отырып, пилоттық тәжірибе жасау жоспарлануда [6].

Тағы 17 ел, соның ішінде Бразилия, Гонконг, Иран, Түркия, Швеция, Оңтүстік Корея және Жапония, өздерінің цифрлық валюталық шешімдерін технологиялық сынақтан өткізу кезеңінде. 50-ден астам мемлекет цифрлық ұлттық валюталарды пайдалану мүмкіндігін зерттеп жатыр, оның ішінде, Вьетнам, Египет, Индонезия, БАӘ, АҚШ, Оңтүстік Африка және еуроаймақ елдері.

Жалпы, валюта эмитенті ұлттық жүйенің операторы ретінде халықтың орталық банкке деген сенімін қалыптастыру және қолдау жаңа ақша жүйесінің жақсы жұмыс істейтін, сенімді және тұрақты болуы үшін маңызды. Қалың жұртшылық цифрлық теңгеге құндылықтың сенімді қоймасы ретінде сенуі керек. Қойылған мақсатқа жету үшін ҚРҰБ цифрлық теңге экожүйесінің барлық мүдделі тараптарымен ашық түрде ынтымақтасады.

Цифрлық теңге жүйесі үшін стандарттарды, ережелерді, тәуекелдерді басқару бойынша нұсқаулықтарды әзірлеу жоспарлануда. Технология киберқауіпсіздіктің ең жоғары

стандарттарына сай болады. Бұл мәселені желінің өзін қорғау және пайдаланушылардың құқықтарын, құпиялылықты қорғау сияқты екі құрамдас бөлікке бөлу қажет. Киберқауіпсіздік тұрғысынан инфрақұрылымды қорғау бойынша барлық түрлі технологиялар қолданылатын болады, оның ішінде кванттық бұзудан қорғаудың ықтимал алгоритмдері (токендерді верификациялау кезінде реверс-инжиниринг болғанда), сондай-ақ бөлінген тізілімге шабуылдың озық элементтері қаралады.

Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің цифрлық валютасын («Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі туралы» Заңының 1-бабы) енгізу кезіндегі негізгі мәселелердің бірі оның құқықтық мәртебесі. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінің 127-бабының 1-тармағына сәйкес республиканың ақша бірлігі теңге болып табылады. Ақша эмиссиясын тек Қазақстан Ұлттық Банкі жүзеге асырады. Сондықтан орталық банк шығаратын цифрлық валюта бастапқы кезеңде шығарылымды техникалық жүзеге асырудың жеке мәселелеріне қарамастан ресми ақша бірлігі, міндетті әмбебап төлем құралы болады.

Цифрлық теңге - Қазақстанның цифрлық қаржылық болашаққа көшуімен сипатталады, оның қолданыстағы өзіндік артықшылықтары мен кемшіліктері де бар екенін болжауға болады.

Кесте 1

Жалпы цифрлық валютаның артықшылықтары мен кемшіліктері

Цифрлық теңгенің артықшылықтары	Сандық теңгенің кемшіліктері
Транзакциялардың ашықтығы.	Курстың құбылмалылығы.
Жылдам және арзан транзакциялар.	Хакерлік шабуылдар қаупі.
Жақсартылған қауіпсіздік.	Кепілдендірілген тұрақтылықтың болмауы.
Жақсартылған қолжетімділік.	Кейбір пайдаланушыларда түсініктің болмауы.
Кең қаржылық қосу мүмкіндігі.	Реттеудің болмауы.
Дәстүрлі банктерге тәуелділікті азайту.	Сандық активтерге қол жетімділікті жоғалту.
Е с к е р т п е - [7] әдебиет деректері бойынша автормен құрастырылған	

Сандық валюталардың артықшылықтарына толығырақ тоқталатын болсақ:

✓ Ашықтық және қауіпсіздік: көптеген цифрлық валюталарға негізделген блокчейн технологиясы транзакциялардың ашықтығы мен қауіпсіздігінің жоғары деңгейін қамтамасыз етеді.

✓ Төмен төлемдер: сандық валюталарды қолданатын транзакциялар дәстүрлі банк жүйелерімен салыстырғанда арзанырақ болуы мүмкін.

✓ Жылдам транзакциялар: сандық валюта операциялары әлемнің кез келген нүктесінде бірден орындалуы мүмкін.

✓ Қол жетімділік: сандық валюталар Интернетке қол жетімді барлық адамдар үшін қол жетімді болуы мүмкін, бұл дәстүрлі банктік қызметтерге қол жеткізе алмайтындар үшін өте маңызды.

Сандық валюталардың кемшіліктері:

✓ Құбылмалылық: сандық валюталар бағамның айтарлықтай өзгеруіне ұшырауы мүмкін, бұл олардың иелеріне қауіп төндіреді.

✓ Кепілдіктердің болмауы: дәстүрлі банк жүйелерінен айырмашылығы, цифрлық валюталар кепілдендірілген қорғадан немесе мемлекет тарапынан сақтандырудан айырылады. Егер пайдаланушы сандық әмиянын жоғалтса немесе кибершабуылдың құрбаны болса, онда көп жағдайда қаражатты қалпына келтіру мүмкін болмауы мүмкін. Банк жүйесінде әдетте сақтандырудың әртүрлі түрлері мен қауіпсіздік шаралары қарастырылған, мысалы, депозиттерді сақтандыру және алаяқтық жағдайында кепілдендірілген қайтару.

✓ Қауіпсіздік: виртуалды әмияндар мен блокчейн технологиясы қауіпсіздіктің жоғары деңгейін қамтамасыз етеді, бірақ хакерлік шабуылдар мен сандық активтерді ұрлау қаупі бар.

✓ Реттеудің болмауы: бақыланбайтын және реттелмейтін цифрлық валюта нарықтары алаяқтық пен заңсыз әрекеттерге ұшырауы мүмкін, өйткені олар бақылау мен бақылаудан аулақ болғысы келетіндерді тарта алады.

✓ Түсінбеушілік: көптеген адамдар үшін цифрлық валюталар ұғымы әлі де түсініксіз және олар жаңа технологияларды қолдануда сенімсіз болуы мүмкін.

✓ Қол жетімділікті жоғалту: сандық әмиянға кіру немесе ұмытылған пароль жоғалған жағдайда, қалпына келтірусіз сандық активтерге қол жетімділікті жоғалту қаупі бар.

✓ Кепілдендірілген тұрақтылықтың болмауы: тұрақтылық сияқты кейбір цифрлық валюталар тұрақтылықты қамтамасыз етуге ұмтылғанымен, олар динамикалық нарық жағдайында бұған қаншалықты сәтті қол жеткізе алады деген қауіп қалады [7].

Ұлттық Банк Ұлттық төлем жүйесіне инновация енгізіп дамып келеді, мұндағы мақсат – республикадағы төлем айналымының барлық қатысушыларына қымбатқа түспейтін, тез, ыңғайлы әрі қауіпсіз төлемдерге жол ашу.

Жалпы, қорыта келе цифрлық теңгені енгізудің болашағы және тиімділігі:

❖ Цифрлық теңгені енгізу азаматтар мен кәсіпорындарға цифрлық арналар арқылы төлемдерді жылдам және қауіпсіз жүргізуге мүмкіндік бере отырып, қаржылық транзакциялардың тиімділігін жақсартуға ықпал етуі мүмкін.

❖ Сондай-ақ, цифрлық теңге Қаржылық инклюзия құралы бола алады, банк қызметтеріне қол жеткізудегі кедергілерді азайтады және тіпті бұрын дәстүрлі қаржы институттары жүйесінен тыс болуы мүмкін адамдарға да мүмкіндік береді.

❖ Цифрлық теңгенің әлеуетті артықшылықтарына қаржы операцияларының жақсартылған ашықтығы, оларды жүргізуге жұмсалатын шығындардың төмендеуі және елдегі экономикалық өсу мен дамуды ынталандыруға ықпал етуі мүмкін қауіпсіздік деңгейін арттыру жатады.

Цифрлық теңгенің инфрақұрылымы қаржы нарығына қатысушылар үшін қосымша құралға айнала алады, оны пайдалану арқылы олар жаңа инновациялық сервистер құра алады. Цифрлық теңге аймақтарда қолма-қол ақшасыз төлемдерді жүзеге асыруға көп мүмкіндік ашады және қаржылық қызметтердің қолжетімді болуын қамтамасыз етеді. Келешекте цифрлық теңгені енгізу арқылы трансшекаралық төлемдердің тиімділігін арттыруға болады. Цифрлық теңге платформасы, сонымен қатар мемлекеттің қатысуымен есеп айырысулардың тиімділігін, жеделдігін және ашықтығын арттыру үшін кең мүмкіндіктер ашатын ұлттық валюта токендері деңгейінде бағдарламалану мүмкіндігін қамтамасыз етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі/ Электрондық ресурс/ <https://www.nationalbank.kz/kz>
2. Әлемнің 70-тен астам елі цифрлық валютаны енгізу мүмкіндігін зерттеп жатыр/ Электрондық ресурс/ <https://inbusiness.kz/>
3. People's Bank of China (2021). Progress Progress Progress Progress of Research Research Research Research & Development Development Development Development of E-CNY in China
4. Abilov, N. (2021). A Medium-Scale Bayesian DSGE Model for Kazakhstan with incomplete exchange rate pass-through. *International Economic Journal*, Vol. 35(4), pp. 486-522
5. Abilov, N. and S. Rahardja. (2022). Optimal fiscal rules in a resource-rich economy. *World Bank Policy Research Working Papers*, Work in progress
6. Bijlsma, M., Cruijssen, C., Jonker, N. & Reijerink, J. (2021). What triggers consumer adoption of CBDC? *De Nederlandsche Bank Working Paper*
7. Minesso, M.F., A. Mehl and L. Stracca. (2022). Central bank digital currency in an open economy. *Journal of Monetary Economics*, Vol. 127, pp. 54-68

Исламдық банк жүйесі: цифрландыру және қаржылық технологияларды дамыту

А.Ж. Тиштықбаева¹, А.А. Жаукарбекова²

¹"Қаржы" кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.,

²"Қаржы" мамандығы бойынша 3 курс бакалавры
arnagul0707@mail.ru, akaa7516@gmail.com

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада шарифат заңына сүйенетін исламдық банкинг жүйесінің жұмыс істеу ерекшеліктері қарастырылған. Қазақстандағы исламдық банктердің дамуының өзектілігі мен олардың алдында тұрған мәселелер және осы мәселелерді шешу жолдары сипатталған. Зерттеудің мақсаты – цифрландыру қарқынды дамып жатқан замандағы ислам банктерінің дамуын және цифрландыруды исламдық банк жүйесінің одан әрі өсуі мен дамуының негізі тетігі ретінде қарастыру болып табылады.

Кілт сөздер: исламдық банкинг, қаржылық технологиялар, цифрлық банкинг.

Цифрландыру – бұл өмірдің әртүрлі салаларына заманауи цифрлық технологияларды енгізу. Ақпараттық технологияның дамуы жалпы қоғамның әрбір салаларына, соның ішінде экономикаға үлкен әсерін тигізеді. Цифрлық экономика – цифрлық технологиялар мен инновациялық шешімдерге негізделген экономикалық қызмет. Әлем бойынша экономиканы цифрландыру жайлы алғаш ХХ ғасырдың 90-шы жылдары айтыла бастады. Осы уақыт кезеңінен бастап, жаһандық банк секторы цифрландырумен байланысты біршама өзгерістерді басынан кешірді. Коммерциялық банктер секілді исламдық банктер де цифрлық трансформациядан өтуде.

Түрлі коммерциялық банктер мен қаржылық ұйымдардың ішінде исламдық банктер өз қызметінің ерекшелігімен және діни нормаларға бағдарлануымен ерекшеленеді. Демек, исламдық банкинг – бұл исламдық нормаларға сәйкес келетін банк қызметі [1].

Мысалы, мұсылмандарға пайыздық мәмілелер жасауға немесе басқа да компаниялардың акцияларын сатып алуға тыйым салынады. Бүгінгі таңда исламдық банкинг әсіресе мұсылман елдерінде, нақтырақ айтқанда, БАӘ, Сауд Арабиясы, Түркия, Египет, Иранда жақсы дамыған. Ислам – Қазақстанда кең тараған дін болғанымен, яғни жалпы халықтың 71%-ға жуығы ислам дінін ұстанғанымен, елімізде мұсылмандық банкинг аса дамымаған және танымал емес. «Банктер және банк қызметі туралы» Қазақстан Республикасы Заңының 52-1-бабына сәйкес мұндай банктерге мынадай талаптар қойылады:

1. Сыйақы ретінде пайыз алмау;
2. Мұндай банктердің инвестициялық депозиттің немесе ол бойынша тиісті кірістің қайтарылуына кепілдік беруге құқығы жоқ;
3. Темекі және алкоголь өнімдерін, қару-жарақ жасау және саудалау, құмар ойындар саласында және Исламдық қаржыландыру принциптері жөніндегі кеңес тыйым салған басқа да салаларда несие беруге тыйым салу.

Мұсылмандық банкинг исламның этикасы мен философиясына негізделген. Мұсылмандар материалдық дүние мен рухани дүниені ажыратпайды. Кез келген заңды және қаржылық әрекеттер шарифат стандарттарына сәйкес болуы керек. Ислам банкингінің негізгі ережелері тыйымдарға негізделген – олар харам немесе күнә деп аталады.

Айтып өткендей, оның басты талаптарының бірі – пайыздарды алудан бас тарту, себебі пайыз харам болып саналады. Сондай-ақ, облигациялар мен артықшылықты акцияларды сатып алуға және үлкен кірісті қамтамасыз ететін күрделі құралдарға инвестициялауға тыйым салынған. Осыған байланысты исламдық банкинг қызметіне жүгінген жағдайда, опциондар, шорттар, форвардтар сияқты алыпсатарлық құралдармен жұмыс істей алмайсыз. Тағы да айта кетерлік жайт, мұсылмандар ақшаны тек нақты өнімге салады, яғни жоқ тауарлармен, қолмен ұстауға болмайтын нәрсемен сауда жасауға болмайды. Мысалы,

криптовалютаға тыйым салынған. Дегенмен, кез келген табыстылыққа тек серіктестіктің бірлескен инвестиция шарттарының нәтижесінде қол жеткізуге болады.

Ең алғаш құрылған ислам банкі болып 1971 жылы Египетте негізі қаланған Nasser Social Bank саналады. Содан бері бұл сегмент белсенді түрде дамып келеді, дүние жүзінде жұмыс істейтін 21,5 мың банктің 1 пайызы немесе 316 бірлігі ислам банкингіне тиесілі. 2023 жылғы мәліметтер бойынша әлемде мұсылмандар саны 1,8 миллиардтан астам екен, бұл планетаның жалпы халқының шамамен 24% құрайды. Болжамдар бойынша олардың саны 2050 жылдарға қарай 2,8 миллиардқа жетуі мүмкін екен. Ал исламдық банкингтің дамуының негізгі қозғаушы күштерінің бірі – ислам дінін ұстанатын халықтың өсуі.

Қазақстандағы исламдық банкинг 1995 жылы Қазақстан Ислам Даму Банкіне мүше болған кезден бастап дами бастады, ал заңнамалық реттеу 2009 жылы күшіне енді. Қазіргі таңда елімізде екі ислам банкі бар, олар: Al Hilal және Заман. Al Hilal – Қазақстан мен ТМД-дағы алғашқы ислам банкі. Ол 2010 жылы Қазақстан Республикасы мен Біріккен Араб Әмірліктері Үкіметтері арасындағы келісім бойынша шарифат ережелері мен қағидаларына сәйкес заманауи банктік өнімдер мен қызметтерді ұсыну мақсатында құрылған.

Ал 2019 жылы банк БАӘ-дегі ең ірі қаржы тобы ADCB-ге қосылды. 2017 жылы корпоративтік клиенттермен 7 жылдық табысты жұмыстан кейін Банк бөлшек бизнес желісін іске қосты. Ал қазіргі уақытта ол банктік өнімдер мен қызметтердің кең спектрін ұсынады: ағымдағы шоттар, депозиттер, қаржыландыру өнімдері, қассаларды басқару қызметтері, қазынашылық қызметтер және т.б.

Заман-Банк 1991 жылы 6 маусымда құрылған. Ол – Қазақстандағы ең көне бес банктің бірі. Заман-Банк ислам банкінің банктік және басқа операцияларын жүргізуге лицензияны 2017 жылдың тамыз айында алған.

Ислам банктері өз жұмысында көбінесе негізгі өндірістік бағыттағы жобалармен жұмыс жасайды. Оның негізгі базалық құралдарының айтарлықтай көп түрі шағын және орта бизнес саласын қаржыландыруға арналған. Шарифатқа сәйкес, халықтың саудамен айналысуына және адал жолмен табыс табуына, екі тарапқа да тиімді болуына аса назар аударылады. Бұл тарапта ислам банктері өз клиенттерінің әл-ауқатының жақсы болуын қолдайды. Соған сәйкес, исламдық банктер серіктес болуға және тәуекел мен табысты бөлуге, клиент кәсібінің жағдайы туралы ақпараттан үнемі хабардар болып отыруға, әрі жобаларды мұқият бақылауға алады. Банктер саясатының осындай бағыты елдің өнеркәсіп орындары мен ауыл шаруашылығы кәсіпорындарын несиелеуде ұлттық банктердің позициясын нығайтуға мүмкіндік береді, мұның нәтижесінде басты мақсатқа-экономиканың тұрақты дамуына қол жеткізіледі. Сонымен қатар, банк жеке клиенттермен де, корпоративтік клиенттермен де жұмыс істейді. Клиенттерге өнімнің екі түрі ұсынылады: Мудароба инвестициялық депозиті және Вакала агент депозиті.

2023 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша Al Hilal банк активтері 60 315 857 000 теңгені құрап, қазақстандық банктер рейтингінде 20 орынға ие болды және Заман банк 36 082 164 000 теңге активтерімен рейтингте 21 орынды иеленді [2].

Кесте 1

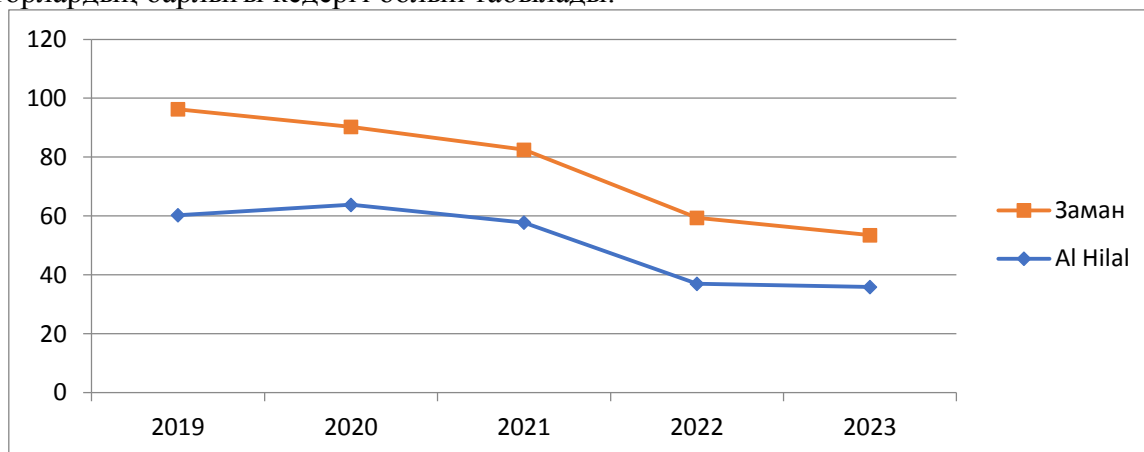
Қазақстандағы ислам банктерінің соңғы бес жылдағы активтерінің көрсеткіші, млрд тг

Банк	01.01.2023	01.01.2022	01.01.2021	01.01.2020	01.01.2019
Al Hilal	60,3	63,8	57,8	37,0	35,9
Заман	36,0	26,5	24,7	22,4	17,6

Е с к е р т у – ҚРҰБ деректері бойынша авторлармен құрастырылған [2]

Соңғы статистикалық мәліметтерге сүйенсек, елімізде исламдық қаржылық операциялар жылына шамамен 15-20% өсіп келеді. Бұл көрсеткіш басқа дәстүрлі банктермен салыстырғанда баяу қарқынды өсу. Баяу түрде дамудың бірнеше себептері бар: халықтың исламдық қаржыландыру құралдарының жұмыс механизмін түсінбеуі, исламдық инвестициялар үшін ынталандырудың болмауы, исламдық қаржыны дамытуға бағытталған

дұрыс стратегияның болмауы, заңнамадағы кемшіліктер мен салықтық мәселелер, осы факторлардың барлығы кедергі болып табылады.



Сурет 1. Қазақстан Республикасының банк секторындағы ислам банкері активтерінің үлесі, %

Е с к е р т у - ҚРҰБ деректері бойынша автормен жасалған [2]

Ағымдағы жылдың қаңтар айы бойынша бұл екі банктің үлесі Қазақстанның барлық банк секторының 0,1 пайызын ғана құрайды [2], бұл тіпті әлемдік стандарттар бойынша да өте аз көрсеткіш. Мұндай төмен көрсеткіш, ең алдымен, қаржылық сауаттылықтың төмендігі және халық пен бизнестің исламдық қаржыландыру саласындағы хабардарлығының нашарлығымен байланысты.

Исламдық қаржылық технологиялардың (Fintech) даму деңгейі төмен болғандықтан, халық арасында киберқылмыстармен байланысты қорқыныш пен ислам банкерінің қаржылық өнімдеріне деген белгілі бір сенімсіздік туады. Бұл сондай-ақ, Қазақстанда ислам банкері тым кішкентай болуымен және нарықтағы көшбасшылар сияқты кең филиалдар мен банкоматтар желісі жоқ болуымен тығыз байланысты. Банкердің шағын көлемі технологиялық шешімдер мен маркетингтік қызметке агрессивті инвестициялауға мүмкіндік бермейді, сондықтан бизнес те, халық та ислам банкері мен өнімдері туралы көп біле бермейді. Сонымен қатар, исламдық қаржыландыру саласындағы бар проблемаларға исламдық қаржы технологиясымен жұмыс істеу тәжірибесі бар білікті кадрлардың жетіспеушілігі, ислам банкері қызметінің тар шеңбері жатады, өйткені екі қаржы институтының қызметі де негізінен корпоративтік клиенттерге қызмет көрсетуге бағытталған.

Жалпы исламдық банкингтің цифрландыру дәуіріне сай дамуы Қазақстандағы екі банктің ғана мәселесі емес, ол жаһандық ислам банкерінің де негізгі мәселесі болып саналады. Себебі ислам банкері дәстүрлі банкерде қолданылатын қаржы технологияларының барлығын қамтып, қолданысқа енгізе алмайды. Бұл дегеніміз – барлық қаржылық технологиялар ислам заңдарына, халал талаптарына сәйкес болуы және ислам банкерімен мақұлданыуы керек. Мәселен, дәстүрлі банкердің клиенттерімен күнделікті қолданысқа ие болып жүрген сол банкердің мобильді қосымшаларын алатын болсақ, мұнда шариғатқа қайшы келетін ешнәрсе болмаған жағдайда ғана оларды ислам банкеріне енгізуге болады [3].

Осы ретте ислам банкерінің цифрландыру мәселесін шешудің бірнеше жолдарын айтып кетуге болады:

1) Халықаралық серіктестікті дамыту қажет, яғни халықаралық ислам қаржы ұйымдарымен өзара іс-қимылды ұйымдастырып, басқа шет елдердегідей өз елімізде де ислам банкерінің дамуы үшін олармен тәжірибе алмасу керек.

2) Электрондық төлем құралдары, нақтырақ айтқанда, банк карталары және электронды әмияндар. Электрондық төлем құралы қолма-қол ақшаны пайдаланбай, заманауи

технологияларды пайдалана отырып, тауарлар мен қызметтерді төлеуге мүмкіндік береді, яғни клиенттер үшін төлем процесін әлдеқайда жеңілдетеді.

3) Цифрлық банкингіті қарқынды түрде енгізу, яғни банктердің мобильді қосымшалар арқылы қызметтер көрсетуін жетілдіру қажет.

4) Краудфандингіті енгізу. Бұл дегеніміз – электронды платформа арқылы шағын, орта және жаңа жобаларды қаржыландыру, мұнда көптеген адамдар өздеріне ұнайтын белгілі бір жобаға қайырымдылық жасай алады.

5) Блокчейнді қолдану, дәлірек айтар болсақ, ол халық арасындағы ислам банктері жайлы теріс көзқарастарды, олардың көрсететін қызметтеріне деген сенімсіздікті және қорқынышты жояды. Интернет желісі арқылы берілетін ақпараттардың бұрмалануы немесе алаяқтардың өз пайдасына қолдануы әбден мүмкін. Салдарынан қаржылық операцияларды жүзеге асыру немесе құжаттармен алмасу қиынға түседі. Ал блокчейн арқылы интернетке қосылған әрбір адам жалпыға қолжетімді блокчейндегі барлық транзакциялар туралы деректерді көре алғанымен, оны ешқалай өзгерте алмайды [4].

Ислам банкингіні цифрландыру және исламдық финтехті дамыту тұтынушыларға этикалық бағыттағы жаңа өнімдер арқылы ашылатын мүмкіндіктерді кеңейтуге қабілетті. Исламдық қаржы өнімдерін цифрландыру сонымен қатар қоғамдастықтың экономикалық өркендеуін қамтамасыз етуге бағытталған өнімдерді дамыту мүмкіндіктерін кеңейтуге мүмкіндік береді, мысалы процестерді жеңілдету арқылы зекет пен вакфты беру және жинау.

Қорытындылай келе, қазіргі таңда Қазақстанда исламдық банкингінің танымалдылығы өте төмен және дамудың бастапқы кезеңінде деп айта аламыз. Елімізде бұл саланы дамыту нарығы кең болғанымен, бізде негізінен еуропалық нарық жүйесі қалыптасқан. Біз ислам мемлекеттерімен сауда жасамаймыз, яғни экономикалық міндеттемелеріміз бен келісімдеріміз еуропалық жүйемен тікелей байланысты және негізінен дәстүрлі банктердің дамуына назар аударамыз. Нәтижесінде ислам банктері финтех құралдарын қолдануда, банк операцияларын автоматтандыру мен цифрландыруда басқа банктерден артта қалып жатыр. Сондай-ақ, қаржылық қызметтердің осы саласын танымал ету және дамыту, ең алдымен, исламдық банкингі өнімдерін ұсынатын банктердің өздеріне де байланысты. Алайда бұл банктердің өзі нарықта аса белсенді емес. Әйтсе де, жақын арада исламдық банкингі белсенді дамып, Қазақстанның қаржылық қызмет көрсету секторында өзінің лайықты орнын алады деп сенім білдіреміз.

Әдебиеттер тізімі

1. Этикалық(ислам)қаржыландыру негіздері:Оқу құралы/Е.А.Байдаулет.,-Екібастұз, 2014
2. <https://bankchart.kz/>
3. <https://halykfinance.kz/>
4. Основы исламского финансирования: Учебное пособие/Абдулова Т.Г., Ержанова Ж.К.- Уральск 2016

Қаржы секторының цифрлық трансформациясы: қиындықтар мен мүмкіндіктер

А.Ж. Тиштыкбаева¹, Е.Н.Музаффаров²

¹«Қаржы» кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.,

²«Қаржы» мамандығы бойынша 4 курс студенті
arnagul0707@mail.ru, Muzaffarov2003@mail.ru

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: «Қаржы секторының цифрлық трансформациясы: қиындықтар мен мүмкіндіктер» мақаласы цифрлық трансформацияның қаржы секторына әсерін зерттейді. Мақалада қаржы секторын цифрлық түрлендірудің маңызды аспектілері және сандық

технологияларды енгізу кезінде қаржы институттары кездесетін негізгі қиындықтар талқыланады, сонымен қатар банктер мен басқа да қаржы ұйымдары үшін ашылатын мүмкіндіктер сипатталады.

Кілт сөздер: Цифрлық трансформация, қаржы секторы, киберқауіпсіздік, нормативтік талаптар, бизнес-модельдер, автоматтандыру процестері, жаңа өнімдер мен қызметтер.

Қаржы саласын цифрландыру қазіргі әлемдік экономиканы дамытудың ажырамас белгісі болып табылады. Қаржы нарығының қатысушылары табысты және бәсекеге қабілетті болуы үшін озық технологияларды енгізудің жаһандық үрдістерінен қалыс қалмауы қажет. Бұл тапсырманы орындау мақсатында қаржы нарығындағы несиелік ұйымдар, сақтандыру компаниялары және басқа институционалдық инвесторлар цифрлық технологиялардың әсерінен өз қызметін жетілдіруге айтарлықтай өзгерістер енгізуде. Қаржы саласын цифрландыруды қазіргі қоғам дамуының эволюциялық кезеңі ретінде талдай отырып, оның қалыптасуының негізгі кезеңдерін қарастырған жөн. Бұл ретте осы процестің негізі қаржы технологиялары саласының жетістіктерін қаржылық қатынастарға белсенді енгізу болып табылатынын атап өту қажет [1].

Қаржы секторының цифрлық трансформациясы - бұл қаржылық қызметтер мен технологиялар секторларының қиылысында қарқынды дамып келе жатқан сегмент, онда технологиялық стартаптар мен нарықтың жаңа қатысушылары қазіргі уақытта дәстүрлі қаржылық қызметтер секторы ұсынатын өнімдер мен қызметтерге инновациялық тәсілдерді қолданады. Цифрландыру тез дамып, дәстүрлі құн тізбегіндегі заттардың әдеттегі тәртібін бұзады. Соңғы технологияларды қолданатын финтех сегментінің компаниялары және қызметтің жаңа бағыттары Қаржылық қызметтер секторының ойыншылары арасында қалыптасқан шекараларды бұлдыратып, бәсекелестік көрінісін өзгертеді.

Цифрлық трансформация әртүрлі салаларға әсер етеді, ол қаржы секторында да ерекше маңызға ие. Қаржы секторы цифрлық экономиканың негізгі драйверлерінің біріне айналуда. Қазіргі уақытта қаржы ұйымдарының бәсекеге қабілеттілік деңгейі цифрлық технологияларды енгізу және пайдалану қабілетімен анықталады. Қаржы саласындағы цифрландыру қаржы операцияларының операциялық тиімділігі мен басқарылуын арттыруға, ал инновациялық технологиялар шығындарды қысқарту есебінен қызметтердің құнын төмендетуге, неғұрлым түсінікті, жылдам және көзбен ашық транзакциялар жасауға мүмкіндік береді. Соңғы жылдары қаржылық сауықтыру мәселелеріндегі өсіп келе жатқан қиындықтар мен мүмкіндіктер цифрлық технологияларды пайдаланудағы үдерістермен тығыз байланысты [2].

Жалпы қаржылық технологиялардың дамуын осы саладағы цифрландыру эволюциясын сипаттаудан байқауға болады. Қаржы саласын цифрландырудың эволюциясы дамудың жоғары қарқындылығы мен серпінділігін көрсетеді. Бұл процесс экономикалық жүйеге, оның институттарына және жалпы қоғамға сапалы жаңа талаптардың пайда болуын анықтайды. Жалпы қаржылық технологиялардың дамуында келесі кезеңдерді бөлуге болады (кесте 1).

Кесте 1

Қаржы жүйесін цифрландырудың эволюциясы

Уақыты(жыл)	Кезеңдер	Сипаттамасы
1950	банк карталарының пайда болуы және белсенді таралуы	Бөлшек сегмент клиенттерінің кең ауқымы үшін банктік өнімдер мен қызметтерді дамыту. Несиелік карталар жаппай тұтынушыға арналған әмбебап өнім болды
1960	банкоматтарды қолдану	клиенттерге ыңғайлы болу және қолма-қол ақша операцияларын жүргізудің қарапайымдылығы үшін банк бөлімшелерінен тыс банктік қызметтерді пайдалануға мүмкіндік беретін automated Teller

		Machine (ATM) банкоматтары ойлап табылып, белсенді қолданыла бастады
1970	электрондық сауда алаңдарын құру (бірінші – NASDAQ)	бағалы қағаздар нарығындағы операцияларды жүйелеу және автоматтандыру қаржылық операцияларды жүргізуді едәуір жеңілдетті
1980	алғашқы банктік компьютерлер және ақпараттық-технологиялық шешімдер	мамандандырылған микро-компьютерлер негізінде банктік ақпаратты өңдеудің арнайы электрондық құралдарын құру несиелік ұйымдарға шығындарды азайтуға мүмкіндік берді. Банк қызметкерінің жұмыс орнын компьютермен жабдықтау мүмкін болды
1990	қаржы технологияларын дамыту	қаржылық өнімдер мен қызметтер саласындағы инновациялық шешімдер мен технологияларды біріктіретін арнайы экожүйенің пайда болуы
2000	роботтандыру, визуализация, заттар интернетінің пайда болуы, сонымен қатар адамдар мен сандық агенттерді біріктіретін экожүйелер құру S. M. A. R. T	интернет байланыстарын жаппай тарату. Дәстүрлі операциялық және ақпараттық технологиялардың бірігуі, "ақылды" машиналардың таралуы. Бұл жағдайда ақпарат тек құндылық құралына ғана емес, сонымен бірге тәуелсіз өнімге де айналады (болжамды және прескриптикалық аналитика, қашықтан бақылау және басқару)
2020	сандық банкинг, қаржыландыру финтехплатформалар(краудфандинг және краудинвестинг), роботтық кеңес беру, электронды ақша, цифрлық төлем қызметтері және криптоактивтермен қаржылық қызмет.	Пандемияның әлемдік дамуы табиғи прогресті бірнеше рет жеделдете отырып, әртүрлі процестерді ұйымдастырудың физикалық форматтан цифрлық форматқа ауысуына әкелді, сонымен қатар цифрландырудың және пайдаланушыларды қызметтерді алудың қашықтан форматына бағыттаудың маңыздылығын одан әрі арттырды.
Е с к е р т у – [2] әдебиет негізінде автормен құрастырылған		

Жалпы, цифрлық трансформация тек әлеуетті мүмкіндіктер мен артықшылықтарды ғана емес, сонымен қатар елеулі тәуекелдер мен қауіптерді де қамтиды. Оларды жою үшін қаржы технологияларын реттеу саласындағы, әсіресе киберқауіпсіздік және деректердің сақталуы бөлігінде нормативтік-құқықтық базаны үйлестіру қажет [3].

1. Киберқауіпсіздік тәуекелдері. Қаржы секторында цифрлық технологияларды қолданудың артуы киберқауіпсіздік тәуекелдерінің артуына әкелді. Интернетте көбірек

қаржылық транзакциялар орын алған сайын, бұзу және деректердің ағып кету қаупі артады. Киберқылмыскерлер барған сайын өсіп келеді, сондықтан да қаржы институттары өз жүйелері мен тұтынушылардың деректерін қорғау үшін сенімді киберқауіпсіздік шараларына инвестиция салуы керек.

2. Нормативтік талаптарға сәйкестік. Қаржы секторының цифрлық трансформациясы ережелер мен сәйкестік талаптарының күрделі желісін құрды. Қаржы институттары деректерді қорғаудың жалпы ережесін (GDPR), төлем карталарының индустриясының деректер қауіпсіздігі стандартын (PCI DSS) және Сарбанес-Оксли актісін (SOX) қоса алғанда, бірқатар ережелерді сақтауы керек. Бұл ережелерді сақтау айтарлықтай қиындық тудыруы мүмкін, сол себепті қаржылық институттар заңды және беделді тәуекелдерді болдырмау үшін сәйкестік шараларына инвестиция салуы керек.

3. Тұтынушылардың күтулері. Қаржы секторының цифрлық трансформациясы тұтынушылардың күтулерінің өзгеруіне әкелді. Тұтынушылар жылдамырақ, ыңғайлырақ және жекелендірілген қызмет көрсетуді күтеді. Қаржы институттары осы үміттерді қанағаттандыру үшін мобильді банкинг, онлайн төлемдер және робот-кеңес қызметтері сияқты цифрлық технологияларға да инвестиция салуы қажет [4].

Қаржы секторының цифрлық трансформациясын жүзеге асырудағы мүмкіндіктер:

1. Тиімділікті арттыру. Қаржы секторының цифрлық трансформациясы қаржылық қызметтердің тиімділігін арттыруға әкелді. Автоматтандыру, жасанды интеллект және блокчейн сияқты цифрлық технологиялар процестерді жеңілдетуге, шығындарды азайтуға және қаржылық транзакциялардың дәлдігін жақсартуға, сондай-ақ клиенттерге көрсетілетін қызметтердің сапасын арттыруға мүмкіндік береді.

2. Қол жетімділікті арттыру. Қаржы секторының цифрлық трансформациясы қаржылық қызметтердің қолжетімділігін арттыруға әкелді. Мобильді банкинг және онлайн төлемдер сияқты цифрлық технологиялар адамдардың орналасқан жеріне немесе қаржылық жағдайына қарамастан қаржылық қызметтерге қол жеткізуді жеңілдетті.

3. Жаңа бизнес үлгілері. Қаржы секторының цифрлық трансформациясы жаңа бизнес үлгілерінің пайда болуына әкелді. PayPal, Square және Stripe сияқты финтех компаниялары инновациялық цифрлық шешімдер ұсына отырып, дәстүрлі қаржылық қызметтерді бұзды. Бұл компаниялар кәсіпкерлер мен инвесторлар үшін де жаңа мүмкіндіктер туғызды.

4. Нормативтік талаптарға сәйкестік. Қазіргі уақытта цифрлық трансформация экономиканың көптеген секторларын, оның ішінде қаржылық саланы дамытудың негізгі бағытына айналуда. Бұл қаржы институттары үшін жаңа мүмкіндіктер мен қиындықтарға әкеледі, олар өзгермелі нарықтық жағдайларға бейімделіп, бәсекеге қабілеттіліктің жаңа деңгейіне өтуі керек.

Қаржы секторындағы цифрлық трансформацияның қиындықтары:

1. Техникалық мәселелер. Сандық технологияларды қаржы секторына біріктіру инфрақұрылымға, деректерді басқаруға және қауіпсіздікке айтарлықтай инвестицияларды қажет етеді. Қаржы институттары өз жүйелері мен деректерінің қауіпсіздігі мен сенімділігін қамтамасыз етуі керек, бұл күрделі және қымбат процесс болуы мүмкін.

2. Нормативтік құқықтық мәселелер. Қаржы реттеушілері қаржы секторының өзгермелі ландшафтына бейімделуі және цифрлық трансформацияның қиындықтары мен мүмкіндіктерін қарастыратын жаңа ережелерді жасауы қажет. Бұл технологияны және оның қаржы жүйесіне ықтимал әсерін терең түсінуді талап етеді.

3. Тұтынушылардың проблемалары. Цифрлық трансформация сонымен қатар жаңа қаржылық технологиялардың тәуекелдері мен артықшылықтарын түсінуі қажет, бұл тұтынушылар үшін қиындықтар тудырады. Қаржы институттары тұтынушыларды осы технологиялар туралы оқытуы және оларды жауапкершілікпен пайдалануын қамтамасыз етуі керек. [4].

Қаржы секторының цифрлық трансформациясының негізгі міндеттері:

1. Бәсекелестіктің артуы. Цифрлық трансформация жағдайында қаржы институты бәсекелестік мәселесіне тап болады, өйткені жаңа технологиялар мен платформалар ойыншыларға нарыққа шығуға және бар институттармен бәсекелесуге мүмкіндік береді.

2. Деректер қауіпсіздігін қамтамасыз ету. Цифрлық түрлендіру процесі кезінде өңделетін деректердің үлкен көлемі оның қауіпсіздігін және кибершабуылдардан және рұқсат етілмеген қол жеткізуден қорғауды қамтамасыз етуді талап етеді.

3. Қаржылық операцияларды тежеу. Цифрлық трансформация қаржылық операциялардың жылдам және дәл орындалуын талап етеді, оған автоматтандырылған жүйелер мен алгоритмдерді қолдану арқылы ғана қол жеткізуге болады.

4. Бақылаудың күрделенуі. Цифрлық трансформация жағдайында жұмыс істейтін басқару жүйесі деректердің үлкен көлемін және әртүрлі процестерді тиімді басқаруды қамтамасыз ету үшін неғұрлым күрделі және көп қырлы ортада болуы керек.

5. Инновацияларды дамыту. Цифрлық трансформация клиенттерге ұсынылуы мүмкін жаңа өнімдер мен қызметтерді дамытуға, сол арқылы қаржы институтының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал етеді.

Инновация және жаңа мүмкіндіктер. Клиенттер қаржы секторының цифрлық трансформациясы жаңа инновациялар мен мүмкіндіктер әкеледі деп күтеді. Бұл деректерді талдау, процестерді автоматтандыру және жекелендірілген ұсыныстар беру үшін жасанды интеллект пен машиналық оқытуды пайдалануды қамтуы мүмкін. Клиенттер қаржылық институттардан тұтынушыларды өзгертуге мүмкіндік беретін жаңа өнімдер мен қызметтерді ұсынуды күтеді [5].

Жалпы қорыта келе, қаржы секторының цифрлық трансформациясы – тиімділікті оңтайландыру және жақсарту, тиімділікті арттыру және қаржы институттары үшін жаңа бәсекеге қабілетті мүмкіндіктер жасау үшін цифрлық технологиялар мен инновацияларды өндіру және пайдалану процесі.

➤ Қаржы секторындағы цифрлық трансформацияның тиімділігін арттырудың негізгі аспектілерінің бірі процестерді автоматтандыру болып табылады. Автоматтандыру кәдімгі және қайталанатын тапсырмаларды автоматтандырылған жүйелермен ауыстыруға мүмкіндік береді, соның нәтижесінде тапсырманың орындалу уақыты жылдамырақ, қателер азаяды және тұтынушыларға қызмет көрсету жақсарады. Мысалы, банк кассасындағы автоматтандыру төлемдерді жүзеге асыру, несие беру және басқа да операциялық мәселелерді шешу уақытын қысқартуға мүмкіндік береді.

➤ Жасанды интеллектті енгізу және қолдану. Жасанды интеллект (AI) қазіргі әлемнің қаржы секторындағы тиімділікті арттыруға көмектесетін негізгі технологиялардың бірі болып табылады. AI процестерді автоматтандыру, үлкен көлемдегі деректерді талдау, трендтерді болжау және машиналық оқыту алгоритмдері негізінде шешімдер қабылдау үшін пайдаланылуы мүмкін. Мысалы, AI банктерге клиенттердің несие қабілеттілігін жылдам анықтауға, алаяқтық мақсаттары үшін қаржылық транзакцияларды автоматты түрде бақылауға және клиенттерге жеке ұсыныстар беруге көмектесе алады.

➤ Цифрлық платформалар мен онлайн қызметтерді дамыту. Сандық платформалар мен онлайн сервистерді дамыту да қаржы секторының тиімділігін арттырудың маңызды аспектісі болып табылады. Цифрлық платформалар қызметтер мен өнімдерді онлайн режимінде ұсынуды ұйымдастыруға мүмкіндік береді, бұл тұтынушыларға қызмет көрсету процесін қысқартуға мүмкіндік береді. Мысалы, клиенттер банктік шоттарды аша алады, төлемдерді зерттей алады және онлайн-банкінг немесе мобильді қосымшалар арқылы қаражат сала алады.

➤ Киберқауіпсіздік. Қаржы секторының цифрлық трансформация секторындағы тиімділікті арттыру киберқауіпсіздікке де тиісті көңіл бөлуді талап етеді. Цифрлық технология мен онлайн қызметтердің пайда болуымен кибершабуылдар мен киберқылмыс қаупі артып келеді. Қаржы институттары өз ақпаратын қорғау және тұтынушыларының қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін киберқауіпсіздік стратегияларын әзірлеуі және жүзеге асыруы керек.

Қазіргі уақытта қаржы ұйымдарының бәсекеге қабілеттілік деңгейі цифрлық технологияларды енгізу және пайдалану қабілетімен анықталады. Қаржы саласындағы цифрландыру қаржы операцияларының операциялық тиімділігі мен басқарылуын арттыруға, ал инновациялық технологиялар шығындарды қысқарту есебінен қызметтердің құнын төмендетуге мүмкіндік береді. Қаржы секторындағы цифрлық трансформацияның тиімділігін арттыру бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізу және қаржы ұйымдарын дамыту шарты болып табылады. Процестерді автоматтандыру, жасанды интеллектті пайдалану, цифрлық платформалар мен онлайн қызметтерді дамыту және киберқауіпсіздік - бұл тиімділікті қолдайтын және тұтынушылардың жақсы тәжірибесін қамтамасыз ететін негізгі аспектілер болып табылады [6].

Әдебиеттер тізімі

1. «Қаржы қызметтеріндегі цифрлық трансформация: табысқа жетудің жол картасы», Deloitte (2019)
2. «Қаржылық қызметтердің болашағы: технология индустрияны қалай өзгертеді», PwC (2020)
3. «Қаржы қызметтеріндегі цифрлық трансформация: мүмкіндіктер мен қиындықтар», Deloitte (2019)
4. «Финтех: қаржылық қызметтердің болашағы», McKinsey & Company (2018)
5. «Блокчейн және қаржылық қызметтердің болашағы», Deloitte (2020)
6. Лексин, В.Н. Біздің заманымыздың экономикасы мен саясатындағы жасанды интеллект. 2-бап. Жасанды интеллект өнім және қызмет ретінде.

Қазақстан Республикасында сандық теңгені енгізудің алғышарттары және даму болашағы

Г.Р.Топшахова¹, С.Е.Масалим², Н.Е.Тлеуова³, Б.Хамзина⁴

¹Қаржы кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.

^{2,3,4}Қаржы мамандығының 1курс студенттері
Mr.Suyundykov@mail.ru, maaasalim@mail.ru,
tleuovanursaa@gmail.com,hamzinabalausa7@gmail.com

^{1,2,3,4}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада сандық валюталарға, олардың ішінде Орталық банктер шығарып жатқан сандық валюталарға жан-жақты сипаттама беріліп, әлемнің бірқатар елдерінде оларды енгізу тәжірибесі көрсетіліп, біздің елде қолданысқа енгізу қажеттілігі және алғашқы кадамдар жайында жалпы ақпарат берілген.

Кілт сөздер:сандық валюта, сандық юань – ОБСВ, DTH, cryptocurrency, токен, блокчейн технологиясы, dcash.

Цифрландыру бүкіл әлем бойынша қаржы нарықтарын қалпына келтірудің негізгі қозғаушы күштерінің біріне айналды. Экономикалық жағдайлар жылдам өзгертін шақта қаржы нарығының бизнес-деректерінің бірыңғай платформасын құру арқылы реттеушілер мен нарыққа қатысушылар арасындағы жоғары технологиялық өзара іс-қимылды қамтамасыз ету аса маңызды. Қазір бүкіл әлем бойынша 63 орталық банк ұлттық сандық валюталарды енгізу мәселесін зерделеуде.

Қытай Халық банкі сандық юаньмен 2014 жылы жұмыс істей бастады. 7 жыл ішінде Қытай тұжырымдаманы жасап, жүйенің 10 сынағын өткізді, соңғысы 2021 жылдың сәуірінде іске қосылды. Қытайда цифрлық валютаны танымал ету үшін әкімшілік ресурс, сонымен қатар билік азаматтар арасында пилоттық сандық юаньді тарату үшін қолданылатын лотерея форматы қолданылады [4]. Қытайдағы транзакциялар көлемі \$5,3 млрд-қа жетті, 20,8 млн

адам виртуалды әмияндарды ашты, енді Қытай цифрлық юаньді халықаралық айналымға енгізуге ниетті.

Сандық валюта Кариб бассейнінде 2021 жылдың 31 наурызында пайда болды. Шығыс Кариб Банкі Шығыс Кариб долларының dcash аналогын іске қосты.

Еуропалық орталық банк 2020 жылы сандық еуроны іске қосудың оң және теріс жақтарын бағалай бастады. Қазір Орталық банк басқа мемлекеттердің тәжірибесін талдап, азаматтардың Еуро баламасын іске қосу туралы пікірлерін жинауда.

Еуропа елдерінде цифрды Фиатқа енгізу бойынша алдыңғы орынды аталған PwC рейтингісінде 8-орынды иеленген Швеция алады. Жақында электронды кронды тестілеудің бірінші кезеңі аяқталды. 2021 жылдың мамыр айында басталған пилоттық жобаның екінші кезеңінде Швецияның орталық банкі бөлшек төлемдердегі сандық валютаның тиімділігін бағалайды, желілік инфрақұрылымның тұрақтылығын тексереді, сонымен қатар таңбалауыштарды сақтаудың әртүрлі әдістерін сынайды.

Цифрлық доллардың бес пилоттық жобасы 2021 жылы АҚШ аумағында іске қосылады. Іске қосу үшін екі ұйым жауап береді - Digital Dollar Foundation және Accenture. Компания өкілдері цифрлық доллар - бұл онлайн төлемдер үшін арнайы жасалған және қолданыстағы электрондық ақшаны толықтыратын ақшаның жаңа түрі дейді [1].

Ресей банкі сандық рубль тұжырымдамасын 2020 жылдың қазан айында ұсынды және оны нарық ойыншылары мен қаржы сарапшыларына талқылауға ұсынды.

Сандық рубль арнайы электрондық әмиянда сақталады деп жоспарлануда. Пайдаланушылар сандық кодты бір әмияннан екінші әмиянға жібере алады. Ал сандық рубльді онлайн немесе офлайн режимінде есептеу үшін пайдалануға болады.

Сандық валюта-бұл криптовалютаның бір түрі емес, ұлттық ақшаның сандық аналогы. Сандық валютаны өзіңіз ала алмайсыз.

Сандық валютаны іске қосудың мақсаты қарапайым және қауіпсіз төлем әдісін ұсыну болып табылады. Сандық валюта ұлттық ақшаны алмастырмайды, керісінше есептеудің қосымша нұсқасы болады.

Сандық валюта жүйелері қарапайым банктерге қарағанда клиенттер үшін транзакцияларды тезірек есептейді. Банк аударымдары көбінесе сатып алушылардың, делдалдардың және сатушылардың банктері арасында көбірек транзакциялардан өтеді: кейде есептеулер бірнеше сағатты немесе тіпті күнді алады.

Forbes Advisor басылымының соңғы мақаласында: "сандық валюта - бұл тек электронды түрде қол жетімді кез келген валюта, алайда, сандық валюта ешқандай жағдайда физикалық форманы қабылдамайды [2]. Ол әрдайым компьютерлік желіде қалады және оның айналымы сандық механизмдердің көмегімен жүреді". Тиісінше, ОБСВ әрдайым электронды түрде қалады (яғни оны қолма-қол ақшаға айналдыруға болмайды).

Сандық валюта-бұл реттелетін және реттелмейтін сандық ақшаның жалпы термині. Ақша тек сандық түрде қол жетімді және қолма - қол ақшамен байланысты емес, яғни сандық валюта бірдей электронды ақша емес. Сандық валюталар материалдық емес және оларды белгілі бір желілермен байланысқан компьютер немесе электрондық әмиян арқылы басқаруға болады. Барлық суртосигнелинг сандық валюталар, бірақ барлық сандық валюталар криптовалюталар емес. Басқа сандық валюталар, соның ішінде электронды алтын және ойын ақшасы бар.

Сонымен қатар, сандық валютаны желіден шығару мүмкін еместігін ескере отырып (яғни физикалық формаға түрлендіріледі), бұл мемлекеттер мен реттеушілерге оның қолданылуын мұқият бақылауға мүмкіндік береді, өйткені бұл анонимді пайдалану мүмкіндігін азайтады. Сонымен қатар, егер ОБСВ үлестірілген тізілім технологиясы негізінде шығарылатын болса, бұл валютаға орталықсыздандыруды қамтамасыз ететін қосымша ашықтық береді. Осылайша, бұл сандық сипаттамалардың арқасында және үлестірілген тізілім технологиясына негізделі отырып, бұл валюта және оны пайдалану операцияларды есепке алу, бақылау, салықтық есепке алу және т.б. ашықтық арқылы нормативтік-құқықтық талаптарды реттеуге және сақтауға оң әсер етеді (біз Ұлы

жиынтықтың бірнеше мысалын ғана атап өттік). Сонымен қатар, әлемдік ауқымда бұл ақшаны жылыстатуға қарсы жаһандық күреске көмектеседі [3].

Бүгінгі күні айналыстағы ақша, криптовалюта мен ОБСВ арасындағы айырмашылықты түсіну үшін келесі сипаттамаларды салыстыру қажет (1 кесте) [1,8б.]

Кесте 1

	Сандық валюта	Мемлекеттің Орталық банкімен шығарылған ресми валюта	Орталықтандырылған	Резервтермен қамтамасыз етілген
Қарапайым ақшалар	Жоқ	Иә	Иә	Иә
ОБСВ	Иә	Иә	Иә (бірақ, дәрежесі анықталмаған)	Иә
Криптовалюта	Иә	Жоқ	Жоқ	Жоқ

Жоғарыда көріп отырғанымыздай, ОБСВ криптовалютаға қарағанда орталықтандырылған болады және тек эмиссияға қатысты ғана емес, сонымен қатар бухгалтерлік есеп тұрғысынан да болады, өйткені орталық банк ОБСВ-дағы операцияларды орталықтандырылған түрде есепке алып, тексереді. ОБСВ-дан басты айырмашылығы, криптовалютадағы операцияларды есепке алу бүкіл желіде бірлесіп жүзеге асырылады, ал операцияларды тексеруді кеншілер криптографиялық түрде жүргізеді (яғни, орталық делдалға қажеттілік жоқ). Егер ОБСВ блокчейн технологиясына негізделген болса (яғни, үлестірілген тізілім технологиясы), онда рұқсаттарға байланысты мұндай ОБСВ орталықтандырылмаған болуы мүмкін. ОБСВ құрылымы әлі нақты анықтама алған жоқ, сонымен қатар таратылған тізілім технологиясын қолдану дәрежесі әлі анықталған жоқ және орталықсыздандыру сұрағына әлі нақты жауап алған жоқ, сондықтан осы жағдай бақылауда қалуы тиіс.

Сонымен қатар, кез-келген электронды немесе ұжымдық басқарылатын жүйе құпиялылықты сақтау туралы алаңдаушылық тудырады. Операциялардың күшейтілген мониторингі мемлекеттерге және реттеуші органдарға операцияларға қосымша бақылау береді. Бұл ретте жаһандық деңгейде ақпаратталмасу деректерді қорғау және құпиялылық жөніндегі жалпы регламентті (GDPR) сақтамау тәуекелімен байланысты болуы мүмкін.

Барлық орталық банктердің алдында тұрған басты қиындық – сандық валюталардың халықтың күнделікті өміріне енуі. Өзінің мемлекеттік Petro криптовалютасын іске қосқан Венесуэлада сандық әмиянды орнату кезеңінде ел халқының жартысы қиындықтарға тап болды. Нәтижесінде сандық валютаны енгізу сәтсіз аяқталды, өйткені пайдаланушылар оны қабылдауға дайын болмады [5].

Қазақстан көптеген салада қаржы индустриясын цифрлық дамытудың алдыңғы қатарында ілгерілеп келеді. Сандық сервистердің ықпалымен біз елдегі қолма-қол ақшасыз төлемдердің айтарлықтай өсуін байқап отырмыз. Осылайша, 5 жыл ішінде халықтың қолма-қол ақшасыз төлемдерінің көлемі 26 есе өсті, ал интернет және мобильді сервистер арқылы төлемдердің үлесі 22%-дан 84%-ға дейін ұлғайып, рекордтық көрсеткішке жетті.

Нарық қатысушыларымен бірге Ұлттық Банк «Сандық теңге» пилоттық жобасын іске асыра бастады. Пайымдауымызша, сандық теңге криптовалюталардың кейбір артықшылықтарына ие болады, мысалы, жоғары қауіпсіздік, дәстүрлі төлем жүйелерінен тыс аударымдар мен төлемдер мүмкіндігі. Бұл жағдайда төмен өтімділік, жоғары құбылмалылық және тауарлар мен қызметтер үшін сөзсіз төлем жасау мүмкін еместігі сияқты криптовалюталардың кемшіліктері алынып тасталады. Сандық теңгенің оң қасиеттерінің бірі жеке жіктеу және мемлекеттік шығыстар шеңберінде ақшаның қосымша қадағалануы болуы

мүмкін, бұл сыбайлас жемқорлықтың төмендеуіне ықтимал ықпал етуі мүмкін. Негізгі тәуекелдер Ұлттық банктің сандық теңге жүйесінде ақша аудару және сақтау үшін қауіпсіздіктің жеткілікті деңгейін қамтамасыз етуінен, сондай-ақ жүйе инфрақұрылымының үздіксіз жұмысын қамтамасыз етуінен тұрады.

ОБСВ айналымдағы қолма-қол ақшамен де, криптовалюталармен де жалпы сипаттамаларға ие. Алайда, бұл криптовалюталармен жалпы сипаттамалар (яғни, сандық форма және орталықсыздандыру), қаржылық реттеу және нормативтік-құқықтық талаптарды сақтау тұрғысынан негізгі артықшылықтар береді. Сонымен қатар, сол сипаттамалар ең үлкен алаңдаушылықпен байланысты тақырып екенін ескерген жөн. Бұдан шығатыны, ОБСВ ашықтығының жоғары дәрежесіне байланысты нормативтік-құқықтық талаптарды жақсартылған сақтаудың жаңа дәуірінің басталуын белгілеуі мүмкін, алайда бұған деректерді күшейтілген қадағалау бағасы қол жеткізеді. Бұл таңғажайып қызықты сала, оның дамуы сөзсіз ойлануға әлі де көп тамақ әкеледі.

Қазақстан қазір көптеген мемлекеттерден бір қадам алда тұр, өйткені цифрлық теңгенің пилоттық бағдарламасы ҚР-да енгізіліп жатқан "әлеуметтік әмиян" жобасына салынатын болады. Мұндай ұштастыру Қазақстан Үкіметіне цифрлық теңгені енгізуді халық үшін барынша қолайлы ету үшін оны таратуға бағытталған қуатты ақпараттық саясат жүргізуге көмектеседі.

Қаржы нарығына қатысушыларды және басқа да мүдделі тараптарды кеңінен тарту мақсатында 2022 жылғы маусымда Қазақстанда ұлттық цифрлық валютаны енгізу мәселелерін бірлесіп зерттеу үшін барлық мүдделі тараптарды біріктіретін digital Tenge Hub бірлескен алаңы іске қосылды.

Осыған байланысты 2023 жылғы жұмыстар шеңберінде КТ платформасының екі контурын құру жоспарлануда: өнеркәсіптік және эксперименттік немесе ғылыми-зерттеу (R&D). Жұмыстардың барлық нәтижелері ағымдағы жылдың желтоқсан айында 2023 жылдың қорытынды баяндамасында жариялануға жоспарлануда. Осы құжатқа сәйкес СТ нысаналы архитектурасын дамытудың оңтайлы архитектуралық параметрлері айқындалатын болады[6].

Елдің қаржы индустриясы да сандық теңге енгізу есебінен өз қолдауын алады, жаңа инфрақұрылымға деген қажеттілік отандық финтех-нарықтың дамуына түрткі болады. Билік сандық теңге интернетке қосылмай-ақ төлем жасау мүмкіндігінің арқасында өңірлер арасындағы сандық алшақтықты еңсеру үшін негізгі құралдардың бірі бола алады деп күтуде.

Қазір Ұлттық Банкке цифрлық валютаны енгізу тұрғысынан әлемдік әріптестерден қалып қоймау маңызды. Мұндай тегікті әзірлеу және енгізу жөніндегі жоспар мен нақты стратегия болуы қажет. Сандық эволюцияның көшбасында болмасақ та соңында қалмаудың жолдарын табу болашақтың еншісінде.

Қолданылған әдебиеттер

1. Гуськов А. Ю., Стерликов Ф. Ф. К вопросу о криптографической валюте. Экономические науки. 2020;(151):7-10.
2. Роженцова Е.В. Криптовалюта как возможная мировая валюта: дискуссионные аспекты. Журнал экономической теории. 2019;15(2):204-212.
3. Тапскотт Д., Тапскотт А. Технология блокчейн: то, что движет финансовой революцией сегодня. М.: Эк-смо; 2018. 448 с
4. Федорова Г. Азиатский регион: технологии чуда. Стратегия. 2019;27(2):48-50.
5. <https://www.gherso.com/ru/What-is-a-CBDC>
6. <https://www.nationalbank.kz/ru/page/Digital-Tenge>

ҚҚС-ы әкімшіліктендіруде блокчейн технологиясын қолданудың маңызы

Г.Р.Топшахова¹, А.Р.Руслан², А.М.Таңсықпаева³

¹Қаржы кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.

^{2,3}Қаржы мамандығының 1курс студенттері

Mr.Suyundykov@mail.ru, almurarus1221@mail.ru, tansykpaeavaana@gmail.com

^{1,2,3}Бөкетов Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Берілген мақалада блокчейн технологиясы туралы жалпы мағлұмат беріліп, оны қандай салаларда қолданудың тиімділігі анықталған. Біздің еліміздегі ҚҚС-ы әкімшіліктендірудегі маңыздылығына жете назар аударылып, алғашқы нәтижелер көрсетілген.

Кілт сөздер: блокчейн, ҚҚС, Банк жүйесі, Салық жүйесі, ҚҚС-ы әкімшіліктендіру, Бақылау шоты, Виртуалды қойма, E-Tamga.

Цифрлық революция біздің өміріміздің барлық салаларына еніп, қоғамды, экономиканы және басқару үрдістерін өзгертеді. Интернет, әлеуметтік желілер, күрделі деректер және процестерді автоматтандыру сияқты маңызды факторлар дамудың әдеттегі модельдерін өзгертеді. Блокчейн технологиясы ұзаққа келді және әлемдік экономиканың көптеген салаларын дәл қазір түбегейлі өзгертуде. Блокчейнді нақты экономикада қолдану бірнеше жыл бұрын теориялық деңгейден тәжірибелік деңгейге өтті. Әлемдік экономиканың ірі салалары жаңа ережелер бойынша жұмыс істей бастады және жаңа сын-қатерлерге төтеп беруде. Мысалы, денсаулық сақтауда медициналық дәрі-дәрмектерді, рецептілерді, лицензияларды, ауруханалық және басқа да көптеген заттарды сақтау үшін инфрақұрылымдық шешімдер қолданылуы мүмкін. Бұл технология электрондық медициналық карталарды құруда, өзара есеп айырысуда және төлемдерде, нотариатта және сәйкестендіруде, телемедицинада, дәрі-дәрмектердің жұмсалуын бақылауда, қадағалауда, рецептілердің айналымын есепке алуда, қолдан жасалуын болдырмауда, сатып алуды бақылауда және т.б. қолданылады.

Өндірістік-өткізу тізбектері әр түрлі қатысушылар арасындағы бірыңғай сенімді орталық ретінде блокчейнді енгізуді талап ететін үдерістер одан да көп: мемлекеттік органдармен өзара іс-қимыл, құжат айналымын автоматтандыру, сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес, бұрмалауларды болдырмау, жеткізуді бақылау, контрафактпен күрес және т.б.

Сондай-ақ, бұл технологияны азық-түлік өндірісінде қолдану өндірушіден дүкенге дейін азық-түлік жеткізу тізбегін бақылауға мүмкіндік береді.

"Блокчейн-бұл тек блокнот, оған қатысушылар барлық операцияларды жазады. Бірдей жазбалары бар бір блокнот желінің барлық қатысушыларында бірден болғандықтан, ескі жазбаларды жасау мүмкін емес".

Бұл "блокнот" әлемді жаһандық зұлымдықтан қорғамайды, шөлдердің көбею мәселесін шешпейді – ол тек қана адамның жекелеген топтарын шындық монополиясынан айырады, оларға бұл шындықты түзетуге жол бермейді. Блокчейндағы шындық бірден бәріне қол жетімді. Бұл блокчейнге жататын таратылған желілердің маңызды сипаттамасы.

Таратылған жүйенің әрбір қатысушысы мәліметтердің толыққанды көшірмесіне ие – яғни деректер бөлінген. Желінің барлық қатысушыларының деректері бірдей. Барлық қатысушылардың деректерін қайталау "орталық контрагенттің" немесе делдалдың іс-әрекеттері есебінен емес, бөлінген келісімге қол жеткізу хаттамасы негізінде автоматты түрде жүргізіледі. Өзара іс – қимылдың әрбір қатысушысы транзакциялардың толық тарихына-өзара іс-қимыл тарихының тізіліміне қол жеткізе алады. Блокчейн-бұл жасалған транзакциялар туралы деректер байланысқан транзакциялар блоктарының реттілігі (тізбегі) түрінде құрылымдалатын жүйе немесе желі.

15 елдің алты жүз басшысы блокчейнді енгізуге байланысты бизнестің мүмкіндіктері туралы пікір алмасты. PwC зерттеуі бүкіл әлем бойынша блокчейн-технологияларды енгізу

қарқынының ұлғаюын көріп, және шығындарды қысқарту, бизнес-процестерді жеделдету, олардың ашықтығы мен қадағалануы үшін жаңа технологияны қолдана бастады. Осылайша, блок әдеттегі бизнес моделін және сауда жүргізуді түрлендіреді.

Өз жобаларында блокчейнды пайдалануда ең озық елдер: АҚШ (29%), Қытай (18%), Австралия (7%) болып саналады. Алайда, респонденттер таяу бес жылда Қытай АҚШ-ты айналып өтіп, бұрынғы сараптама және белсенділік орталығы АҚШ пен Еуропадан ығыстырылатынын атап өтті. Көбінесе блокчейнді қаржы секторы пайдаланады, бірақ респонденттер энергетиканы, коммуналдық қызметтерді, денсаулық сақтау мен өнеркәсіптік өндірісті технологияны қолданудың әлеуетті салалары ретінде анықтады.

Инноватор-кәсіпорындардың басшылары сақадай сай болып блокчейннің дамуын қадағалайды. Технологияларды реттеу мен сенім туралы қауіптер оларды қорқытпайды. Бұл ретте респонденттер, егер оларды қолдану нәтижесі және бастапқы мақсаттарға сәйкестігі көрінетін болса, блокчейн технологияларын енгізу негізделген екенін атап көрсетеді.

Үздік жұмыстар мен блокчейн мүмкіндіктер саланың барлық қатысушыларына ортақ платформалар арқылы жеткізілетін болады. Мұнда қатысушы компаниялар, кейде бәсекелестерге бірыңғай ойын ережелері мен блокчейн-технологияларды қолдану стандарттары туралы уағдаласу қажет.

Блокчейн технологиясын пайдаланбайтын әрбір үшінші респонденттер мұны жоғары құнымен (31%), түсінбеушілік арқылы (24%) түсіндіреді немесе басқарудағы қиындықтарды (12%) көреді.

Зерттеуде ішкі немесе салалық блокчейн-платформаларды дамыту үшін төрт бағыт анықталды.

1. Экономикалық негізділігін қамтамасыз ету немесе бизнес-кейсті құру: ұйымдар шағын бизнеспен айналыса алады, бірақ басқа қатысушылар оны қабылдауы үшін бастаманың мақсатын нақты баяндау қажет.

2. Экожүйені құру: сала ішіндегі әр түрлі компаниялардың өкілдері блокчейн технологияларын пайдалана отырып жұмыс істеу үшін, жалпы ережелер жинағын әзірлеу үшін бірігуі тиіс. Сұралған респонденттердің 15% - ы блок-шешімдерді белсенді пайдаланатындар, 88% - ы көшбасшылар немесе блокчейн технологияларға бірыңғай шешімді пайдалану бойынша консорциумның белсенді мүшелері болды" [3].

3. Блокчейнді пайдаланушылар нені көре алатынын және жасай алатынын жобалау үшін деректерге қол жеткізу бойынша жалпы ережелер мен стандарттарды әзірлеу қажет. Заң тараптарын, киберқауіпсіздік мәселелерін пысықтау үшін мамандар тартылуы тиіс. Мұндай тәсіл реттеуші тарапынан да, пайдаланушылар тарапынан да сенімді қамтамасыз етеді.

4. Құқықтық жұмыс: нормативтік талаптардың қарқынды дамуына байланысты блокчейн технологияларды әзірлеушілер құқықтық алаңның дамуына белсенді ықпал ету үшін реттеуші органдармен тығыз өзара іс-қимыл жасауы тиіс.

Егер көктен Қазақстанға түссе, онда мұнда блокчейннің өз пионерлері бар, тіпті мемлекеттік деңгейде де. Атап айтқанда, Мемлекеттік кіріс комитеті AlmatyTech Garden-мен және кеңесшілермен бірлесіп блокчейнді ҚҚС-ға енгізуді зерттейді, ҚР Ұлттық Банкі қысқа мерзімді қағаздарды сатып алу және сату үшін мобильдік қосымшаны әзірлеуді аяқтайды. KASE биржасы акционерлерге арналған Корпоративтік дауыс беру жүйесін жаңғырту технологияларын тестілейді.

Бір жағынан, блокчейн технологиялары бүкіл әлемде, соның ішінде Қазақстанда да үлкен назар аударды. Бірақ, екінші жағынан, технологияның бірегей мүмкіндіктері туралы білетіндер аз. Керісінше, адамдардың ақылында блокчейн тез байытудың елес болып көрінетін мүмкіндіктерімен тығыз байланысты болды.

Мемлекет тарапынан реттеуші нарық қатысушыларына елдегі жалғыз төлем құралы Қазақстанның ұлттық валютасы болып табылатынын еске сала отырып теңге баламасын құру әрекеттеріне нақты жауап берді. Бұл ретте мемлекет ХАҚО жанында құрылған заңды "құмсалғыш" шекарасында криптоактивтерді пайдалана отырып, өз күшін сынап көргісі келетіндердің барлығына мүмкіндік берді.

"Ақылды келісім-шарттар" компоненті бар блокчейн технологиясы негізіндегі кейбір жобалар бизнеске тәжірибелік құндылық бере алады және болашағы зор. "Ақылды келісім-шарттар" - кейбір қоғамдастықтың жұмыс істеуіне арналған ережелер жиынтығы. Мұндай "цифрланған" ережелерді қолдану аясы кең. Эскроу пайдаланылатын кез келген операциялар, мысалы жылжымайтын мүлікті сатып алу-сату, сақтандыру жағдайларын орындау, азық – түлік, алкоголь өнімдері мен дәрі-дәрмектерді қадағалау, сондай-ақ компаниялардың дербес деректерді пайдалануы - "ақылды келісім-шарттарды" пайдалана отырып іске асыруға арналған жобалар. Мәселен, Қазақстан Қаржы министрлігі «Blockchain» технологиясын қолдана отырып, ҚҚС-ты әкімшіліктендірудііске асыруды бастады. Бұл үдерісті автоматтандыру ақша қаражаты қозғалысының ашықтығын арттыруға мүмкіндік береді, және нәтижесі ретінде салық төлеушілер ҚҚС-ты жылдам және кепілді қайтарып алуды жүргізетін болады.

ҚР Мәжілісінің депутаты Аманжан Жамалов блокчейн технологиясын енгізбестен бұрын қосылған құн салығын (ҚҚС) әкімшілендіру үшін барлық тәуекелдерді есептеу қажет деп есептейді. Бұл туралы ол Мәжілістегі салықтық әкімшілендіруді цифрландыру мәселелеріне арналған үкімет сағаты барысында мәлімдеді, деп хабарлайды тілшісі. Kazpravda.kz ескерту.

"Бүгінгі күні ҚҚС ең күрделі, ашық емес және сыбайлас жемқорлық салық болып табылатыны ешкімге құпия емес. Сондықтан біз Қаржы министрлігінің оны әкімшілендіруді жақсартуға ұмтылысын түсінеміз. Электрондық шот-фактураларды қабылдау және өңдеу бойынша барлық жүйелер, сондай-ақ "салық төлеушінің кабинеті" орталықтандырылған деректер базасы бар дәстүрлі ақпараттық жүйелер болып табылады. Сондықтан Қаржы министрлігінің блокчейн технологиясын қолдана отырып, ҚҚС - ты басқару жөніндегі бастамаларына қатысты үлкен мәселелер бар", - деді депутат [1].

Оның пікірінше, түрлі мемлекеттік міндеттерді шешу үшін блокчейн технологиясын қолданатын бірқатар елдердің үкіметтері мұның бәрі не үшін қажет екенін түсінбейді.

"Блоктау барлық проблемалардың панацеясы емес, оны қолдану тәуекелдері әлі нашар зерттелген", - деп атап өтті Аманжан Жамалов.

Депутат блокчейн технологиясын қолдана отырып, ҚҚС-ты әкімшілендіру мәселесінде бірқатар тәуекелдер бар деп санайды. Мысалы, Қазақстанда блоктау технологиясын қолдану үшін құқықтық негіздер жоқ.

"Қолданыстағы" Ақпараттандыру туралы "Заң мемлекеттік функцияларды автоматтандыру шеңберінде блоктау технологиясын қолдануды көздемейді. Ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету саласындағы қолданыстағы бірыңғай талаптар орталықтандырылған деректер базасы бар дәстүрлі жүйелерге ғана қолданылады. Егер бұғаттау технологиясы қолданылатын болса, барлық мәліметтер орталықтандырылып, мемлекеттік органдарға жатпайтын түрлі серверлерде сақталады", - деді депутат.

Сондай-ақ, оның айтуынша, деректердің қауіпсіздігі мен құпиялылығы үшін жоғары тәуекелдер пайда болады.

"Салық Кодексімен салық құпиясын сақтау қамтамасыз етіледі. Егер ҚҚС бұғаттауды қолданумен әкімшілендірілетін болса, транзакциялар туралы барлық ақпарат желінің әрбір торабында - яғни әрбір компьютерде сақталатын болады. Бұл ретте осы компьютерлерді ұстаушы қандай субъектілер болады және оларға қандай қауіпсіздік талаптары қойылатын болады. Орталықтандырылған базаны пайдалануға қарағанда, бұғаттауды қолдана отырып, мемлекет жүйені бақылауды мүлдем жоғалтуы мүмкін деген қауіп бар", - деді Аманжан Жамалов. Сонымен қатар, оның айтуынша, елімізде салық салуда блокты қолданудың әлемдік тәжірибесі жоқ.

Blockchain технологиясын қолданудың негізгі қағидасы ҚҚС қаржы ағындарын қадағалау және салық төлеушілердің салық міндеттемелерін нақты уақытта орындаудың ашықтығы болып табылады, оны іске асыру үшін ҚҚС төлеушілердің ҚҚС бақылау шоттары қолданылатын болады. Бақылау шоты - бұл Қазақстан Республикасының аумағында Екінші деңгейдегі банкте қосылған құн салығын төлеуші ашқан және қосылған құн салығы

бойынша, оның ішінде қосылған құн салығы бойынша есеп айырысу қозғалысын есепке алу үшін пайдаланылатын банктік шот, сондай ақ ол арқылы келесілерді жүзеге асыруға болады:

- бюджетке қосылған құн салығын төлеуді;
- тауарларды жеткізушілерге қосылған құн салығын төлеуді;
- тауарларды сатып алушылардың қосылған құн салығын төлеуін;
- қосылған құн салығын төлеушінің өзге банк шотынан ақша аударуды.

Blockchain технологиясын пайдалана отырып, ҚҚС әкімшіліктендірудің жаңа әдісін қолдану ҚҚС әкімшіліктендіру үрдістерін оңтайландырып, төмендегілерді қамтамасыз етуде:

- ҚҚС асып кетуін жедел қайтару;
- алдын ала декларацияларды автоматты түрде қалыптастыру;
- салық органдары тарапынан тексерістер санын қысқарту;
- ҚҚС жинауды ұлғайту;
- ҚҚС әкімшіліктендірудің ашықтығын арттыру;
- көлеңкелі схемаларды қолданудың мүмкін еместігі [4].

ҚҚС бақылау шоттарын қолданатын экспорттаушылар үшін ҚҚС қайтару мерзімі 55/155-тен 15 жұмыс күніне дейін қысқартылды, бұл ретте ҚҚС қайтару тәуекелдерді басқару жүйесін қолданбай жүргізіледі.

Қорытындылай келе еліміздегі салықтық цифрландырудың жетістіктері біршама алдыңғы қатарлы елдерден кем емес екені анықталып отыр. Қазір Е-Tamga ҚҚС-төлемдер жүйесі базасында цифрлық әкімшілендіру және қазіргі уақытта пилоттық режимде енгізілетін ЭШФ жазып беру кезінде биометриялық сәйкестендіруді жүргізу іске қосылған[5]. Жалпы жобаның мәні - салық төлеушілердің қаржылық транзакцияларының тізбегін лезде қадағалауға және оларға ҚҚС кепілді қайтаруды жүргізуге мүмкіндік беретін орталықсыздандырылған деректер базасын қалыптастыру, бұл да аз жетістік емес, алайда заман талабына сай одан әрі жетілдірудің нәтижелерін күтуге болады.

Қолданылған әдебиеттер

1. Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» практическое пособие.-Алматы:ТОО «Издательство «Норма-К»»,2023. 920с.
2. <https://informburo.kz/kaz/2019-zhyldy-1-atarynan-bastap-saly-tleushlerge-talaptar-zgered.html>
3. Интернет көзі: www.kgd.gov.kz
4. https://www.inform.kz/ru/nds-budut-administrirovat-pri-pomoschi-blokcheyn-v-kazahstane_a3426045
5. https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/postupleniya-nds-uvlichilis-v-15-raza-kgd-518070/amp/

Экономическое содержание и структура финансовых ресурсов субъектов хозяйствования

Я.В. Урумбаева¹, Д.Б. Кулумбетова², К.Б. Давлеткалиева³

¹магистрант 2-го года бучения образовательной программы 7М04111- Финансы,

²к.э.н., проф. кафедры «Экономические дисциплины»

³магистр финансов, вр.и.о. зав. кафедрой «Экономические дисциплины»

urumbaeva.ya@mail.ru, dkulumbetova@inbox.ru, davletkalieva77@mail.ru

^{1,2,3}Казахско-Русский международный университет, г. Актобе

Аннотация: В статье рассмотрена сущность финансовых ресурсов предприятия. Уделено значительное внимание теоретическим аспектам формирования и использования финансовых ресурсов предприятия. В частности, приведены источники формирования финансовых ресурсов предприятия, разделяемых на внутренние и внешние, а также представлены составные элементы

механизма формирования финансовых ресурсов субъектов хозяйствования. Определено, что на процесс формирования и использование финансовых ресурсов предприятия влияют факторы внутреннего и внешней среды. Представлена модель функционирования механизма формирования финансовых ресурсов предприятия. Определены основные направления использования финансовых ресурсов предприятия в современных условиях хозяйствования. Указано, что финансовые ресурсы, опосредуя производственную деятельность хозяйствующего субъекта, обеспечивают ее бесперебойность, достигаемая преимущественно за счет синхронизации их формирования и эффективного использования.

Ключевые слова: финансовые ресурсы; предприятие; механизм формирования финансовых ресурсов; управление финансовыми ресурсами.

Финансовые ресурсы являются важным видом ресурсов предприятия, трансформирующегося в любой другой вид ресурсов. Поэтому исследование современных механизмов, методов и инструментов в процессе формирования и эффективного использования финансовых ресурсов предприятия является актуальным вопросом в условиях нестабильной экономической среды.

Финансовые ресурсы предприятия делают возможным осуществление производства продукции, инвестирование, формирование оборотных средств, создание специальных фондов экономического стимулирования, выполнение обязательств перед финансово-кредитной системой страны, контрагентами и рабочими, осуществление межхозяйственных расчетов и тому подобное. Их специфика проявляется в том, что они всегда выступают в денежной форме, имеют распределительный характер и отражают формирования до использования денежных потоков всеми субъектами отношений: государством, производителями и домохозяйствами [1].

Существуют различные подходы по трактовке самого определения «финансовые ресурсы предприятия». Так, О.А. Галочкина К. А. Кожухина считают, финансовыми ресурсами материальную форму финансов [2].

О.Г. Блажевич, Э.А. Арифова, А.Л. Сулейманова финансовые ресурсы предприятий определяют как совокупность денежных средств предприятия (собственных, заемных и привлеченных), которые находятся в его распоряжении и служат для дальнейшего функционирования организации, с целью получения прибыли, повышения конкурентоспособности, а также обеспечения его финансовых потребностей [3].

Такого же взгляда придерживаются и С.Е. Витун и А.И. Чигрина, которые замечают, что под финансовыми ресурсами стоит понимать совокупность собственных денежных доходов и поступлений извне (привлеченные и заемные средства), предназначенных для выполнения финансовых обязательств предприятия, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с расширением производства [4].

По мнению Ю.С. Нехайчук и И.Л. Ногас финансовые ресурсы - это совокупность активов предприятия в различных формах (денежной и неденежной), предназначенных для выполнения текущих финансовых обязательств и обеспечения хозяйственной деятельности предприятия [5].

Н.Л. Савченко подчеркивает, что финансовые ресурсы могут быть использованы как самостоятельно работающие активы, генерирующие различные виды доходов, а эффективное управление финансами субъекта хозяйствования требует привлечения наиболее рациональных источников финансовых ресурсов и эффективного их использования с для достижения целей предприятия [6].

Итак, проанализировав существующие подходы, считаем, что под финансовыми ресурсами стоит понимать совокупность всех денежных средств, которые имеет предприятие на определенную дату через осуществление своей основной, финансовой и инвестиционной деятельности.

Источниками формирования финансовых ресурсов предприятия являются собственные финансовые ресурсы и привлеченные из различных источников средства. Можно выделить следующие основные составляющие финансовых ресурсов предприятия: доход, прибыль, амортизационные отчисления, уставный капитал, кредиторская задолженность, краткосрочные кредиты банков. Характерное содержание финансовых ресурсов определяется наличием

определенных признаков. Во-первых, это фонды средств аккумуляционного характера, образующиеся в результате производства, распределения и перераспределения совокупного общественного продукта и национального дохода. Во-вторых, это окончательная прибыль, то есть средства, предназначенные для обмена на товары. В-третьих, это прибыли после реализации товаров [7]. В процессе формирования финансовых ресурсов важно придерживаться оптимального соотношения между источниками их формирования с целью обеспечения надлежащей финансовой устойчивости предприятия.

Система управления формированием финансовых ресурсов является составляющей финансового механизма предприятия. Совокупность финансовых стимулов, рычагов, инструментов, форм и способов регулирования экономических процессов и отношений создает механизм формирования финансовых ресурсов предприятия. Виды основных составных элементов механизма формирования финансовых ресурсов представлены в таблице 1.

Таблица 1

Составные элементы механизма формирования финансовых ресурсов

Элементы	Содержание
Методы	Методы обеспечения: самофинансирование; мобилизация на финансовом рынке (страхование, кредитование, акционирование, мобилизация средств через продажу ценных бумаг и т. д.); государственное финансирование (государственное целевое финансирование, государственные гарантии, субсидирование); взаимное финансирование. Методы регулирования: планирование; прогнозирование; регулирование; контроль.
Рычаги	Ставки налогов; нормы и порядок начисления амортизационных отчислений; процентная ставка; курсы ценных бумаг, валют; объемы государственных закупок; размер дотаций и субсидий; условия доступа на рынок
Инструменты	Прибыль; налоги; лизинг; инвестиции; ценные бумаги; государственные закупки; амортизационные отчисления; кредит; факторинг; валютные ценности; дотации, субсидии, субвенции
Нормативно-правовое обеспечение	законы и подзаконные нормативно-правовые акты государства и субъектов хозяйствования
Информационное обеспечение	Внутренняя информация субъекта предпринимательства: данные внутренней финансовой отчетности и бухгалтерского учета; выводы внутреннего аудита; показатели финансового состояния предприятия. Внешняя информация субъекта предпринимательства: государственное регулирование; состояние развития отрасли; индикаторы развития финансового рынка; основные показатели денежно-кредитного рынка; политическая и экономическая ситуация в государстве; конъюнктура мирового финансового рынка.
Финансовая политика	дивидендная; политика управления; инвестиционная; амортизационная; управление дебиторско-кредиторской задолженностью и т.п.
Примечание - Составлено на основании источников [8-11]	

Система управления финансовыми ресурсами предприятия может считаться эффективной в том случае, если она позволяет не только рационально использовать имеющиеся финансовые

ресурсы, но и обеспечивать активный системный поиск возможностей дальнейшего успешного развития предприятия.

Для успешной деятельности предприятия стоит рационально управлять процессом формирования финансовых ресурсов. Рациональное управление финансовыми ресурсами предприятия включает следующие этапы:

- выявление и формулирование проблемы или задачи управления финансовыми ресурсами предприятия, которая должна быть решена через использование прошлого опыта и имеющихся данных;
- принятие взвешенного управленческого решения по использованию финансовых ресурсов и его реализация;
- анализ результатов принятого решения с точки зрения возможных способов его модификации или изменения, а также учета его результатов в процессе накопления опыта, который вполне может быть использован в будущем.

Одной из основных составляющих механизма формирования финансовых ресурсов субъектов хозяйствования является финансовая политика, зависящая от принятой субъектом хозяйствования концепции финансового развития, стратегии, раскрывающей значение основных направлений формирования, распределения и использования финансовых ресурсов, а также мероприятий, которые выполняются органами управления для реализации поставленных целей. Проблематика достаточности финансирования и привлечения дополнительных финансовых ресурсов, в частности для выполнения целевых мероприятий развития предприятия, приобретают важное значение в современных условиях хозяйствования. Формирование финансовых ресурсов предприятия – это сложный динамический процесс, ориентированный на максимальное взаимодействие с внешней средой и обеспечение высококачественного использования. Поэтому важно знать, какие именно факторы обуславливают формирование финансовых ресурсов и влияют на их сбалансированность и эффективность использования.

На процесс формирования финансовых ресурсов предприятия влияют факторы внутренней и внешней среды. Так, к внутренним факторам следует отнести [13,14]:

- уровень доскональности структуры финансовой системы предприятия (детализация финансовых задач);
- проведение анализа текущего рынка продукции;
- улучшение работы с посредниками, обеспечение взаимодействия сбытовой стратегии с производственной;
- качество организации управления финансовыми ресурсами;
- мониторинг существующего рынка продукции;
- качество налогового и управленческого учета;
- осуществление ценовой политики, исходя из затрат на производства, поиск путей их снижения, анализ цен конкурентов;
- разработка критериев соответствия квалификации рабочих занимаемым должностям в соответствии с организационной структурой, передачи полномочий и определения границ ответственности.

К внешним факторам, которые влияют на использование и формирование ресурсов предприятий, можно отнести следующие: инфляция, изменение цены на ресурсы, положение финансового рынка и состояние экономики страны в целом. Все эти факторы оказывают влияние на формирование и использование ресурсов финансов путем регулирования структуры различных финансовых источников.

Цели и задачи, которые ставит перед собой предприятие, формируются с учетом конкретных условий его функционирования, внешней среды, а также стратегической цели, которую ставит менеджмент предприятия. В зависимости от определенного периода деятельности могут ставиться различные цели, зависящие от задач, которые они решают. В конкурентных условиях стратегически целью является рост прибыли за счет увеличения объема производства и разработка действенной системы оптимизации затрат предприятия.

На рисунке 1 представлена модель функционирования механизма формирования финансовых ресурсов предприятия. Необходимо заметить, что все механизмы управления имеют две взаимозависимые стороны, а именно объективную и субъективную. Так, объективная сторона механизма, формирующего финансовые ресурсы, показывает то, что он формируется в соответствии с требованиями объективных закономерностей экономики. Но также, этот механизм имеет и другую сторону – субъективный характер, так как он строится менеджментом предприятия, с целью решения задач, которые возникают на конкретном этапе его функционирования.

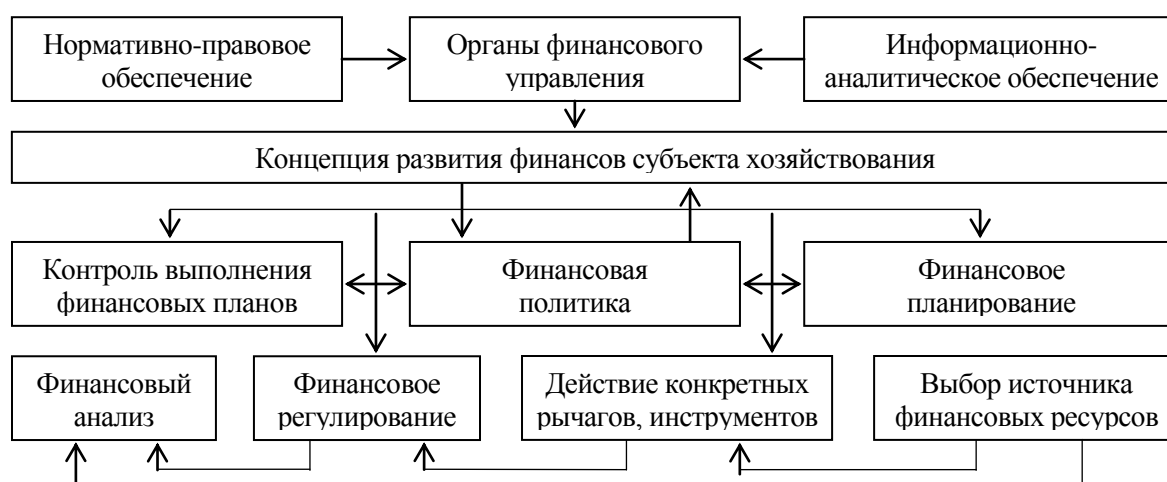


Рисунок 1. Модель функционирования механизма формирования финансовых ресурсов субъекта хозяйствования

Примечание – Составлено на основании источников [8-11]

В современных условиях хозяйствования использование финансовых ресурсов может осуществляться предприятием по следующим направлениям:

- платежи организациям финансово-банковской системы, обусловленные выполнением финансовых обязательств (налоговые платежи в бюджет, страховые платежи, выплата процентов за пользование банковскими кредитами, погашение ранее полученных займов и т.п.);
- инвестирование собственных средств в капитальные затраты (реинвестирование), связанное с расширением и техническим обновлением производства, переходом на новые прогрессивные технологии, использование «ноу-хау» и т.д.);
- инвестирование финансовых ресурсов в ценные бумаги других субъектов хозяйствования: акции, облигации, которые являются объектом купли-продажи на рынке;
- использование финансовых ресурсов на обеспечение потребностей социального характера, на благотворительные цели, спонсорство и т.д.

Финансовые ресурсы, опосредуя производственную деятельность хозяйствующего субъекта, обеспечивают ее бесперебойность, что достигается преимущественно за счет синхронизации их формирования и использования. В противном случае дисбаланс использования финансовых ресурсов грозит снижением эффективности деятельности предприятия или даже банкротством. Средства, которые получает предприятие от реализации продукции, делают возможным возобновление процесса производства, однако при этом часть дохода может направляться на воспроизводство финансовых ресурсов.

Заключение. В условиях конкурентного рынка значительно возрастает ответственность субъектов хозяйствования за финансирование своей деятельности, поэтому возникает потребность в эффективном управлении как предприятия в целом, так и его финансовыми ресурсами с целью их эффективного использования. Развитие экономики страны в целом и модернизация финансов предприятий зависят также и от рационального использования

источников формирования финансовых ресурсов, как на уровне предприятий, так и на уровне государства. Достаточный объем финансовых ресурсов обеспечивает предприятию стабильное производство и возможности для его дальнейшего развития и расширения деятельности.

Список литературы

1. Финансы: учебник для академического бакалавриата / А.М. Ковалева [и др.]; под редакцией А.М. Ковалевой. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2019. - 443 с.
2. Галочкина О.А., Кожухина К.А., Финансы: Учебник. — СПб.: Изд-во Университета при МПА ЕврАзЭС, 2019.- 272 с.- (Серия «Учебники Университета при МПА ЕврАзЭС»)
3. Блажевич О.Г., Арифова Э.А., Сулейманова А.Л. Источники формирования финансовых ресурсов предприятия. // Вестник науки и творчества. – 2016. - № 4(4). – С. 17-22.
4. Витун С.Е., Чигрина А.И. Финансы предприятий: учебное пособие / С.Е. Витун, А.И. Чигрина. – Гродно: ГрГУ, 2015. – 215 с.
5. Нехайчук Ю.С., Ногас И.Л. Теоретические аспекты определения экономической сущности финансовых ресурсов предприятия // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции - 2016 - №3. – С.42-46.
6. Савченко Н.Л. Управление финансовыми ресурсами предприятия: учеб. пособие / Н.Л. Савченко; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. - 164 с.
7. Kuzheliev M.O., Zherlitsyn D.M., Zhytar M.O. Formalization Of Dynamic Relations Between Enterprise Financial Indicators. Independent Auditor. 2016 № 16 (II). P. 18–26.
8. Грищенко А.В. Механизмы формирования финансовых ресурсов некоммерческих организаций. // Финансы: теория и практика. – 2014. - №4. – С. 64-74.
9. Бектемирова Н.Т. Механизм формирования финансовых ресурсов предприятия. // Экономика и эффективность организации производства. – 2015. - №22. – С. 67-70.
10. Шаринова Г.А. Финансовый механизм активный элемент в системе управления финансами / Г.А. Шаринова // Вестник Калмыц. ун-та. – 2013. – № 1 (17). – С. 93–98.
11. Никулина И.Е., Гринкевич Л.С., Хоменко И.В. Современный механизм финансового менеджмента: просто о сложном. // Фундаментальные исследования. – 2016. - №5-2. – С. 395-402.
12. Сартанова Н.Т. Финансы хозяйствующих субъектов и их отчетность. Учебное пособие. - Костанай: КГУ имени Ахмета Байтурсынова, 2018. - 249 с.
13. Яковлева И.Н. Влияние внешней и внутренней финансовой среды // справочник экономиста 2010. - №10 – Режим доступа URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/plan/fin_environment.shtml. - (дата обращения: 30.10.2023).
14. Черная О.А., Овсянникова А.А. Влияние внешней и внутренней среды на финансовое состояние организации. // Деловой вестник предпринимателя. – 2022. - №9(3).- С.19-23.

Исследование стратегий преодоления последствий введения налога на цифровые услуги в условиях цифровой экономики

Фу Сьяо¹, Д.В. Сокол²

¹аспирант, Белорусский государственный университет

²кандидат экономических наук, доцент

fus6836@gmail.com, sokoldi@bsu.by

Белорусский государственный университет, г. Минск

Аннотация: Способствуя развитию глобальной трансграничной цифровой торговли, цифровая экономика в то же время поставила серьезные проблемы перед мировой налоговой системой, основанной на традиционных экономических моделях. Существующая налоговая система уже не может удовлетворить реальные потребности, и некоторые страны начали

проявлять инициативу по изучению налога на цифровые услуги, однако односторонние налоговые инициативы не могут реально решить международную налоговую дилемму. Результаты данной работы свидетельствуют о том, что в краткосрочной перспективе Китаю целесообразно не вводить налог на цифровые услуги, а реформировать внутреннее налоговое законодательство с целью устранения двойного налогообложения цифровых предприятий. В долгосрочной перспективе следует проводить реформы поэтапно, осторожно вводить налог на цифровые услуги и определять его направление путем реализации многосторонних программ.

Ключевые слова: цифровая экономика; налог на цифровые услуги; международная налоговая гармонизация

数字经济背景下中国数字服务税的应对策略研究

付思摇

白俄罗斯国立大学博士生，白俄罗斯共和国明斯克，电子邮件：fus6836@gmail.com

研究导师：D.V. Sokol

白俄罗斯共和国明斯克，白俄罗斯国立大学经济系副教授、经济学博士，电子邮件：sokoldi@bsu.by

数字经济推动了全球跨境数字贸易的发展，也对基于传统经济模式构建的全球税收体系产生了巨大的挑战，现有的税收体系已经不能满足实际需求，部分国家率先展开对数字服务税的探索，然而单边的税收举措无法真正解决国际税收困境。本文的研究结果表明：就短期来看，我国不宜推行数字服务税，而应改革国内税法，消除对数字企业的双重征税。就长期来看，我国应开展渐进式增量改革，审慎出台数字增值税，并根据多边方案的实施情况决定数字增值税的走向。

关键词：数字经济；数字服务税；税收立法；国际税收协调

1. 数字服务税产生背景

数字税，又称数字服务税，是一国政府向数字服务企业就社交平台、在线广告、搜索引擎、电子商务、移动支付等领域的经营活动所征收的税款。

新冠肺炎疫情的大流行，对数字经济的发展产生了巨大的影响。作为推动经济复苏的新引擎和新动能，全球都在经历技术转型、虚拟化和数字化。数字经济成为各国在国际商业市场苛刻和激烈的竞争中生存的必要条件。税收作为国家公共财政预算最重要的收入来源，具有显著的社会经济效应，不仅可以调整经济结构，还可以调节收入分配、保护国家权益。但目前数字经济活动上，却出现了明显的经济和税收分离现象，数字服务税问题成了国际税收争论的焦点。

2. 数字服务税的发展历程

欧盟委员会 2018 年公布的数据显示，传统商业模式的平均有效税率为 23.2%，而跨国集团中数字经济商业模式的平均有效税率仅为

9.5%。对数字化企业无法有效征收税款的根本原

因在于，这些企业在各个国家并没有现行税收征管规则下所定义的“常设机构”，这就意味着来源地国家因没有适格的征税对象而导致无法征收税款。税收征收地与价值创造地的错配是当前国际税收改革中面临的重要问题。

在欧美力量的不断博弈下，全球税制在 2021 年 10 月 8 日取得了重大突破，OECD 发布 《关于应对经济数字化税收挑战双支柱方案的声明》，宣布全球 136 个国家和地区，合计占全

表 1

部分国家数字服务税开征情况

国家	生效时间	税率 (%)	征税范围	征税标准
法国	法国	3.0	提供数据接口的收入、基于用户数据的广告收入	全球年营业收入超过 7.5 亿欧元或本国年营业收入超过 2500 万欧元
意大利	2020 年 1 月	3.0	基于数据接口的广告、商品与服务贸易、用户数据传输收入	全球年营业收入超过 7.5 亿欧元或本国年营业收入超过 550 万欧元
土耳其	2020 年 3 月	7.5	在线服务收入，包括广告、销售和社交媒体上的付费服务收入	全球年营业收入超过 7.5 亿欧元或本国年营业收入超过 2000 万里拉（约合 400 万美元）
英国	2020 年 4 月	2.0	社交媒体、线上市场、搜索引擎收入	全球年营业收入超过 5 亿英镑或本国年营业收入超过 2500 万英镑。其中，对于利润额较低或亏损的企业，可选择“安全港”计算方式缴纳，即可豁免或以较低税率征收
波兰	2020 年 7 月	1.5	视听媒体服务与视听商业通信服务收入	全球年营业收入超过 7.5 亿欧元或本国年营业收入超过 550 万欧元
西班牙	2021 年 1 月	3.0	线上广告服务与销售收入、用户数据销售收入	全球年营业收入超过 7.5 亿欧元或本国年营业收入超过 300 万欧元

球国内生产总值达到

90%以上的国家，就国际税收制度达成了重大共识，同意实施“双支柱”

国际税改方案，以应对数字经济带来的税收挑战。“支柱一”将确保龙头跨国数字企业利润和征税权在各国间进行公平分配；“支柱二”设置了全球最低企业税率标准 15%，从根本上解决跨国企业避税问题。据 OECD 测算，其中，“支柱一”每年将重新分配全球 100 家规模最大且最具营利性的跨国企业集团将近 1250 亿美元的利润。而“支柱二”将给全球增加将近 1500 亿美元的企业所得税收入。在声明中 OECD 还要求，各国自 2021 年 10 月 8 日至 2023 年 12 月 31

日和多边公约生效日中较早一日，不得新设定和立法类似数字服务税单边征税措施。奥地利、西班牙、英国、法国、意大利也将在多边公约生效后，取消数字服务税，美国也将取消对上述 5 个国家的关税报复措施。

OECD“双支柱”方案的达成，是欧盟、英国等众多国家同美

国讨价还价的结果，通过构建全球数字经济税收规则，可以尽可能地消除临时性单边规则，在平衡各国利益和消除国际税收冲突的同时，促进数字经济在全球的规范化和可持续发展。

3.国际数字服务税发展的启示

确定本国的国情，以中国为例，短期内不建议开征数字服务税。这主要考虑到中国的加快确定新的课税标准，避免重复征税。主要市场国推行的数字服务税导致数字企业陷入

了双重征税的困境，这极大地增加了企业的税收成本，不利于企业的长远发展。为此，我国

政府应主动调整国内税法以消除双重征税，具体来说，我国政府可以颁布一项临时性的税收优惠措施，允许本土数字企业在向我国缴纳企业所得税时将已在外国缴纳的数字服务税进行抵免。

审视中国实际国情，短期内慎行，我国国内不存在大量的潜在税源。我国在互联网、软件、

信息技术等领域对外资的开放程度不高，本土数字企业在国内市场占据主导地位，跨国数字企业在我国的业务规模极其有限。

如果从长期来看，应开展渐进式增量改革，这是因为：一方面，虽然我国在短期内不宜开

征数字服务税，但随着我国数字经济的进一步发展以及互联网领域对外资开放程度的不断加深，我国势必也会面临经济数字化带来的税源流失问题；另一方面，我国一直以来都致力于推动多边方案落地。

4.结语

由于数字经济模式的虚拟性和高速性，人们对信息和通信技术的需求越来越大，并且对实

体经济的依赖越来越少。从这个角度来看，目前以实体存在来定义常设机构的规定是值得怀

疑的。开征数字服务税是一些国家采用相互联结的方式做出的尝试。“显著数字存在”的概念在价值创造方面发挥了积极的作用。许多国家已经开始在数字经济中征税和管理税收。

我们

也应该持续关注并重视这一新的税收规则。当前，国际税收征管秩序正处于变革之中。

我们

可从完善联结规则入手，坚持税收中性、税收公平、税收效率原则，对剩余利润进行综合分配，以及通过双边协议进行部分分配。利润分享计划的可行性主要在于居民和收入来源国之间税收分配的优惠方式，同时也需要维护本国的财政主权并保护数字经济行业。

参考文献

1. European Commission. Corporate Taxation of a Significant Digital Presence [EB/OL]. <https://www.europarl.europa.eu>, 2018- 12-7.
2. European Commission. Proposal for a Council Directive Laying Down Rules Relating to the Corporate Taxation of a Significant Digital Presence [EB/OL]. <https://ec.europa.eu>, 2018- 12-07.
3. OECD. OECD Secretary-General Tax Report to G20 Leaders [EB/OL]. <https://www.oecd.org>, 2020- 11-23.
4. OECD. Tax Challenges Arising from Digitalisation Report on Pillar One Blueprint, <https://www.oecd.org>, 2020- 10- 14
5. Cui Jinghua, Li Haoyan. Research on the institutional practice of digital service tax and its effect[J]. Tax Research 2020(11).
6. Tan Shuqing. Institutional Challenges and Countermeasures of Tax Collection and Administration in Digital Economy[J]. Southern Finance, 2020(6)

О решении стратегических проблем цифровой трансформации предприятий водного транспорта

Г.И. Шепелин

к.э.н., доцент кафедры «Эксплуатация водного транспорта»,
line75@yandex.ru

Академия водного транспорта РУТ МИИТ, г. Москва

Аннотация: В данном исследовании автором отмечено, что сегодня страны поддерживают цифровую трансформацию водного и транспортного сектора, внедряя новые технологии, чтобы сделать его чище, безопаснее и эффективнее.

Автором сделаны выводы, что цифровая трансформация положительно влияет на мобильность. Так, большой прогресс в цифровых технологиях, таких как, искусственный интеллект (ИИ), интернет вещей, облачные и периферийные вычисления, способствуют цифровой трансформации индустрии мобильности.

Автором подчеркивается, что водные транспортные средства находятся на подъеме, и это позволяет использовать новые транспортные решения, такие как роботизированные такси, подключенные грузовики или системы доставки без водителей и многое другое.

Новые мобильные услуги, предоставляемые цифровыми платформами, меняют то, как движемся, от общей мобильности, такой как номер один, от мобильности как услуги, которая дает доступ к нескольким видам транспорта в одном приложении. Водный и грузовой транспорт больше зависит от большей синхронизации между видами транспорта.

Ключевые слова: цифровизация; цифровые платформы; цифровая трансформация; цифровые документы; восстановление экономики

Данные, генерируемые и обмениваемые транспортными средствами, взрываются. По данным предприятий водного транспорта, транспортные средства могут производить около 4 терабайт данных в день. Водные транспортные средства связаны с их физической и цифровой средой.

Новые привычки и поведение, вызванные оцифровкой, такие как быстрое развитие электронной коммерции с удаленной работой, меняют модели мобильности.

Перед предприятиями водного транспорта преимущества и недостатки налицо.

Так, к преимуществам можно отнести такие как, подключенная и автоматизированная мобильность, которая может сделать дороги, железные дороги и водные пути более безопасными. Оптимизируя использование транспортных средств и инфраструктуры, может повысить эффективность, уменьшить заторы и помочь сократить выбросы газа.

Также может создать возможности для бизнеса и повысить конкурентоспособность. Это сделает предприятия водного транспорта более доступным для пожилых людей и инвалидов, Преобразуя поездки на долгие годы. Мобильность как услуга может помочь водному транспорту обеспечить плавное путешествие и облегчит доступ к более экологичным альтернативам. Использование того, как различные виды транспорта совершенствуются и укрепляют друг друга, позволит более эффективно использовать ресурсы и сэкономит время и расходы для пассажиров и перевозчиков.

Обмен мобильными данными может улучшить синхронизацию между различными видами транспорта.

К недостаткам отнесем следующие. Решение технологических проблем: подключенная и автоматизированная мобильность и интеллектуальные транспортные системы требуют огромных инвестиций для разработки и внедрения новых технологий и инфраструктуры. Нам понадобится облачный вычислительный континуум для обработки больших объемов данных в реальном времени, соединение для обеспечения быстрой и надежной передачи данных, искусственный интеллект для анализа сложной информации, чипы интеллектуальных транспортных средств и новые типы автомобильных операционных систем.

Страны по-прежнему сильно зависят от других регионов для определенных технологий, таких как искусственный интеллект, облако или полупроводники.

Объединение в многообразии: экосистема мобильности состоит из многих тонкостей с различными специализациями и размерами. Это разнообразие является сильной стороной и может привести к фрагментации.

Чтобы воспользоваться преимуществами цифровизации, мобильности и транспорта заинтересованные стороны.

В будущее мобильности Стратегия устойчивой и интеллектуальной мобильности, принятая в декабре 2020 года. оцифровка является важным фактором перехода к более безопасной, эффективной, доступной и устойчивой мобильности. Это может сыграть важную роль в достижении цели сокращения выбросов парниковых газов, производимых транспортным сектором, на 90 % к 2050 г. Решающая задача для Европы—раскрыть потенциал мобильных данных за счет облегчения доступа и обмена. Европейская комиссия опирается на сочетание политики, как транспортной, так и межотраслевой, и финансовой поддержки для достижения этой цели.

Цифровизация транспорта требует разработки и внедрения ключевых технологий, которые ЕС поддерживает с помощью различных финансовых и политических инициатив. Сотрудничество имеет решающее значение для успеха Европы.

Необходимо срочно модернизировать цифровую инфраструктуру и ускорить распространение цифровых технологий в секторе мобильности для достижения углеродного нейтралитета, конкурентоспособности, технологического суверенитета, устойчивости и безопасности.

Европейская комиссия рассчитывает на активную роль европейской промышленности в инвестировании в эту цифровую трансформацию. Объем необходимых инвестиций требует сотрудничества между европейскими заинтересованными сторонами. Без партнерства, совместного инвестирования, общих норм и взаимодействия инновационные решения и подходы не достигнут критической массы. Крупные инвестиции государств–членов, поддерживаемые устройством восстановления и устойчивого развития, представляют собой историческую возможность ускорить это движение. Комиссия поощряет государственные и частные заинтересованные стороны использовать и участвовать в европейских инициативах и программах. В Италии логистический рынок стоит более 109 млрд евро по состоянию на 2023 г., что составляет около 7 % национального ВВП и включает почти 100 тыс. предприятий, включая курьеров, перевозчиков резины и железа, менеджеров складов, логистических операторов, экспедиторов [1–4].

Логистика–транспорт несколько факторов увеличили сложность перегородки в последние годы: расширение ассортимента продукции, фрагментация заказов, неоднородность требований потребителей и торговых точек и рост электронной коммерции с ее критичностью (последняя миля, управление возвратом и т.д.). По сравнению с этой сложностью ценная поддержка является цифровой: многие технологии могут улучшить логистические процессы, и исследования поддерживают появление среди инсайдеров в Италии четкой осведомленности о преимуществах цифровизации.

Инновационные технологии определяют три основные области интереса. Первая–необходимость наглядности всего процесса распространения и доставки, которые соответствуют локальным платформам, приложениям и цифровым ДДТ, решениям, которые для респондентов обеспечивают более своевременную (50 %) отслеживаемость информации (24 %), повышение эффективности (50 %), качество (27 %), требования к цифровым документам (15 %) [5–10].

Вторая область интересов – это решения, которые расширяют систему управления складом (WMS) с новыми функциями (планированием рабочих процессов, построением нагрузок) или более тесной интеграцией с системным управлением транспортом (TMS). Третья область касается возможности интернета вещей. Умные глаза тестируются в разных областях, наиболее конкретными из которых являются распределительными центрами, которые предоставляются оператору информацией, с потенциальными преимуществами эффективности (59 % респондентов), эффективности (29 %) с точками зрительных качеств поддона/коробок, и настраиваемости. Также для датчиков/меток RFID преобладают приложения в распределительных центрах, как на транспортных средствах, так и на стеллажах, с целями картирования (расположение и состояние груза), управления транспортными средствами, безопасностью операций по сборам и продовольствию и т.д.

Исследование подчеркивает растущую осведомленность о реальных преимуществах оцифровки в процессах перевозки грузов и в более широком смысле логистики. Есть все предпосылки для начала настоящей революции благодаря цифровым технологиям и новым технологиям. Законодательство также кажется все более направленным на определение единого европейского цифрового рынка с правилами, общими для всех стран ЕС и направленными на стимулирование общего восстановления экономики; ситуация, которая даже не была представлена несколько лет назад [14–15].

Цифровая трансформация бизнеса по поставкам и поставкам по–прежнему плохо регулируется, регулируется юридическими обязательствами или навязывается крупными партнерами по цепочке поставок. Но возможности огромны для любой цепочки поставок, и клиенты, перевозчики и логистические операторы готовы.

Цифровая трансформация и логистика: блокчейн.

Предоставляя цифровой реестр транзакций и потоков, который помогает всем компаниям безопасно и безопасно отслеживать продукты и проверять их происхождение, блокчейн предлагает ответы на многие важные вопросы логистики и транспорта. При правильном использовании технологий блокчейна они могут разрабатывать совершенно

новые бизнес–модели, такие как виртуальные глобальные сети, общий флот перевозчиков и персонал по запросу.

Тем не менее, несмотря на то, что технологии поддерживают компании для повышения эффективности распределения на большие расстояния, Италия, похоже, все еще не приветствует их. Большинство сомнений возникает из–за необходимости отказаться от старых рабочих схем, поделившись информацией с конкурентами. Фактически, чтобы получить преимущества, предлагаемые блокчейном, заинтересованные стороны отрасли должны работать вместе, чтобы развивать доверительную экосистему и способную создавать взаимные выгоды.

Логистические инструменты 4.0.

Основные инструменты логистики 4.0 различны, но среди всех решений можно выделить некоторые категории: использование больших данных, роботизированные решения, датчики и устройства.

Только сегодня сообщество оцифровки транспорта в Милане предоставило документ, обобщающий основные доказательства.

Цифровая трансформация – это широкое и поперечное явление, которое также инвестирует в мир транспорта и логистики. В частности, распространение мобильных устройств закладывает основу для особенно плодотворного развития новых моделей и инновационных решений в этой области.

Для чего инвестируют в цифровую трансформацию водной и транспортной отрасли?

Решения, предлагаемые 4.0, могут произвести революцию в логистических процессах. В последние годы в Италии наблюдается значительное повышение осведомленности о преимуществах цифровизации в логистических и грузовых процессах. Высокий интерес к новым логистическим решениям 4.0 связан с преимуществами внедрения этих решений, включая повышенную производительность, видимость, прослеживаемость и безопасность [11–15].

Логистика 4.0 относится к применению парадигм отрасли 4.0 к логистике и транспорту, включая, помимо прочего, новые инструменты и процессы хранения, обработки и транспортировки, а также оцифровку систем связи по всей цепочке поставок.

Оцифровка цепочки поставок 4.0 – это набор стратегических процессов, которые облегчают сотрудничество между поставщиками, корпоративным персоналом, производственным отделом, специалистами по продажам и маркетинговыми специалистами, а также через склад и дистрибьюторскую цепочку. Чем лучше связь между этими игроками, тем больше будет оптимизация цепочки поставок и, следовательно, ее производительности.

Цифровая трансформация всех процессов по всей логистической цепочке позволяет отслеживать товары на каждом этапе и управлять запасами, автоматизируя их движение. Уже установлено, что отслеживание напрямую связано с увеличением прибыли, поскольку делает поведение потребителей более понятным, позволяя легче удовлетворять целевого клиента.

Большие данные и логистика 4.0. Возможность извлечения информации с помощью логистических процессов позволяет оптимизировать использование ресурсов, повысить гибкость и эффективность цепочки поставок. Однако все упомянутые ниже технологии не могут работать без больших данных и цифрового анализа. Самое современное программное обеспечение на самом деле способно фильтровать огромные объемы данных и организовывать их в до, легко читаемый и полезный для всей цепочки поставок. Основываясь на этих данных, вы можете не только ускорить время отклика, поскольку информация доступна сразу, но и принять более правильные решения, более подробно рассмотрев каждый шаг цепочки поставок в режиме реального времени.

Роботизация процессов.

Совместные роботы, – это роботы, которые поддерживают работу операторов, полезные для обработки грузов и упаковки товаров и которые позволяют создавать новые рабочие модели, в которых человеческий труд реорганизуется и облегчается машиной.

Автоматизация логистики. Кибер–физические системы сейчас активно изучаются и внедряются во многих европейских странах. Киберфизические системы считаются одним из ключевых нововведений Индустрии 4.0.

Виртуальное изображение объекта, также называемое 0, предоставляет серию данных, непосредственно подключенных к сети, а затем анализируется с помощью таких технологий, как интернет вещей, дополненная реальность или облачные вычисления.

Логистические проблемы 4.0.

Основные проблемы, связанные с логистикой 4.0, напрямую связаны с инвестициями, трудностью в управлении новыми инструментами и отсутствием соответствующих навыков. Это связано с тем, что цифровая логистика, которая обеспечивает высокий уровень отслеживания и точности обработки товаров, действует на организационную и рабочую модель компаний. Логистика 4.0 нуждается в новой и точной стратегии, лежащей в основе любого процесса: революции, к которой готовы не все компании.

Таким образом, сфера логистики и транспортных показателей сопряжена с уникальными проблемами и зависит от регулирующих факторов и текущих тенденций. Ключевыми задачами являются оптимизация взаимосвязанности между различными видами транспорта и соблюдение нормативно–правовой базы. Текущие тенденции включают растущий спрос на авиаперевозки, рост электронной коммерции и мировой торговли, достижения в области технологий, таких как цифровизация и автоматизация, а также сильный акцент на устойчивое развитие. Получение информации об этих проблемах, нормативных актах и тенденциях жизненно важно для заинтересованных сторон, чтобы адаптировать свои стратегии, использовать новые технологии и эффективно ориентироваться в меняющемся рыночном ландшафте. Внедрение инновационных решений и решение проблем устойчивого развития будут иметь решающее значение для будущего роста и успеха в области логистики и транспортных показателей. Пандемия COVID–19 оказала значительное влияние на показатели логистики и транспорта. Ограничения на поездки, снижение мобильности потребителей и сбои в глобальных цепочках поставок повлияли на пассажиропоток, объемы авиаперевозок и вылеты перевозчиков. Портовые перевозки также столкнулись с проблемами из–за колебаний спроса и изменения структуры торговли. Пандемия ускорила определенные тенденции и инновации в отрасли. Внедрение бесконтактной доставки, оцифровка документации и таможенных процессов, а также использование основанных на данных подходов к управлению цепочками поставок стали насущной необходимостью во время кризиса. Перспективы показателей логистики и транспорта зависят от таких факторов, как восстановление экономики, эволюция мировой торговли, технологические достижения и инициативы в области устойчивого развития. Ожидается, что отрасль станет свидетелем дальнейшего роста и преобразований, обусловленных потребностью в устойчивых цепочках поставок, устойчивых методах логистики и улучшенных связях для поддержки экономического роста и удовлетворения меняющихся потребительских запросов.

Список литературы

1. Apráez B. E. Digitalisation in the drinking water sector //Network Industries Quarterly. – 2020. – Т. 22. – №. 4. – С. 11–15.
2. Quaranta E., Ramos H. M., Stein U. Digitalisation of the European Water Sector to Foster the Green and Digital Transitions //Water. – 2023. – Т. 15. – №. 15. – С. 2785.
3. Ratnaweera H. Digitalisation in the water sector: Opportunities and challenges in the next decades //Water Resources Resilience for Small Island Developing States (SIDS). – 2022. – С. 152.
4. Liu Q., Yang L., Yang M. Digitalisation for water sustainability: Barriers to implementing circular economy in smart water management //Sustainability. – 2021. – Т. 13. – №. 21. – С. 11868.
5. Sharma A. et al. HR Digitalisation and Artificial Intelligence Research Trends in Water and Energy Sector //Water and Energy International. – 2022. – Т. 65. – №. 7. – С. 36–42.
6. Kerwin S., Adey B. T. Exploiting digitalisation to plan interventions on large water distribution networks //Infrastructure Asset Management. – 2021. – Т. 9. – №. 4. – С. 207–222.

7. Kostner M. K. et al. Digitisation for Sustainable Water Supply Systems: The Case of Optimal Pressure Management //International Symposium on Industrial Engineering and Automation. – Cham : Springer Nature Switzerland, 2023. – C. 579–589.
8. Müller–Czygan G. et al. How does digitization succeed in the municipal water sector? The waterexe4. 0 meta–study identifies barriers as well as success factors, and reveals expectations for the future //Energies. – 2021. – T. 14. – №. 22. – C. 7709.
9. Popartan L. A. et al. The digital revolution in the urban water cycle and its ethical–political implications: a critical perspective //Applied Sciences. – 2022. – T. 12. – №. 5. – C. 2511.
10. Dall’omo S. Digitalisation makes a huge difference in the water sector //Water&Sanitation Africa. – 2021. – T. 16. – №. 5. – C. 42–43.
11. Markopoulou D. Tackling cybersecurity challenges in the energy and water sectors in the context of the cybersecurity and sectoral regulatory frameworks: the case of smart metering systems in the new digitalised environment //International Review of Law, Computers & Technology. – 2023. – T. 37. – №. 1. – C. 52–77.
12. Suprun E. et al. Digitisation of existing water facilities: A framework for realising the value of scan–to–BIM //Sustainability. – 2022. – T. 14. – №. 10. – C. 6142.
13. Leviäkangas P. Digitalisation of Finland's transport sector //Technology in Society. – 2016. – T. 47. – C. 1–15.
14. Slaimi A. et al. Machine learning–based tools for water digitalisation //EGU General Assembly Conference Abstracts. – 2021. – C. EGU21–13092.
15. Antwi S. H. et al. COVID–19 water sector responses in Europe: A scoping review of preliminary governmental interventions //Science of the Total Environment. – 2021. – T. 762. – C. 143068.

**Цифрлық және инклюзивті даму экономикасындағы басқарудың
жаңа парадигмасы**

**Новая парадигма управления в экономике цифрового и
инклюзивного развития**

**New paradigm of management in the economy of digital and inclusive
development**

Бенчмаркетинг және оның мүмкіндіктері

А.А.Алдибаева¹, С.Ш. Мамбетова²

¹4-ші курс студенті

²э.ғ.к., менеджмент кафедрасының профессоры

sagynysh.2012@mail.ru, assanovnaa@inbox.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ

Түйіндеме: Мақалада стратегиялық құрал - бенчмаркетинг кәсіпорындардың басқару қызметін талдау мен жақсартудың тиімді әдісі ретінде қарастырылады. Мақалада бенчмаркетингтің негізгі тұжырымдамалары, оның түрлері мен іске асыру кезеңдері қарастырылады. Бизнес-процестерді оңтайландыруда және кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда бенчмаркетингтің әлеуетіне ерекше назар аударылады.

Кілт сөздер: Бенчмаркетинг, ішкі бенчмаркетинг, сыртқы бенчмаркетинг, функционалды бенчмаркетинг, басқарудағы инновациялар, стратегиялық жоспарлау, қызметкерлерді оқыту, технология және аналитика.

Бәсекелестік күшейіп келе жатқан бизнес әлемі жағдайында кәсіпорындар өз қызметін оңтайландырудың тиімді әдістерін белсенді түрде іздеуге мәжбүр. Стратегиялық дамуға ықпал ететін негізгі құралдардың бірі-басқарушылық трансформацияға бірегей мүмкіндіктер беретін бенчмаркетинг.

Бенчмаркетинг-бұл кәсіпорынның қызметін саладағы ең жақсы тәжірибелермен жүйелі талдау және салыстыру. Бұл процесс артықшылықтарды, әлсіз жақтарды және жақсарту әлеуетін анықтауға мүмкіндік береді.

Бенчмаркетинг-бұл бір кәсіпорынның басқа табысты кәсіпорынның көрсеткіштерімен тиімді жұмысын талдау механизмі. Бенчмаркетинг кәсіпорындардың көптеген салаларында – маркетинг, логистика, сапа менеджменті, сондай-ақ персоналды басқаруда қолданылды. Бенчмаркетинг тұжырымдамасының маңызды құрамдас бөлігі-бұл бизнесті жүргізудің ішкі технологиялары, олардың негізінде салыстыру дәрежелері мен критерийлері анықталады.

Бенчмаркетингтің бірнеше түрі бар, соның ішінде ішкі, бәсекеге қабілетті және функционалды. Олардың әрқайсысы кәсіпорынның қызметіне кешенді көзқарасты қамтамасыз ете отырып, басқарудың белгілі бір аспектілеріне бағытталған.

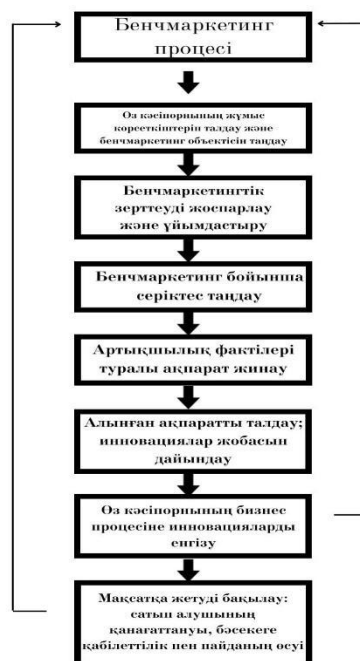
Ішкі бенчмаркетинг кәсіпорынның ішкі процестері мен тәжірибелерін салыстыруға және талдауға бағытталған. Бұл компанияға өз операцияларын оңтайландыруға, тиімді жұмыс әдістерін анықтауға, ішкі стандарттар мен процедураларды жақсартуға мүмкіндік береді. Ішкі бенчмаркетингтің басты артықшылықтарының бірі-ұйым ішіндегі тиімділік пен өнімділікті арттыру.

Бәсекелестік бенчмаркетинг кәсіпорынның қызметін саладағы бәсекелестермен салыстыруға бағытталған. Бенчмаркетингтің бұл түрі сіздің бәсекеге қабілеттілігіңізді бағалауға, нарықтағы басқа ойыншыларға қатысты артықшылықтар мен кемшіліктерді анықтауға мүмкіндік береді. Бәсекелестік бенчмаркетингті талдау компанияға нарықтағы позициясын нығайтуға бағытталған іс-шараларды әзірлеу үшін стратегиялық ақпарат береді.

Функционалды бенчмаркетинг әртүрлі ұйымдар арасындағы нақты функционалды бағыттарды немесе операцияларды салыстыруға бағытталған. Бенчмаркетингтің бұл түрі, мысалы, адам ресурстарын басқару, өндірістік процестер, маркетингтік стратегиялар және т.б. функционалды бенчмаркетингті талдау белгілі бір саладағы ең жақсы тәжірибелерді анықтауға және оларды өз процестерін оңтайландыру үшін пайдалануға мүмкіндік береді.

Бенчмаркетингтің осы түрлерінің әрқайсысының артықшылықтары мен мақсаттары бар және оларды сәтті пайдалану кәсіпорынға ішкі процестерді жақсартуға, бәсекеге қабілеттілікке және функционалды салалардың тиімділігіне бағытталған стратегияларды тиімді құруға мүмкіндік береді.

Бенчмаркетинг-бұл бизнес-процестерді оңтайландыруға, өнім немесе қызмет сапасын жақсартуға және нарықтағы бәсекеге қабілеттілікті арттыруға ықпал ететін қуатты басқару құралы. Ол сондай-ақ экономикалық ортадағы тұрақты өзгерістер жағдайында әсіресе маңызды болып табылатын ең жақсы тәжірибелерге негізделген стратегияларды әзірлеуге ықпал етеді. (Кесте-1.)



Сурет 1. Бенчмаркетинг процесі

Бенчмаркетингтің артықшылықтары. Бенчмаркетинг ұйымға өз саласындағы ең жақсы тәжірибелерді анықтауға және оларды тиімділік пен өнімділікті арттыра отырып, ішкі процестерді оңтайландыру үшін енгізуге мүмкіндік береді. Бәсекелестермен салыстыру кәсіпорынның күшті жақтарын және жақсарту мүмкіндіктерін анықтауға көмектеседі, бұл нарықтағы бәсекеге қабілеттілікті арттыруға көмектеседі. Бенчмаркетингті талдау шығындарды азайтуға болатын аймақтарды анықтауға мүмкіндік береді, бұл ресурстарды тиімдірек пайдалануға әкеледі.

Саланың ең жақсы стандарттарымен салыстыру арқылы кәсіпорын өз тауарларының немесе қызметтерінің сапасын жақсарты алады, бұл өз кезегінде тұтынушылардың қанағаттануына ықпал етеді. Бенчмаркетинг нарық пен бәсекеге қабілетті ортаны кеңірек және дәл талдауды қамтамасыз етеді, бұл кәсіпорынға неғұрлым негізделген стратегиялық шешімдер қабылдауға көмектеседі.

Үздік тәжірибелер мен технологиялармен салыстыру кәсіпорынды инновацияға, жаңа тәсілдер мен жұмыс әдістерін іздеуге ынталандырады.

Бенчмаркетингті талдау тұтынушылардың үміттері мен талаптарын жақсырақ түсінуге көмектеседі, бұл кәсіпорынға өз өнімдерін немесе қызметтерін нарық қажеттіліктеріне дәлірек бейімдеуге мүмкіндік береді.

Бенчмаркетинг персонал жұмыс тиімділігі мен сапасын арттыру процесіне қатысатын тұрақты жақсартулардың корпоративтік мәдениетін қалыптастыруға ықпал етеді.

Бенчмаркетингті қолдану кәсіпорындарға тез өзгеретін нарық жағдайларына бейімделуге және жоғары тиімділік стандарттарына қол жеткізуге көмектесетін қуатты стратегиялық құрал болып табылады.

Бенчмаркетингті енгізу кезіндегі сын-қатерлер. Алайда, кез-келген инновациялық процесс сияқты, бенчмаркетингті енгізу қиындықтарға тап болуы мүмкін:

Негізгі қиындықтардың бірі-ішкі және бәсекелестік процестер туралы толық және нақты ақпаратқа қол жетімділіктің шектеулі болуы, бұл сенімді салыстыруды қиындатуы мүмкін.

Кәсіпорын қызметкерлері мен басшылығы өзгерістерге қарсы тұра алады, әсіресе егер бенчмаркетинг қалыптасқан тәжірибелер мен процестерді түзету қажеттілігін анықтаса.

Нарық жағдайының өзгергіштігі тұрақты бақылау мен жаңартуды қажет ететін бенчмаркетинг стратегияларын бейімдеуді қиындатуы мүмкін.

Инновация немесе тұтынушыларға қызмет көрсету деңгейі сияқты сапа көрсеткіштерін анықтау қиын болуы мүмкін және күрделі әдістемелерді қажет етеді.

Бұл қиындықтарды жеңу мұқият жоспарлауды, көзқарастағы икемділікті және бенчмаркетингті енгізу процесінің барлық қатысушыларын белсенді түрде тартуды талап етеді.

Бизнес ортасындағы тұрақты өзгерістер мен өсіп келе жатқан бәсекелестік жағдайында кәсіпорындар бәсекелестік артықшылықтарды басқару және табу үшін тиімді құралдарды қажет етеді. Осындай құралдардың бірі, бенчмаркетинг, басқарушылық қызметті дамыту перспективалары тұрғысынан маңызды бола түсуде. Бенчмаркетингтің болашағы кәсіпорындардың әлемдік байланыстарын ескере отырып, жаһандық болады. Компаниялар өз қызметін тек ел ішіндегі бәсекелестермен ғана емес, сонымен қатар әлемдік стандарттарды ескере отырып, белсенді түрде салыстыратын болады. Бұл әртүрлі мәдениеттер мен нарықтардың ерекшеліктеріне бейімделуді талап етеді, бұл кәсіпорындардың көкжиегін кеңейтеді және олардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттырады.

Бенчмаркетинг кәсіпорындардың қоршаған ортаға әсерін азайтуға бағытталған процестерді салыстыру және жақсарту үшін қолданылады. Компаниялар тұрақты дамудың үздік тәжірибелерін белсенді түрде іздейді, ал эталондық маркетинг олардың осы саладағы жетістіктерін өлшеу және салыстыру құралы болады. Бенчмаркетингтің дамуымен нәтижелерді бағалаудың дәлірек әдістемелері құрылады. Инновация, қызмет көрсету деңгейі және тұтынушылардың қанағаттануы сияқты бизнестің сапалы аспектілері жетілдірілген өлшеу құралдарын алады, бұл компанияларға осы салалардағы жетістіктерін дәлірек бағалауға мүмкіндік береді. Бенчмаркетингтің дамуымен нәтижелерді бағалаудың дәлірек әдістемелері құрылады. Инновация, қызмет көрсету деңгейі және тұтынушылардың қанағаттануы сияқты бизнестің сапалы аспектілері жетілдірілген өлшеу құралдарын алады, бұл компанияларға осы салалардағы жетістіктерін дәлірек бағалауға мүмкіндік береді.

Қорытындылай келе, бенчмаркетинг тек салыстыру құралы ғана емес, сонымен қатар бизнесті дамытудың стратегиялық бағыты болып табылады. Басқарушылық қызметте бенчмаркетингті тиімді пайдалану қазіргі бизнестегі компаниялардың табысты өмір сүруі мен өсуінің негізгі факторына айналууда. Оның даму перспективалары әдістемені үнемі жетілдірумен және өзгерістерді дәлірек талдау және басқару үшін жаңа технологияларды біріктірумен байланысты.

Әдебиеттер тізімі

1. «Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ» Е.Логинова
2. Бенчмаркинг как инструмент оценки эффективности системы внутреннего контроля. - М.: Проспект, 2016. - 128 с
3. Коваленко, А.И. "Кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекелестік іс-қимыл жүйесіндегі Бенчмаркинг" / А. И. Коваленко. - М.: Синергия, 2014. - 27 б.
4. Хайниш С.В. "өзгерістерді басқару құралы ретінде кәсіпорындағы Бенчмаркинг" / С. В. Хайниш, Э. Т. Климова. - М.: Эдиторал УРС, 2012. - 144 б.
5. https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_b/benchmark/

Опыт зарубежных компаний в управлении инновационным потенциалом

И.Е. Абдраимова¹, Б.К. Джазыкбаева²

¹магистрант 2-го года обучения ОП 7М04105 «Менеджмент»

²PhD, профессор кафедры Менеджмента и инноваций,
keu_2016_keu@mail.ru, baldirgan_keu@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Казпотребсоюза, г. Караганда

Аннотация: В экономически развитых странах Государственная инновационная политика направлена на создание благоприятного экономического климата для интенсивной и эффективной реализации инновационных процессов, являющихся связующим звеном и производственными задачами, поставленными в области науки в целом.

Рассмотрим зарубежный опыт управления инновационным потенциалом предприятия.

Ключевые слова: инновационная деятельность, конкуренция, управление инновационным потенциалом, инновационный менеджмент.

Управление инновационным потенциалом предприятий в Швейцарии.

Вопросы инновационного развития в Швейцарии традиционно относятся к высоким приоритетам государственного управления, поскольку только активное внедрение высоких технологий в секторах так называемой «реальной экономики» для страны, не имеющей значительного сырья, позволило ей стать одной из ведущих индустриальных стран мира. В Швейцарии нет такого понятия, как активная государственная промышленная политика, направленная на поддержку определенных отраслей. Приоритетами государства в этом секторе являются создание и поддержание благоприятных общих условий для развития промышленного сектора с особым акцентом на инновации, а также постепенное сокращение государственного регулирования и обеспечение здоровой конкуренции между компаниями.

Благодаря высокому инновационному потенциалу швейцарские предприятия уже много десятилетий позиционируют себя в различных областях, связанных с конкурентами.

Формирование инновационного потенциала

Опыт наиболее успешных швейцарских компаний показывает, что четкая организация бизнес–процессов, которые можно разделить на следующие этапы, находится в центре высокого уровня инновационного потенциала.

1) Цели определены. Цели определяются особенностями предприятия и могут быть: повышение конкурентоспособности за счет выпуска новой продукции и освоения новых технологий, выход на новые рынки, повышение корпоративной репутации и др.

2) Оценка инновационного потенциала предприятия с использованием индексной системы. К числу важнейших признаков относятся: научно–технический потенциал, маркетинговые показатели, особенности системы управления инновациями, экономическая эффективность инноваций. Еще одним важным индикатором оценки инновационного потенциала в международной практике является индикатор ТАТ (время инверсии или время разворота), впервые предложенный японскими предприятиями. Этот индекс определяет момент возникновения потребности или спроса на новый товар, его отход в больших количествах непосредственно на целевые рынки.

3) Вид инновационной деятельности определяется на основе первоначального проекта или путем приобретения третьими лицами. В первом случае на предприятии создается специальная группа, осуществляющая научно–исследовательскую работу или научно–инновационный отдел. В последнем случае предприятие организует стратегическое партнерство с научной организацией, что требует разовых затрат.

Формы и методы инновационной деятельности зависят от особенностей предприятия.

Малый бизнес, работающий в сфере инноваций, придает большое значение интеграции с крупными предприятиями. Взаимодействие основано на взаимной выгоде. Проекты малого

бизнеса позволяют крупным предприятиям экономить время и деньги, а также выходить на новые рынки.

В этом случае разработчики нововведений идут на большой риск, но их потенциальные затраты очень низки. Малые предприятия, в свою очередь, получают новые возможности и ресурсы.

Специфика управления инновационным потенциалом шведских предприятий.

Современные производственные мощности в Швеции – это поиск людей, которые могут работать вместе с умными заводами, роботами и подключенными к ним машинами, основанными на непрерывном обмене информацией в режиме реального времени.

Современные производственные заводы в Швеции сосредоточены на поиске людей, которые могут работать на умных фабриках, фабриках или фабриках, или на машинах, связанных с роботами, которые доверяют непрерывному обмену информацией в режиме реального времени.

Такая реструктуризация производственных процессов позволит сократить время производства инноваций и снизить затраты.

Глубокое понимание сложных процессов в производственных линиях и цепях стоимости очень важно в современных операциях. Уровень автоматизации в шведской индустрии высок, что предъявляет серьезные требования к анализу данных, командной работе и способности людей быстро вмешиваться при возникновении проблем. Культура шведских организаций также способствует развитию навыков и обучению на рабочем месте, что приводит к появлению высокопродуктивных и инициативных работников.

Управление инновационным потенциалом предприятий в США.

Особенностью американской инновационной реальности является то, что в ней мирно живут как малые предприятия, так и гигантские корпорации. Подавляющее большинство американских предприятий так или иначе участвуют в инновационном процессе, и в этом смысле можно говорить об инновационной эпидемии.

В 1992 году внесены изменения и дополнения «о развитии инновационной деятельности в малом бизнесе», основными задачами которых являются:

- 1) Стимулирование технологических инноваций;
- 2) Использование потенциала МСП для выполнения федеральных заказов на НИОКР;
- 3) Содействие привлечению талантливых людей к занятию технологическими инновациями;
- 4) Помощь частному сектору в коммерциализации научно–технических достижений по результатам НИОКР, выполненных по федеральным заказам;
- 3) Привлечение малого бизнеса в квалификационный список инновационных фирм США для удовлетворения национальных научных исследований и практических потребностей.

Инновации и новые технологии – одно из приоритетных направлений развития американской экономики. Сегодня безусловным лидером в создании и реализации инновационных проектов является США.

Такое взаимодействие позволяет ученым получить возможность коммерциализации своих разработок, причем зачастую без участия федеральных органов государственной власти. Государственные органы в сфере НИОКР долгое время предоставляли организациям полную свободу действий. Но в последнее время уровень государственного вмешательства в эту сферу значительно возрос. Предприятия играют важную роль в инновационном развитии. Этому способствует ряд специальных государственных программ (Программа поддержки инновационных исследователей малого предпринимательства, программа распространения технологий малого бизнеса, Программа создания инновационных предприятий для малого бизнеса) и значительная поддержка венчурного капитала. Также для инновационной системы США важно участие «бизнес–ангелов". К ним относятся инвесторы, оказывающие поддержку на ранних этапах развития бизнеса.

В связи с расширением научно–технического прогресса предприятия США стали уделять больше внимания диверсифицированному, мелкому и мелкому производству, так как именно оно способно быстро адаптироваться к изменяющейся структуре экономики.

Гибкость производственных процессов на таких предприятиях позволяет существенно изменить производственные возможности заводов и фабрик, способствует внедрению новых технологий и инноваций, кардинально меняющих привычную картину сложившихся отраслей экономики.

Анализ управления инновационным развитием зарубежных стран показал, что в условиях современной экономики важнейшим фактором успеха предприятия является качество менеджмента, которое невозможно обеспечить без самоэффективного инструмента управления.

Управление инновационным потенциалом предприятий в Китае.

Опыт Китая по созданию и развитию инновационной экономики считается одним из самых успешных в мире. Страна превратилась из низкотехнологичной экономики и самодержавной системы в один из мировых инновационных хабов, открытый для международной торговли и обмена технологиями.

Опыт Китая в создании и развитии инновационной экономики считается одним из самых успешных в мире. Страна превратилась из низкотехнологичной экономики и самодержавной системы в один из открытых мировых инновационных центров международной торговли и обмена технологиями.

Предыдущие этапы развития экономики Китая были подкреплены реформами трансформации всей экономической системы. Эти преобразования, в том числе реформы и политика открытия, снизили государственное регулирование экономики и привлекли иностранные инвестиции и технологии, которые помогли заложить основу производственной инфраструктуры. После того, как Китай начал целенаправленную государственную политику по увеличению промышленного производства, он постепенно стал глобальным промышленным центром. Следующий шаг-повышение инновационного потенциала и переход от производства товаров, произведенных иностранными предприятиями («сделано в Китае»), к развитию собственных разработок («сделано в Китае»). Правительство Китая заявило о создании полноценной высокопроизводительной национальной инновационной системы. Главной целью среднесрочного и долгосрочного стратегического плана развития науки и технологий на 2006 год является создание к 2025 году в Китае общества инновационной направленности и превращение Китая в мировую инновационную державу.

В-третьих, правительством разрабатывается институциональный механизм стимулирования массового предпринимательства и инноваций. Меры поддержки направлены на создание хороших условий, улучшение сервисной инфраструктуры и продвижение обмена знаниями. Для обслуживания малого и среднего бизнеса и продвижения реформ образования, науки и технологий будет создана сеть демонстрационных центров. Демонстрационные центры должны способствовать коммерциализации и принятию новых технологий.

Другой мерой, предложенной правительством, является реформирование системы образования, которое предполагает внедрение механизма инновационного обучения и углубление образовательных программ, связанных с курсами инноваций и предпринимательства.

Важно отметить, что Китай активно проводит политику кластеризации и создания специальных экономических зон, способствующих созданию и распространению инноваций. Кластеры Китая имеют отраслевую специализацию, которая позволяет им использовать конкурентоспособные преимущества для масштабной экономики и доступа к высококвалифицированной рабочей силе. Кроме того, активно развивались научные технопарки и высокотехнологичные зоны. Т.е технопарки, значительная часть которых создана в рамках специальных экономических зон, составляют основу

научно-исследовательской инфраструктуры Китая, что сыграло важную роль в стимулировании научно-технического развития страны. Технопарки и специальные зоны стимулируют трансферт технологий и привлечение инвестиций, а также выступают катализатором формирования региональных рынков высокотехнологичных товаров и услуг.

В свою очередь, сами предприятия, как и в других странах, организуют на своих предприятиях: КИС корпоративной инновационной системы, способствующей взаимодействию науки и бизнеса, ЕИС системы управления знаниями, что характеризует высокий уровень развития инновационной корпоративной культуры (ИКМ) в целом.

Таким образом, основными факторами эффективного инновационного развития Китая являются:

- обратить внимание на интеграцию в глобальную инновационную сферу;
- приоритет государственной политики в области науки и образования,
- создание благоприятных институциональных условий для инновационного бизнеса;
- иерархическая система инновационного менеджмента (каждая провинция имеет свои комиссии по науке и новым технологиям, а местным государственным органам, например, предоставляется возможность «корректировать» государственную политику в конкретных социальных, экономических и географических условиях региона).

- развитие ИКМ и КИС на каждом предприятии.

Следует отметить, что во многих развитых и динамично развивающихся странах применяются различные методы государственного стимулирования инноваций в области ИРС. На тему государственных организаций имеется ряд государственных программ по финансированию и технической поддержке инновационного развития ИРС. Кроме того, существует множество законодательных, финансовых, налоговых и имущественных рычагов, которые способствуют развитию инноваций во всех сферах предпринимательства. В мировой практике получили развитие следующие основные формы стимулирования инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства:

- государственные программы финансово-технической поддержки инновации, проводящих НИОКР на тему правительственных организаций (США, Япония, Великобритания, Индия, Китай и другие страны);

- Прямое финансирование (субсидии, кредиты), которое достигает 50% от стоимости создания новых продуктов и технологий (Франция, США и др.);

- кредитование, в том числе без выплаты вознаграждения (Швеция); гранты на покрытие 50% стоимости инноваций (Германия);

- целевые гранты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (практически во всех развитых странах);

- создание средств для внедрения инноваций с учетом возможного коммерческого риска (Англия, Германия, Франция, Швейцария, Нидерланды);

- снижение государственных пошлин и предоставление им налоговых льгот для частных изобретателей (Австрия, Германия, США, Япония и др.), а также создание специальной инфраструктуры для их поддержки и экономического страхования (Япония);

- отсрочка или освобождение от уплаты сборов, если изобретение относится к энергосбережению (Австрия);

- бесплатные услуги патентных поверенных по заявкам частных изобретателей, освобождение от уплаты платежей (Нидерланды, Германия, Япония, Индия);

- упрощение налогообложения предприятий, работающих в инновационной сфере, в том числе. Исключение затрат на НИОКР из налогообложения, льготное налогообложение университетов и научно-исследовательских институтов (США, Великобритания, Индия, Китай, Япония);

- законодательное обеспечение защиты интеллектуальной собственности и авторских прав (во всех развитых странах);

- Государственные программы по снижению рисков и возмещению убытков (США, Япония);

- создание широкой сети фондов венчурного капитала, используемых для реализации инновационных проектов (во всех развитых и развивающихся странах);
- создание сети научных парков, бизнес-инкубаторов и зон технологического развития (во всех развитых и развивающихся странах);
- создание мощных государственных организаций (корпораций, агентств), оказывающих комплексную научно–техническую, финансовую и производственную поддержку инновационным (США, Япония, Индия, Китай и другие страны);
- поиск информации по передовым технологиям и инновационным разработкам, позволяющим заинтересованным предприятиям быстро находить необходимые технические решения и потенциальных партнеров.

Кроме того, во многих странах одним из важнейших финансовых инструментов поддержки инновации являются государственные контракты различных организаций на научно–исследовательские работы. Такие контракты предусматривают тщательную координацию всех основных характеристик ожидаемого результата, сроков исполнения и необходимых затрат на реализацию. Как правило, цена устанавливается до начала работ, а окончательный расчет производится после их окончания. Субсидии и субвенции предоставляются, как правило, для поддержки радикальных и рискованных проектов, проводимых инновационными ИПС в реестре предприятий, имеющих опыт комплексной НИОКР.

Зарубежный опыт показывает, что для развития инновационного потенциала предприятия важно: наличие в стране развитой национальной инновационной системы, активная помощь государства и развитие системы инновационного менеджмента внутри корпорации возможность использования инновационного потенциала и повышения инновационной активности предприятия.

Список литературы

- 1 Лавров А. А. Особенности функционирования высокотехнологических кластеров в Китае и Японии <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/329/image/329-182.pdf>
- 2 Маркина Ю.В., Шарикова Ю.В. Основы управления инновационным развитием корпоративных технологических систем// Вестник Самарского муниципального института управления- 2021 - №4.- С.18-23
- 3 Утегенова Ж.С. Инновации как фактор повышения инвестиционной привлекательности // Научные стремления. Сборник научных статей. - РИНЦ. Минск, 2018.- №24. – С. 146-149 ISSN 2311 – 4711

Қашықтықтан басқару дәуіріндегі менеджмент тиімділігі

А.С. Ахметова,¹ А.М. Кунтупова²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.м., аға оқытушысы

²Екі шет тілдері мамандығы бойынша 1 курс студенті

Ahmetova.2017.86@mail.ru, Aiaulym.Kuntupova@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: мақала персоналды басқарудың қазіргі таңдағы танымал және ерекше түрі ретінде қашықтықтан басқаруға негізделген. Қазіргі үнемі өзгеріп отыратын жағдайларда менеджер кеңсе қызметкерлерімен де, қашықтағы қызметкерлермен де жұмыс істей алуы керек. Мақалада қашықтықтан басқарудың негізгі дағдылары, виртуалды басқару принциптері, әдістері сипатталған, сонымен қатар осы жұмыс форматына көшкен нақты компаниялардың тәжірибесі қарастырылған.

Кілт сөздер: қашықтықтағы менеджмент, виртуалды көшбасшылық, ақпаратты технологиялар

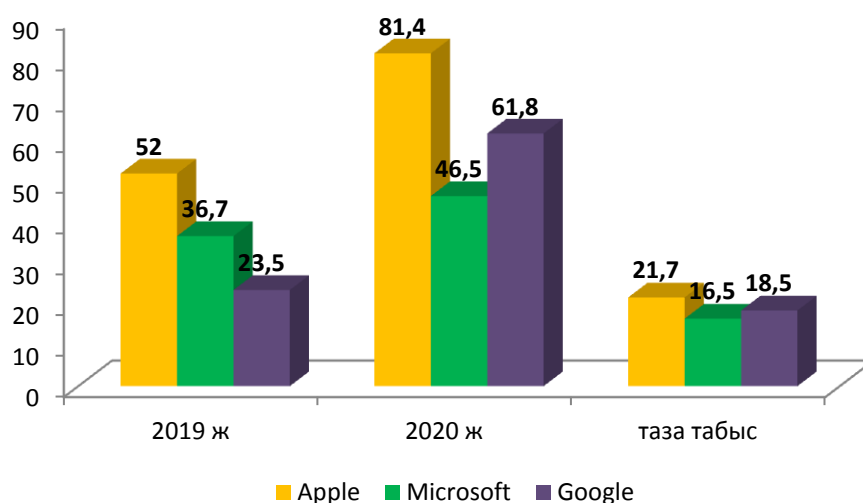
Қазіргі таңдағы жаһандық өзгерістер заманында, қашықтықтан басқару мен жаңа цифрлық технологияларға негізденген бизнес түрі ғаламдық трендке айналғаны сөзсіз. Виртуалды менеджмент саласы әлеуметтік желілерде қанат жайып, қызметкерлердің жаңа және айқын ойларын жүзеге асыруға көп мүмкіндік беруде. Ақпараттық технологияны басқарудағы көшбасшылық жоғары тұлғааралық дағдыларды қажет етеді. Эмпатия, қызметкерлердің қажеттіліктерін түсіну және қарым-қатынастың анықтығы негізгі факторларға айналады. Виртуалды кездесулер, тұрақты түрдегі кері байланыс және идеяларды іске асырудағы ашықтық, сенімді қарым-қатынастар орнатуға және командалық динамика көрсеткішін арттыруға көмектеседі.

Жұмыс пен өмірдің икемділігі, тепе-теңдігі жалпы виртуалды менеджменттің басты артықшылығы десек қателеспейміз. Үйден жұмыс істеу корпоративтік мәдениеттің ажырамас бөлігіне айналды. Менеджерлерден виртуалды командаларды басқаруда жаңа дағдыларды талап етуде. Тиімді көшбасшылық енді онлайн ортада мотивация мен қарым-қатынасты сақтау, сондай-ақ жұмыс пен өмірдің тепе-теңдігіне ықпал ететін икемді жұмыс жағдайларын жасау мүмкіндігін талап етеді. Қашықтықтан жұмыс істейтін қызметкерлер өз уақыттарын ұйымдастыруда және жұмыс пен өмірдің тепе-теңдігінде жаңа қиындықтарға тап болады. Уақытты басқарудағы икемділік, жеке қажеттіліктерді түсіну және қолдау ортасын құру қызметкерлердің жоғары өнімділігі мен қанағаттану деңгейін сақтау үшін маңызды. Сондықтан оларға стратегиялық жоспар мен уақытты тиімді пайдалану, жаңа мақсаттарды белгілеудегі басшының рөлі өте маңызды. Виртуалды менеджмент уақытты тиімді пайдалануға өз септегін тигізетін салалардың бірі. Үй жағдайында отырып, қызметкерлерді бақылауға мүмкіндік алу, Zoom, Google Meet және тағы да басқа қосымшаларды пайдалана отырып жаңа технологияларға бейімделу, қызметкерлерге қосымша Smm marketing туралы да ақпарат алуға көмек береді. Жұмыс орны, жұмыс ортасындағы қосымша персоналдарына ақы төлеуге артық шығынның жұмсалмауы, басшыға да, қызметкерлерге де тиімді болып табылады. Үйде жұмыс істейтін қызметкерлер жұмыс міндеттері мен жеке өмірі арасындағы тепе-теңдікті сақтау мәселесіне тап болады. Үйден жұмыс істеу дәуіріндегі басқару қызметкерлердің денсаулығы мен әл-ауқатын сақтау үшін жағдай жасауды, соның ішінде икемді жұмыс кестесінің ережелерін сақтауды және психологиялық қолдау үшін ресурстармен қамтамасыз етуді қамтиды. Қызметкерлер белгілі бір орнатылған уақытта емес, кез келген сәтте жұмысқа кірісе алады. Жұмыс орнына жетудегі стресс пен қолайсыздық азайып, артық шығынға жол берілмейді. Қызметкерлер отбасымен көбірек уақыт өткізіп, жұмыс ортасындағы ұжыммен қарым-қатынастарын нығайта алады. Жұмысшылардың жеке қажеттіліктерінен бөлек, олардың командалық рухын көтеру қажеттіліктерін игере отырып жұмыс жасау қазіргі таңда мүмкін болып отыр. Басшы үшін бұл, жұмыскерлермен кері байланыс жасауға көмегін беріп, конфиденциалды тұрғыда жаңа стартап жайлы пікірлерін анықтауға, стратегияны енгізбес бұрын, ұйымның қазіргі жағдайына мұқият талдау жасауға септігін тигізеді. Бұл жалпы компанияның күшті және әлсіз жақтарын бағалауды, мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтауды қамтиды. Виртуалды басқару басшының үміттерін қанағаттандыру үшін қызметкерлер мен тұтынушылардың қажеттіліктерін анықтауда да маңызды. Үйден жұмыс істеуге арналған инфрақұрылым және технологиялар осы тұстан үлкен рөл атқарады. Қызметкерлерді қашықтан жұмыс істеу үшін қажетті инфрақұрылыммен және технологиямен қамтамасыз ету тиімді басқарудың негізгі аспектісі болып табылады. Бұған жоғары жылдамдықты Интернетке қол жеткізу, қауіпсіз байланыс құралдары, бірлесіп жұмыс істеуге және жобаларды басқаруға арналған сандық құралдар кіреді. Десе де, бұл инфрақұрылымдармен қамтамасыз ету қазіргі таңда аса бір ауқымды мәселелердің бірі емес. Жылдам технологиялық даму және әлемдік жұмыс тәжірибелеріндегі өзгерістер жағдайында әртүрлі елдердегі мемлекеттер цифрландыруды қолдау және қашықтан жұмыс істеуді дамыту шараларын белсенді түрде енгізуде. Бұл бағыт тұрақты экономикалық өсуді қамтамасыз ету және қазіргі заманғы сын-тегеуріндерге

бейімделу үшін шешуші болады. Мемлекеттер табысты цифрландыру және қашықтан жұмыс істеу үшін қажетті инфрақұрылымды дамытуға елеулі ресурстарды жұмсайды. Бұған Интернетке кең жолақты желілерді кеңейту, киберқауіпсіздікті жақсарту және онлайн режимінде тұрақты және қауіпсіз жұмыс істеу үшін цифрлық платформалар құру кіреді. Жаңа стратегияны енгізу көбінесе үдерістерді өзгертуді ғана емес, сонымен қатар қызметкерлердің дағдылары мен құзыреттерін жаңартуды да қамтиды. Қызметкерлер жаңа қиындықтарға дайын болуы үшін ұйымдар оқыту мен дамытуға инвестиция салуы керек. Бұл сонымен қатар оқу мәдениетін қалыптастыруға ықпал етеді және білімнің үнемі жаңаруын ынталандырады.

Цифрлық трансформация бизнес құрылымдарын қайта пішімдейді және менеджерлер осы үдерістің алдыңғы қатарында болуы керек. Жасанды Интеллект (AI) деректерді талдаудан бастап шешім қабылдауды автоматтандыруға дейін басқарудың барлық салаларына енгізіледі. Менеджерлер басқару және интеграцияланған жүйелерге көшбасшылық етуге және даму стратегияларын болжау, анықтау үшін деректерді пайдалануға дайын болуы керек. Көшбасшылар қашықтан басқару пультіндегі өнімділік пен тиімділікті мұқият бақылауы керек. Нақты KPI орнату, тұрақты есептер және кері байланыс жүйелері жұмыс процесін бақылауға, мәселелерді анықтауға және қажет болған жағдайда қызметкерлерге қолдау көрсетуге көмектеседі. Осы тұста Covid-19 кезіндегі қашықтықтан басқарудың кемелденген тұсын атап өтсек болады. Интернеттегі қызметтерді, бейнеконференцияларды, бұлтты есептеулерді және басқа да технологиялық шешімдерді ұсынатын көптеген технологиялық компаниялар сұраныстың артуына тап болды. Amazon, Microsoft, Apple және басқалары сияқты компаниялар кірістің өсуі туралы хабарлады. 2020 жылы бүкіл медиа-сфера сегменттің жаһандық кірісі \$78,1 млрд құрады, оның тек 77,3 млрд әртістердің жанды қойылымдарына түсті.

Құжат баяндамасы карантин уақытысында, уақытша қашықтықтан басқару кезінде медиа-гиганттардың табысы 2 есеге өскенін көрсетеді. Google компаниясы өз табысын 62% көтеріп, 23,5 млрд-тан 61,8 млрд-қа артық кірісті ұтымды қолдана білген. Ал Apple 52 млрд-тан 81,4 млрд-қа дейін табыс тауып, өз сатылымын 36% -ға арттырған. Медиа-дигитлдың үлкен бөлігін құрайтын Microsoft компаниясы 36,7 млрд табыстан, 21% артық 46,5 млрд доллар көлемінде ұтымды қаражат жасай білген (сурет 1).



Сурет 1. Карантин уақытындағы медиа-сфера табысы

Демек, цифрлық трансформация әсерінен виртуалды басқару жалпы жаһандық қаражаттың 78,9 пайызын құрайды. Осы тұста басшылар мен менеджерлердің қосымшы білім алуға деген ұмтылысы арта түсуде. Үйден жұмыс істеу дәуіріндегі тиімді басқару

виртуалды ортада қызметкерлерді оқыту мен дамытумен де байланысты. Менеджерлер қашықтықтан оқыту әдістерін меңгеруі керек, сонымен қатар виртуалды топтарда білім мен тәжірибе алмасу үшін жағдай жасауы керек. Дағдыларды дамыту және кәсіптік оқыту әсіресе қашықтан жұмыс істеу жағдайында өзекті болады. Көшбасшылар оқыту бағдарламаларын құруы, виртуалды ортада білім алмасуды қолдауы және жаңа еңбек жағдайларында өзекті болатын дағдыларды дамытуға ықпал етуі керек.

Белгісіздік қазіргі әлемнің ажырамас бөлігіне айналды және дағдарысты басқару ерекше дағдыларды қажет етеді. Икемділік, жедел шешім қабылдау қабілеті және команданы қиын жағдайда жұмылдыру қабілеті басшылардың негізгі құзыретіне айналуға. Пандемия және бизнес ортасындағы өзгерістер сияқты күрделі жағдайлар жедел шешім қабылдау қажеттілігін және команданы онлайн ортада жұмылдыру мүмкіндігін көрсетті. Кәсіби MBA Finance түлегі Йоганна Гофманн штаб-пәтері Венада орналасқан OMV халықаралық интеграцияланған мұнай-газ компаниясында HSSE Performance Monitoring бөлімін басқарады. Басқалар сияқты, ол қазіргі уақытта үйден жеті қызметкерден тұратын өз тобын басқарады. Венадағы Гофман командасы денсаулық пен қоршаған ортаны қорғау туралы есеп беру және бақылау жүйелеріне жауап береді. Йоганна Гофманн басшылар өзгерген жағдайларға байланысты өз міндеттерін міндетті түрде қайта қарауы керек екенін атап көрсетеді. Сонымен қатар, ол өз командасына моральдық қолдау көрсетуі керек деп санайды. Басшылардың қашықтықтағы жағдаяттарға қарамастан, жағдайлардан шыға білуі жаңа стратегияларды құруға мүмкіндік берді. Виртуалды менеджер кез келген ортада коммуникация өнеріне ие болуы керек. Шешімдер мен тапсырмаларды нақты және түсінікті түрде ұсыну топ мүшелері арасында түсінік қалыптастырады. Сол себептен, тұрақты жаңартулар мен ашықтық сенімді сақтау үшін басшының коммуникациялық дағдылары мен жылдамдығы маңызды. Қашықтықтан басқару басшысы алға қойылған мақсаттарға жету үшін команданың ресурстары мен күш-жігерін тиімді бөлуі керек. Виртуалды іс-шараларды ұйымдастыру, команданы ынталандыру және олардың күш-жігерін мойындау оң және өнімді жұмыс ортасын құруға ықпал етеді. Бұл сонымен қатар тапсырмаларды қалай тапсыру керектігін және олардың орындалуын бақылауды қамтиды. Көшбасшы өз қарамағындағыларға сеніп, әртүрлі тапсырмалар мен жобалар үшін жауапкершілікпен бөлісуі керек. Тапсырмалар мен өкілеттіктерді беру команданың ресурстары мен күш-жігерін тиімді пайдалануға көмектеседі. Сондықтанда көшбасшылар қызметкерлерді іріктеу барысында виртуалды түрде таңдау жасай алады. Әлем бойынша профессионалды сала майталмандарын табу және олармен тұрақты түрде қашықтықта жұмыс жасау перспективасы виртуалды менеджмент саласында табысқа жету мүмкіншілігін жоғарылатады. Шетелдік компаниялармен тәжірибе алмасуға және компанияны жетілдіру барысында бірігіп жобаларды үйден шықпай-ақ, қашықтықтан жасай алу виртуалды менеджменттің басты артықшылығы. Заманауи технологияларды меңгеру виртуалды басқаруда шешуші рөл атқарады. Онлайн байланыс құралдарын, жобалық басқару платформаларын және қашықтан жұмыс істеу құралдарын пайдалану команданың тиімді өзара әрекеттесуін қамтамасыз етеді.

Қандай жағдай туындаса да таяқтың екі ұшы болады демекші қашықтықтан басқарудың өз кемшіліктері мен кереғар тұстары туындауы қалыпты жағдай. Сол себептен де, соларға да бір шолу жасап шықсақ. Синхронды жұмыс кезіндегі тиімсіздік бірінші келеңсіздіктердің бірі. Кеңседе лезде өзара әрекеттесу мүмкіндігі, қашықтан жұмыс істегенде жоғалуы мүмкін. Қызметкерлер арасындағы желінің және байланыстың дұрыс болмауы, аяқ асты техникалық ақаулардың ыңғайсыз сәтте туындауы және әр түрлі сағат белдеулері үлкен кедергіге айналуы ғажап емес. Шет елдік компаниялармен немесе қызметкермен кері байланыс кезінде сағат белдеулерінің сәйкес болмай қалуы мүмкіндігімен қатар, тілдік барьерлер мен мәдени интеграциялық мәселелер, жұмыс барысын артқа тартып, қызметкер мен басшы арасындағы қарым-қатынасты нашарлатуына әсер береді. Бұл тапсырмаларды жоспарлауда, бақылауда және үйлестіруде қиындықтар тудыруы мүмкін. Тағы бір айта кететін кемшіліктердің бірі әрі бірігейі бұл менеджерлер, басшылар қызметкерлердің нақты өнімділігін бағалауда қиындықтарға тап болуы мүмкін, өйткені олардың жұмысын тікелей бақылау мүмкіндігі

жоқ. Ұжымдық жұмыстарға қосқан үлестерін бағалау, жұмыскерлердің қызметтерін уақыт аралығына қармастан, тиімді және тиянақты атқарылғанын білу және жұмысқа бөлінетін назарын яғни концентрациясын бақылау мүмкіндігінің жоқ болуы, жұмыс эффективтілігіне кереғар пікір тудыру мүмкін. Айта кететін жайт, үйде жұмыс істеу деректердің қауіпсіздігіне қосымша қауіп төндіруі мүмкін. Қауіпсіздік шараларының жеткіліксіздігі құпия ақпараттың тарап кетуіне әкелуі мүмкін. Hundai motors, Gucci, Maybellin және тағыда басқа сол сияқты компаниялардың қашықтықта көп жұмыс атқармауы да осы себептен. Жаңа шығып жатқан тауардың бет әлпеті, пішіні, оның тұтынушыларға берер жаңалығы мен бірегейлігі, компанияның конфеденциалды тұтынушылары мен олардың қауіпсіздігіне қазіргі таңда жүз пайыз жауап бере алуы мүмкін болмай тұр. Кейбір менеджерлер қашықтан жұмыс істейтін қызметкерлерге сенім артуда қиындықтарға тап болуы мүмкін. Бұл бақылаудың жетіспеушілігі немесе кеңседен тыс жұмысшылардың жұмысына күмәнданумен байланысты болуы мүмкін. Жұмыстардың нақты сол қызметкермен орындалуына күмән келтіру, жұмысшылардың бос болмауы және өзге де бақталас компаниялардың тың қызметімен айналысып жүрген қызметкер болып шығу қауіпі өте жоғары. Қауіптен бөлек, ыңғайсыздықтар қашықтықтағы жұмыстарға және ұжым тұтастығына кері әсерін тигізуі мүмкін. Әр саланың жұмысшылары өз профессионалды қызметінен бөлек, жаңа бағыт – ақпаратты технологияларды меңгеруіне тура келеді. Жас айырмашылықтары мен виртуалды технологияларға деген әр түрлі буынның көзқарасы, дипломдалған кәсіби мамандардан айырылып қалуға әсерін береді. Интровертті тұлғалар, әлеуметтік өмірден алшақ жасқаншақ қызметкерлер виртуалды конференция немесе жиналыс барысында ой талқыға өзінің тың идеясын жеткізуден ұялып, қашақтауы мүмкін. Қашықтағы қызметкерлер өздерін оқшауланған және ұжымға тиесілі емес сезінуі компанияның мотивациясы мен ұзақ мерзімді міндеттемесіне кері әсерін тигізеді анық. Нақты кемшіліктерді шешу қадамы ретінде онлайн чаттар, ойындар немесе бейресми жағдайда сөйлесу сияқты виртуалды іс-шараларды ұйымдастыруды басшы қамтамасыз етсе, қызметкерлерге жұмыс контекстінен тыс бір-бірін жақсырақ білуге және түсінуге себепкер болар еді. Болашақта осы проблемалық сұрақтар шешілсе қашықтықтан басқару стратегияларының жаңа тармақтары ойлап табылып, жас буын тың идеяларының бизнес пен менеджмент сферасының монополиясын толығымен жаулап алуына әсерін берер еді. Компаниялар қашықтан және кеңсе жұмысын біріктіретін гибриді жұмыс үлгілерін қалайды деп күтілуде. Бұл қызметкерлерге икемділікті сақтауға және компанияларға жергілікті команданың артықшылықтарын пайдалануға мүмкіндік береді. Қызметкерлердің физикалық және психологиялық денсаулығына айтарлықтай назар аударып отырып, компаниялар қашықтан жұмыс істейтін қызметкерлердің әл-ауқатын жақсарту үшін қолдау бағдарламалары мен бастамаларының кең ауқымын ұсынады. Әр түрлі елдерде қашықтан жұмыс істеу мәселелерін, соның ішінде қызметкерлердің құқықтарын, қауіпсіздігін және салық салуды реттейтін заңнама әзірленіп, енгізіледі деп болжануда. Менің пікірімше, виртуалды «құрмет кітабын» және «алғыс қабырғаларын» құру қажет. Қызметкерлер өз жетістіктерімен бөлісіп қана қоймай, әріптестеріне алғыс білдіріп және жұмысының оң нәтижелерін көре алатын онлайн платформа жасалынса, ұжым арасында жылулық сезімі күшейе түседі.

Цифрлық революциямен өзгерген қазіргі әлемде виртуалды менеджмент ұйымдық мәдениет пен іскерлік тәжірибенің ажырамас бөлігіне айналуда. Мақалада виртуалды менеджменттің әртүрлі аспектілері қарастырылды, онда тек қиындықтар ғана емес, сонымен қатар инновациялар мен даму мүмкіндіктері де табылды.

Қорытындылай келе, виртуалды басқарудың болашағы қазіргіден де жоғары және сапалы инновациялық-бейімделгіш тәжірибелерді уәде ететінін атап өткен жөн. Көшбасшылар мен қызметкерлерді виртуалды шындыққа дайындау, жаңа технологияларды біріктіру және икемділік пен оқытуға баса назар аудару алдағы жылдардағы табысты виртуалды басқарудың негізгі факторлары болады. Тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйініне келер болсақ, қашықтықтан басқару кеңістіктік шектеулерді жеңуге мүмкіндік беріп қана қоймайды, сонымен қатар инновацияларды, өнімділікті арттыруды және уақыт ширегінде

бейімделгіш, тиімді жұмыс үдерісін құруды ынталандырады, мақсат етеді. Үйден жұмыс істеу дәуіріндегі басқару көшбасшылар үшін жаңа сынақ болып табылады. Заманауи технологиялар, тұлғааралық дағдылар және уақытты басқарудағы икемділік табысты көшбасшылықтың негізіне айналуда. Тиімді қашықтан мәдениетті құру, қызметкерлердің жеке қажеттіліктеріне назар аударады, олардың дамуын қолдайды және басқару стратегияларын үнемі бейімдеп отырады.

Әдебиеттер тізімі

1. <https://na-journal.ru/5-2022-ekonomika-menedzhment/3789-distancionnyi-menedzhment-v-teorii-i-praktike>
2. <https://kk.wikipedia.org/wiki>
3. <https://businessmir.kz/2020/05/21/upravlenie-iz-doma-vazhnye-uroki-dlya-effektivnogo-virtualnogo-menedzhmenta>
4. Малкольм Уорнер Морген Витцель “Виртуалды ұйымдар. ХХІ ғасырда бизнесті жүргізудің жаңа түрі”

Ұйымның тиімді дамуын басқарудың заманауи тәсілдері

Б.Қ. Айтуғанов¹, С.Ш. Мамбетова²

¹Менеджмент және басқару мамандығының 4 курс студенті

²Менеджмент кафедрасының профессоры, э.ғ.к

sagynysh.2012@mail.ru , aibatori@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қаласы

Түйіндеме: Бұл мақалада ұйымның тиімді дамуын басқарудың заманауи тәсілдерін, басқару, кәсіпорынды басқаруды ұйымдастыру терминдеріне анықтама алып, жалпы персоналға әсер ету түрлерін қарастыратын боламыз.

Кілт сөздер: басқару, менеджмент, HR, тәсіл, функция.

Басқару – бұл реттелетін процесс, нәтижесінде менеджердің дұрыс әрекетінің арқасында алға қойылған мақсатқа қол жеткізіледі. Бұл анықтаманы ең табысты деп атауға болады. Дегенмен, мақсаттар әрқашан орындалмайды немесе оларға қол жеткізу қаржылық ресурстарды ысырап ету және уақытты босқа жұмсау болуы мүмкін. Бұл менеджер процестерді сауатсыз басқарғанын білдіреді, сондықтан оның тарапынан басқарушылықтың болмауы деп түсінсек те болады. Сондықтан «тиімсіз басқару» сөзінің өзі қисынсыз, өйткені басқарудың өзі тиімділік болып табылады.

Ұйымдастырушылық менеджмент – қойылған мақсатқа жету тұрғысынан ең жақсы нәтижеге жету үшін тұтастай алғанда қызметкердің, топтың немесе ұйымның жұмысына әсер етудің үздіксіз процесі. Басқару процесі ұйымның алдында тұрған жалпы мақсаттың немесе мақсаттардың жиынтығының орындалуын қамтамасыз ететін келісілген әрекеттерді қамтиды. Іс-әрекеттерді үйлестіру үшін басқару функциясын жүзеге асыратын арнайы орган болуы керек.

Кәсіпорынды басқаруды ұйымдастыру-бұл мақсатқа жету үшін ұжымның жұмысын ынталандыру мен бақылаудың әртүрлі әдістерінің жиынтығы болып табылатын мақсатты және бақыланатын қызмет (бұған ұйымның жаһандық мақсаты да, қысқа мерзімді мақсаттар да кіреді, мысалы, сату нарығын ұлғайту, өнім сапасын жақсарту, сату тиімділігін арттыру және т.б.). Жоғары сапалы басқару жүйесі қарапайым және ашық, ақпарат біркелкі және сенімді, ақпараттың сенімділігіне жеке адамдар емес, жалпы басқару жүйесінің өзі кепілдік беруі өте маңызды. Нәтижесінде, жалпы компанияның жұмысын қарапайым және тиімді бақылауға, жекелеген процестерді бақылауға, тіпті жекелеген қызметкерлердің қызметін бақылауға болады.

Ұйымды басқару оның барлық құрылымдық элементтерінің жұмысына жүйелі әсер етеді, оның мақсаты келісілген жұмысты ұйымдастыру және нәтижесінде пайда табу болып табылады. Ұйымды басқару әдістері:

Әкімшілік әдістер еңбек тәртібінің саналы қажеттілігіне, борыш сезімі мен қызметкердің белгілі бір компанияда жұмыс істеуге деген ұмтылысына негізделген, содан кейін олар орындалуы керек реттеуші және әкімшілік актілер түрінде тікелей әсер етумен сипатталады. Әкімшілік әдістер жоғары тұрған басқару органдарының құқықтық нормалары мен өкімдеріне сәйкес келеді. Әкімшілік әдістерді іске асыру үш китте ұстап тұрылады- билік қатынастарында, тәртіпте және әкімшілік-құқықтық жазалар жүйесінде ұсталатын персоналға басқарушылық әсер ету арқылы жүзеге асырылады.

Жалпы персоналға әсер етудің алты түрін ажыратуға болады:

1) Ұйымдастырушылық әсерлер (бекітілген ішкі нормативтік құжаттар: ұйымның жарғысы)

2) Әкімдік әсерлер (бұйрықтар, нұсқаулар, өкімдер, нұсқаулықтар және т. б. кіретін ішкі нормативтік құжаттардың талаптарын сақтауды білдіреді.

3) Тәртіптік жауапкершілік және жаза (белгілі бір мінез-құлық ережелеріне бағыну. Тәртіптік теріс қылық үшін жұмыс берушінің қызметкерлерге ескерту, сөгіс, жұмыстан босату қолдануға құқығы бар).

4) Материалдық жауапкершілік

5) Әкімшілік жауапкершілік және жазалар

6) Қылмыстық жауапкершілік (егер ол әлеуметтік қауіпті әрекет жасаса, қызметкерге қауіп төндіретін төтенше шара).

Басқарудың әлеуметтік-психологиялық әдістері HR менеджментінде шешуші рөл атқаратын әлеуметтану мен психология заңдарына негізделген. Әлеуметтік-психологиялық әдістерге мыналар жатады: қызметкерлерге психологиялық әсер ету (топтарды қалыптастыру, ұжымда қалыпты психологиялық климат құру), моральдық ынталандыру, қызметкерлердің бастамасы мен жауапкершілігін дамыту. Социологиялық әдістердің көмегімен сіз ұжымдағы қызметкерлердің орны мен мақсатын бағалай аласыз, бейресми көшбасшыларды анықтай аласыз және оларға қолдау көрсете аласыз, мақсаттарға жету үшін персоналды ынталандыруды қолдана аласыз, компанияда тиімді байланыс орната аласыз.

Басқарудың экономикалық әдістері:

- Жоспарлау. Осы әдіс аясында ең тиімдісін таңдау үшін оқиғаларды дамытудың барлық мүмкін нұсқалары талданады.

- Коммерциялық есептеу. Ұйымды басқару әдісі, оған өз ресурстарын ұтымды пайдалану арқылы да, кәсіпорыннан тыс жұмыс арқылы да пайда табуға мүмкіндік береді.

- Еңбекақы. Бір жағынан жұмыс күшінің құнын өлшеуге мүмкіндік беретін, екінші жағынан қызметкерлерді жұмыс істеуге итермелейтін шама.

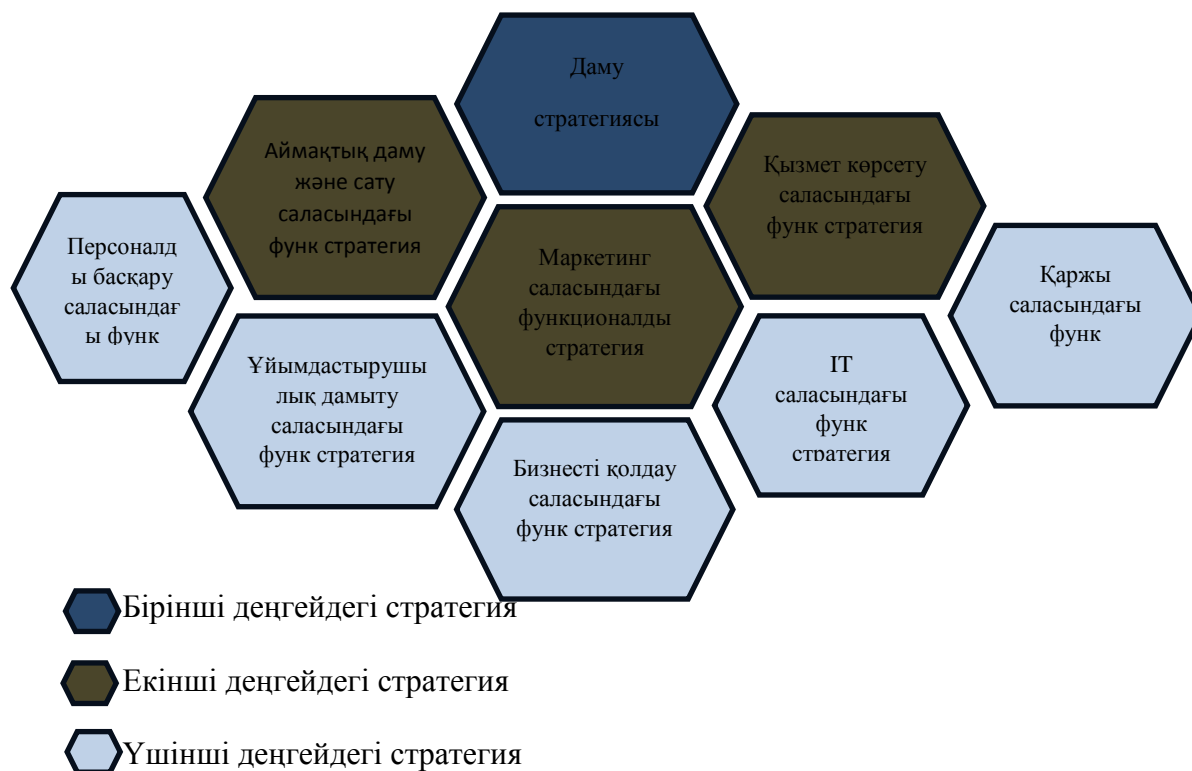
- Марапаттау. Белгілі бір уақыт кезеңіндегі еңбектің түпкілікті нәтижесіне жеке қызметкерлердің жеке үлесін анықтайтын шама.

- Қаржыландыру. Қаражатты компанияға ең үлкен пайда әкелетін нақты бөлімшелер немесе қызмет бағыттары алатындай етіп қайта бөлуді көздейтін әдіс.

Ұйымды басқарудың заманауи тәсілдері мен әдістері

Жаһандану дәуірінде қазіргі заманғы менеджмент монотонды дәлдікпен бірнеше рет қайталанатын қарапайым функциялардың жиынтығы болуды әлдеқашан тоқтатты. Бүгінгі таңда менеджерлер / басқарушылар компания ішінде де, одан тыс жерлерде де болып жатқан оқиғалардың күрделі көп өлшемді көрінісін көруі керек; дамудағы жағдайды талдай білу; қоғамда болып жатқан динамикалық процестердіңмеағында өз бизнесін, ұйымдарын өзгертуге және өзін-өзі өзгертуге уақыт бар. Ұйымды цифрлық негізде құру сөзсіз басқарудың өзгеруіне әкеледі. Жалпы қоғамдағы және әсіресе ұйымдардағы цифрлық трансформацияның нақты тәжірибесі экономикалық, басқарушылық және әлеуметтік ғылымдар саласындағы осы өзгерістерді ғылыми түсінуден әлдеқайда озық болды. Дегенмен, бүгінде ұйымдарды басқаруға цифрлық технологияларды енгізе отырып, басқару қызметінің

сипаты тұтастай өзгермейді деп айтуға болады. Ол әлі де ақыл-ой, шығармашылық сипатқа ие болады, бірақ сонымен бірге шешімдердің бір бөлігін ақпараттық-техникалық жүйелер қабылдайды. Бұл жедел, техникалық, ағымдағы шешімдерге қатысты.



Сурет 1. Компанияның стратегияларының құрамы

Қазіргі заманғы басқару әдістері үш негізгі әдіске бөлінеді, олардың бірі адамның бар дағдыларына, қолда бар ресурстарына және қалаған нәтижелеріне байланысты:

Қатысу әдісі: Бұл әдіс бір қызметкер толық жұмысты орындауда қиындықтарға тап болған кезде қолданылады және жобаны аяқтау үшін қызметкерлер арасында тапсырмаларды бөлу процесін жеңілдетеді. Бұл әдіс қызметкерлерге құндылық пен оптимизм сезімін береді.

Нұсқаулық әдіс: Бұл әдіс жағдайға байланысты және әсіресе жобаның ұзақтығы шектеулі болса, қазіргі заманғы әкімшілік әдіс ретінде қолданылады, яғни. белгіленген мерзіммен немесе қызметкерлердің көп бөлігінің қатысуымен шектеледі. Бұл әдісте менеджер бес негізгі сұраққа (не, қайда, қалай, неліктен және қашан) типтік жауаптарды табуы керек, сонда қызметкерлер бұл туралы толық хабардар болады.

Топтық әдіс: Бұл жобаның сапасы мен жоғары деңгейде аяқталуын қамтамасыз ететін тамаша әдіс. Командалық тәсіл жобаны басқарудың типтік әдістерінің бірі болып табылады. Жетілдірілген топтық жұмыс және ынтымақтастық дағдылары адамдарды біліммен бөлісуге шақырады. Табысты команда үйлесімді және топаралық күш-жігерге, сондай-ақ тиімді қарым-қатынас дағдыларына байланысты екенін есте сақтаңыз.

Басқару парадигмасының өзгеруі ұйымдарға қарқынды өзгерістер жағдайында тұрақты дамуға мүмкіндік береді. Бұл жеке бөлімшелердің де, жалпы компанияның да нарық қажеттіліктеріне тез бейімделуіне ықпал етеді. Сонымен қатар, компанияның топ-менеджменті жұмыста жаңа принциптер мен құндылықтарды қалыптастыруға ерекше назар аударуы керек.

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, басқаруды цифрландыру және тиімді басқару кезінде ескеру қажет келесі ұйымдастырушылық аспектілерді бөліп көрсетуге болады:

- ұйымға осы ұйым үшін оның қажеттілігі, орындылығы және тиімділігі тұрғысынан қандай да бір жаңа цифрлық технологияны енгізу қажеттілігі туралы шешім қабылдау;
- цифрлық технологиялар қызметкерлердің кідіріссіз және қарсылығынсыз енгізілуі үшін ұйымдағы өзгерістер мен инновацияларды тиімді басқаруды қамтамасыз ету;
- іскерлік мәдениетті басқару, қызметкерлердің жаңа технологияларды оң қабылдауын және оларды игеруге деген ұмтылысын қалыптастыру үшін компанияның "цифрлық рухын" сақтау;
- цифрлық өзгерістерді жоспарлау, оларды енгізу процесін "қалай болады" сияқты кездейсоқ емес, мақсатты түрде ұйымдастырады, жұмысшылардың жаңа жағдайларға және жұмыс технологияларына бейімделуіне уақыт береді;
- қызметкерлердің кәсіби дамуы, бұл олардың дағдылары мен жаңа тәсілдермен жұмыс істеуге деген ұмтылысын қамтамасыз етуі керек;
- ұйымның қызметі саласындағы техникалық мамандар мен креативті қызметкерлер – кәсіпқойлардың тепе-теңдігін қамтамасыз ету, бұл құрамы бойынша жаңа мамандар тобын құруға қызмет етуі керек.

Осылайша, кез-келген ұйымның қызметі басқаруды қажет етеді, онсыз оның тиімді жұмыс істеуі мен дамуы ғана емес, сонымен бірге өмір сүруі де мүмкін емес. Сонымен қатар, қазіргі заманғы ұйымды басқару басқа ұйымдардың оған деген көзқарасын алдын-ала анықтайды, белгілі бір дәрежеде басқарушылық шешімдерге әсер етеді.

Әдебиеттер тізімі

- 1) Долженко, Р.А. Инновации в системе управления персоналом организации // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2016- № 1.
- 2) Максимов Н. Н. Теоретические основы инновационной деятельности // Молодой ученый. – 2013. – №10.
- 3) Пережогина К.А. Инновационные изменения в системе управления персоналом // Молодой ученый. - 2015. - №4.
- 4) Иванова-Швец, Л.Н. Инновационно-ориентированное управление человеческими ресурсами: сущность, принципы, модель // Креативная экономика. – 2018. – № 3.

Совершенствование товарной политики как инструмент развития предприятий

¹Басиева Л.В., к.э.н., доцент кафедры финансы, бухгалтерский учёт и налогообложение Северо-Осетинского государственного университета. Владикавказ. Россия.

²Басиев В.Я. студент первого курса магистратуры Северо-Осетинского государственного университета. Владикавказ. Россия.

³Хегай Д.В. студент второго курса магистратуры

Северо-Осетинского государственного университета, г. Владикавказ

Аннотация: Товарная политика предприятия является важным аспектом маркетинговой деятельности и залогом повышения его конкурентоспособности. Потребительский рынок находится в постоянном движении: в условиях глобализации, цифровизации, экологизации, осознанного потребления и прочих факторов запросы, нужды, ожидания покупателей меняются, организации должны их предвосхитить. Все перечисленные причины влияют на формирование товарной политики предприятий предприятия.

Ключевые слова: товар, маркетинг, ассортиментом, товарная политика, затраты, принципы управления.

В современной экономической литературе уделено много внимания принципам и инструментам развития, основанным на маркетинговых, либо на логистических инструментах. Однако единым выводом в процессе их использования является то, что эффективность коммерческой деятельности достигается тогда, когда реализуемый компанией товар либо услуга имеют постоянный спрос на рынке, более того товар интересен потребителям по тому, что он полностью удовлетворяет их потребности [5].

Теория потребностей, на сегодняшний день, рассматривает различные принципы управления ими на основе множества методик. При этом многообразие нужд и потребностей, их постоянная динамика усложняют процесс их идентификации и удовлетворения.

Практикой доказано, что не бывают потребители с одинаковыми потребностями, поэтому каждая компания должна иметь такой товарный ассортимент, который мог бы с учетом динамики потребностей, высокого уровня конкуренции обеспечивал привязанность покупателей к товарам фирмы.

Следовательно, треугольник потребностей должен всегда рассматривать три основные грани: фирма – продавец, консультант – продавец, потребитель. В рамках такой модели может быть обеспечен эффективный результат купли-продажи в форме прибыли для фирмы и удовлетворения потребностей как для продавца в виде заработной платы, так и для покупателя в виде приобретения «нужного» товара.

Следует отметить, что сам по себе товар не может обеспечить длительный спрос, с этой целью фирмы затрачивают средства обеспечения длительного спроса, поддержания конкурентоспособности. Для этой цели проводятся маркетинговые мероприятия по стимулированию и продвижению товаров на рынке. Маркетинговая деятельность использует такие решения, которые осуществляют взаимодействие следующих объектов коммерческой деятельности фирмы: товарная политика, ценовая политика, сбытовая политика и коммуникативная.

Среди перечисленных маркетинговых инструментов обеспечения устойчивого развития товарная политика выступает основным. Это связано с тем, что основным объектом купли-продажи является товар, который предопределяет формирование ценовой политики, системы сбыта, налаживания коммуникаций с ориентацией на запросы потребителей.

Вышеуказанные принципы говорят о неотделимости товарной политики от стратегического планирования и управления коммерческого предприятия. В российских условиях сфера обращения представлена деятельностью различных ее участников, к числу которых можно отнести: розничные и оптовые предприятия и другие виды посредников, каждый из которых формирует собственные принципы управления товарным ассортиментом. Усложняет данный процесс нестабильность рыночной экономики и жесткая конкуренция [2].

В комплексе маркетинга товар представляет собой ключевое значение, поскольку на него возложены основные задачи маркетинга- он должен понравиться потребителю, что обеспечивается грамотным управлением в рамках товарной политики.

Таким образом, товарная политика фирмы представляет собой свод целенаправленных действий, принципов, методов и правил нацеленных на формирование и управление товарного ассортимента. В такой трактовке функцию удовлетворения потребностей на себя берет именно товарный ассортимент, который в свою очередь должен отвечать важным принципам и критериям с позиции таких показателей, как ширина и глубина.

Отсутствие целенаправленных действий и эффективного управления приводит к классической ситуации, которую можно увидеть на примере, практически, каждого предприятия, ее результатом является неустойчивый ассортимент, дефицит, низкий объем товарооборота.

Эти условия в совокупности определяют более важные отрицательные результаты в виде снижения прибыли от потери потребителя, отсутствие динамики показателей эффективности и снижение общего уровня рентабельности. Управленческие решения по управлению товарным ассортиментом должны носить как оперативный, так и

стратегический характер. Долгосрочные цели позволяют компании предвидеть будущее развитие на основе динамики рынка и выстраивать перспективные направления [8].

Вместе с тем, оперативные управленческие решения по управлению товарным ассортиментом носят половинчатый характер, так как позволяют решать проблему управления товарным ассортиментом в режиме реального времени не задумываясь о длительной перспективе.

По этой причине ситуационные решения выступают в форме тактических мероприятий по достижению долгосрочных целей управления товарной политикой.

Важное значение в части оптимизации товарного ассортимента играют такие инструменты как ABC и XYZ – анализ. Их основная задача – оптимизация товарного ассортимента по спросу и связанным с данными товарами затратами.

На любом предприятии существуют товары, которые приобретаются редко, но они должны быть, чтобы ассортимент не выглядел скудно, однако процент таких товаров должен быть достаточно низким. Наряду с этим критерием, немаловажное значение играют затраты, связанные с управлением товарным ассортиментом.

В соответствии с современными взглядами на 1 рубль товара в денежном эквиваленте приходится 50 копеек затрат, связанных с его хранением. Следовательно, товарный ассортимент, который оборачивается медленно, по определению не может быть эффективным, так как он создает высокий уровень затрат. Таким образом, товары, формирующие ассортимент, как минимум должны иметь устойчивый спрос на рынке. Используя на практике перечисленные инструменты управления предприятие может повысить оборачиваемость, прибыль, рентабельность и стабильность развития в отрасли.

Результаты каждого процесса зависят от эффективного управления, которое в процессе формирования товарного ассортимента заключается в умелом сочетании ресурсов фирмы в условиях высокой динамики внешнего окружения и возможностями компании по оптимизации товарной политики, которая обеспечивала бы стабильное положение предприятия за счет роста сбыта высокоэффективных конкурентоспособных товаров.

Хорошо продуманная товарная политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода ориентиром общей направленности действий, позволяющим корректировать текущие ситуации. Отсутствие генерального, стратегического плана мероприятий организации, без которого нет и долгосрочной товарной политики, чревато неправильными решениями, распылением сил и средств, отказом от запуска изделий в производство в момент, когда уже все готово к их серийному или массовому выпуску. Естественно, ошибки такого рода дорого обходятся товаропроизводителям.

Товарная политика – это не только целенаправленное формирование ассортимента и управление им, но и учет внутренних и внешних факторов воздействия на товар, его создание, производство, продвижение на рынок и реализация, юридическое подкрепление такой деятельности, ценообразование как средство достижения стратегических целей товарной политики и др. [2].

Таким образом, эффективная товарная политика предопределяет осуществление таких мероприятий, как: обновление изготавливаемых товаров; проектирование новых видов товаров; отказ от производства устаревших товаров; формирование эффективной товарной номенклатуры; обеспечение эффективного товарного ассортимента; использование товарных знаков; создание необходимой упаковки и проведение маркировки товаров; повышение качества сервисного и послепродажного обслуживания.

Перечень предложенных действий обеспечат предприятиям построение эффективного товарного ассортимента, рентабельность продаж и конкурентоспособность.

Списко литературы

1. Алексунин В.А. Маркетинг: учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 200с.

2. Багиев Г. Л., В. М. Тарасевич, Х. Анн. Маркетинг: Учебник для вузов. – М.: Экономика, 2003. 460 с.
3. Гончарова К.В., Ковалева М.С. Управление ассортиментом товаров на современных торговых предприятиях // Форум молодёжной науки. 2021. №2. – С. 10
4. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг: монография. 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 404 с.
5. Ерочкина Н.В., Потапова Л.Н. Кадровый потенциал предприятий АПК: состояние и перспективы развития // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 6-1. – С. 37-41.
6. Ермолаева Е.Л., Гордеев К.С., Жидков А.А., Илюшина Е.С., Федосеева Л.А. Товарная политика предприятия и жизненный цикл товара // Современные научные исследования и инновации. 2021. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2021/12/97320>
7. Кудрявцева Л.Б., Совершенствование товарной политики предприятия на основе цифровых технологий // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2021. №1. – С. 44.
8. Масленников, Р. 101 совет по PR / Р. Масленников. - М.: Альпина Паблишер, 2012

Новая парадигма управления в экономике: переход к цифровому и инклюзивному развитию

А.А. Бекоева¹, М.Аскарлова²

¹Бакалавр 4 года обучения факультета экономики и управления по специальности «Экономика»

²Студентка 3 курса ОП «Государственное и местное управление»

Научные руководители:

³В.Б. Дзобелова

к.э.н., доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и налогообложения

dzobelova@mail.ru

^{1,3}Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, г. Владикавказ

⁴Н.Б. Давлетбаева

к.э.н., профессор кафедры Менеджмент

^{2,4}Карагандинский университет Букетова

n.davletbaeva74@mail.ru

Аннотация: Современный мир находится в процессе кардинальных изменений, которые затрагивают все сферы жизни. Одним из ключевых направлений этих изменений является переход к цифровой экономике и инклюзивному развитию. В этой статье мы рассмотрим основные принципы и особенности новой парадигмы управления в контексте цифровой экономики и инклюзивности.

Ключевые слова: экономика, парадигма управления, цифровое развитие, инклюзивное развитие, управление, цифровизация

Современный мир на текущий момент находится в активном процессе кардинальных преобразований, затрагивающих все сферы жизнедеятельности человека. Наиболее актуальной для исследований и обладающей наиболее масштабными преобразованиями является сфера развития цифровых технологий. Они активно проникают во все сферы нашей жизни, а также затрагивают наибольшую часть человечества. Сегодня мы уже не можем представить нашу жизнь вне цифрового мира. Цифровизация позволила нам значительно повысить результаты деятельности практически во всех областях. Вторым по активности текущего развития, является набирающее все большую популярность инклюзивное развитие, которое представляет собой довольно положительную попытку представления глобального

приоритета в виде ядра, справедливо и эффективно развивающегося государств, которые в свою очередь в своей совокупности являются элементами человеческой цивилизации.

Цифровая экономика – это экономика, основанная на использовании цифровых технологий, включая интернет, искусственный интеллект, большие данные и другие инновационные решения. Она предоставляет новые возможности для бизнеса, государственных структур и граждан, позволяя оптимизировать процессы, снижать издержки и увеличивать эффективность. Однако для того, чтобы использовать эти возможности в полной мере, необходимо изменить подходы к управлению.

Новая парадигма управления предполагает переход от традиционных иерархических структур к сетевым, более гибким и адаптивным моделям. Это означает, что компании должны быть готовы к быстрым изменениям, уметь адаптироваться к новым условиям и использовать возможности цифровой экономики для своего развития.

Инклюзивность – еще один ключевой аспект новой парадигмы. Он предполагает включение в экономическую, социальную и культурную жизнь общества всех слоев населения, независимо от их пола, возраста, этнической принадлежности или физических возможностей.

Многие экономисты двадцать первого века приходят к мнению, что для достижения результативного и максимально полного решения актуальных вопросов, наиболее подходящим является концепция инклюзивного экономического развития в тандеме с цифровизацией. Концепция инклюзивного развития получила свое начало в конце XX века в работах зарубежных экономистов, таких как Дж. Э. Стиглиц, Д. Аджемоглу, Дж. А. Робинсон, Т. Пикетти и многие другие, работы которых привели к появлению новой линии мышления: «Справедливость и рост дополняют друг друга» [1]. В их работах четко прослеживается мысль о том, что само неравенство, как и его расширение, социальных слоев общества приводит к ограничению развития экономического роста, даже к его остановке или регрессии. Они трактуют причины роста благосостояния государства с точки зрения институционального объяснения зарождения предпосылок общественного неравенства, связывая функционал политических и экономических институтов.

В отечественной экономической литературе в начале XXI века также рассматривались вопросы неравенства социальных слоев общества, однако именно концепция инклюзивного развития долго не могла найти широкого применения. Кроме того, российские ученые-экономисты до сих пор находятся в активных спорах относительно трактовки понятия «инклюзивный экономический рост».

«Инклюзивный экономический рост связан не только с развитием человеческого потенциала и устойчивым общественным развитием, но и с сохранением благоприятной экологической обстановки на всей территории государства» [2].

Инклюзивный экономический рост – это процесс развития экономики, при котором все слои населения получают возможность участвовать в экономической деятельности и получать доход. В России этот термин был введен в 2019 году для описания стратегии развития страны до 2030 года.

Одной из основных целей инклюзивного экономического роста является повышение уровня жизни населения. Для достижения этой цели необходимо создание условий для развития малого и среднего бизнеса, который является основой экономического роста. Малый и средний бизнес создают новые рабочие места, увеличивают доходы населения и способствуют развитию инфраструктуры.

Другой важной составляющей инклюзивного экономического роста является развитие образования и науки. Образование и наука являются ключевыми факторами развития экономики, так как они обеспечивают квалифицированных специалистов, которые могут работать в различных отраслях экономики. Кроме того, образование и наука способствуют инновационному развитию экономики, что позволяет создавать новые технологии и продукты.

Важным элементом инклюзивного экономического роста является также поддержка социально уязвимых групп населения. Государство должно заботиться о том, чтобы все граждане имели равные возможности для получения образования, медицинской помощи и жилья. Это позволит снизить уровень бедности и повысить качество жизни населения.

В целом, инклюзивный экономический рост является важным направлением развития российской экономики. Он способствует созданию условий для всех слоев населения, повышению уровня жизни и развитию инноваций.

Современная экономика сталкивается с множеством вызовов, связанных с изменением технологического ландшафта и ростом конкуренции. Однако, существует новое направление в управлении экономикой, которое может помочь преодолеть эти вызовы. Речь идет о переходе к цифровой и инклюзивной модели управления.

Цифровая модель управления предполагает использование новых технологий и инструментов для оптимизации процессов управления бизнесом. Это включает в себя автоматизацию процессов, внедрение систем искусственного интеллекта и аналитики данных, а также использование облачных технологий.

Инклюзивная модель управления, в свою очередь, предполагает участие всех заинтересованных сторон в процессе принятия решений. Это включает в себя не только руководство компании, но и сотрудников, партнеров, клиентов и даже конкурентов. Такой подход позволяет учитывать мнение каждого участника процесса и принимать решения, которые наилучшим образом соответствуют интересам всех заинтересованных сторон.

Переход к цифровой и инклюзивной модели управления может привести к значительному улучшению эффективности бизнеса. Например, автоматизация процессов может сократить время на выполнение задач и уменьшить количество ошибок, что повысит производительность и качество продукции. Использование систем искусственного интеллекта и аналитики данных поможет принимать более точные решения на основе анализа больших объемов информации.

Кроме того, переход к цифровой и инклюзивной модели управления может способствовать развитию новых рынков и возможностей для бизнеса. Например, использование облачных технологий может позволить компаниям быстро масштабировать свой бизнес и адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

В целом, переход к цифровой и инклюзивной модели управления представляет собой новую парадигму в управлении экономикой. Он позволяет учитывать мнение всех заинтересованных сторон и принимать решения, которые наилучшим образом соответствуют интересам всех участников процесса. Такой подход может привести к значительному улучшению эффективности бизнеса и развитию новых возможностей для его развития.

Цифровая трансформация стала одной из ключевых тенденций в мировой экономике. Многие компании уже начали использовать новые технологии и инструменты для оптимизации своих бизнес-процессов. Например, компания Amazon запустила программу "AI First", которая предусматривает использование искусственного интеллекта во всех аспектах бизнеса. Компания Google также активно развивает свои сервисы на базе искусственного интеллекта, такие как Google Assistant и Google Translate.

Инклюзивное управление также становится все более популярным в мировой экономике. Многие компании начинают включать в свои процессы не только руководство, но и сотрудников, партнеров и клиентов. Например, компания Microsoft запустила программу "Microsoft for All", которая предусматривает предоставление бесплатных устройств и программного обеспечения для людей с ограниченными возможностями.

В целом, можно сказать, что применение инклюзивного и цифрового управления продолжает расти в мировой экономике. Эти направления помогают компаниям адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и повышать эффективность своего бизнеса.

Текущий уровень применения инклюзивного управления все еще увеличивается. На сегодняшний день можно представить следующие отрасли, в которых инклюзивное управление уже нашло свое применение:

- Финансовый сектор: многие банки начали внедрять системы искусственного интеллекта для анализа кредитного риска и определения наиболее выгодных условий кредитования.

- Производственный сектор: некоторые компании начали использовать роботизированные линии производства для повышения качества продукции и снижения затрат на производство.

- Образовательный сектор: многие университеты начали внедрять онлайн-курсы и дистанционное обучение для студентов с ограниченными возможностями.

- Медицинский сектор: некоторые больницы начали использовать технологии виртуальной реальности для лечения пациентов с фобиями и тревожными расстройствами.

- Транспортный сектор: некоторые авиакомпании начали использовать дроны для доставки грузов и пассажиров в отдаленные районы.

- Туристический сектор: некоторые туристические компании начали предлагать экскурсии и туры для людей с ограниченными возможностями.

- Ритейл: некоторые магазины начали использовать технологии распознавания лиц и голоса для упрощения процесса оплаты товаров.

- Гостиничный бизнес: некоторые отели начали использовать технологии умного дома для создания комфортной атмосферы для гостей.

Инклюзивное и цифровое управление – это две новые парадигмы в управлении бизнесом, которые позволяют компаниям адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и повышать эффективность своего бизнеса.

Инклюзивное управление – это подход, при котором все участники процесса принимают активное участие в принятии решений. Это означает, что каждый сотрудник, партнер, клиент и даже конкурент имеет право высказать свое мнение и внести свой вклад в процесс принятия решений.

Основные принципы инклюзивного управления:

- Включение всех заинтересованных сторон в процесс принятия решений.
- Учет мнения каждого участника процесса.
- Предоставление всем участникам процесса равных возможностей для выражения своего мнения.
- Обеспечение прозрачности и открытости во всех аспектах управления бизнесом.
- Создание условий для развития лидерских качеств у всех участников процесса.

Цифровое управление – это подход, при котором все бизнес-процессы осуществляются с помощью новых технологий и инструментов. Это означает, что компания использует современные технологии и инструменты для оптимизации своих бизнес-процессов и повышения эффективности своего бизнеса.

Основные принципы цифрового управления:

- Использование современных технологий и инструментов для оптимизации бизнес-процессов.
- Создание единой информационной системы для всех участников процесса.
- Обеспечение высокой скорости передачи данных и надежности информационной системы.
- Развитие культуры инноваций и постоянное совершенствование бизнес-процессов.
- Обеспечение безопасности и конфиденциальности данных.

В заключение, инклюзивное и цифровое управление – это две новые парадигмы в управлении бизнесом, которые позволяют компаниям адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и повышать эффективность своего бизнеса. Каждая из этих парадигм имеет свои особенности и принципы, которые необходимо учитывать при их применении.

Современный мир проходит через кардинальные изменения, которые охватывают все сферы жизни. Это указывает на то, что мир находится в постоянном развитии и эволюции. Одним из ключевых направлений этих изменений является переход к цифровой экономике. Это говорит о том, что современное общество все больше ориентируется на использование информационных технологий и цифровых решений во всех сферах экономики. Еще одним ключевым направлением изменений является инклюзивное развитие. Это означает, что общество стремится создать равные возможности для всех участников, независимо от их положения или особенностей.

Таким образом, можно сделать вывод, что переход к цифровому и инклюзивному развитию является необходимым этапом в современной экономике. Эта новая парадигма управления позволяет не только оптимизировать процессы и улучшать качество предоставляемых услуг, но и повышать уровень жизни для всех граждан. Важно, чтобы власти и бизнес смогли вовремя адаптироваться к новым технологиям и создавать условия для включения всех слоев населения в процесс цифровизации. Только таким образом можно достичь устойчивого и инклюзивного экономического развития. Однако, для успешной реализации данной парадигмы необходимо учитывать социальные и экономические особенности каждой страны и создавать индивидуальные стратегии развития, которые учитывали бы интересы всех групп населения. Только таким образом можно добиться долгосрочных результатов и создать справедливую, инклюзивную и процветающую экономику.

Список литературы

1. Inclusive growth of the Eurasian Economic Union Member States: assessments and opportunities: Joint study by the Eurasian Economic Commission and the United Nations Conference on Trade and Development published in partnership with Interstate Bank. EEC, UNCTAD, 2019. 69 p.

2. Герсонская Ирина Валерьевна КОНЦЕПЦИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА // Вестник ЧелГУ. 2021. №6 (452). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-inklyuzivnogo-ekonomicheskogo-rosta-novye-vozmozhnosti-dlya-razvitiya-rossiyskogo-obschestva> (дата обращения: 27.11.2023).

3. Авдокушин Е. Ф. Иванова В. Н. Инклюзивное развитие: основные направления, базовые предпосылки и возможные ограничения // Вопросы новой экономики. 2014. № 3 (31). С. 4—13.

4. Бекоева, А. А. Проблемы технологии конфиденциальности искусственного интеллекта и законодательства о конфиденциальности на примере Южной Кореи / А. А. Бекоева // Учет и контроль. – 2023. – № 5. – С. 9-15. – EDN VIPZUV.

Institutional conditions and methods of development of socio-economic macro systems

M.E. Voskanov

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of the Department, Professor of the Department of Economics and Law
Essentuki Institute of Management, Business and Law
mvoskanov@mail.ru

Annotation: This article examines the institutional conditions and methods of balanced development of socio-economic macro-systems. Considering the process of functioning and development of socio-economic macro-systems, it is necessary to take into account the need to solve the primary socio-economic task of achieving a high level and quality of life of the population through the intensification of economic growth, which confirms the relevance of this article.

Keywords: socio-economic macro-system, institutional conditions, methods of development, efficiency of functioning.

The socio-economic macro-system is an integral, localized in economic time and space, a set of interrelated, interdependent and interacting social and economic institutions and relations regarding production, distribution, exchange and consumption in society, consisting of subsystems with common specifics of functioning. The socio-economic macro system has relative independence and is a system that includes: socio-political, cultural-historical, social, economic, infrastructural, natural resource, environmental and information subsystems.

Within the framework of socio-economic macrosystems, by definition, all phases of the reproductive process take place: production, distribution, exchange, consumption. This makes it possible for the socio-economic macro system to function and develop relatively independently.

The basic criterion for the effectiveness of the socio-economic macrosystem is its ability to ensure economic growth, while the most important aspect of development is the process of interaction of economic entities within the macrosystem. At the same time, the basis for the functioning and development of the socio-economic macro-system is the creation of conditions that could contribute to the internal systemic integration of economic entities, would create an institutional system-forming space. Also, in order to ensure the effective functioning and development of the socio-economic macro-system, its strengths and potential capabilities should be used, which is ensured by creating appropriate institutions (political, legal, social and economic).

In our opinion, there are two main groups of methods for the development of socio-economic macro systems:

1. A group of direct methods and levers of influence on the process of development of socio-economic macro-systems, which include regulatory and legal regulation of economic activity, management of large business entities, support of basic sectors of the economy and the social sphere through direct budget financing, public procurement for the supply of certain types of products, performance of works, provision of services;

2. A group of indirect methods and levers of influence on the development of socio-economic macro-systems, which include mechanisms of budgetary, tax and investment policy, etc.

It should be noted that both groups of methods for the development of socio-economic macrosystems can be fully implemented only if there is a clear interaction between the elements of the system, i.e. between bodies of all levels of government and business entities.

The development of socio-economic macro systems is determined by the degree of achievement of the specified criteria. Such criteria are various macroeconomic parameters, but we see the indicator of the total gross regional product as the most appropriate in this aspect.

The development of socio-economic macro-systems is conditioned by specific goals and objectives and is implemented through the impact on certain exogenous and endogenous factors of the use of resources and development potential. Accordingly, the development of the socio-economic macro-system takes place within the framework of the developed state policy on the basis of strategies and programs of socio-economic development of certain territories. Strategies for the development of socio-economic macro systems are determined by long-term goals and objectives.

When developing socio-economic systems against the background of crisis phenomena, it is necessary to take into account the maximum possible number of factors. At the same time, as basic factors, it is essential to consider such factors as:

- 1) natural and climatic conditions;
- 2) institutional conditions;
- 3) social conditions;
- 4) economic conditions;
- 5) organizational and structural conditions;
- 6) terms of regulatory regulation;
- 7) political conditions;
- 8) production and technical conditions.

At the same time, the nature and diversity of these factors determine the features of the management system of the economic system. Hence, it can be concluded that the complexity and consistency of management are an objective necessity for the development of socio-economic macro-systems.

Within the framework of the policy of development of socio-economic macro-systems, the following fundamental elements can be distinguished:

- 1) the object of development policy is a specific socio-economic macro system;
- 2) the purpose of socio-economic development of this object.

One of the most important stages of developing a policy for the development of socio-economic macro systems is the development of development criteria.

The next stage is to determine the quantitative and qualitative values of the designated goals, i.e. development criteria. Thus, the factors that should be influenced in the process of functioning of socio-economic macrosystems are identified, which, in turn, makes it possible to choose optimal methods for the development of this system. In addition, the choice of methods is determined by the availability of development potential and the availability of certain resources, which is important.

The goal, or rather a set of interrelated and interdependent goals and objectives for the development of the socio-economic macro-system is the result that must be achieved within the time limits set within the framework of the development policy.

Criteria for the development of a socio-economic macro system should have specific numerical values. At the same time, it is necessary to create conditions that make it possible to achieve the set values of certain indicators within the framework of a unified development policy, as well as fulfill the requirements for goals – concreteness, measurability, clarity or clarity, formalizability, consistency, complexity, achievability, compatibility, consistency and flexibility, continuity. In our opinion, the implementation of a unified policy for the development of socio-economic macro-systems should be formed on the basis of program-targeted management methods.

Achievement of the set parameters and criteria of development is achieved by influencing the factors and conditions of functioning of socio-economic macro-systems. As a rule, there are factors of direct and indirect impact on the functioning of socio-economic macrosystems, as well as exogenous (external) and endogenous (internal) factors. Direct impact factors affect socio-economic macrosystems directly, which, in turn, can also influence these factors. Factors of indirect impact affect the socio-economic macro-system indirectly, while it is almost impossible to influence these factors, but they can be predicted, which should be done, and also taken into account when developing policies for the development of socio-economic macro-systems.

Endogenous factors are factors of direct impact, and exogenous factors can have both direct and indirect effects.

In order to implement the policy of development of socio-economic macro systems, it is necessary to use a number of methods. In economic practice, within the framework of program-targeted management, such methods include administrative and economic methods.

Considering the process of functioning and development of socio-economic macro-systems, it is necessary to take into account the need to solve the primary socio-economic task of achieving a high level and quality of life of the population through the intensification of economic growth. In modern scientific concepts, the concept of “quality of life of the population” includes a comprehensive description of various factors and conditions such as socio-economic, political, cultural, ideological, environmental factors and the conditions of an individual's existence in society. Thus, improving the level and quality of life of the population is the main criterion for the development of socio-economic macro-systems.

References

1. Восканов М.Э. Публичное управление социально-экономическими макросистемами в условиях становления информационного общества: дис. ... д-ра экон. наук. - Ессентуки: ЧОУ ВО ЕИУБП, 2020. - 334 с.

Тәуекел жағдайында инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау әдістері

Ғ.С. Ғабит
Менеджмент кафедрасының оқытушысы
samal_0395@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада тәуекел мен белгісіздік жағдайында инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау әдістері қарастырылған. Жасалаған талдаудың нәтижесінде, инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау және басқару әдістерін жетілдіру бойынша ұсыныстар жасалды.

Кілт сөздер: инвестициялық жоба, тәуекел, бағалау әдістері,

Инвестициялық қызметтің барлық түрі тәуекелмен тығыз байланысты. Жобаны жүзеге асырудың әр түрлі шарттарында жоба бойынша шығындар мен нәтижелер де түрліше болады. Сондықтан тәуекел мен ықтималдылық факторларын есептегенде олардың тиімділігін есепке алады. Айта кететін жайт, инвестициялық жобаның дамуы – динамикалық үдеріс, сондықтан да шешімдерді қабылдаудың әрбір мезетінде жобаны жүзеге асыру шарттары өзгеріске ұшырауы мүмкін.

Инвестициялық шешімдерді қабылдау үшін, тиімділіктің критериялды көрсеткіштерінің белгілі бір жиынтығын талдау арқылы жүргізілетін, жобаның инвестициялық сапаларын бағалау қажет. Себебі инвестициялық мақсаттардың жүзеге асырылу дәрежесі, инвестициялардың тиімділігін бағалаудың нәтижесіне тәуелді. Алынған нәтижелердің объективтілігі мен шынайылығы, өз кезегінде, пайдаланылатын талдаудың әдістеріне тікелей байланысты. Әлемдік тәжірибеде әзірленген инвестициялардың тиімділігін анықтаудың әдістері, нақты және қаржылық инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау үшін де, сондай-ақ, инвестициялау объектілерін таңдау үшін де қолданылады.

Инвестициялық жобаның (ИЖ) тиімділігін бағалаудың негізінде, жобаны жүзеге асырудан алынатын кіріс пен инвестициялық шығындарды өлшейтін, көрсеткіштер жүйесі жатыр. Инвестициялық қызметтің табыстылығы мен тәуекелдерінің оңтайлы үйлесімділігін анықтау үшін, әртүрлі жағдайларды ескеру қажет. Сондықтан, осы мақалада, біз, инвестициялық талдау әдістерінің артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастырып, шешімдерді қабылдау үдерісінде тәуекел мен белгісіздікті есепке алу мәселелеріне ерекше көңіл бөлеміз.

Ұзақ мерзімді инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау үшін әртүрлі көрсеткіштер пайдаланылады, олардың кең тарағаны мыналар [1,25б.].

- таза ағымдағы құн – NPV ақша бірл.;
- табыстылық индексі – PI;
- дисконттау есебімен өтелу мерзімі – DPP, жылдар;
- табыстылықтың ішкі нормасы – IRR, %;
- табыстылықтың модификацияланған нормасы - MIRR, %.

Инвестициялық жобалардың тиімділігін талдаған кезде, ақша ағындарының болашақтағы құны болжамды сипатта бағаланады. Болашақтағы нәтижелердің белгісіздігі экономикалық факторлармен қатар (нарық конъюктурасының, бағаның, валюта бағамының, инфляция деңгейінің және т.б.), экономикалық емес факторларға да (климаттық және табиғи жағдай, саяси қарым-қатынас және т.б.) тәуелді. Болжамданған нәтижелердің белгісіздігі тәуекелдің пайда болуына себепші болады. Сонымен қатар, жоғарыда қарастырылған тиімділік көрсеткіштерінің ортақ кемшілігі – енгізілетін өлшемдердің орташа мәндерін қолдану болып табылады.

Инвестицияларды басқарудың әлемдік тәжірибесінде, тәуекел мен белгісіздік жағдайында инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалаудың әртүрлі әдістері пайдаланылады, олардың қатарына жататындар [2,140б.]:

- дисконттау мөлшерлемесін түзету әдісі (тәуекел үшін сыйақы);
- нақты эквиваленттер әдісі (шынайылық коэффициенттері);
- тиімділік көрсеткіштерінің сезімталдығын талдау (NPV, IRR және т.б.);
- сценарийлер әдісі;
- ойындар теориясының әдісі (MAXIMIN, MINIMAX критерийлері және т.б.);
- «шешімдер ағашын» құрастыру;
- Монте-Карло әдісі бойынша үлгілеу.

Бұл әдістердің сипаттамасы әртүрлі әдебиет көздерінде кеңінен қарастырылады. Біз осы әдістерді тәжірибеде қолданудың ерекшеліктері мен кемшіліктеріне тоқталамыз.

Дисконттау мөлшерлемесін түзету әдісі болашақтағы ақша ағындарын қазіргі уақытқа неғұрлым жоғары мөлшерлеменен келтіруді қарастырады. Алайда, мүмкін болатын тәуекел деңгейі (ақырғы экономикалық нәтижелердің мүмкін болатын ауытқуы) туралы ешқандай ақпарат бермейді.

Нақты эквиваленттер әдісі, алдыңғы әдіске қарағанда, дисконт шамасын емес, инвестициялық жобаның ақша ағындарының шамасын түзетуді қарастырады. Осы мақсатта әрбір жоспарланатын t мерзімі үшін арнайы төмендетуші коэффициенттер есептеледі. Есептеу тәсілдерінің бірі – t кезеңіндегі тәуекелсіз салымдар (операциялар) бойынша таза ақша ағыстарының осы t кезеңіндегі жоспарланған таза ақша ағыстарына қатынасы болып табылады. Бұл әдіс, ақша ағындары тәуекелсіз салымдардың кірістері ретінде қарастыратындықтан, инвестициялық жобаның тиімділігін талдауды белгісіздік және тәуекел жағдайында жүргізуге мүмкіндік бермейді.

Тиімділік көрсеткіштерінің сезімталдығын талдау әдісі, инвестициялық жобаның басты айнымалыларының әсерін сандық негізде бағалауға мүмкіндік береді. Берілген әдістің негізгі кемшілігі – инвестициялық жобаның бір өлшемінің өзгерісі жағдайында, қалған өлшемдерінің өзгеріссіз қалуы. Ал бұндай жағдай, тәжірибеде сирек кездеседі.

Сценарийлер әдісі сезімталдықты талдау әдісінің негізгі кемшілігін жоюға мүмкіндік береді. Себебі, бұл әдістің көмегімен тәуекел факторларының өзгерісінің әсерін ескеруге болады. Сценарийлер әдісінің негізгі кемшіліктері бар: біріншіден, әрбір даму сценарийі үшін ақпаратты таңдау және сараптамалық өңдеу бойынша үлкен көлемді жұмысты орындау қажет; екіншіден, даму сценарийлерін таңдауда субъективтілік үлесінің басымдылығы.

MAXIMIN критерийі (Вальд критерийі) инвестордың тәуекелін минималдайды, алайда, бұл әдісті пайдаланғанда тиімділігі жоғары болып табылатын көптеген инвестициялық жобаларды қабылдаудан негізсіз бас тартамыз. Бұл әдіс инвестициялық жобаның тиімділігін жасанды түрде төмендетеді, сондықтан оны кепілдендірілген нәтижеге қол жеткізу қажеттілігі туралы сөз қозғалғанда пайдаланған мақсатты.

MINIMAX критерийі (Сэвидж критерийі), MAXIMIN критерийіне қарағанда, тек жоғалтуларды төмендетуге ғана емес, сондай-ақ, пайданы жоғалтуды төмендетуге бағытталған. Ол қосымша пайданы алу үшін, белгілі бір дәрежеде тәуекелге бел бууды қарастырады. Бұл критерий, инвестициялық жобаның шешімін қабылдағанда, сыртқы ортаның жағымсыз дамуымен байланысты тәуекелін ескермейді.

Гурвиц критерийі сызықтық комбинация көмегімен MAXIMIN және MINIMAX критерийлері арасында баланс орнатады. Бұл әдісті пайдаланғанда, көпшілік сценарийлердің ішінен, минималды және максималды тиімділікті көрсететін ИЖ тандалып алынады [3,56б.].

«Шешімдер ағашын» құрастыру әдісі сценарийлер әдісіне ұқсас келеді және сыртқы орта динамикасын көпнұсқалы болжауға негізделген. Бұл әдістің бір айырмашылығы мынада: ұйым, қажетті жағдайда, жобаның жүзеге асырылу қадамдарын өзгертуі мүмкін. Алайда, бұл әдістің бірқатар кемшіліктері бар: біріншіден, зерттелетін «шешімдер ағашының» көлемі үлкен болған жағдайда, әдістің техникалық күрделілігі; екіншіден, мүмкіндікті бағалауда субъективтіліктің жоғары деңгейі.

Монте-Карло әдісі бойынша үлгілеу – тәуекел жағдайында инвестициялық шешімдерді бағалаудың кең тараған әдістерінің бірі. Монте-Карло әдісі бойынша инвестициялық жобаның көптеген нұсқалары қарастырылатындықтан, ол мүмкіндіктерді неғұрлым нақты

бағалайды [4,72-92бб.]. Алайда, тәжірибеде қолданғанда, бұл әдістің кемшіліктерін келесі негізгі себептермен түсіндіруге болады:

- мүмкіндіктерді бөлу заңдарына қатысты, алынған нәтижелердің жоғары сезімталдығы;
- заманауи бағдарламалық құралдар мүмкіндіктерді бөлу заңдары мен ондаған айнымалылардың коррелициясын ескерген жағдайда да, олардың шынайылығын тәжірибелік зерттеп, бағалауға мүмкіндік бермейді;
- жоғарыда аталған екі себептің салдарынан, инвестициялық шешімдердің қате қабылдануы мүмкін.

Белгісіздік жағдайында шешім қабылдау үшін нақсыз қосындылар теориясының әдістері пайдаланылады. Бұл әдістің негізгі артықшылықтары келесідей:

- қабылданатын инвестициялық шешімдердің шынайылығы мен сапасын жоғарылатуға мүмкіндік беретін қол жетімді барлық ақпаратты пайдалануға мүмкіндік береді;
- инвестициялық жобаның мүмкін болатын даму сценарийлерінің толық спектрін қалыптастырады;
- инвестициялық жобаның оңтайлы қоржынын қалыптастыру міндетін шешуде бірақатар артықшылықтары бар.

Жобаларды басқаруда тиімді ұйымдастырушылық құрылымды таңдау үшін келесі әдістерді пайдалану керек:

- 1) баламалар әдісі;
- 2) сараптамалық әдіс;
- 3) мақсаттарды құрылымдау әдісі;

4) ұйымдастырушылық үлгілеу әдісі [5,86б.]. Баламалар әдісі баламалы ұйымдардың басқару құрылымының тәжірибесін қолдануға негізделген.

Сараптамалық бағалау әдісі, инвестициялық тәуекелдің болу мүмкіндігін бағалау үшін қолданылады. Бұл жұмысты жүргізу үшін, мәселенің мән-жайын жақсы білетін, кем дегенде, үш сарапшының қатысуы керек. Атап айтқанда, ұйымның басқарушысы, экономикалық сұрақтармен айналысатын территория әкімшілігінің қызметкері, жоғары білікті маман және т.б. сарапшы бола алады. Жеке жұмыс жасайтын әрбір сарапшыға, жобаға әсер ететін жалпы тәуекелдердің тізімі беріледі. Сарапшылардың міндеті – берілген тәуекелдердің болу мүмкіндігін белгілі бір бағалау жүйесі бойынша бағалау болып табылады.

Бұл әдіс бойынша, жай тәуекелдердің басымдылық дәрежесі бойынша, үлес салмақтары анықталады.

Сараптамалық әдісті пайдалануда туындайтын негізгі мәселе, алынған нәтижелердің объективтілігі мен нақтылығымен байланысты. Бұл, сарапшыларды сапасыз іріктеу, топтық талқыға салу мүмкіндігі, белгілі бір пікірдің басымдылығы сияқты факторларға тікелей байланысты.

Мақсаттарды құрылымдау әдісі ұйымның мақсаттар жүйесінің әзірленуін қарастырады. Бұл әдісті пайдалану үшін келесі кезеңдер орындалады:

- мақсаттар жүйесін әзірлеу;
- ұйымдастырушылық құрылымның ұсынылатын нұсқаларын сараптамалық талдау; - жауапкершілік пен құқықтарды тағайындау.

Ұйымдастырушылық үлгілеу әдістеріне келесідей әдістер жатады:

- иерархиялық басқару құрылымының математико-кибернетикалық үлгілері (мысалы, көпсатылы оңтайландыру үлгісі, жүйелі, индустриалды динамиканың үлгісі);
- ұйымдастырушылық жүйенің графо-аналитикалық үлгісі (функцияларды бөлудің жүйелік, матрицалық, кестелік, графикалық суреттелуін көрсетеді);
- ұйымдастырушылық құрылымның табиғи үлгісі – шешімдерді қабылдау мақсатында жасанды жағдайларды ойластыруға негізделген. Оларға зертханалық тәжірибелер, басқарушылық ойындар т.б. жатады;
- математикалық-статикалық үлгілер – ұйымдар туралы эмпирикалық мәліметтерді жинауға, талдауға және өңдеуге негізделген.

Ұйымдық құрылымдарды жоспарлағанда ұйымдық құрылымдарға қойылатын негізгі талаптарды ескерген жөн:

1. Оңтайлылық. Басқарудың барлық деңгейдегі сатылары арасында оңтайлы байланыс орнығуы керек;

2. Жеделдік. Шешім қабылдау мен сол шешімді пайдаланудың аралығында ешбір кері өзгерістер орын алмауы керек;

3. Сенімділік. Басқару аппаратының құрылымы басқару жүйесіндегі байланыстың үздіксіздігін қамтамасыз етіп, шынайы ақпараттың берілуін кепілдендірілуі керек;

4. Тиімділік. Басқару аппаратына минималды шығын жұмсау қажет;

5. Икемділік. Құрылым қоршаған ортаның өзгерісіне сәйкес өзгеруі керек;

6. Тұрақтылық [6,121б.].

Басқару құрылымы сыртқы әсерлерге қарамастан, өзінің негізгі қасиеттерін сақтауы керек.

Жобаны орындау және оны басқару үрдісінде желілік жоспарлау және басқару жүйелерінде желілік үлгі қолданылып келеді.

Ықтималдық желілік модельдерді балама және балама емес деп бөлуге болады. Балама емес желілік модельдерде барлық немесе кейбір жұмыстардың ұзақтығы ықтималдық үлестірім функцияларымен сипатталғанымен олардың орындалу тізбегі белгіленген, яғни жұмыстардың арасындағы байланыстар бірмәнді анықталған. Балама модельдерде барлық немесе кейбір жұмыстардың ұзақтығы ғана емес олардың арасындағы байланысы да ықтималдық сипатта болады.

Қазіргі кездегі ықтималдық желілік жоспарлаудың көптеген тәсілдерінің ішінде бағдарламаларды бағалау және талдау – ББЖТ (Program Evaluation and Review Technique, PERT), статистикалық сынақтар немесе Монте-Карло, бағдарламаларды графиктік бағалау және талдау әдістері (Graphic Evaluation and Review Technique, GERT) кеңінен тараған [7,104-121бб.].

Инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалаудың әртүрлі әдістерін қарастырып, біз мыныдай қорытындыға келдік:

1. Инвестициялық есептеулер бойынша, тәжірибеде кең қолданысқа енген ақша ағындарын дисконттау әдісі, инвестициялық жоба нәтижелерінің мүмкіндік сипатын ескермейді. Бұл әдіс, әсіресе, белгісіздік пен жоғары тәуекел жағдайына бейімделмеген.

2. Отандық және шетелдік зерттеушілердің тәжірибесі көрсеткендей, нақты инвестицияларды басқару міндеттерін шешуде, мүмкіндік тәсілдерінің сенімсіз құрал екендігін мойындау қажет.

3. Жоғарыда көрсетілген кемшіліктерді жою үшін, нақсыз қосындылар теориясының жетістіктерін келесі шарттарды ескеріп пайдалану керек: біріншіден, инвестициялық үдерістің мүмкін болатын сценарийлерінің толық спектрін қалыптастыру керек; екіншіден, шешім қабылдау, жобаның тиімділігін екі критериймен емес, жиынтық бағалау арқылы жүргізілуі керек.

4. Белгісіздік пен тәуекел жағдайында инвестициялық жобаларды жоспарлау және басқару жүйелерінде желілік үлгіні кеңінен қолдану қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. М.: Дело, 2004.

2. Шарп У., Александер Г., Бэйли Г. Инвестиции/пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2001. 106 б. I. Жансүгіров атындағы ЖМҮ ХАБАРШЫСЫ № 4 /2012

3. Деревянко П.М. Оценка проектов в условиях неопределенности // Корпоративный менеджмент, 2006.

4. Manash R. Forms and methods of estimation of efficiency of investment // Journal of Economics.-2008.-Number 1.-p.75-92. Electronic resource. - <http://www.springerlink.com/content/u10522pu41832v16/>

5. Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций. СПб.: Питер, 2004.
6. Пересада А.А. и др. Инвестирование: Навч. - метод. пособие для самост. вивч. дисц. / А. А. Пересада, А. А. Смирнова, С. В. Оникиенко, О. А. Ляхова. - К.: КНЭУ, 2001. - 251с.
7. H. Ing, R. A. Noulty, T. D. McLean. The different methods to formalizations uncertainly// - 2010.-Number 4.-p.104-121. Electronic resource [www. sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com).

Проблемы и перспективы развития учета

Галабуева И.Л.¹, Кумалагова Е. А.², Давлетбаева Н. Б.³

¹ магистрант 2-го года обучения по направлению «Финансовые расследования в организациях»,

² студент 1 курса направления «Менеджмент»

³ к.э.н., профессор кафедры Менеджмент

iragalabueva@mail.ru, lenakumalagova@gmail.ru, n.davletbaeva74@mail.ru

^{1,2} Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова,
Российская Федерация, г. Владикавказ

³ Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Бухгалтерский учет и формирование бухгалтерской отчетности в России претерпевают в настоящее время все большие изменения, связанные с использованием искусственного интеллекта, машинного обучения, блокчейн-технологий и автоматизированных учетных систем. Все это оказывает влияние на ведение учета, анализ данных и принятие решений, повышение эффективности, сокращение ошибок и улучшение качества финансовой отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, развитие бухгалтерского учета, цифровизация, компьютеризация учета.

В настоящее время повышается необходимость для многих организаций все больше подстраиваться под изменяющиеся условия их функционирования. С каждым годом ощутимей становится развитие науки и техники, появление новых, инновационных средств, позволяющих упростить работу. Автоматизация бухгалтерского учета позволяет увеличить эффективность деятельности, сократить влияние человеческого фактора, повысить скорость формирования отчетов и ведения документации. Так происходит преобразование и учета, и аудита, становится возможным параллельное ведение учета в нескольких стандартах.

Различные информационные системы настраиваются под особенности организаций, дают возможность обеспечить качественное, эффективное, надежное ведение бухгалтерского учета, снижение многообразных издержек способствуют более эффективной оценке и анализу деятельности экономических субъектов. Современная информация, о хозяйственной жизни предприятия и результатах его деятельности, если она представлена вовремя и в полном объеме, а также грамотно и правильно составлена обеспечивает эффективное управление производством.

Будущее развитие учета и аудита уже невозможно представить без использования современных технологических решений, направленных на повышения скорости и качества обработки информации, объем которой непрерывно увеличивается, обеспечение точности, увеличения эффективности и результативности учета. Использование специализированного программного обеспечения (ПО) является фундаментом изменений в области бухучета. На основании статистических данных России, самым распространенным приложением для ведения бухгалтерского учёта является 1С. Автоматизация бухгалтерского учета означает развитие электронного документооборота (рисунок 1).

Неверно организованный учёт документов может привести к серьёзным проблемам на предприятии, таким как нарушение производственного процесса, потери финансовых ресурсов и прибыли. Однако использование компьютерных и автоматизированных программ в ведении бухгалтерского учёта позволяет сократить возможный риск и обеспечить достоверную базу для дальнейшего продвижения цифровизации в бухгалтерском учёте. Автоматизация учёта подразумевает замену ручного труда бухгалтера действиями, выполняемыми программными продуктами



Рисунок 4. Преимущества и недостатки ведения электронного документооборота

Цифровизация бухгалтерского учета в России имеет ряд преимуществ, в том числе эффективность и автоматизацию бухгалтерского учета и отчетности, снижение затрат, снижение вероятности ошибок и недостатков из-за влияния человеческого фактора, а также безопасность и защиту данных (рисунок 2).

На сегодняшний день необходимость в независимом профессиональном контроле за деятельностью предприятий и ее результатами порождает много актуальных и сложных вопросов, беспокоящих большое количество специалистов. Даже при наличии всех вышеперечисленных положительных моментов использования компьютерных технологий существует ряд проблем, таких как:

- отсутствие методических рекомендаций по вопросам компьютеризации учета и аудита;
- недостаток возможности приобретения новых компьютерных технологий;
- нехватка высококвалифицированных специалистов, владеющих необходимыми навыками, а также имеющих достаточного опыта;
- существование некоторой неопределенности и неоднозначности терминологического аппарата, недостаток методических разработок;
- освоение специалистами значительного массива программных продуктов, недостаток необходимых навыков для работы с большими объемами новой информации.



Рисунок 2. Влияние цифровизации на бухгалтерский учёт

Также среди проблем можно перечислить то, что общедоступные данные бухгалтерской финансовой отчетности, как и другие сведения об экономических субъектах могут быть использованы против них, для нанесения ущерба. Повышается риск утечки информации из сервисов передачи данных учета и отчетности; риск потери базы данных экономического субъекта. Однако все эти риски возможно минимизировать при применении разумных мер защиты.

Все вышеперечисленное способно отрицательно воздействовать на развитие учета, а также аудиторской деятельности. В связи с этим в совершенствовании нуждается нормативно-правовая база, информационное и методическое обеспечение. Также необходимо формирование детализированного плана трансформации компании, направленного на цифровые технологии, повышение квалификации уже работающих в организации работников и привлечение новых специалистов, которые владеют знаниями и навыками для работы с ними.

Учет не перестает свое развитие, даже сталкиваясь с проблемами, находит новые возможности. Цифровые технологии, глобализация, устойчивое развитие и нормативно-правовые изменения влияют на те требования, которые предъявляются специалистам, осуществляющим учет.

Список литературы

1. Байрамов, Б. Эволюция финансового учета: тенденции и перспективы 2023 года / Б. Байрамов // Матрица научного познания. – 2023. – № 11-1. – С. 236-238.
2. Василенко, М. Е. Цифровизация в бухгалтерском учете и аудите / М. Е. Василенко, П. С. Терновая // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9. – № 3(32). – С. 354-356.
3. Иванов, А. В. Анализ факторов развития бухгалтерского учета и аудита в России / А. В. Иванов // Kant. – 2020. – № 4(37). – С. 89-93.
4. Кадацкая, Е. В. Развитие бухгалтерского учета и аудита / Е. В. Кадацкая // Экономика. Менеджмент. Инновации. – 2019. – № 1(19). – С. 56-61.
5. Кучерявая, А. А. Влияние компьютеризации на функционирование бухгалтерского учета: изменения и проблемы / А. А. Кучерявая // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2019. – № 6(25). – С. 169-172.
6. Развитие бухгалтерского учёта в условиях цифровизации / С. И. Килина, К. В. Акиндинов, А. С. Лосева, В. В. Акиндинов // Наука и Образование. – 2023. – Т. 6, № 2.
7. Самойлова, Т. Д. Система автоматизации бухгалтерского учета и перспективы ее развития / Т. Д. Самойлова, А. Д. Быкова // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2023. – № 1. – С. 177-179.
8. Танащук, Д. А. Проблемы автоматизации бухгалтерского учета в современных условиях / Д. А. Танащук // Финансово-экономическое и информационное обеспечение инновационного развития региона: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Ялта, 18–20 марта 2020 года / Ответственный редактор А.В. Олифиров. – Ялта: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2020. – С. 240-242.

9.Толчинская, М. Н. Развитие аудиторской деятельности в условиях цифровой экономики / М. Н. Толчинская // Вопросы устойчивого развития общества. – 2021. – № 3. – С. 163-168.

Шағын және орта бизнесті қолдаудың жаңа құралдары

Ғ.С.Ғабит¹, Ж.А.Ғабитқызы²

¹Менеджмент кафедрасының оқытушысы,
²«Менеджмент» ББ бойынша 2 курс студенті
samal_0395@mail.ru, aiganynzh@mail.ru

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада шағын және орта бизнесті қолдаудың жаңа құралдары қарастырылды. Нарықтық экономикада кәсіпкерліктің қазіргі жағдайы мен мемлекет тарапынан көрсетіліп жатқан қолдауларға талдау жүргізіліп дамыту бойынша ұсыныстар жасалынды.

Кілт сөздер: шағын және орта бизнес, кәсіпкерлік, қолау, жалпы ішкі өнім, салық, сұраныс, бәсекелестік.

Қазіргі таңдағы Қазақстан Республикасының өз алдына қойып отырған міндеттерінің бірі- шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту. Шағын және орта бизнесті дамыту экономикалық өрлеудің және әлеуметтік-саяси жаңғыртудың басты құралы ретінде көрініс табууда. Әсіресе, жеке меншіктің нақты өмірге жүзеге асуы және орта таптың қалыптасуының материалдық негізі ретінде үлкен рөл атқарады. Демек, шағын және орта бизнестің экономикадағы үлесі мемлекетімізде артқан сайын еліміз көркейіп, халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайы да жақсаруы үстінде. Сонымен бірге, шағын және орта кәсіпкерлік – экономиканың тиімді әрі нәтижелі секторы. Шағын және орта кәсіпкерлік жұмыссыздықты жоюда, нарыққа қажетті тауарларды жеткізуде, жеке өндірушілердің монополиясын шектеуде және экономиканы тұрақтандыруда шешуші фактор болып табылады. Сондай-ақ, Қазақстан Республикасының экс Президенті Н. Ә. Назарбаев «Қазақстан жолы-2050: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Қазақстан халқына Жолдауында атап өткендей, бізде шағын және орта бизнестің 800 мыңнан астам субъектісі бар, онда 2,4 миллионнан астам қазақстандық еңбек етеді. Бұл сектордағы өнім көлемі төрт жылда 1,6 есе өсті және 8,3 млрд. теңгені құрап отыр. Шағын және орта бизнес 2050 жылға қарай Қазақстанның ішкі жалпы өнімінің қазіргі 20% орнына кемінде 50% өндіретін болады. Еңбек өнімділігін 5 есеге- қазіргі 24,5 мыңнан 126 мың долларға дейін арттыру керек» деп шағын және орта кәсіпкерліктің маңызын атап көрсетті [1].

Шағын және орта бизнесті қолдаудың жаңа құралдарын бірнеше кезеңдермен қарастырып өтсек

Бірінші кезекте шағын және орта бизнестегі кәсіпкердің кім екенін, оның қоғамда атқаратын қызметі мен маңызын жалпы халыққа түсінікті тілмен насихат түсініктеме жүргізу қажет.

Кәсіпкердің басты қызметі - тауар өндіру мен оны сату арқылы халыққа көрсететін қызметін елемей немесе көп көңіл бөлмей отырған сияқтымыз. Сондықтан, халықтың санасына кәсіпкерді – өзінің қажеттілігін қанағаттандыру мақсатында, тәуекелділік пен тынымсыз еңбек арқылы халыққа қызмет атқаратын экономикалық адам-деген ұғымды енгізу қажет.

Екінші мәселе, ұлттық экономиканың сала ерекшеліктеріне байланысты кәсіпкерліктердің көлемін анықтау. «Кәсіпкерлік туралы» Заңға сәйкес Қазақстан Республикасында кәсіпкерлік қызметті жүргізудің үш түрлі нысаны бар: шағын, орта және

ірі кәсіпкерлік. Осы кәсіпкерлікті жүргізу түрлерінің айырмашылықтары негізінен кәсіпорындарда қызмет жасайтын еңбекшілер мен олардың табыс көлемімен анықталады. Бұл жерде кәсіпкерліктің қызмет жасайтын саласының ерекшеліктері ескерілмеген.

Үшіншіден, мемлекет шағын және орта бизнесті шынайы дамытқысы келсе, алпауыт монополистердің баға төңірегіндегі «аранын» тыйюы қажет. Қазақстан Республикасының статистика агенттігінің мәліметі бойынша біздің елімізде 2022 жылдың көрсеткішін 2023 жыл көрсеткішімен салыстырғанда электрожарықтың бағасы 229%, судың бағасы 104,2%, жылудың бағасы 85% көтерілген [2].

Нұр-Сұлтан, BAQ.KZ. Жыл басынан бері 325 компанияға қаржылай және қаржылық емес қолдау шаралары көрсетілді. Бұл туралы ҚР Премьер-министрі Әлихан Смайылов Үкіметтің кеңейтілген отырысында айтты [3].

Кәсіпкерлік саласында мемлекеттік саясатты қалыптастыру мен жүзеге асыруға байланысты міндеттерден басқа мемлекет кәсіпкерлікті қолдауды қаржылық, ақпараттық-сараптамалық және материалды-техникалық қолдауды қамтамасыз ету бойынша қызметтер атқарады. Демек, теледидар немесе мерзімді баспа беттерінде беріліп отырылатын жарнамалар жеткіліксіз немесе тиімді болмай отыр. Сол үшін жалпы халыққа жететін оның ішінде кәсіпкерлерге интернет арқылы мағлұмат жеткізу, білім беру оларды аймақ, аудан, ауыл деңгейлерінде жинап ақпараттандыруды, құзыреттілікті жалпы білім беруді қолға алу қажет. АҚШ 1953 жылы шағын кәсіпкерлік мәселелері бойынша атқарушы үкіметтің арнайы органы құрылды-ол жалпы ел бойынша орналасқан, 400 жуық қызметкері бар, он өңірлік және 120 жуық жергілікті бөлімдерден тұратын, тармақталған жүйесі бар, шағын бизнес әкімшілігі.

Көптеген елдердің тәжірибесінде шағын кәсіпкерлікті қолдау, белгілі Министрліктердің құрамына кіретін, арнайы Департаменттермен байланыстырылады. Мысалы, Германия және Голландия экономика Министрлігінде шағын және орта бизнестің арнайы бөлімдері бар, Францияда шағын кәсіпкерлікті реттеу саясатын бірнеше ұйымдар жүзеге асырады: шағын және орта кәсіпкерлік Конфедерациясы, Сауда және өнеркәсіптік палаталар, қызметін жаңадан бастаған және дамушы кәсіпкерліктердің ұлттық агенттігі, техникалық зерттеулердің ұлттық агенттігі, Қаржы институттары және тағы басқалар [4].

Оңтүстік Кореяда арнайы үкіметтің құрылымымен - 11 аймақтық орталықтарда жұмыскерлер саны 900 адамнан тұратын штаты бар, шағын және орташа бизнес Әкімшілігімен қоса, ұйымдардың толық жүйесі қызмет етеді.

Бұл елдердің экономикасына шағын кәсіпкерліктің тиімді әсері арнайы қабылданған заңдар мен дайындалған бағдарламалардың арқасында болып отыр. Айталық, Жапонияда шаруашылық етуші субъектілердің қызметі 12 заңмен реттеледі.

Шағын және орта бизнесті дамыту үшін сұранысты ынталандыру өте маңызды. Өкінішке орай сұраныс біздің елімізде өте баю немесе кейінгі бес жылда тіптен көтерілмей отыр. Сұраныс төмен болғандықтан кәсіпкерлер өздерінің шығынын жабу және пайда табу үшін амалсыз бағаларын көтеруде, екінші жағынан халықтың таза табысы төмендеп отыр.

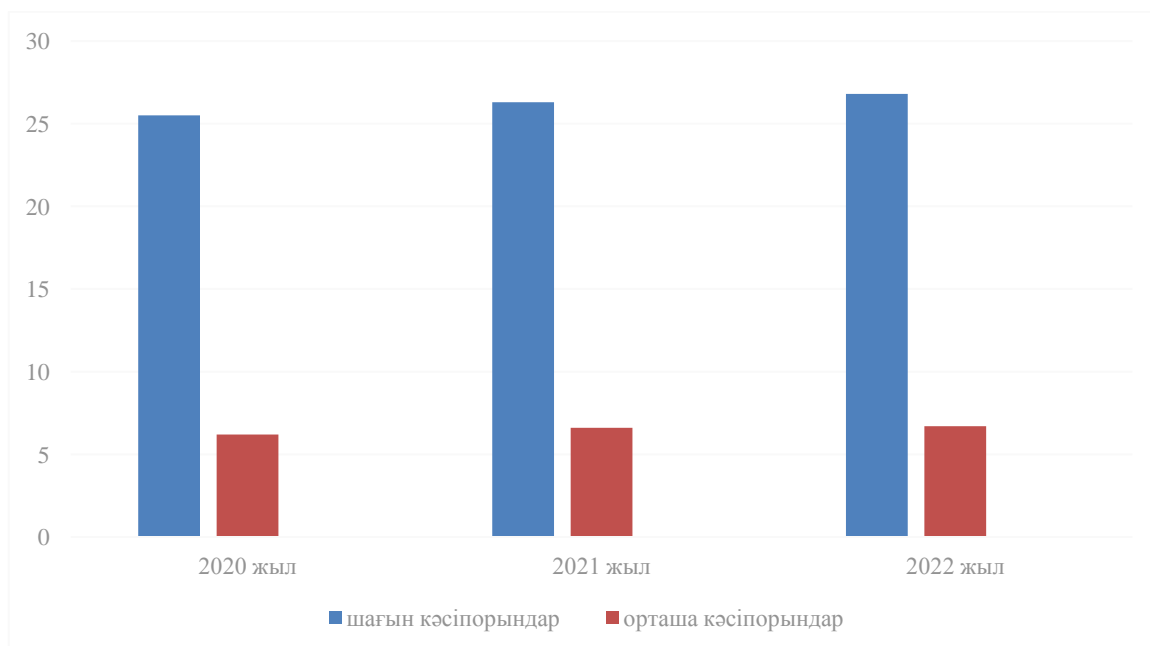
Жоғарыда аталған бағыттарды жүзеге асыру үшін кәсіпкердің жігерлілігі, жанашылдық қабілеті қажет. Бүгінгі таңда дүние жүзілік жаһандану кезеңінде еліміз Қазақстанның үрдістен кенже қалмауы үшін Президентіміз индустриалдық-инновациялық бағыттағы дамудың 7 басты бағытын көрсеткені мәлім. Олар - АӨК, металлургия, мұнай өңдеу, энергетика, химия мен фармацевтика, өндіріс индустриясы, көлік және инфрокоммуникация. Кез келген осы экономикалық бағыттарда шағын және орта кәсіпкерліктің алатын орны орасан. Қазақстан Республикасының статистика агенттігінің деректері бойынша өкінішке орай жаңа пайда болып жатқан кәсіпкерліктің саны аз және негізінен 5 адамға ғана жететін кәсіпорындар ашылған. Жалпы 2013 жылы ашылған кәсіпорындардың жалпы саны 747 болса, оның ішінде 5 адамға дейін еңбекшілер бар кәсіпорын 438 (58,6%), 10 адамға дейін 135 (18), 11-20 адамға дейін-60 (8). Дегенмен, дүние жүзілік нарықта кез келген осы бағыттарда дамыған мемлекеттер біздің кәсіпкерлерге оңай орын бере қоймайды. Сондықтан дүние жүзілік халықаралық еңбек бөлінісінде мемлекеттің

қолдауы болмаса шағын кәсіпкерлікті айтпағанда орта бизнестің ойып орын алатыны өте қиын [5].

Мемлекет орта және шағын бизнесті дамытудың басты екі шарасын жүзеге асыруы тиіс. Біріншісі мемлекеттік тапсырыс және мемлекеттік қамтамасыздандыру болса, екінші жол - қабілеті бар сұранысты ынталандыру. Ішкі сұраныс өте аз. 100 жылдың ішінде халықтың саны өскен. Статистика мәліметтері бойынша елімізде 2023 жылдың 14 ші қарашадағы Қазақстан халқы саны 20 млн адам, яғни бір ғасырға жуық аралықта еліміздің халқы саны 13781700 адамға ұлғайған. Ал орташа айлық жалақы 2023 жылдың қазан айында 2023 жылдың қазан айында 340636 теңге болды

Бұл дегеніміз ҚР-ның ішкі сұраныс нарығы саны және сапасы бойынша жәй қозғалыста екенін көрсетеді.

Осы мәселелер төңірегінде ауыл шаруашылығын көтеру қажеттілігі айтылып жүрсе де мардымды жұмыстар істелмей отыр. Неге біз дәстүрлі экономикамызды индустриалды инновациялық үрдіске ыңғайлап дамытпаймыз? Дәстүрлі экономикамыз ауыл шаруашылығының жалпы өнімінің өсімдік шаруашылығы 51,6%, ал мал шаруашылығы 48,4% құрайды. Қазақстанда 4-5 сиырдың беретін сүтін дамыған елдерде бір-ақ сиырдан сауады. Ал егін шаруашылығындағы бидай түсімінің орта түсімі 10-13 центнер болса, Еуропа мемлекеттерінде гектарына 60-70 центнерден түсетіні мәлім. Ауыл шаруашылығындағы кәсіпкерлікті ұйымдастыру кезінде ұсынған Н.Д.Кондратьевтің теориясына негізделіп ұйымдастырылса экономикалық тиімділікке қол жеткізеріміз сөзсіз. Бүгінгі таңда Америка Құрама Штаттары мен Еуропа мемлекеттерінің Ресей мемлекетіне жүргізіп отырған эмбарго саясаты біздің кәсіпкерлерге Ресей экономикасындағы бәсекелестікті төмендетіп және тауарлардың санының азаюына жағдай туғызып отыр.



Сурет 1. Жалпы ішкі өнімдегідегі шағын және орта бизнестің үлесі, %

Е с к е р т п е: Статистика агентігі мәліметтері негізінде автормен құрастырылған

ШОБ дамуының негізгі көрсеткіштерінің бірі оның елдің жалпы ішкі өніміндегі үлесі болып табылады. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің (бұдан әрі – Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросы) Ұлттық статистика бюросының мәліметі бойынша 2021 жылдың қорытындысы бойынша жоғарыда аталған көрсеткіш 33,5%-ды құрады, бұл 2019 жылғы көрсеткіштен 1,8 пайыздық тармаққа жоғары (2019 жылдың қорытындысы бойынша – 31,7%, 2020 ж. – 32,9%) 2022 жылғы 1

қарашадағы жағдай бойынша Қазақстанда тіркелген 1 958 632 ШОБ субъектілерінің ішінде 1 732 696 кәсіпорын жұмыс істейді, бұл тіркелген ШОБ субъектілерінің жалпы санының 88%-ын құрады. Бұл ретте 2022 жылдың он айында жұмыс істеп тұрған ШОБ субъектілерінің саны 21%-ға немесе 301 049 кәсіпорынға өсті.

Жұмыс істеп тұрған ШОБ кәсіпорындарының құрылымында соңғы үш жылда негізгі үлесті жеке кәсіпкерлер алып отыр, олардың үлесі орта есеппен жеке кәсіпкерлердің жалпы санының 64%-ын құрайды.

Көрсетілген кезеңде шағын кәсіпкерлік субъектілері жұмыс істеп тұрған ШОБ субъектілерінің жалпы санының орта есеппен 20,3%-ын құрады. Жұмыс істеп тұрған ШОБ құрылымында ең аз үлес орта кәсіпорындарға келеді, бұл орташа 0,2% құрайды

Соңғы үш жылда ШОБ белсенді кәсіпорындарының құрылымында ең көп үлесті көтерме және бөлшек сауда саласында жұмыс істейтін ШОБ субъектілері және құрылыс, білім беру, сондай-ақ ғылыми-техникалық қызмет салаларында жұмыс істейтін кәсіпорындар иеленді 2021 жылдың соңында құрылыс және сауда саласында жұмыс істейтін кәсіпорындар санының айтарлықтай өсуі байқалды 2021 жылы экономикалық қызметтің барлық түрлері бойынша белсенді ШОБ субъектілерінің санының біркелкі өсуін атап өту қажет. Ерекшеліктер қаржылық және сақтандыру қызметі, сондай-ақ өнер, ойын-сауық және демалыс саласындағы қызмет болып табылады [6].

Қорыта айтқанда, Қазақстан экономикасын алға жылжытуда және әлеуметтік, макроэкономикалық мәселелерді оңтайлы шешуде шағын және орта бизнесті орны маңызды. Ендігі мәселе шағын және орта бизнесті ұйымдастыру және дамыту бойынша Заңнамалық базаны нығайту болып табылады. Осы орайда: «Меншікті тіркеу», «Лицензиялау туралы», «Инвесторларды қорғау», «Салық салу» өлшемдері бойынша Заңдарды оңтайлы нәтижелері көрініс болады. Негізінде саяси және әлеуметтік экономикалық жағдайдың орнықтылығының тірегі ретінде атап көрсетуге болады.

Қаржы жүйесінің көрсеткіштері жалпы ұлттық экономикадағы жағдайдың сенімді индикаторы болып табылады. Осында шаруашылық әрекеттердің барлық маңызды аспектері тікелей немесе жанама түрде бейнеленеді: өндірістің құрылымы, салааралық және территориялық пропорциялар, жеке салалардың іс- әрекеттерінің тиімділігі және т.б. бұдан қаржы қатынастарын өндірістік қатынастардың бір бөлігі деуге болады, яғни олар базистік әрі негізгі қатынастар болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі Қазақстан Республикасының Кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V ҚРЗ.
2. BAQ.KZ мұқабасы «ӨНДІРІСІ ДАМУҒА ҚАНША ҚАРЖЫ БӨЛІНДІ»
3. Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі Қазақстан Республикасының Кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V ҚРЗ.
4. Бизнес бастама « Шағын және орта бизнес даму; проблемалары тенденциялары»
5. KASE Қазақстан қор биржасы декабрь 2022 «Малый и средний бизнес в республике Казахстан»

Көшбасшылық табиғаттың педагогикалық менеджменттегі пайдасы

Ғ.С.Ғабит¹, Д.А.Турсынбаева²

¹Менеджмент кафедрасының оқытушысы,

²«Шет тілі: екі шет тілі (ағылшын)» ББ бойынша 1 курс студенті

samal_0395@mail.ru, tursynbayeva.aygerim@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада көшбасшылық қасиеттің педагогикалық менеджменттегі маңызыдылығы қарастырылды. Елімізде педагог дәрежесін көтеру және мемлекет тарапынан қолдауға арналған ресурстар талданып маңыздылығын арттыру бойынша ұсыныстар берілді.

Кілт сөздер: менеджмент, педагогикалық менеджмент, педагог, бакалавриат, магистратура, докторантура (PhD), Қазақстан 2050.

И.Субетто «XXI ғасырдың адам және қоғамның жаңа онтологиясында адам қасиеттерінің, қоғам парасатының сапасы және қоғамдағы білім беру жүйесі сапасының озық даму заңы тұрақты даму шарты болып табылады» деген[1].

Қазіргі таңда, қатаң орталықтандырылған сипатқа ие болады деп күтілетін орта білім берудің мониторингтік жүйесі әзірленуде. Осы жүйеде ҚР Білім және ғылым министрлігі тұтынушыларға сапалы білім беру қызметінің кепілгері рөлін атқарады[1].

«Менеджмент» терминінің анықтамасын көптеген авторлар А. Мескон, М. Альберт, Ф.Хедоури өз тұжырымдамаларында былайша береді: менеджмент – бұл басқа адамдардың еңбегін, ой өрісін, тәртіп уәждерін қолдана отырып, алға қойылған мақсаттарға жете білу ептілігі [1].

Педагогикалық менеджмент - білім беру жүйесінің тиімділігін көтеруге бағытталған басқару ұстанымдары, әдістері, ұйымдастыру формалары мен технологиялық тәсілдердің кешенінен тұрады. Ал көшбасшылық табиғат басқара алу қабілеті яғни адамдардың белгілі бір деңгейде өзін басқа адамдарды олардың алғашқы ниеті қандай болғандығына қарамастан өзі қалаған дүниені жасауға көндіре алуы және алға қойған мақсатқа жетуі. Көшбасшылық қасиет өте үлкен жауапкершілікті талап етеді. Сонымен қатар ақыл, сауаттылық, сенімділік, адамдармен еркін коммуникация жасай алу және әлеуметтік тұрғыдан белсенді болуды талап етеді.

Менеджменттегі басқару процесі 4 негізгі функциядан құралады: жоспарлау мен шешім қабылдау, ұйымдастыру, басқару және бақылау [3].

Бұл 4 негізгі функцияны орындау үшін көшбасшылық қасиет аса маңызды.

Ең алдымен басшы және көшбасшы сөздерінің айырмашылығына тоқталсақ:

Басшы дегеніміз жұмысты беруші және сол жұмыстың атқарылуына жауапты тұлға. Және ол көбіне қол астындағы тұлғаларға бұйрық берумен шектеледі. Ал көшбасшы дегеніміз тобын үнемі жігерлендіріп отыратын сонымен қатар адамдарды ортақ мақсатқа бағыттайтын тұлға.

Педагогикалық менеджментте сонымен қатар жалпылама педагогика саласында көшбасшылық маңызды актор болып есептелінеді.

Педагогикалық көшбасшылық қабілетті біз 3 теорияға байланысты бөліп қарастыра аламыз:

- Тұлғалық.
- Қылықтық.
- Жағдайлық.

Тұлғалық теория - педагогтың тартымды сыртқы көрінісі, ақылы мен білім деңгейі өзіне деген жоғары сенімділігімен сыртқы әлемге өзін көрсететін бейнесі.

Қылықтық теория - бұл теория бойынша педагогикалық тұлғалық ерекшелігі емес педагогтың сыртқы әлеммен немесе оқушылармен қарым-қатынасының маңызы. Бұл теория көшбасшылық түсінігін одан әрі тереңдетеді өйткені тікелей педагогтың мінез-құлқына негізделеді.

Жағдайлық теория - педагогтың жеке қасиеттеріне байланысты тіпті ең нашар немесе тығыз шешім қабылдауы қажет болып қалған жағдайларда, әртүрлі күрделі мәселелерді шешудегі өзін-өзі ұстауы, басқара алуы және сол мәселені шешуі.

Басшы болу оңай болуы мүмкін, бірақ көшбасшы болудың қызығы мен қиындығы қатар жүретін күрделі процесс екендігін түсінуіміз қажет.

Көшбасшылық қасиеттің арқасында біз қоғамға, адамдарға белгілі бір салаға ықпалымызды жүргізе аламыз. Сондықтан педагог маманның үнемі ізденісте жүріп дамуы аса маңызды болып табылады.

Егер педагогтың көшбасшылық қабілеті нашар болса шәкірттің ұстазының сабағына деген қызығушылығы төмендейді ма?

Шәкірт ретінде әрбір оқушы маманнан яғни педагогтан өзі оқып жүрген сала бойынша барынша көбірек ақпаратты алғысы келеді және білуге тырысады. Бірақ педагог белгілі бір тұрғыда оқушыға білген ақпаратын жеткізе алмаса және оның қызығушылығын одан әрі арттыра алмаса оқушының ол салаға деген ынтасының азаятыны сөзсіз. Сондықтан әрбір педагог үшін барлық тұрғыдан уникальды болуы және көшбасшылық қабілетінің болуы маңызды.

Енді ол неге маңызды?

Педагог маман өзінің харизмасы және көшбасшылық қабілетінің арқасында шәкіртін баурап алмайтын болса, оқушының өзінің үйреніп жүрген саласына қызығушылығы төмендейтін болады. Ал егер оның қызығушылығы төмендейтін болса ол жәйлап басқаларына да әсер етеді. Сол әсер ету арқылы белгілі бір саладағы сұраныс төмендейді және бұл мемлекет үшін болашақта өте үлкен мәселелердің бірі болуы мүмкін. Өйткені адам болғандықтан біз қоғамда өмір сүреміз. Кез келген мамандық иесі тіпті ол президент немесе әкім болса да барлық мамандық иелері педагогтың алдынан өтеді. Және педагог үшін баланы өшіру емес өсіруі, баланың потенциалын ашып арықарай биік белестерден көрінуіне нұсқаушы ретінде атсалысуы приоритет болуы қажет. Кішігірім мәселенің уақыт өте келе үлкен қиындыққа айналмауы үшін педагогтың көшбасшылық қабілеті жан-жақты дамыған және педагог қиын тапсырмалардың да оңай шешімдерін таба алуы қажет. Егер өзін тыңдата алмайтын, ықпалын жүргізе алмайтын жағдайда педагог өз дәрежесін оқушылар алдында түсіріп алуы және қоғамға деген зиянын тигізуі мүмкін. Ал педагог мәртебесі бізде өте өзекті мәселелердің бірі.

Қазақстан Республикасының президенті бастамасымен 2019 жылы «Педагог мәртебесі туралы» заң қабылдаған болатын. Сонымен қатар Астана қаласында 2023 жылы 5 қазанда өткен республикалық педагогтар съезіне мемлекет басшысы қатысып «2019 жылы өзінің бастамасымен педагог мәртебесін бекітетін заң қабылданғанын, ұстаздардың кәсіби біліктілігін арттыру мәселесіне баса мән беріліп жатқанын» айта кеткен болатын. Мемлекет басшысы педагогтардың бүгінде тек пәнді үйретіп қоймайтындығын сондай-ақ балалардың әлеуметтік дағдылары мен эмоциялық интеллектісін дамытуға ықпал ететіндігін, педагог-ұлттың жаңа сапасын қалыптастыру үдерісіндегі ең маңызды буын болып табылатындығын. Сондықтан білім беру жүйесін жоғары білікті мамандармен толық қамтамасыз ету өте маңызды екендігінде атап өткен болатын [2].

Ахмет Байтұрсынұлы атамыз айтқандай «Біз елді түзеуді бала оқыту ісін түзеуден бастауымыз керек». Ұлт ұстазының бұл сөзі қашанда орынды. Білім мен ғылым-табысқа жетудің ең басты кілті. Өскелең ұрпаққа тағылымды тәрбие және озық білім беру-өте маңызды міндет. Сондықтан ұстаздар қауымына зор жауапкершілік жүктеледі деген болатын мемлекет басшысы [2].

Ұлттың жаңа сапасын қалыптастыру үшін ең алдымен педагогтың өзінде тұлғалық көшбасшылық қасиет болуы қажет. Ұстаз үнемі өзінің кәсіби біліктілігін арттырып отыру қажет. Сонда ғана ол өскелең ұрпақты білім мен ғылымға қызықтырып қана қоймай олардың тұлғалық дамуына өздерінің орасан зор үлесін қосады [2].

Қазіргі таңда педагогтардың көшбасшылық қасиетін, дүниетанымын кеңейтетін жобалар көптеп жасалуда. Тіпті қазір біз білетін оқу жүйелерінің өзі педагогтар және оқушылар арасындағы көшбасшылық қасиеттерді дамытуға бағытталған.

Қазақстанның Болон процесінің кеңестігіне кіруі негіз болып табылады. Болон декларациясының қағидаттарына сәйкес 2004 жылдан бері ҚР-ның жоғары оқу орындарында жоғары және жоғары оқу орыннан кейінгі білімнің көп деңгейлі құрылымы жүзеге асырылуда: бакалавриат – магистратура – докторантура (PhD) [1].

Жоғары білімнің Еуропалық аумағына кіру елдің зияткерлік, мәдени, әлеуметтік және ғылыми-техникалық әлеуетінің қалыптасуын және бекітілуін, әлемде қазақстандық білімнің беделінің артуын, студенттер мен оқытушылардың және басқалардың ұтқырлығын

қамтамасыз етуі тиіс болды. Еуропалық білім беру жүйесінің қызмет етуінің маңызды ұйымдастырушы-құрауышы кредиттер болғандықтан, қазақстандық жоғары оқу орындары да оқытудың кредиттік жүйесіне ауысты[1].

Сонымен қатар соңғы 3 жылда «Болашақ бағдарламасымен» шет елде 220 педагог оқып келгендігін айта аламыз.Тіпті Қазақстан 2050 стратегиясында да білім және кәсіби машық заманауи білім беру жүйесінің кадр даярлау мен қайта даярлау деген секілді стратегиялары бар.Осыдан ақ білікті көшбасшы ұстаз даярлау ісіне мемлекеттің айрықша мән беретіндігін байқай аламыз[2].

Қарапайым көшбасшылық қасиеттің педагогқа және қоғамға тигізетін әсері орасан зор. Егер елімізді еңселі және дамыған елдермен терезесін тең деңгейде болуын қаласақ бәріміз бірге атсалысайық.Лидерлік,харизматикалық қасиеттерімізді дамытайық.Білім ғылым саласының болашағы біз бен сіз секілді жас педагогтардың қолында.

Дамиық және дамытайық!

Әдебиеттер тізімі

1. Т.В.Паньшина,Ж.Ж.Айтпаева «Педагогикалық менеджмент»Алматы 2012.
2. ҚР президентінің ресми сайты akorda.kz.
3. Рикки У.Гриффин «Менеджмент».

Эволюция управления в эпоху цифрового и инклюзивного развития: новая парадигма экономики

Н.Б. Давлетбаева¹, Н.А. Долгова²

¹к.э.н. профессор кафедры Менеджмент

n.davletbaeva74@mail.ru

²студент 3 курса направление Педагогические науки

natulya200433@gmail.com

^{1,2} Карагандинский университет им. Е.А. Бугетова, г. Караганда

Аннотация: Статья "Эволюция управления в эпоху цифрового и инклюзивного развития: новая парадигма экономики" рассматривает сдвиг в управлении, вызванный цифровизацией и важностью инклюзивного развития в современной экономике. Она обсуждает ключевые элементы новой парадигмы управления, включая гибкость, цифровые инновации, инклюзивность, обучение и устойчивость, предлагая пересмотр стратегий для достижения устойчивого и включающего развития.

Ключевые слова: цифровая трансформация, управление, инклюзивное развитие, цифровые инновации, гибкость управления, устойчивое развитие, обучение и развитие компетенций, этичность управления, равенство возможностей, экономика.

Современный мир переживает период значительных трансформаций, где цифровизация становится основным драйвером экономического и социального развития. Эта эпоха приносит новые вызовы и возможности для управления в экономике, создавая потребность в новой парадигме управления, ориентированной на цифровое и инклюзивное развитие.

Цифровизация экономики преобразует способы производства, коммуникации и потребления товаров и услуг. Это требует пересмотра традиционных подходов к управлению. Технологические инновации, такие как искусственный интеллект, большие данные и автоматизация, меняют ландшафт бизнеса, создавая новые возможности для эффективного управления.

Одновременно важно не упускать из виду инклюзивное развитие. В рамках новой парадигмы управления необходимо обеспечить равный доступ к цифровым технологиям и возможностям для всех слоев общества. Это включает в себя создание инклюзивных

стратегий, которые учитывают интересы различных групп населения, включая малообеспеченные сообщества и людей с ограниченными возможностями.

Ключевыми элементами новой парадигмы управления в экономике цифрового и инклюзивного развития являются:

Гибкость и адаптивность: управленческие модели должны быть гибкими и адаптивными к быстро меняющейся среде. Это требует усиления механизмов обратной связи и способности быстро реагировать на изменения.

Цифровые инновации и трансформация: успешное управление требует интеграции цифровых инноваций в стратегические и операционные процессы организаций. Это может включать в себя использование аналитики данных для принятия решений и развитие цифровых платформ для улучшения доступности услуг.

Инклюзивность и равенство: новая парадигма управления должна акцентировать внимание на создании равных возможностей для всех членов общества. Это означает учет потребностей и разнообразия всех групп при формировании стратегий и решений.

Обучение и развитие компетенций: в условиях быстрого технологического развития необходимо инвестировать в обучение и развитие навыков управления и технических компетенций у персонала.

Устойчивость и этичность: управление в цифровой эпохе должно быть основано на принципах устойчивости и этичности. Это включает в себя ответственное использование данных, учет экологических аспектов и устойчивость бизнес-моделей.

Новая парадигма управления в экономике цифрового и инклюзивного развития представляет собой вызов и возможность для организаций и общества в целом. Это требует не только изменения стратегий управления, но и культурного и институционального пересмотра, чтобы обеспечить устойчивое и инклюзивное развитие в новой цифровой эре.

Список литературы

1. "The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies" авторства Erik Brynjolfsson и Andrew McAfee.
2. "Inclusive Growth: Analytics for Policy Design" под редакцией Mukesh Chawla и Michael Lokshin.
3. "Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction" авторства Thomas M. Siebel.
4. "Inclusive Digital Transformation: A Call for a New Social Contract" авторства Maja Brisvall и Marie Josefine Lundström.
5. "The Fourth Industrial Revolution" авторства Klaus Schwab.

Трансформация маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики

Н.Б. Давлетбаева¹, А.К. Карпенко², Е.В. Сушкова³

¹ к.э.н., доцент кафедры менеджмента

² студент третьего курса обучения бакалавриата по специальности «Математика-информатика»,

³ студент третьего курса обучения бакалавриата по специальности «Математика-информатика»

n.davletbaeva74@mail.ru, Karpenko.Alena.03@gmail.com, Sushkova_ekaterina555@mail.ru

^{1,2,3} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья рассматривает сущность и важность трансформации маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики. В фокусе внимания — ключевые аспекты, определяющие эффективность маркетинговых стратегий в современном бизнес-мире. От

интеграции в социальные сети и использования искусственного интеллекта для анализа данных до персонализации контента и внедрения передовых технологий виртуальной и дополненной реальности. Авторы подчеркивают важность гибкости и постоянного обновления стратегий для успешной адаптации к динамике цифровой среды. Статья заканчивается акцентом на том, что цифровая трансформация предоставляет маркетологам не только возможность привлекать внимание, но и создавать глубокие и продуктивные взаимоотношения с клиентами, повышая тем самым конкурентоспособность компаний

Ключевые слова: Цифровая трансформация, маркетинговая деятельность, анализ данных, персонализация контента, мобильный маркетинг, инновации, клиентские отношения, конкурентоспособность.

В условиях стремительных преобразований в цифровой экономике, когда потребители становятся все более образованными и информированными, маркетологи меняют свои подходы для получения выгоды и удержания внимания окружающих. В этом контексте новые цифровые инструменты и стратегии становятся необходимыми, чтобы оставаться конкурентоспособными в быстро меняющемся мировом бизнесе.

В статье мы рассмотрим ключевые компоненты трансформации маркетинговой деятельности в цифровую эпоху. Данные услуги охватывают широкий спектр задач : от внедрения введения новых технологий на рабочих местах до использования цифровой аналитики для анализа данных , от анализа корпоративных данных из применения новых технологий для решения реальных проблем и преодоления препятствий . Давайте глубже погрузимся в мир цифрового маркетинга и рассмотрим, как эти трансформации формируют новые стандарты и возможности в современной бизнес-среде.

1. Интеграция в социальные сети и новые коммуникационные платформы: Развитие мобильных технологий приводит к увеличению числа пользователей мобильных устройств. Маркетологи адаптируют свои кампании для мобильных платформ, включая мобильные приложения и оптимизированные сайты. Цифровая трансформация включает активное использование социальных сетей в качестве мощного канала взаимодействия с аудиторией. Маркетологи стремятся не только предоставлять информацию о продуктах, но и создавать сильные сообщества вокруг бренда. Контент становится более визуальным и интерактивным, а использование новых форматов, таких как Stories, активно привлекает внимание целевой аудитории.

2. Аналитика и искусственный интеллект: системы аналитики и искусственного интеллекта стали неотъемлемой частью маркетинга. Они позволяют не только отслеживать эффективность кампаний в реальном времени, но и предоставляют уникальные инсайты о поведении потребителей. Анализ больших данных становится основой для принятия более обоснованных решений и персонализации маркетинговых стратегий. С использованием аналитики и данных маркетологи могут более точно определить предпочтения и поведение потребителей, что помогает в создании более эффективных кампаний. Применение искусственного интеллекта для анализа больших данных и выявления тенденций. Маркетологи стараются создавать персонализированный контент в зависимости от интересов и поведения конкретного потребителя. Использование алгоритмов искусственного интеллекта для предсказания предпочтений и рекомендации товаров или услуг.

3. Персонализация контента и рекомендации: с цифровыми технологиями маркетологи могут предоставить более персонализированный опыт для каждого потребителя. Использование алгоритмов машинного обучения позволяет предсказывать предпочтения и предлагать релевантный контент, что способствует углублению взаимодействия и повышению лояльности клиентов. Подключенные устройства предоставляют дополнительные данные о поведении потребителей, что помогает в создании более точных маркетинговых стратегий.

4. Мобильный маркетинг и оптимизированные пользовательские интерфейсы: с увеличением числа пользователей мобильных устройств, мобильный маркетинг становится более стратегически важным. Разработка мобильных приложений, адаптивных сайтов и

оптимизированных интерфейсов обеспечивает беспрепятственное взаимодействие с брендом, что особенно важно в сфере электронной коммерции. Маркетологи активно используют социальные платформы для взаимодействия с аудиторией, создания сообществ и распространения контента. Автоматизация email-маркетинга позволяет создавать персонализированные кампании и отслеживать эффективность в реальном времени. Оптимизация под поисковые системы (SEO) и контекстная реклама играют важную роль в повышении видимости бренда в сети.

5. Интернет вещей и улучшенная реальность: подключенные устройства и технологии виртуальной и дополненной реальности предоставляют уникальные возможности для создания инновационных маркетинговых кампаний. Интерактивные презентации продуктов и виртуальные пробы позволяют потребителям более глубоко взаимодействовать с брендом, что способствует формированию более прочных связей. Использование VR и AR в маркетинге для создания интерактивных и запоминающихся впечатлений. Большое внимание уделяется созданию ценного контента, который не только рекламирует продукт, но и предоставляет ценность для потребителя.

6. Блокчейн и обеспечение прозрачности: Применение блокчейн-технологий в маркетинге может обеспечить прозрачность поставок и подтверждение подлинности продуктов. Это особенно важно в отраслях, где доверие потребителя к бренду играет ключевую роль.

В целом, цифровая трансформация в маркетинге требует от компаний гибкости и постоянного обновления стратегий в соответствии с динамикой цифровой экосистемы. Успешные маркетологи выходят за пределы традиционных подходов, интегрируя инновации и стремясь создать значимые взаимодействия с потребителями в цифровом пространстве.

Трансформация маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики представляет собой изменение стратегий, инструментов и подходов к продвижению товаров и услуг в связи с использованием цифровых технологий.

В завершение, цифровая трансформация в маркетинге является неотъемлемым аспектом успешной адаптации к динамике современной экономики. Она предоставляет маркетологам возможность не только привлекать внимание, но и взаимодействовать с аудиторией на новом уровне. От использования социальных сетей как инструмента формирования сообществ до интеграции искусственного интеллекта для точного прогнозирования потребительских предпочтений, эти трансформации позволяют компаниям создавать более гибкие и персонализированные стратегии маркетинга.

Проактивные маркетологи, готовые к постоянному обучению и инновационному мышлению, находят в этой цифровой эре множество возможностей. Они осваивают новые инструменты аналитики, экспериментируют с интерактивными форматами контента и внедряют передовые технологии для улучшения взаимодействия с потребителями. В конечном итоге, успешная трансформация маркетинговых стратегий в цифровой эпохе представляет собой не только средство привлечения внимания, но и способ создания глубоких и продуктивных отношений с клиентами.

Список литературы

1. Багиев Г.Л., Яненко М.Б., Яненко М.Е. К вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи // Проблемы современной экономики. - 2017. - № 2. - С. 127-132.
2. Tapscott, D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence: business book / Don Tapscott. - N.Y.: McGraw-Hill, 1994.
3. Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD : Digital economy [Электронный ресурс] / OECD. - 2012. - URL: [http:// www.oecd.org/daf/competition/](http://www.oecd.org/daf/competition/)

4. Соловьева, Ю.Н. Направления развития маркетинговой компетентности в условиях цифровой экономики / Ю.Н. Соловьева // Маркетинг-менеджмент в цифровой экономике. - 2015. -№ 2. - С. 20-29.

5. 2. lanenko, M.; lanenko, M.; Huhlaev, D.; Martynenko, O. (2019) Digital transformation of trade: problems and prospects of marketing activities. International Scientific Conference «Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure and Service», 21-22 November 2018, Saint-Petersburg, Russian Federation, <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/497/1/012118> DOI <https://doi.org/10.1088/1757-899X/497/V012118> .

Қазақстанның ауыл шаруашылығындағы консалтингтік қызметтің маңыздылығы

Н.Б. Давлетбаева,¹ А.Е. Жумадилова²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.к., профессор

²Менеджмент мамандығы бойынша 4 курс студенті
n.davletbaeva74@mail.ru, dilda.erbolatovna@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: мақала жалпы ауыл шаруашылығына және консалтингтің маңыздылығына шолу жасалған. Ол саладағы консалтингтік қызметтің маңыздылығы, соның ішінде ауыл шаруашылығы өндірісін тиімді жүргізудің объективті және субъективті жағдайларының әртүрлілігі, оның күрделілігі сипатталған. Агробизнесті барлық басқа бизнес түрлерінен ерекшелендіретін ерекшеліктері талданған. Жалпы Қазақстанның ауыл шаруашылығындағы консалтингтік қызметтің маңыздылығы сипатталған.

Кілт сөздер: ауыл шаруашылығы, агроконсалтинг, консалтинг, консалтингтік қызмет, агрокешен, консультациялық қызмет, кәсіпорын, экономика, технология

Ауыл шаруашылығы өткен ғасырдағы әлеуметтік-экономикалық прогреспен және әлемдік әл-ауқаттың артуына байланысты қарқынды даму сатысында. Осы бағытта мемлекет басшысы Қасым Жомарт Тоқаев еліміздің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету, агрокешендегі қайта өңдеу саласын дамыту, отандық тауарларды жаңа нарықтарға шығару мен аграрлық ғылымды дамыту сияқты ірі мәселелерге назар аударуда. Соңғы жылдары халық санының өсуіне байланысты ауыл шаруашылығы өнімдеріне сұраныстың артып, ауыл шаруашылығына аса мән берілуде. Алайда ауыл шаруашылығындағы елеулі өзгерістерге қарамастан, шешілмеген проблемалар әлі де сақталуда. Әсіресе, соңғы уақытта жерді тиімсіз пайдалану, жердің құнарлылығын сақтамау, жануарлардың генетикалық әлеуетінің төмендігі, қолданылатын технологиялардың стандарттарға сәйкес келмеуі және климаттық өзгерістер байқалуда. Әрі елімізде халықаралық нарықтық экономиканың әсерінен ауыл шаруашылығы саласында бәсекелестік те артуда. Ауыл шаруашылығында осындай проблемалардың болуына байланысты технологияны трансферлеу процесінің маңыздылығы артуда. Мұндай проблемаларды технологияларды трансферлеу арқылы шешу жолдары шет мемлекеттердің де ауыл шаруашылығында байқалады.

Қазақстанның өркендеуінің басым бағыты ретінде жаңа технологиялар аграрлық сектордың жұмыс істеу процесстерін түбегейлі өзгертуде. Отыз елдің қатарына қосылу бойынша бес басымдықтың бастысы ретінде экономиканы жеделдетілген технологиялық жаңғыртылуы мен цифрлық технологияны қолдану арқылы өркендеудің жаңа сатысына өтетініміз көрсетілген болатын. Бізге жаңадан велосипед ойлап табудың қажеті жоқ, егер әлемнің дамыған елдері жетілген техника мен құрал-жабдықтарды шығарып жатса, бізге ойлап табу үшін уақыт өткізудің қажеті шамалы, сондықтан елімізге технологияларды трансферлеумен байланысты мәселелер мен оларды тарту жолдарын қарастырған абзал.

Сонымен қатар, технологияны трансферлеу бағытында тартылған технологияны дұрыс меңгеру мен игеруде аса маңызды.

Ел дамуының басым бағыттарының бірі – азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету және ауыл шаруашылығы саласының тұрақты дамуы. Осыған байланысты Қазақстанның агроөнеркәсіп кешеніндегі тауар өндірушілерге арналған ақпараттық-кеңес беру қызметінің маңыздылығы жаңа технологиялар, өнімді өндіру мен өткізудегі инновациялар туралы қажетті ақпаратпен қамтамасыз етуде айтарлықтай артады.

Инновация, біз білетіндей, ауыл шаруашылығының және бүкіл агроөнеркәсіп кешенінің тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырудың негізі болып табылады. Бүгінгі таңда ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының өнімділігі мен рентабельділігін арттыру бойынша кеңес беру аз сұранысқа ие болып отыр.

Кең мағынада консалтинг – бұл клиентті қызықтыратын белгілі бір мәселелер бойынша кеңес берумен байланысты қызметтердің жиынтығы.

Көрсетілетін ақпараттық қызметтердің жалпы спектрінің ішінде өсімдік және мал шаруашылығы мәселелері АӨК субъектілерінің үлкен қызығушылығын тудырады. Бұл ретте олар нарықты талдау мен баға, маркетинг, құқықтық мәселелер, бухгалтерлік есеп, қаржы және сақтандыру институттарымен қарым-қатынасқа ерекше қызығушылық танытады. Технологиялық және өндірістік мәселелердің ішінде өсімдіктер мен жануарлардың әртүрлі сорттарын өсіру ерекше қызығушылық тудырады; ауыл шаруашылығы дақылдарының зиянкестерімен, ауруларымен және арамшөптерімен күресу; асылдандыру жұмыстарын ұйымдастыру; ауыл шаруашылығы техникасын сатып алу, техникалық қызмет көрсету және жөндеу, ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру және қайта өңдеу үшін заманауи жабдықтарды алу.

Заманауи жағдайларда ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді консультациялық қызметтермен қамтамасыз ету бойынша шығындардың айтарлықтай көлемін мемлекет өз мойнына алуы тиіс, өйткені ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің төлем қабілеттілігі төмен болғандықтан ақпараттық нарық нарықтық құрылымдар үшін іс жүзінде қолжетімсіз. Мұндай қолдауды екі бағытта көрсетуге болады: тікелей консалтингтік қызметтер арқылы және қолдау арқылы ауыл шаруашылығы тауар өндірушілері.

Бірінші жағдайда дамуды мемлекеттік қолдау функциясында консультациялық қызмет мыналарды қамтуы керек: барлық ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер үшін ортақ және негізгі болып табылатын кеңес беру қызметтерін көрсету; облыстағы ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді компьютерлендіру бағдарламасын жүзеге асыру, мамандарды даярлау.

Екінші жағдайда, мемлекеттік басқару жүзеге асырылуы керек бағаларды реттеу және баға паритетін құру арқылы ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді тікелей реттеу және қолдау, несиелендіру мүмкіндігіне жағдай жасау, салық саясатын жетілдіру және т.б., бұл өндірушілерге консультациялық қызметтерді көбірек пайдалануға мүмкіндік береді.

Жалпы, екі нұсқа да ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының экономикалық жағдайын нығайтуға, тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталатын болады.

Ауыл шаруашылығы өнімдеріне қатысты кеңес беру процесі өнеркәсіптік және одан да басқа кеңес беру түрлеріне қарағанда күрделірек болып табылады, ол өндірілетін өнімдердің көптігіне, олардың бағыттылығына және оларды жүзеге асырудың әртүрлі әдістерімен, әдістерімен және әдістерімен анықталады. қажетті мән. Олардың кейбіреулері ең қажетті тауарлар болса, басқалары пайдалылық пен қажеттілік үйлесімділігіне қосымша, ал басқалары өмір сүру деңгейін және оның эстетикасын жақсартуға қызмет етеді. Ауылшаруашылық өндірісінің мынадай спецификалық ерекшелігін атап өтпеу мүмкін емес: шағын кәсіпкерлік құрылымдарында оның функцияларын осыған дайындалған мамандар емес, кәсіпкерлердің өздері атқарады. Осылайша, өнеркәсіптік өндіріспен салыстырғанда ауыл шаруашылығы өндірісін тиімді жүргізудің объективті және субъективті жағдайларының әртүрлілігі оның күрделілігін анықтайды. Агробизнесі барлық басқа бизнес түрлерінен ерекшелендіретін ерекшеліктері бар.

Бірінші ерекшелігі – экономикалық нәтижелердің табиғи жағдайларға тәуелділігі.

Екінші ерекшелік - өнімнің рөлі мен мағынасы. Ауыл шаруашылығы нарығының агенттері маңызды тауарлармен айналысады. Тауарлар, әдетте, тез бұзылады, сондықтан тез жеткізу, тиісті және қауіпсіз орау, сервистік және эстетикалық қолдау қажет.

Ауыл шаруашылығы маркетингінің үшінші ерекшелігі – жұмыс кезеңі мен өндіріс кезеңінің сәйкес келмеуі.

Төртінші ерекшелік – өнімді өндіру мен қабылдаудың маусымдылығы. Өңдеуге ерекше назар аудару керек (бастапқы немесе соңғы).

Бесінші белгі – агроөнеркәсіп кешені жүйесіндегі жерге, өндіріс құралдарына, сатылатын тауарларға меншік нысандарының алуан түрлілігі. Бұл тұтынушылық сұраныс пен оның қанағаттандырылуымен ғана реттелетін көп өлшемді бәсекені алдын ала анықтайды.

Алтыншы ерекшелігі – басқарудың ұйымдық формаларының алуан түрлілігі. Меншік нысандарын ескере отырып, ұйымдастыру, қызмет ету, өзін-өзі басқару, ең бастысы – тұтынушылардың қажеттіліктерін, сұраныстары мен мүдделерін қабылдау және бейімдеу тұрғысынан әр түрлі ауылшаруашылық маркетинг жүйелері қалыптасады.

Жетінші ерекшелік ауылшаруашылық маркетингіне қатысты – біркелкі емес, біркелкі емес маңыздылық және маркетинг қызметінің әртүрлі деңгейлері.

Ауылшаруашылық өндірісінің сегізінші ерекшелігі – басқа типтегі жүйелермен салыстырғанда АӨК-нің жоғары сезімталдығы, бейімділігі, бейімділігі, өзін-өзі ұйымдастыруы, өзін-өзі басқаруы.

Тоғызыншы ерекшелігі – кадр мәселесінің күрделілігі, өйткені. Кәсіпорынға жұмысқа белгілі бір аумақта тұру арқылы байланысқан адамдар ғана қабылдануы мүмкін, бұл әдетте ескі әдіспен жұмыс істеуге дағдыланған егде жастағы адамдар немесе қалыпты өндірісте әдетте қалаусыз адамдар.

Оныншы ерекшелік – ауыл халқының консерватизмінің жоғары деңгейі, қызметтің жаңа түрлеріне, соның ішінде кеңес беруге дәстүрлі сенімсіздік, «қол тигізбейтін» өнімге ақша шығаруды қаламауы.

Он бірінші ерекшелік – техникалық және технологиялық кеңес беру ұсыныстарын орындауға мүмкіндік бермейтін негізгі қорлардың тозуы.

Ал он екінші ерекшелік – табыс деңгейінің төмендігі, дәлірек айтсақ, ауылшаруашылық кәсіпорындарының жоғары сапалы консультациялық қызметтерді төлей алмайтын кедейлігі.

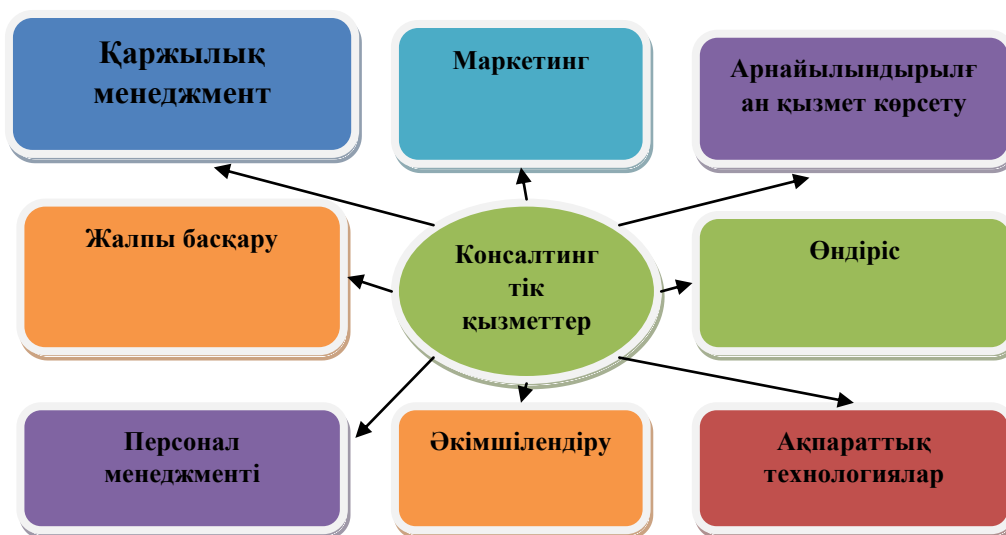
Агроөнеркәсіп кешеніндегі консалтингтік қызметтерді алуға болатын көптеген салалардың ішінде үшеуі менеджмент бойынша консалтингке ең жақын болып табылады: инженерлік мәселелер бойынша, құқықтық мәселелер бойынша және бухгалтерлік есеп пен аудит бойынша.

Цифрлық технологиялар ғарыш өнеркәсібінен бастап денсаулық сақтау, білім беру және әсіресе ауыл шаруашылығына дейінгі әртүрлі салалардағы өндірістік процестерге және кәсіпорынды басқаруға ықпалын арттыруда.

Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығында ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруде цифрлық технологияларды пайдаланатын ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің үлесі мардымсыз, бұл егін шаруашылығында өнім көлемінің өсуіне және шығындардың төмендеуіне кері әсерін тигізуде.

Уақыт өте келе көптеген компаниялардың менеджерлері бизнестің дамуы тоқтағанын немесе нарық көрсеткіштерінің нашарлап бара жатқанын байқай бастайды. Мұндай жағдайларда тиімділікті арттыру үшін кәсіби кеңесшілерден көмек сұрау керек. Бизнес-консалтинг компанияның жұмысын терең талдауды және туындайтын мәселелердің себептерін анықтауды қамтиды.

Консалтингтік қызметтер маңызды сұрақты шешуге көмектеседі: «цифрландыруды қалай үнемді, оңай және мүмкіндігінше тиімді жүргізу керек» (сурет 1).



Сурет 1. Қазақстандағы консалтингтік қызметтер

Екінші жағынан, инженерлік-техникалық білімі бар ауылшаруашылық өндірісін басқару жөніндегі кеңесшілер өнімділік пен өндіріс тиімділігін арттырудың басқарушылық және технологиялық сипаттағы әртүрлі мәселелерді шеше алады. Компьютерлік және микропроцессорлық технологиялардың басқару және өндіріс процестеріне енуінің артуымен, бұл жаңа технологиялық әзірлемелер басқару жөніндегі кеңесшілерден талап етілетін қызметтер көлеміне әсер етуде және олардың инженерлік кеңесшілермен ынтымақтастығы аясын кеңейтуде.

Көптеген ауылшаруашылық кәсіпорындарында тұрақты заң кеңесшісі немесе заң қызметі бар. Бұл кеңесші ретінде жұмыс істейтін толық уақытты қызметкер болуы мүмкін. Басқа кәсіпорындар сыртқы кеңесшілерге сүйенеді. Қалай болғанда да, өзара әрекеттесу және ынтымақтастық үшін көптеген мүмкіндіктер бар. Агробизнес кеңесшілері заңдық коннотация мен заңдық маңызы бар көптеген мәселелер бойынша заң кеңесшілерімен өте тығыз жұмыс істейді. Бастама көбіне заңгерлерден туындайды: заң қызметі заңды мәселені шешу кезінде агробизнес немесе қаржыландыру мәселелері бойынша кеңесті қажет етуі мүмкін және жиі ортақ клиентпен байланыста болады. Керісінше жағдай да жиі кездеседі: агробизнес кеңесшісі заңгерлік кеңес алу қажеттілігін сезінеді және тиісті қызметтен кеңес сұрайды немесе клиентке сыртқы заң қызметімен байланысуды ұсынады.

Дегенмен, консалтингтік фирмалардың көпшілігінде ақпаратпен жұмыс әлі де тиісті деңгейде емес. Осылайша, фирмалар ақпаратты жинаудың, өңдеудің, сақтаудың және берудің ең озық құралдарынан алыс пайдаланады. Олардың көпшілігінде ауылшаруашылық маркетингін зерттейтін мамандар жоқ, ал басқаларына тек осы тектес тиісті шағын бөлімдер кіреді, олардың қызметі ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу көлемін болжаумен және талдаумен, сондай-ақ дайындаумен (уақытынан бастап уақыт) нарықтық шолулар. Басқаруды барлық қажетті деректермен дер кезінде қамтамасыз ететін ауылшаруашылық маркетингінің озық ақпараттық жүйелерін санаулы ғана компаниялар әзірледі.

Қазіргі уақытта сыртқы консультанттармен жұмыс істеуге экономикалық қуатты ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының ғана мүмкіндігі мен ниеті бар. Орта және шағын кәсіпорындар кеңесшіге жүгінетін болса, оларды қызықтыратын мәселелер ауқымы өте нақты: технологияларды жетілдіру, салық мәселелері, өнімді өткізу, несие мәселелері. Жақында «Жерді қалай сақтауға болады?» деген сұрақ өзекті бола бастады. коммерциялық құрылымдардың ауыл шаруашылығы жерлерін жаппай сатып алу жағдайында. Әрбір дерлік шағын және орта ауылшаруашылық тауар өндірушілерімен әңгімелесу «қай ірі кәсіпорынға сатуымыз керек?» деген сұраққа әкеліп соғатын кездегі бақылаулар көңілсіз көрініс береді. Ауыл шаруашылығын дамытудың ұлттық жобасын іске асыру фермерлерді қажетті қаражатпен және елде енгізіліп жатқан басқарушылық кеңес берудің жаңа нысандарымен қамтамасыз ететін кейбір үміттерді оятады.

Қазіргі кезеңде консалтингтік қызметтер нарығының даму тенденциялары мен факторларын талдау Қазақстан Республикасының стратегиялық секторы болып табылатын осы қызмет көрсету секторының даму қарқынын жеделдету үшін осы нарықты басқару қажет деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Консалтингтік қызметтер нарығын сенім мен коммуникациялық қолдаудың мәнін ашу оның қатысушыларына консалтингтік қызметтер нарығында болып жатқан коммуникациялық процестердің маңыздылығын түсінуге және консалтингтік қызметтің барлық қатысушыларының мақсаттары мен міндеттеріне жетудегі олардың рөлін түсінуге мүмкіндік береді, өйткені коммуникация сенімге негізделген қолдау біліммен, ақпаратпен, зияткерлік меншікпен алмасу арқылы нарықты дамытудың тиімділігін қамтамасыз етуге арналған. Осылайша, сенім коммуникациялық қолдаудың өнімі ретінде оның қалыптасуының бастапқы кезеңінде тұрған ресейлік консалтингтік қызметтер нарығының қалыптасуының, жұмыс істеуінің және дамуының жүйе құраушы және ынталандырушы факторы болып табылады деп болжауға болады.

Қазақстан Республикасындағы консультациялық қызмет нарықтық қатынастарға өткеннен кейін қалыптаса бастаған экономикадағы салыстырмалы түрде жаңа бағыт болып табылады. Жақында консалтингтік кәсіп болған жоқ. Кеңес экономикасында орталықтандырылған жоспарлау тұжырымдамасы болды және басқару кеңесшілеріне орын болмады. Нарықтық қатынастарға көшумен жағдай күрт өзгерді. Жоспарлау шеңберінде жұмыс істеуге дағдыланған менеджерлер кенеттен жаңа экономикалық ортаға тап болды және жаңа проблемаларға тап болды, бұл оларды дереу көмек алу үшін кәсіби кеңестерге жүгінуге мәжбүр етті.

Қазақстанда консалтингтік қызметті дамыту компанияларға олардың өмірлік циклі барысында саналы, дұрыс шешімдер қабылдауға көмектесетін және әлемдік экономикалық жүйе контекстінде отандық экономиканың сәйкестік деңгейін анықтайтын қажетті және дер кезіндегі шара болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Сорокач О.В. Консалтинговые услуги: учеб. для вузов. - Астана: ПарасатАлем, 2005. - 113с.
2. What is consulting? [Electronic resource] // Institute of Consulting. 2013. [URL]: http://www.iconsulting.org.uk/membership/what_consulting.
3. Farkas F., Gross A. C., Milovecz A. Trends and tendencies in management consulting in light of local and international development. 2011. URL: http://kgk.uniobuda.hu/sites/default/files/10%20Farkasne_Gross_Milovetz.pdf.
4. O'Mahoney J., Markham C. Management Consultancy. Second Edition. Oxford: Oxford University Press, 2013.
5. Rugman A. A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises // Journal of International Business Studies. 2004. #35, P. 3–18.
6. АО «Самрук-Казына» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.sk.kz/aboutus/aboutcompany>

Теоретические аспекты обеспечения экономической безопасности предприятия

Дарибеков С.С.¹, Берик А.²

¹к.э.н., профессор кафедры менеджмент

²студент 4-го года обучения по образовательной программе "Менеджмент"

Seka28@mail.ru, adil.berik.2015@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная статья посвящена теоретическим аспектам обеспечения экономической безопасности предприятия. При этом рассмотрены цели управления, угрозы и факторы системы экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, угрозы и факторы экономической безопасности предприятия.

В современной рыночной экономике возникает значительное количество предприятий, использующих разнообразные организационно-правовые формы и базирующихся на различных видах собственности. Это объясняется наличием разнообразных методов конкуренции, недостаточностью законодательной базы, слабостью государственных структур, которые должны обеспечивать благоприятные условия для бизнеса, а также рядом других факторов. В результате хозяйствующие субъекты вынуждены уделять серьезное внимание обеспечению своей экономической безопасности.

В настоящее время в процессе экономического развития акцентируется внимание на обеспечении экономической безопасности всей национальной экономики. Устойчивость развития национального хозяйства тесно связана со стабильностью уровня экономической безопасности как территорий, так и предприятий.

Гарантирование экономической безопасности современного предприятия требует стремления к согласованному взаимодействию всех компонентов, средств и мероприятий в рамках системы экономической безопасности. Это целесообразно только при наличии эффективного механизма обеспечения экономической безопасности предприятия, которому отводится ключевая роль в управлении [1].

Экономическая безопасность предприятия рассматривается в исследованиях с различных точек зрения:

- наличие конкурентных преимуществ определяется соответствием материальных, финансовых, кадровых, технико-технологических ресурсов и организационной структуры предприятия его стратегическим целям и задачам [3].

- состояние оптимального использования корпоративных ресурсов с целью предотвращения угроз и обеспечения устойчивого функционирования предприятия как в настоящем, так и в перспективе [4];

- состояние защищенности его жизненно важных интересов в финансово-экономической, производственно-хозяйственной, технологической сферах от различного рода угроз, в первую очередь, социально-экономического плана, которое наступает благодаря принятой руководством, персоналом системы мер правового, организационного, социально-экономического и инженерно-технического характера [5].

Основной целью экономической безопасности предприятия является обеспечение его стабильного и эффективного функционирования в настоящем времени, а также создание потенциала для будущего развития и роста. Для достижения этой основной цели требуется выполнение функциональных целей, представленных на рисунке 1.

Каждая из этих целей имеет свои собственные подцели, которые обусловлены функциональной целесообразностью и особенностями деятельности предприятия. Выполнение каждой из упомянутых целей экономической безопасности предприятия является ключевым элементом для достижения её основной цели.

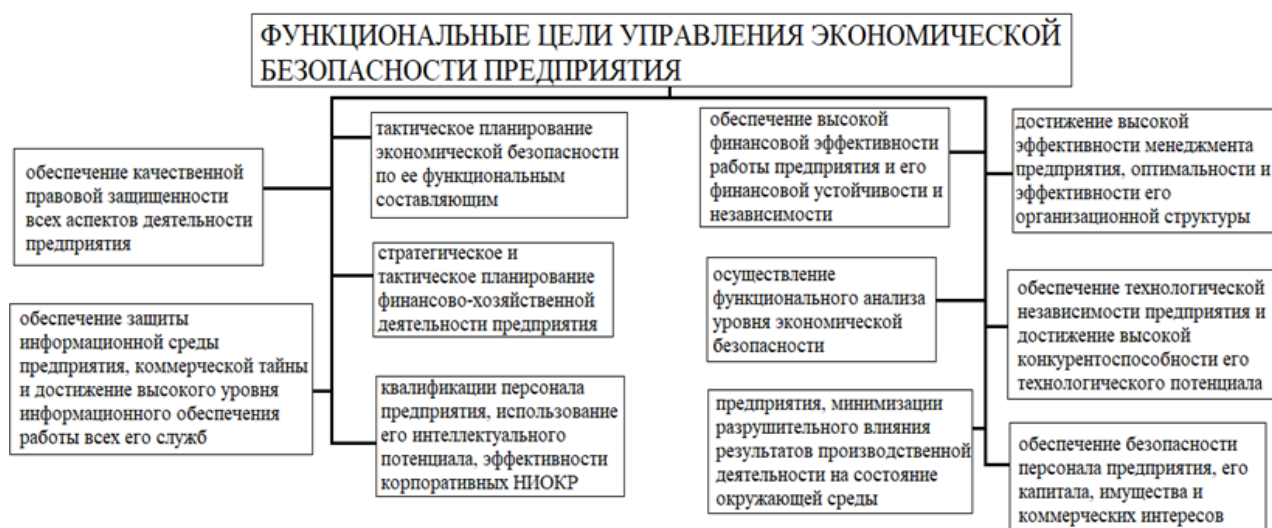


Рисунок 1. Функциональные цели экономической безопасности предприятия

Примечание - составлено автором по источнику [2]

Экономическая безопасность предприятия тесно связана с концепцией угрозы, которую можно определить как потенциальное или реально возможное событие, действие, процесс или явление, способное нарушить устойчивость и развитие предприятия, возможно, даже привести к прекращению его функционирования. Классификация представлена в таблице 1.

Таблица 1
Классификация угроз экономической безопасности по отношению кисточнику

Внешние	Внутренние
Неустойчивость в политической и экономической сферах;	Повышение затрат на производство из-за неэффективной организации производственных и управленческих процессов.
Увеличение требований потребителей к качеству продукции предприятия при сокращении объема потребления.	Высокие затраты на управление, обусловленные отсутствием оптимизации систем бюджетного управления, учетной политики, финансового планирования и анализа на предприятии.
Перемены в структуре рынка товаров и услуг.	Отсроченная реакция и коррекция производственных и управленческих процессов при изменении требований внешней среды.
Перемены в условиях финансирования и усложнение процесса привлечения кредитных ресурсов.	Действия или бездействия сотрудников предприятия, включая умышленные и неумышленные, которые противоречат интересам его коммерческой деятельности и могут привести к нанесению экономического ущерба компании.
Разрыв хозяйственных связей между предприятиями, которые являются частями единой технологической цепочки.	Разглашение или потеря информационных ресурсов, включая данные, являющиеся коммерческой тайной или конфиденциальной информацией.
Дисбаланс между производственными, заготовительными и перерабатывающими отраслями.	Появление проблем в отношениях с текущими и потенциальными партнерами, вплоть до риска потери ключевых контрактов.
Недостаточно высокий уровень эффективного использования ресурсов.	Нарушение деловой репутации в деловых кругах.

Усугубление мировых экологических проблем.	Появление трудностей в отношениях с текущими и потенциальными партнерами.
Примечание - составлено автором по источнику [7]	

Оценка уровня экономической безопасности предприятия и разработка соответствующих мер по предотвращению рисков зависят от точной идентификации угроз и правильного выбора стратегий действий, соответствующих масштабу и характеру угроз.

Важно подчеркнуть, что система экономической безопасности предприятия должна подвергаться постоянному анализу и обновлению; в противном случае она неспособна адекватно реагировать на постоянно меняющиеся условия [6].

Однако, когда речь идет о системе экономической безопасности, необходимо учитывать факторы. Во-первых, их воздействие может быть как положительным (повышающим уровень экономической безопасности), так и отрицательным (представляющим угрозу). Во-вторых, их воздействие различается по силе, что требует разработки методики оценки и последующего включения в механизм общей комплексной оценки уровня экономической безопасности предприятия. Классификация угроз экономической безопасности предприятия позволила представить компоненты факторов на макро- и мезоуровнях в рамках системы экономической безопасности, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Состав ключевых факторов в системе экономической безопасности предприятия

№ п/п	Уровень воздействия	Ключевые факторы	Характеристика ключевых факторов
1	Микроуровень	Финансовая	Достаточность собственных и заемных финансовых ресурсов
		Интеллектуально кадровая	Адекватность трудовых ресурсов и уровень их квалификации
		Технико технологическая	Согласование уровня технического обеспечения с потребностями развития и технологическими требованиями.
		Информационная	Соответствие и надежность обеспечения информацией.
		Ресурсно производственная	Адекватность ресурсного обеспечения для непрерывного функционирования.
		Управленческая	Адекватность и компетентность органов управления
2	Мезоуровень	Сбытовая	Непрерывность основной сферы деятельности и эффективность основного вида занятий.
		Характеристики сферы деятельности	Характеристика контрагентов; особенности развития сферы деятельности
3	Макроуровень	Характеристики территории	Ресурсное обеспечение территории; инфраструктурное обеспечение территории; привлекательность региона
		Политические	Определение воздействия изменений в политической среде на предприятие, такие как изменения в законодательстве, политическая нестабильность, регулирование бизнеса и т.д.
		Экономические	Анализ влияния макроэкономических факторов, таких как инфляция, уровень безработицы, валютные курсы, на деятельность предприятия.
		Социальные	Оценка воздействия социальных изменений, таких как демографические тренды, изменения в потребительском поведении, социо-культурные

		тенденции на бизнес-процессы предприятия.
	Технологические	Анализ воздействия инноваций и темпов научно-технического прогресса на предприятие, включая уровень технологической конкурентоспособности.
	Институциональные	Оценка воздействия изменений в законодательстве на бизнес-процессы, налогообложение, правовую ответственность и др.
	Природно экологические	Анализ воздействия изменений в природных условиях и экологической обстановке на предприятие, включая риски, связанные с природными бедствиями, экологическими нормами и требованиями.
Примечание – составлено автором по источнику [8]		

Из таблицы 2 можно сделать следующие выводы:

- во-первых, характеристики факторов микроуровня хозяйствования отражают имеющиеся ресурсы. С одной стороны, это подчеркивает наличие этих ресурсов, а с другой стороны выявляет их достаточность для смягчения угроз, возникающих из внешней среды;

- Во-вторых, воздействие факторов мезо- и макроуровней экономической деятельности взаимосвязано и обладает синергетическим эффектом. В результате происходит сложное взаимодействие, которое делает невозможным выделение отдельных сил и характера воздействия на каждый компонент. Поэтому учитывается комплексное воздействие этих факторов.

На основе анализа доступной информации можно сделать вывод, что точки зрения авторов относительно определения экономической безопасности распределены между теми, кто рассматривает безопасность как статическое состояние, сохраняющее оптимальный уровень на протяжении определенного времени, и теми, кто воспринимает безопасность как динамичное состояние, где поддерживается не только достойный уровень показателей, но и проявляется положительная динамика. Авторов, которые рассматривают концепцию как динамическую систему, можно разделить на тех, кто просто описывает положительную динамику, и на тех, кто рассматривает ее как процесс сопротивления различным внутренним и внешним факторам.

Список литературы

1. Дарибеков С.С. Экономическая безопасность: учеб. пособие. – Караганда: Изд-во Форма-Плюс, 2019. -142 с.
2. Фирсова О.А. Экономическая безопасность предприятия: учебно-методическое пособие.- Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2014. - 165 с.
3. Богомолов В.А. Экономическая безопасность / Богомолов В.А. - М., 2009. - 295 с.
4. Багрецов С.А., Петров Д.М., Плотников В.А. Теоретико-методологические аспекты комплексной оценки эффективности экономической безопасности предприятий в современных условиях. Монография. – Санкт-Петербург, 2016. – 540 с.
5. Алпысбаев К.С. Экономическая безопасность компании и ее защищенность от внутренних и внешних угроз // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст», Беларусь, г. Гродно. – 2017. – С. 161-167.
6. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия : от бухгалтерского учета к экономическому: учебно-практическое пособие / А. В. Грачев. - М. : Финпресс, 2012. - 208 с.
7. Суглобов А.Е, Хмелев С.А., Орлова Е.А. Экономическая безопасность предприятия: Учебное пособие для студентов вузов - М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2013. - 271 с.

Әлеуметтік саясатты бағалау және оны жетілдіру әдістері

С.С.Дарибеков¹, А.Н.Серікберлі²

¹Менеджмент кафедрасының профессоры

² «Мемлекеттік және жергілікті басқару» ББ 4 курс студенті
seka28@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: мақалада әлеуметтік саясатты бағалау және оны жетілдіру әдістері жан-жақты қарастырылған. Әлеуметтік саясаты – қоғамның әлеуметтік экономикалық өмір сүру жағдайын реттеудің бір бағыты. Ол елдегі жалпы экономикалық жағдаймен тығыз байланысты және екі жақты қызмет атқарады.

Кілт сөздер: әлеуметтік саясат, реттеу, әдістер, бағалау.

Әлемде әлеуметтік мемлекет құру көкейкесті мәселе. Бұл бағытта жұмыс істеп, бұған көңіл бөлген мемлекеттер дамудың даңғыл жолына түсті десек артық айтқандық емес. Мәселен, Скандинавия елдері. Солардың ішінде классикалық Швеция социализмін айрықша атап айтуға мүмкіндік бар. Дегенмен дамыған елдердің тәжірибесінен көріп отырғанымыздай, табысты әлеуметтік мемлекеттің әмбебап формуласы жоқтың қасы. Мәселен, АҚШ-та азаматтарды әлеуметтік қамтамасыз ету жүгі мемлекетпен қатар жеке сектордың жауапкершілігінде екені белгілі. Ал Солтүстік еуропада мемлекет көрсететін материалдық қолдау азаматтардың мемлекетке төлейтін салық көлеміне тікелей тәуелді. Былайынша айтқанда, аз қамтылған отбасыларды халықтың өзі асырайды деген сөз.

Мемлекеттің әлеуметтенуі түсіндіруді қажет етпейтін жаңа термин емес, бірақ күнделікті өзгерістерге, әлемдік саяси және экономикалық жағдайға байланысты мемлекеттің әлеуметтенуінің осы процесінде басымдықтарды анықтауға болады. Бірінші сұрақ туындайды: мемлекет үшін ең бастысы – мемлекеттің демократиялануы немесе балама ретінде әлеуметтену? Қазіргі уақытта, әрине, әлеуметтену және сонымен бірге мемлекетті жаңғырту. Соқтығысудың келесі мәселесі Қазақстан Республикасы үшін мемлекеттің әлеуметтенуі бағытында қандай даму параметрлері маңызды?

Ең бастысы-мемлекеттің әлеуметтенуінің негізгі принциптерін анықтау. Әлеуметтену принциптерін қарастыруға болады

Біріншіден, жалпы жауапкершілік принципі. Мемлекет қана емес, оның барлық басқару деңгейлері, сонымен қатар жеке құрылымдар, бүкіл қоғам әлеуметтік жаңғыртудың барысы мен нәтижелері үшін жауапкершілікті бөлісуі керек. Жаңғыртудың табысты болуы үшін әрбір азаматтың өз Отанына пайдалы болуы өте маңызды. Жаңғырту барлық қазақстандықтарға қажет. Тек осы түсінікпен кең қоғамдық келісім мен жетістікке қол жеткізуге болады.

Екіншіден, серіктестікке қатысу принципі. Барлық жұмыс мемлекеттің, бизнестің және азаматтардың тығыз өзара іс-қимылы негізінде құрылуы тиіс. Мұндағы биліктің міндеті-мемлекет, қоғам және жеке тұлға мүдделерінің ұтымды тепе-теңдігін қамтамасыз ету. Дәл осы жерде шынайы әділеттілік жатыр.

Әлеуметтік әріптестікті белсенді дамыту, мемлекеттік емес сектордың елді, ең алдымен әлеуметтік саланы жаңғыртуға қатысуын кеңейту үшін жағдай жасау маңызды.

Үшіншіден, ынталандыру принципі. Мемлекет қазақстандықтардың өмір сүру сапасын өз бетінше жақсартуы үшін жағдай жасайды. Мемлекеттік әлеуметтік қолдау адресаттарға оларды еңбек, шығармашылық және әлеуметтік белсенділікке ынталандыру үшін жіберіледі.

Бүгінгі таңда әлеуметтік дамудың жаһандық тренді "әлеуметтік инвестициялар мемлекетіне" көшу болып табылады. Осыған байланысты адал еңбекке ынталандыруды әзірлеу, еңбек жетістіктерін қоғамдық көтермелеу жүйесін құру – Қазақстандағы әлеуметтік жаңғыртудың негізгі мәселелерінің бірі.

Адал еңбекке ынталандыруды әзірлеу, еңбек жетістіктерін қоғамдық көтермелеу жүйесін құру – Қазақстандағы әлеуметтік жаңғыртудың негізгі мәселелерінің бірі

Төртіншіден, кәсібилік принципі. Барлық қабылданған шешімдер мұқият есептеліп, әлемдік тәжірибені зерделеу негізінде ғылыми пысықталған орындылықты ескере отырып қабылдануы тиіс.

Әлеуметтік жаңғырту бүкіл қоғамның, әрбір отбасының және әрқайсымыздың өміріміздегі шынайы сезілетін, оң өзгерістерге бағытталған нақты тәсілді талап етеді.

Әлеуметтік жаңғырту "тұтастай алғанда мемлекет" үшін жасалмайды, ол оның әрбір нақты азаматына қызмет етуі және пайдасын тигізуі тиіс".

Алайда, қазіргі Қазақстанда болып жатқан процестерді тікелей бақылау негізінде оны қатаң ғылыми сипаттау мүмкін емес. Қазақстанның дамуының тарихи, әлеуметтік-экономикалық және әлеуметтік-мәдени факторларының күрделі кешенін ескеруге тиісті жаңғыртудың арнайы теориясын әзірлеу талап етіледі. Бұл міндетті қиындатады сөзсіз құндылық, және, әдетте, әлеуметтік-мәдени мәселелерді талдауға және қазіргі қоғамның әлеуметтік бағдарлары мен даму перспективаларын бағалауға идеалдандырылған көзқарас. Тарихи процесте, басқалар сияқты, әртүрлі қарама-қарсы күштер мен тенденциялар бір-бірімен тығыз байланысты.

Бүгінгі таңда әлеуметтік дамудың жаһандық тренді "әлеуметтік инвестициялар мемлекетіне" көшу болып табылады. Осыған байланысты адал еңбекке ынталандыруды әзірлеу, еңбек жетістіктерін қоғамдық көтермелеу жүйесін құру – Қазақстандағы әлеуметтік жаңғыртудың негізгі мәселелерінің бірі.

Қазақстан 2022 жылғы Әлеуметтік прогресс индексіне 65 орында орналасқан. 2021 жылғы мәліметтерге бойынша Әлеуметтік прогресс индексі-2022 бойынша нәтижелер жарияланды. Зерттеу деңгейлер бойынша бөлінген 169 елді бағалайды. Қазақстанда "жеке қауіпсіздік" және "инклюзивтілік" компоненттері бойынша айтарлықтай жақсартулар байқалады. "Жеке қауіпсіздік" бойынша Қазақстан 28 позицияға 94-тен 66-ға дейін көтерілді. Бұл компонент көліктегі өлім, тұлғааралық зорлық-зомбылық, саяси кісі өлтіру және азаптау, Әйелдердің зорлық-зомбылығы және ұрланған ақшаның үлесі сияқты көрсеткіштерді ескереді.

Осы көрсеткіштердің ішінде Қазақстан екі көрсеткіш бойынша жоғары орын алады: интимдік серіктес тарапынан зорлық – зомбылыққа ұшыраған 15+ жастағы әйелдердің үлесі (5,36%)-25 орын және ұрланған ақшаның үлесі (халықтың 0,09%) - 43 орын. Қалған көрсеткіштер бойынша ел 95-тен 121-ге дейін орын алады. (1 кесте көрсетілген)

Кесте 1

Әлеуметтік прогресс индексі бойынша Қазақстанның нәтижелері

№	Индексі	2011	2016	2020	2021	2022
	Жалпы рейтинг	70	66	67	64	65
1	Адамның негізгі қажеттіліктері	82,12	84,25	86,32	86,49	84,49
2	Әл-ауқат негіздері	66,24	73,14	74,58	75,83	72,99
3	Мүмкіндіктер	51,95	51,63	53,23	54,38	56,15

Е с к е р т у: ақпарат көзі - <https://economy.kz/>

Жалпы мемлекеттің әлеуметтік әлеуетін ескере отырып келесі қорытындылар мен ұсыныстарды келтіруге болады:

- Адам әлеуетін бәсекеге қабілеттілігін көтеру және еңбек нарығының талаптарына сай болу үшін барлық деңгейде кезең кезеңмен білім алу жүйесінің мазмұнын дамыту істерін қолға алу керек.

- Ауылдық жерлердегі кәсіптік шеберлікті дамытуға айрықша көңіл бөлу керек, оларды қосымша түрде оқытып, қаржылай және ақпараттық ресурстарға қол жеткізуді жақсарту керек.
- Инфрақұрылымдық салаларды, адамдар ресурсын дамытып, бизнес-орта мен экологиялық жағдайды жақсартып, экономика мен институционалдық саланы түрлендіру мақсатында жаңа өндірістер салу қажет.
- Халықтың денсаулығын сақтауға қолайлы жағдайлар туғызу, аурулар мен мүгедектер санын азайту, өлім көрсеткішін төмендету, әлеуметтік сипаттағы аурулардың эпидемиологиялық жағдайларын тұрақтандыру мен жақсарту қажет.
- Халықтың тұрмыс деңгейін көтеру үшін тұрғын үй құрылыс көлемін дамытып, қол жеткізерліктей тұрғын үй нарығын қалыптастыру, тұрғындардың барлық категорияларының әлеуметтік құқығын жүзеге асыру үшін жағдайлар жасау шараларын жетілдіру керек.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Қасенов Қ.Р, Нурлихина Г.Б., Қайратұлы Ә. Әлеуметтік менеджмент. Оқу құралы. – Алматы: Экономика, 2018 ж
- 2 2030 жылға дейінгі жалпыұлттық тұжырымдамасы туралы" Қазақстан Республикасының Президенті Жарлығының жобасы туралы, 2013 ж
- 3 www.economy.kz

Оценка контрольной деятельности УФНС России по РСО-Алания

М.Р. Дзагоева
 д.э.н., профессор кафедры Налоги. Бухгалтерский учет
71dz@mail.ru

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
 Владикавказский филиал, г. Владикавказ

Аннотация: В данной статье рассматривается и проводится анализ развития налогового контроля на примере Республики Северная Осетия-Алания, а также дана его оценка на современном этапе.

Ключевые слова: налоговые доходы, консолидированный бюджет, выездные налоговые проверки, камеральные налоговые проверки, налоговые органы.

Доходная база консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации формируется с учетом основных направлений в области бюджетной и налоговой политики, обозначенных в ежегодных Бюджетных посланиях Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации, в Программе развития бюджетного федерализма и Концепции реформирования бюджетного процесса в Российской Федерации. Бюджет РСО-Алания предназначен для исполнения расходных обязательств республики. Использование органами государственной власти иных форм образования и расходования денежных средств для исполнения расходных обязательств РСО-Алания не допускается. В бюджет РСО - Алания подлежат зачислению налоговые доходы, определенные Бюджетным Кодексом Российской Федерации и законодательством о налогах и сборах.

В консолидированный бюджет Республики Северная Осетия-Алания за 2019 г. поступило 12594,1 млн. рублей. За 2019 год сумма поступлений в уполномоченный территориальный орган Федерального казначейства для их последующего распределения между бюджетами субъектов РФ составила 370,7 млн. руб.

Бюджетные назначения консолидированного бюджета Республики Северная Осетия – Алания за 2019 год выполнены на 102,7%.

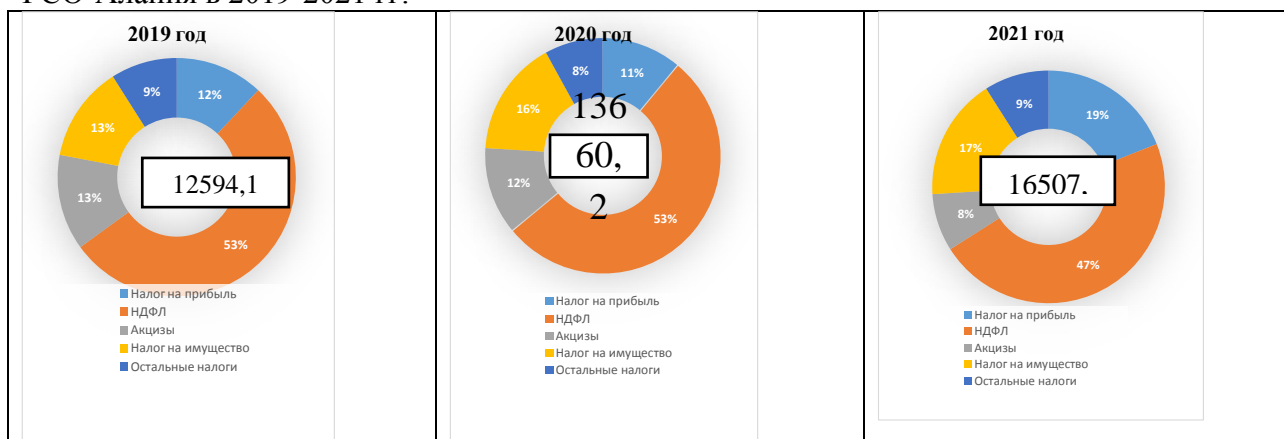
В консолидированный бюджет Республики Северная Осетия-Алания за 2020 г. поступило 13660,2 млн. рублей, что на 1066,1 млн. рублей или на 8,5% больше аналогичного показателя 2019 года. Из указанной суммы доходы республиканского бюджета составили 9244,7 млн. рублей (109% к аналогичному периоду 2019 года) и местных бюджетов 3977,8 млн. рублей (106,3%). За 2020 год сумма поступлений в уполномоченный территориальный орган Федерального казначейства для их последующего распределения между бюджетами субъектов РФ составила 437,7 млн. руб.

Бюджетные назначения консолидированного бюджета Республики Северная Осетия - Алания за 2020 год выполнены на 102,9%.

В консолидированный бюджет Республики Северная Осетия-Алания за 2021 г. поступило 16507,6 млн. рублей, что на 2847,4 млн. рублей или на 20,6% больше аналогичного показателя 2020 года. Из указанной суммы доходы республиканского бюджета составили 11562,5 млн. рублей (125,1% к аналогичному периоду 2020 года) и 4640,1 млн. рублей (116,6%). За 2021 год сумма поступлений в уполномоченный территориальный орган Федерального казначейства для их последующего распределения между бюджетами субъектов РФ составила 305 млн. руб.

Бюджетные назначения консолидированного бюджета Республики Северная Осетия - Алания за 2021 год выполнены на 103,7%.

На рисунке 1 рассмотрим структуру налоговых доходов консолидированного бюджета РСО-Алания в 2019-2021 гг.



Исходя из рисунка 1 составим таблицу 1, где рассмотрим состав и структуру налоговых доходов консолидированного бюджета РСО-Алания за 2019-2021 годы.

Таблица 1

Состав и структура налоговых доходов консолидированного бюджета РСО-Алания за 2019-2021 годы

Показатель	Фактически поступило			Удельный вес в %		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Всего поступило	12594,1	13660,2	16507,6	100	100	100
Налог на прибыль	1475,3	1560,3	3134	12	11	19
НДФЛ	6731	7185	7719	53	53	48
Акцизы	1632,1	1664	1408	13	12	8
Налог на имущество организаций	1664,7	2120,3	2738	13	16	17
Остальные налоги	1091	1130,6	1508	9	8	8

Составлено автором на основе данных ФНС России по Республике Северная Осетия-Алания. URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** обращения: 20.03.2023).

По данным таблицы 1, можно сказать, что в составе налоговых доходов консолидированного бюджета Республики Северная Осетия-Алания наибольший удельный вес в 2019 году приходится на налог на доходы физических лиц, доля которого составляет 53%, это высокий показатель из всех налоговых доходов бюджета РСО-Алания.

Анализируя 2020 год, видим, что поступления налога на доходы физических лиц году составили 53 %, как и в предыдущем году.

Налог на прибыль в 2020 году составил – 11%, наблюдается небольшое снижение по сравнению с 2019 годом.

Акцизы составили – 12%., наблюдается также небольшое снижение по сравнению с 2019 годом.

Налог на имущество организаций в 2020 году составил 16%, что выше показателя 2019 года.

Анализируя 2021 год, можно сказать, что в составе налоговых доходов консолидированного бюджета Республики Северная Осетия – Алания наибольший удельный вес приходится на налог на доходы физических лиц, доля которого в 2021 году составляет 48%, по сравнению с предыдущим годом наблюдается снижение данного налога.

Доля налога на прибыль организаций увеличилась в 2021 году по сравнению с 2020 годом и составляет 19%.

Доля акцизов сократилась в структуре налоговых доходов и составила 8%.

Налог на имущество организаций в 2021 году составляет 17%, что выше показателя 2020 года.

Рассмотрим в таблице 2 динамику поступлений налоговых доходов консолидированного бюджета РСО-Алания за 2019-2021 годы.

Таблица 2

Динамика поступлений налоговых доходов консолидированного бюджета РСО-Алания за 2019-2021 годы

Наименование показателя	2019г.	2020г.	2021г.	Отклонение					
				2020г. к 2019г.		2021г. к 2019г.		2021г. к 2020г.	
				Абс. млн. руб.	Отн. %	Абс. млн. руб.	Отн. %	Абс. млн. руб.	Отн. %
Всего поступило	12594,1	13660,2	16507,6	1066,1	108	3913,5	131,1	2847,4	121
Налог на прибыль	1475,3	1560,3	3134	85	106	1658,7	212,4	1573,7	201
НДФЛ	6731	7185	7719	454	107	988	115	534	107,4
Акцизы	1632,1	1664	1408	29,3	102	-224,1	86,3	-256	84,6
Налог на имущество организаций	1664,7	2120,3	2738	455,6	127,3	1073,3	164,4	617,7	129,1
Остальные налоги	1091	1130,6	1508	39,6	104	417	138	377,4	133,3

Составлено автором на основе данных ФНС России по Республике Северная Осетия-Алания. URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** обращения: 20.03.2023).

После рассмотрения основных налоговых доходов, можно сделать заключение о том, что данные налоги представляют огромный интерес при их изучении и оказывают непосредственное влияние на экономику субъектов РФ. В свою очередь федеральный бюджет выступает важным инструментом регулирования и стимулирования экономики,

повышения эффективности производства, средством привлечения дополнительных инвестиций для развития региональной экономики. Используя такой инструмент, как налоги, государство может стимулировать или, наоборот, сдерживать развитие отдельных отраслей экономики. Это осуществляется посредством определения перечня налогов, налоговых ставок или налоговых льгот для отдельных хозяйствующих субъектов или видов деятельности. Регулирование и стимулирование региональной экономики.

Вопрос формирования доходов региональных бюджетов является актуальным, так как увеличение их расходных функций требует дальнейшего укрепления самостоятельности бюджетов, а следовательно увеличения собственной доходной базы.

Налоговыми органами по результатам проведенных в 2019 году налоговых проверок дополнительно начислено платежей в бюджеты всех уровней с учетом налоговых санкций и пени 580,3 млн.руб.

По результатам проведенных выездных налоговых проверок за 2019 год дополнительно начислено платежей с учетом налоговых санкций и пени 418,5 млн.руб., что составляет 72% от общей суммы доначислений по результатам проверок. По сравнению с предыдущим годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам выездных проверок увеличилась на 159,2 млн.руб. или в 1,6 раз (за 2018 доначислено 259,3 млн.руб.).

Всего за 2019 год проведено 22 выездных налоговых проверок. Уровень результативности выездных налоговых проверок составляет 100%.

По результатам проведенных камеральных проверок за 2019 год дополнительно начислено платежей с учетом налоговых санкций и пени 161,7 млн.руб., что составило 28% от общей суммы доначислений по результатам проверок. По сравнению с 2018 годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам камеральных проверок снизилась на 669,7 млн.руб. или на 80,6% (за 2018 доначислено – 831,4 млн.руб.)

Всего за 2019 год проведено 145214 камеральных налоговых проверок, что на 19585 проверок меньше, чем за 2018 год (за 2018 проведено 164799 камеральных проверок). Нарушения выявлены в 14558 проверках.

Налоговыми органами по результатам проведенных за 2020 год налоговых проверок дополнительно начислено платежей в бюджеты всех уровней с учетом налоговых санкций и пени 2313 млн.руб., по сравнению с 2019 годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам проверок увеличилась на 1732,7 млн.руб. или в 3,9 раза (за 2019 доначислено 580,3 млн.руб.).

По результатам проведенных выездных налоговых проверок за 2020 год дополнительно начислено платежей с учетом налоговых санкций и пени 2136,9 млн.руб., что составляет 92,4% от общей суммы доначислений по результатам проверок. По сравнению с 2019 годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам выездных проверок увеличилась на 1717,4 млн.руб. (за 2019 доначислено 418,5 млн.руб.).

Рост доначисленных платежей по выездным налоговым проверкам объясняется доначислением в 2020 году крупных сумм, что составляют 98,3% от общей доначисленной суммы.

Всего за 2020 год проведены 15 выездных налоговых проверок организаций, что на 7 проверок или на 31,8% меньше, чем проведено за 2019 год.

Уровень результативности выездных налоговых проверок составляет 100%.

По результатам выездных налоговых проверок в 2020 году доначислено в разрезе основных видов налогов и сборов:

- НДС – 1808 млн.руб., что составляет 85% от общей суммы доначислений по выездным проверкам. Доначисление по НДС по сравнению с 2019 годом увеличилось на 1589 млн.руб. Уровень результативности проверок составил – 78,5%, который по сравнению с предыдущим годом возрос на 25,4%.

- налог на прибыль организаций – 319 млн. руб., что составляет 15% от общей суммы доначислений по выездным проверкам. Уровень результативности проверок составил 41,7%, что ниже 2019 года на 32%.

По результатам проведенных камеральных проверок за 2020 год дополнительно начислено платежей с учетом налоговых санкций и пени 177,1 млн.руб. По сравнению с 2019 годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам камеральных проверок увеличилась на 15,4 млн.руб. или на 9,5% (за 2019 доначислено – 161,7 млн.руб.)

Всего за 2020 год проведено 149235 камеральные налоговые проверки, что на 4021 проверок больше, чем за 2019 год (за 2019 проведено 145214 камеральных проверок). Нарушения выявлены в 11476 проверках, что на 3082 результативных проверок меньше, чем за 2019 год. Удельный вес результативных камеральных налоговых проверок в 2020 году составил 7,7%, что меньше на 2,3 процентных пункта, чем за 2019 год (уд. вес результативных проверок за 2019 - 10%).

За 2020 год по результатам камеральных налоговых проверок доначислено в разрезе основных видов налогов и сборов:

- НДС – 90,4 млн. руб., что составляет 77,2% от общей суммы доначислений, и что на 18,5 млн.руб. больше, чем за 2019 год. Уровень результативности проверок по сравнению с предыдущим годом снизился на 0,3% и составил – 9,5%.

- НДФЛ – 21 млн.руб., что составляет 12% от общей суммы доначислений. По сравнению с предыдущим годом доначисленная сумма по НДФЛ снизилось на 4,6 млн.руб. Уровень результативности проверок в 2020 году снизился на 4,3% и составил 5,5%.

Налоговыми органами по результатам проведенных за 2021 год налоговых проверок дополнительно начислено платежей в бюджеты всех уровней с учетом налоговых санкций и пени 774,3 млн.руб., по сравнению с 2020 годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам проверок уменьшилась на 1538,7 млн.руб. или в 3 раза (за 2020г доначислено 2313 млн.руб.).

По результатам проведенных выездных налоговых проверок за 2021 год дополнительно начислено платежей с учетом налоговых санкций и пени 555,1 млн.руб. млн.руб., что составляет 71,7% от общей суммы доначислений по результатам проверок. По сравнению с 2020 годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам выездных проверок уменьшилась на 1581,8 млн.руб. (за 2020 г доначислено 2136,9 млн.руб.).

Уменьшение доначисленных платежей по выездным налоговым проверкам объясняется доначислением в 2020 году крупных сумм, что составляло 98,3% от общей доначисленной суммы.

Всего за 2021 год проведено 24 выездных налоговых проверок, из них организаций 22, что на 7 проверок или на 31,8% больше, чем проведено за 2020 год.

Уровень результативности выездных налоговых проверок составляет 96%. Одна проверка (повторная) проведена без результатов к доначислению.

По результатам выездных налоговых проверок в 2021 году доначислено в разрезе основных видов налогов и сборов:

- НДС – 528,7 млн.руб., что составляет 95,2% от общей суммы доначислений по выездным проверкам. Доначисление по НДС по сравнению с 2020 годом уменьшилось на 1279,3 млн.руб. Уровень результативности проверок составил – 81%, который по сравнению с 2020 годом возрос на 2,5%.

- налог на прибыль организаций – 19,7 млн. руб., что составляет 3,6% от общей суммы доначислений по выездным проверкам. Уровень результативности проверок составил 41,2%, что ниже предыдущего года на 0,5%.

По результатам проведенных камеральных проверок за 2021 год дополнительно начислено платежей с учетом налоговых санкций и пени 219,2 млн.руб. По сравнению с 2020 годом сумма дополнительно начисленных платежей по результатам камеральных проверок увеличилась на 42,1 млн.руб. или на 19,2% (за 2020 г. доначислено – 177,1 млн.руб.)

Всего за 2020 год проведено 144768 камеральные налоговые проверки, что на 4467 проверок меньше, чем за 2020 год (за 2020 проведено 149235 камеральных проверок). Нарушения выявлены в 15162 проверках, что на 3686 результативных проверок больше, чем за 2020 год. Удельный вес результативных камеральных налоговых проверок за 2021 год

составил 10,5%, что больше на 2,8 процентных пункта, чем за 2020 год (уд. вес результативных проверок за 2020 - 7,7%).

За 2021 год по результатам камеральных налоговых проверок доначислено в разрезе основных видов налогов и сборов:

- НДС – 95,5 млн. руб., что составляет 43,6% от общей суммы доначислений, и что на 5,1 млн.руб. больше, чем за 2020 год. Уровень результативности проверок в по сравнению с 2020 годом снизился на 6,5% и составил – 3%.

- НДФЛ – 26,5 млн.руб., что составляет 12,1% от общей суммы доначислений. По сравнению с 2020 годом доначисленная сумма по НДФЛ увеличилась на 5,5 млн.руб. Уровень результативности проверок снизился на 2% и составил 3,5%.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что важнейшим фактором повышения эффективности контрольной работы является совершенствование действующих процедур контрольных проверок. Необходимыми признаками любой действенной системы налогового контроля являются: наличие эффективной системы отбора налогоплательщиков; применение эффективных форм, приемов и методов налоговых проверок. Совершенствование каждого элемента позволит улучшить организацию налогового контроля в целом тем самым обеспечив полный контроль за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью перечисления налоговых платежей в бюджет.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации.
2. Дзагоева М.Р., Кайтмазов В.А., Доева Д.Т. Оценка эффективности организации налогового контроля // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-1(67). С. 1076-1080.
3. Козаева О.Т., Тадтаева В.В. Налоговый контроль и его совершенствование // Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-4 (53). С. 101-104.

Мемлекеттік басқару жүйесіндегі гендерлік аспектілер

З.А.Ескерова¹, Ж.А.Амангелді²

¹Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы

² «Мемлекеттік және жергілікті басқару» ББ 2 курс студенті

zamirra_e@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада мемлекеттік басқару жүйесіндегі гендерлік аспектілерді, оның ішінде әйелдер дискриминациясы, қоғамдағы гендерлік саясаттың маңыздылығы, жағдайы мен мәселелері жан - жақты қарастырылған.

Кілт сөздер: мемлекет, басқару, гендерлік аспект, саясат

Бүкіл әлемде гендерлік саясаттың өсуі жаһандық үрдіске айналды. Бұл сегмент экономиканы нығайтуға ықпал етеді, жұмысқа орналасуға мүмкіндік туғызады, сондай-ақ мемлекеттің дамуына елеулі үлес қосады.

Гендерлік аспектілердің пайда болуы ғалымдардың гендерлік теңсіздік мәселелерін және оның әлеуметтік, экономикалық және саяси дамуға әсерін зерттей бастауының салдары болды.

Бәрімізге мәлім, еліміздің мемлекеттік саясаты дамудың демократиялық жолын ұстанған, оның ішінде гендерлік саясат маңызды және ажырамас құрамдас бөлігі ретінде қарастырылады. Бүгінде әйел саяси аренаға белсенді түрде шығып, ірілі-ұсақты бизнесте табысты еңбек етуде. Америка Құрама Штаттары, Норвегия, Ұлыбритания, Германия сияқты елдердің мысалдары әйелдердің негізгі мемлекеттік қызметтерді атқарған және атқарғандары баршаға белгілі. Әйел өзін алғашқы рөлдерде тіпті Шығыс елдерінде (Түркия, Пәкістан,

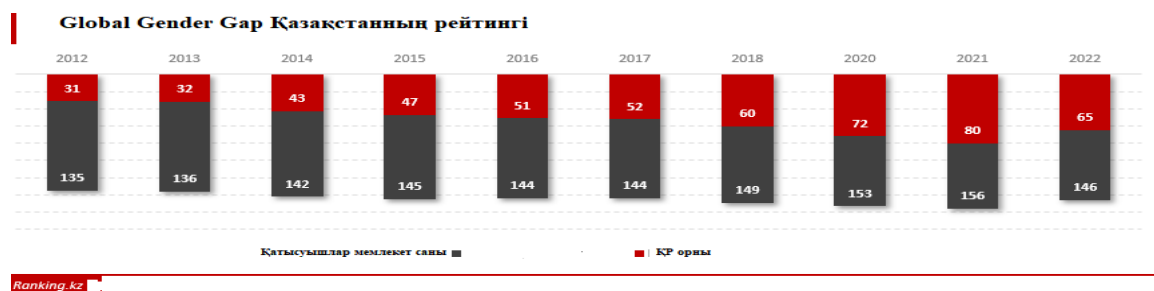
Үндістан, Филиппин) жариялады. Қазір Қазақстанда әйелді парламентте, мемлекеттік органдарда, банктерді, холдингтерді, бірлескен кәсіпорындарды басқаруда жиі кездестіруге болады.

Бірақ объективті түрде қарастыратын болсақ - әйелдің саяси немесе іскерлік мансаптың биігіне жету жолы қиын және көп күш қажет етеді. Бізде бұрынғы патриархалдық өмір салтымен байланысты қалыптасқан стереотиптер, теріс пікір әлі де бар. Иә, және әділ жыныстың өздері кейде мансаптан қорқады, өзін сенімсіз сезінеді, өйткені таңдау мәселесі жиі туындайды: отбасы немесе мансап.

Бүгінгі таңда әйелдерді мемлекетті басқаруда қызмет атқару мәселесін шешуге мемлекеттік қолдау көрсету, яғни әйелдерге кәсіби және отбасылық рөлдерді біріктіру үшін жағдай жасау. Бұл шаралар негізінен барлық салалардағы өндірістік бригадаларды басқарудағы әйелдердің үлесін арттыруға бағытталған.

Мемлекеттік басқару жүйесіндегі гендерлік саясаттың әлемдегі жағдайын қарастыратын болсақ, «БҰҰ-әйелдер» мәліметке сәйкес, саясаттағы «әйелдер картасы» 2023 жылы қаңтар айының жағдайына сәйкес шетелдік мемлекеттерде саяси саласында әйелдердің қызмет атқаруы -11.3 Ж% (151 мемлекеттің ішінде), ал үкіметте 9.8% алады. Бұл көрсеткіш базистік жылмен салыстырғанда 5-6% жоғары. Жалпы айтқанда, мемлекеттік басқару саласында гендерлік саясатты жүзеге асыру лидері Еуропа және Америка елдері болып табылады.

Ал отандық тәжірибені талдайтын болса, гендерлік тепе - теңдік көрсеткіші, яғни бұл индекс олардағы қол жетімді ресурстардың деңгейін емес, елдегі ресурстар мен мүмкіндіктерге қол жеткізу мәселелеріндегі гендерлік теңсіздікті өлшейді. Биыл Қазақстан 72,1% индексмен рейтингте 62 орынға ие болды (146-дан). 2022 жылмен салыстырғанда (71,9%) елдің индексі 0,28% - ға өсті. Ол 1 суретте көрсетілген.



Сурет 1. Гендерлік тепе - теңдік индексі, 2022 ж
Е с к е р т у: ақпарат көзі -Ranking.kz

Бүгінде Қазақстанның экономикалық белсенді халқының жартысына жуығы немесе 4,6 млн адамы – әйелдер. Жұмыспен қамтылған әйелдердің үштен бірі жоғары білікті жұмыстарды орындайды, ал ер адамдар негізінен жабдықпен, өнеркәсіпте, құрылыста және т. б. жұмыс істейді. Әйелдер мемлекеттік басшылары арасында да көбейіп келеді – тек бір жылдың ішінде олардың үлесі 2022 жылдың қорытындысы бойынша 5% - ға өсті (38%).

Бірақ, мемлекет басқару саласында гендерлік саясатты жүзеге асырудағы мәселелер бар. Олар:

1. Гендерлік саясатты дамытудағы қоғамның басым бөлігі қарсы шығуы;
2. Әйел адамдардың мемлекеттік басқару саласында қызмет атқаруы бас тартуы;
3. Мемлекеттік басқарудағы дискриминация және т.б.

Қазақстан Республикасындағы 2030 жылға дейінгі отбасылық және гендерлік саясат тұжырымдамасын сәйкес, бұл мәселелерді шешу үшін келесі іс-шараларды жүзеге асыру қажет:

- тарихи түрде қалыптасқан пікірлерді тежеу, яғни қоғамның санасын өзгерту;
- әйелдердің мәртебелерін қоғамда жоғарлату;
- психологиялық көмек көрсету;
- әйелдердің экономикалық мүмкіндіктерін кеңейту;

-өңірлер, қалалар және аудандар бөлінісінде жұмыспен қамту, базалық әлеуметтік көрсетілетін қызметтерге, мемлекеттік қолдаудың әртүрлі шараларына қол жеткізу бөлігінде гендерлік мұқтаждықтар мен қажеттіліктер картасын әзірлеу;

-гендерлік алшақтықты жою.

Қазіргі әлемдегі әйелдердің көптеген мүмкіндіктері бар, бірақ дұрыс ойластырылмаған гендерлік саясат олардың әлеуеті мен тілектерін ашуды қиындатады. Әйелдерге мансап құруға және кәсіби дағдыларын іскерлік тәжірибеге біріктіруге көмектесетін гендерлік мәселелер туралы Жеке және кәсіби түсінік жетіспейді. Бұл құбылысты азайту үшін, әсіресе әлеуметтік-еңбек саласында гендерлік теңдікті қамтамасыз етудің қолданыстағы ұлттық тетіктерін құру қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Мемлекеттік басқару теориясы : ғылыми басылым / Ж. Ихданов , Ғ. Н. Сансызбаева , Р. Ғ. Есенжігітова . - Алматы : Экономика, 2007. - 215 б.

2. Қазақстан Республикасындағы 2030 жылға дейінгі отбасылық және гендерлік саясат тұжырымдамасы, 2016 ж

3. Ranking.kz

Инновациялық әлеуетті басқару механизмі

С.К. Ержанова¹, А.И. Жуматаева²

¹ экономика ғылымдарының кандидаты, менеджмент кафедрасының профессоры

² МН-41 тобының 4 курс студенті
salta_27@mail.ru

^{1,2} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды

Түйіндеме: Ұйымның инновациялық әлеуетін бағалауға арналған көрсеткіштер пайдалануға оңай және әмбебап болуы, кәсіпорынның инновациялық әлеуетінің даму деңгейі туралы жеткілікті, толық және объективті ақпарат беруі және қарастырылатын салалардың сипаттамаларына қатысты болуы тиіс.

Кілтті сөздер: инновация, механизм, қызмет, персонал, маркетинг, жоспар, бағдарлама.

Қазіргі экономикалық орта күрделілігімен, әлеуметтік-экономикалық үдерістерді ақпараттандырумен, қарқындылықпен сипатталады; онда көптеген экономикалық жүйелер жұмыс істейді және олар өзара әрекеттеседі, сондықтан осы жүйелердің дамуын қамтамасыз ететін көптеген ұйымдастырушылық және экономикалық басқару механизмдері бар.

Осылайша, кәсіпорынның инновациялық қызметін басқару механизмінің жалпы құрылымы белгілі бір пәндік саланың, ұйымның қызмет саласының ерекшеліктеріне, басқарылатын жүйенің нақты сипаттамаларына, оның ішінде оның жұмыс істеуінің материалдық-техникалық, кадрлық, қаржылық, ақпараттық, нормативтік-құқықтық, ғылыми-әдістемелік жағдайларына сәйкес ашылуы керек.

Сонымен қатар, басқарудың белгілі бір ұйымдастырушылық-экономикалық механизмін жүзеге асырудың қасиеттерінің, мазмұны мен нұсқаларының әртүрлілігі басқарудың өзара әрекеттесетін субъектілерінің көптігімен және олардың мақсаттарымен, басқару функцияларын жүзеге асыратын мақсатты әсер ету объектілерімен, басқару әдістерінің, құралдарының және механизмдерінің алуан түрлілігімен анықталады.

Инновациялық әлеуетті басқару механизмі ұйымның үш негізгі функциясы негізінде инновациялық дамудың өсуін қамтамасыз ететін басқару инфрақұрылымының рөлін атқарады:

1) инновациялық әлеуеті бар кіші жүйелердің өнімді жұмысын жүргізу үшін қолайлы жағдайлар.

2) диагностиканың өзектілігін және ұсынылған инновациялық нәтижеден ауытқуларды түзетуді ескере отырып, инновациялық қызметті іске асырудың шектеусіз үдерісін басқару.

3) инновациялық дамудың неғұрлым оңтайлы бағытын таңдау және инновациялық жүйені қоршаған ортаның белсенді өзгерістеріне бейімдеудің неғұрлым тиімді тәсілдерін іздеу стратегиясы болып табылады.

Осылайша, кәсіпорынның инновациялық әлеуетін қалыптастыру механизмі деп инновациялық әлеует компоненттерінің сапасын талдау және болжамды бағалау негізінде құрылған өзін-өзі реттейтін жүйені түсіну керек, ішкі және сыртқы әсер ету факторларын, принциптерді, әдістерді, басқару функцияларын ескере отырып, кәсіпорынның инновациялық дамуына ықпал ететін және жоғары сапалы инновациялық тауарлар өндірісін қамтамасыз ететін ұсынылған құралдарды қолдану арқылы.

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін қалыптастыру механизмін іске асыру кезінде сыртқы ортаның әсерін, экономика мен ғылыми–техникалық қызметтің жаһандануын, ғылыми–техникалық үдерістің негізгі жетістіктерін, ұлттық және аймақтық басымдықтарды, сондай-ақ, сөзсіз, кәсіпорынның дамуының негізгі басымдықтары мен мақсаттарын ескеретін белгілі бір қағидаттарға нақты сәйкестік қажет. Берілген ұстанымдар болуы мүмкін:

1) жүйелік (өнеркәсіптік кәсіпорында инновациялық әлеуеттің қалыптасуын қамтамасыз ететін жүйенің қалыптасуын көздейді);

2) бейімделу (сыртқы және ішкі тітіркендіргіштерге жылдам жауап беруді және өндірістік кәсіпорын жұмысының өзгеретін ортасына бейімделуді қамтамасыз етеді);

3) басқарушылық (өнеркәсіптік кәсіпорынның инновациялық әлеуетін қалыптастыру механизмінің әрбір әрекеті, әр элементі басқарылуы және басқарылуы керек деп болжайды);

4) мақсаттылық (инновациялық әлеуетті қалыптастыру механизмінің бағытын, ең алдымен, кәсіпорынның мақсатына жетуді көздейді);

5) ғылымилық (инновациялық қызметтің мақсаттарын, міндеттерін, мазмұнын анықтауда ғылыми зерттеу нәтижелерін пайдалану қажет деп болжайды);

б) интеграциялық (механизмнің барлық негізгі элементтерінің өзара тығыз байланысы мен өзара байланысының болуын, оларды барлық деңгейлерде бірыңғай жүйеге ұйымдастыруды көздейді).

Сонымен қатар, инновациялық әлеуетті қалыптастыру механизмі құрылуының іргетасы – бұл кәсіпорынның жоғарғы басшылығының оны жүзеге асыру үдерістерін стратегиялық, ұзақ мерзімді қолдауы.

Инновациялық әлеуетті қалыптастыру механизмі ішкі және сыртқы ортаның көптеген факторларының әсерінен әрекет етеді. Бұған дейін біз өнеркәсіптік кәсіпорынның инновациялық әлеуетіне әсер ететін сыртқы факторларды анықтадық: қаржы–экономикалық, техникалық–технологиялық, әлеуметтік–мәдени, нормативтік–құқықтық, экологиялық. Инновациялық әлеуетке әсер етудің ішкі факторларын келесі топтар тұрғысынан қарау ұсынылады: қаржылық–экономикалық, ұйымдастырушылық–басқарушылық және әлеуметтік–техникалық.

Алға қойылған инновациялық мақсаттарға жету үшін белгілі бір құралдар мен механизм қажет. Өнеркәсіптік кәсіпорынның инновациялық әлеуетін қалыптастыру механизміне басқарушылық әсер ету құралдары экономикалық, ұйымдастырушылық, маркетингтік, кадрлық, техникалық, басқарушылық, құқықтық механизмді қарастырамыз, олардың әрқайсысының өзіндік мәні бар. Енді оларға толығырақ тоқталайық:

– экономикалық – инновациялық қызметті қаржыландыру көздерін ұтымды таңдау, инновациялық өнімді өндіруге шығындарды оңтайландыру, инвестицияларды өтеу мерзімін қысқарту;

– ұйымдастырушылық – инновациялық үдерісті ұйымдастыруды жетілдіру, кәсіпорынның инновациялық жүйесінің құрылымдық бөлімшелері арасындағы байланысты орнату, ұйымдық құрылымның икемділігін арттыру;

– маркетинг – сатудың жаңа нарықтарын іздеу, кәсіпорынның инновациялық қызметінің нәтижелерін коммерциализациялау, жарнамалық кампаниялар;

– персонал – кәсіпорын жұмысшыларының кәсіби біліктілігін арттыру, бөлімдерді кадрлармен қамтамасыз ету, қызметкерлерді моральдық және материалдық көтермелеу (еңбек мотивациясы), шығармашылық ынтымақтастық атмосферасын құру, ұжымда психологиялық ахуал орнату;

– техникалық – өндірісті механикаландыру және автоматтандыру деңгейін арттыру, өндіріс технологиясын жетілдіру, өнімнің жаңа түрлерін құру және игеру, инновациялық өнімнің сапасын арттыру, ресурстарды үнемдейтін технологияларды енгізу;

– басқарушылық – инновацияларға арналған жоспарлар мен бағдарламалар жасау, ұйымның барлық бөлімшелерінде бірыңғай инновациялық саясатты қалыптастыру және жүзеге асыру, инновациялық өндірісті барлық қажетті ресурстармен үздіксіз қамтамасыз ету, кәсіпорынның инновациялық жүйесін құру және тиімді басқару;

– заңды – өнімді тұтынушылардың құқықтарын сақтау, өнімнің белгіленген стандарттарға сәйкестігін құжаттық растау, инновациялық өндірістің экологиялық стандарттарға сәйкестігі.

Инновациялық әлеуетті қалыптастыру механизмінің бірінші деңгейі міндеттерді қалыптастыруды және инновациялық әлеуеттің деңгейіне әсер ету факторларын анықтауды көздейді. Теориялық әзірлемелер мен практикалық іске асыру негізінде механизмнің бірінші деңгейінің құрамдас бөліктері анықталды (әдістер, принциптер, функциялар, құралдар мен механизмдер, ішкі және сыртқы әсер ету факторлары, сондай-ақ инновациялық әлеуеттің ішкі ішкі жүйесі), олардың өзара іс – қимылы мен пайдалану дәйектілігі кәсіпорынның инновациялық әлеуетін қалыптастыру саласында тиімді шешім қабылдауды қамтамасыз етеді.

Тұтастай алғанда, жоғарыда аталған барлық шаралар инновациялық әлеуетті үнемі жоғарылату арқылы оны сапалы басқаруға мүмкіндік береді.

Кез-келген ұйым, ең алдымен, адам ресурстарын жүйе ретінде басқару екенін есте ұстаған жөн. Қазіргі жағдайда бұл ұйымның стратегиялық, құрылымдық, әртараптандырылған және басқа да даму түрлеріне бағытталған өте күрделі және көп уақытты қажет ететін процесс, нәтижесінде оның бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастырады.

Заманауи технологиялар мен білімдерді жылдам игеріп, оны жеткілікті дәрежеде қолдана алатын, барлық инновацияларды қолдана алатын, кадрлармен жұмыс істеудің мүлдем жаңа түрлерін енгізетін және ақпаратпен өзара әрекеттесу тәсілдерін жүйелі түрде жетілдіре алатын кәсіпорын ғана үнемі қызмет ете алады және интенсивті түрде жұмыс істей алады. институционалды ортамен қарым-қатынасты дамыту, олардың бәсекелестеріне қарсы тұру, жылы серіктестіктерді қолдау және қоғамдық сұраныстардың барлығын қанағаттандыру.

Әдебиеттер тізімі

1 Қазақстан Республикасындағы кәсіпорындардың инновациялық қызметі туралы. Инновация статистикасы <https://stat.gov.kz/official/industry/23/statistic/5>

2 Сагиева Р.К., Жупарова А.С., Жайсанова Д.С. Оценка эффективности инновационной активности предприятий с использованием концепции маркетинга-микс // Central Asian Economic Review. 2020;(4). P.116-126.

3 Егембердиева С.М. Инновационный потенциал промышленных предприятий Казахстана: монография / С.М. Егембердиева, Р.А. Байжолова, П.Т. Садыкова. - Алматы: Эверо, 2018. – 264.

4 Дуболазова Ю.А. Инновационный механизм – важнейшее направление реализации эффективного развития промышленного предприятия / Ю. А. Дуболазова // Международный научно-исследовательский журнал. - 2017. - № 04 (58) Часть 3. 86-88.

Мемлекеттік қызметтерді цифрландыру

З.А.Ескерова¹, З.А. Садвакасов²

¹ Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы

² «Мемлекеттік және жергілікті басқару» ББ 2 курс студенті

zamirra_e@mail.ru, ziatsadvakasov@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада мемлекеттік басқару жүйесінің цифрландыру, оның ішінде мемлекеттік қызметтің сандық форматқа өту, қоғамдағы оның маңыздылығы, жағдайы мен мәселелері жан - жақты қарастырылған.

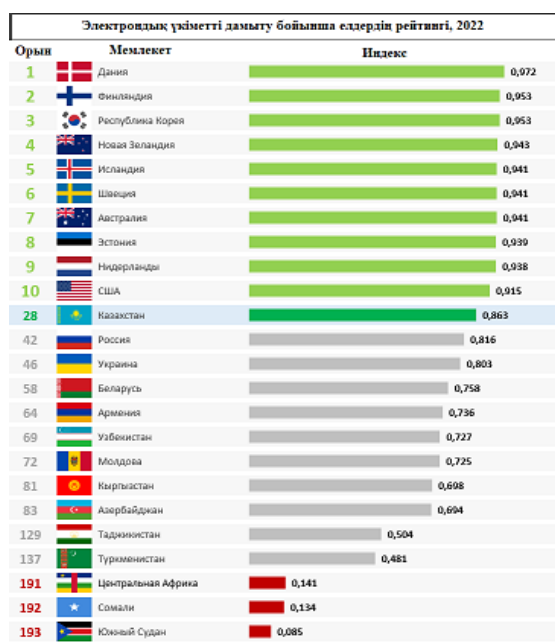
Кілт сөздер: Мемлекет, басқару, мемлекеттік қызметтер, азаматтарға арналған үкімет корпорациясы

Соңғы кезде бүкіл әлемде орын алған сын-қатерлі оқиғалар кейін мемлекеттік басқару саласында көптеген өзгерістерге ие болды. Мемлекеттік басқару жүйесі толықтай трансформацияланды.

Заманауи ақпараттық технологияларды қолданудың арқасында мемлекеттік органдардың мүмкіндіктері айтарлықтай кеңейді, бұл көрсетілетін мемлекеттік қызметтердің тиімділігі мен сапасын арттыруға мүмкіндік береді. Мемлекеттік қызметтегі цифрландыру электронды құжат айналымын жетілдіруден бастап азаматтармен және бизнеспен өзара әрекеттесу үшін ыңғайлы интерфейстерді құруға дейінгі үдерістердің кең ауқымын қамтиды. Мемлекеттік қызметтегі цифрландырудың мақсаты мен өзектілігін және оның мемлекеттік органдар қызметінің тиімділігін арттыруға арналған стратегиясын талдаймыз.

Бүгінгі таңда мемлекеттік қызметті цифрландыру үдерісі тиімді жүзеге асырылып жатыр. Ел қоғамның әл-ауқатын, халықтың жұмыспен қамтылуын, білім берудің бәсекеге қабілеттілігін және денсаулық сақтаудың тиімділігін қамтамасыз ету мақсатында жаңа технологияларды сенімді түрде енгізуде.

Мәселен, 2022 жылы Қазақстан электрондық үкіметтің даму деңгейі бойынша 193 елдің арасында 28-ші орында. Бұл 2021 жылмен салыстырғанда бір позицияға жоғары. ТМД және Орталық Азия елдерінен басқа, Қазақстан Ирландия, Канада, Италия, Бельгия, Чехия және басқа да дамыған елдерді басып озады. (1 сурет)



Сурет 1. Электронды үкіметті дамыту бойынша рейтингі, 2022 ж

Е с к е р т у: ақпарат көзі- Finprom.kz

Көрсетілген мәліметтерді сәйкес, Қазақстан Республикасы «Азаматтарға арналған үкімет» корпорациясын құру арқылы мемлекеттік қызметтерді цифрландыруға белсенді түрде қатысып жатқанын атап өтуге болады. Ол цифрлық қызметтерге қатысты жаһандық үрдістерді көрсете отырып, мемлекеттік қызметтерді электронды түрде көрсету бойынша жұмыс жасауда.

2022-2026 жылдарға арналған “Азаматтарға арналған үкімет” мемлекеттік корпорациясы” Даму стратегиясына сәйкес, мемлекеттік қызметтерді цифрландырудың ағымдық жағдайына келетін болсақ, жыл сайын 16 млн мемлекеттік қызметтер жаңартылуда. Ол келесі суретте көрсетілген.



Сурет 2. Мемлекеттік қызметтің цифрландыру

Е с к е р т у: Ақпарат көзі- 2022-2026 жылдарға арналған “Азаматтарға арналған үкімет” мемлекеттік корпорациясы” Даму стратегиясы

Бұл әлемдік тәжірибені Қазақстандағы жағдаймен салыстыра отырып, халық арасында цифрлық дағдыларды дамытуға көңіл бөлу маңызды екенін атап өтуге болады. Сондай-ақ табысты цифрлық қабылдауды қамтамасыз ету үшін адами капиталға баса назар аудару маңызды.

Тұтастай алғанда, мемлекеттік қызметтерді цифрландыру азаматтар мен бизнеске көрсетілетін қызметтерді жақсарту үшін маңыздырақ болып отыр. Бұл үдерісте халықтың цифрлық дағдыларын дамыту маңызды рөл атқарады, сондықтан Қазақстандағы мемлекеттік қызметтерді цифрландыру стратегиясы әлемдік тәжірибені ескеріп, оның озық тәжірибесін біріктіруі керек.

Цифрлық мемлекеттік қызметтерді дамыту үшін киберқауіпсіздік аспектісі маңызды. Цифрлық технологиялар мен онлайн-қызметтердің саны артқан сайын кибершабуылдар мен деректер қауіпсіздігін бұзу қаупі де артады. Сондықтан елдер деректерді қорғауға жіті назар аударып, киберқауіптерге тиімді қарсы тұру үшін мамандандырылған киберқауіпсіздік агенттіктерін құруда.

Сондай-ақ Қазақстан киберқауіпсіздіктің адаптивті бағдарламаларын белсенді түрде әзірлеуі және енгізуі және мемлекеттік деректер мен ақпараттық жүйелерді киберқауіптерден қорғау үшін тиісті департаменттер мен құрылымдарды қолдауы керек. Киберқауіпсіздікті қолдау және дамыту цифрлық мемлекеттік қызметтерді пайдаланатын азаматтар мен бизнес үшін деректердің қауіпсіздігі мен құпиялылығын қамтамасыз ету үшін маңызды.

Сонымен бірге, Қазақстан Республикасының Мемлекеттік корпорациясы мемлекеттік қызметтерді цифрландырудың әлемдік тәжірибесін ескере отырып, үш басым бағыт бойынша даму стратегиясын әзірледі. Дамудың негізгі бағыттарының бірі – бизнес-процестерді автоматтандыруға және қызмет көрсету сапасы мен жылдамдығын арттыруға көмектесетін мемлекеттік қызметтерді көрсету алаңын құру. Бұл ретте Мемлекеттік корпорация цифрлық сәйкестендірудің инновациялық әдістері арқылы дербес деректердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуге ұмтылады.

Бұдан басқа, Мемлекеттік корпорация «өмірлік жағдайларға арналған» мемлекеттік қызмет көрсету бизнес-процестерінің әдіскері және мемлекеттік қызмет көрсету мәселелері бойынша азаматтарға арналған сарапшы омбудсмен қызметін атқаруды жоспарлап отыр.

Сондай-ақ мемлекеттік қызмет көрсету саласындағы оның ұстанымын нығайта түсетін Мемлекеттік корпорацияның мәртебесі туралы заң жобасын әзірлеуге ұмтылуда.

Мұны әлемдік тәжірибемен салыстыра отырып, мемлекеттік қызметтерді көрсету және клиенттердің өмірлік жағдайларына негізделген бизнес-процестерді әдістемелік қолдау платформасы әлемдік тәжірибенің озық тәжірибесін ескере отырып, инновациялық тәсіл болып табылатынын атап өтуге болады. Мемлекеттік қызметтерді көрсетудің «өмір бойы» тәсілі тұтынушылар үшін жекелендірілген және ыңғайлы қызметтерді жасайды және тұтынушылардың жалпы қанағаттануын жақсартады.

Сондай-ақ Мемлекеттік корпорацияның мемлекеттік қызметтерді көрсетуге үкіметтік емес ұйымдарды, фронт-офистер мен пошта бөлімшелерін тарту жоспары қызметтерге қол жеткізу арналарын кеңейтеді және оларды алудың жаңа тәсілдері туралы хабардарлықты арттырады. Мемлекеттік қызметтерді көрсетудің көп арналы тәсілі азаматтар үшін қызметтердің ыңғайлылығы мен қолжетімділігін арттыруға көмектеседі.

Бірақ, соған қарамастан, мемлекеттік қызметтерді цифрландыру саласында көптеген мәселелер бар екені анық. Оларды атап өтетін, болсақ:

- интернет жылдамдығының төмен болуы;
- мәліметтер база сапасының нашар болуы;
- мемлекеттік қызметтер осы күнге дейін толықтай сандық форматқа ауыстырылмаған;
- мемлекеттік қызметкерлердің ІТ саласындағы білім деңгейінің төмен болуы .

Жоғарыда айтылған мәселелерді шешу үшін, яғни мемлекеттік қызметтегі жұмыс тиімділігін арттыру және әрі дамыту үшін келесі басым бағыттарды дамытуға аса қатты назар аудару қажет. Цифрландырудың негізгі аспектілерінің бірі мемлекеттік органдарға ақпаратты тиімдірек сақтауға және басқаруға мүмкіндік беретін, сондай-ақ жұмыста ұтқырлық пен икемділікті арттыра отырып, әлемнің кез келген нүктесінен деректерге қол жеткізу мүмкіндігін қамтамасыз ететін бұлтты деректерді сақтау болып табылады. Сондай-ақ, әрдайым кадрлардың біліктілігін жоғарлату қажет, мемлекеттік қызмет саласына жасанды интеллекті енгізу керек, азаматтардың киберқауіпсіздігін жоғары деңгейде қамтамасыз ету керек.

Жалпы айтқанда, мемлекеттік басқарудың трансформациясы толықтай және тиімді іске асыру үшін ең алдымен мемлекеттік қызметкерлердің, жалпы қоғамның сауаттылығын жоғары деңгейге көтеруіміз қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Мемлекеттік басқару теориясы : ғылыми басылым / Ж. Ихданов , Ғ. Н. Сансызбаева , Р. Ғ. Есенжігітова . - Алматы : Экономика, 2007. - 215 б.

2. 2022-2026 жылдарға арналған “Азаматтарға арналған үкімет” мемлекеттік корпорациясы” Даму стратегиясы, 2021

3. www.Finprom.kz

Табиғи ресурстарды мемлекеттік басқарудың ерекшеліктері

С.К. Ержанова¹, Д.А. Үкітай², Р. Ержанұлы³

¹экономика ғылымдарының кандидаты, менеджмент кафедрасының профессоры

^{2,3}ГМУ-41 тобының 4 курс студенті

salta_27@mail.ru

^{1,2,3} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды

Түйіндеме: Мақалада табиғи ресурстарды мемлекеттік басқарудың ерекшеліктері қарастырылған. Қазіргі уақытта теория мен практикада қоғам мен табиғаттың өзара

әрекеттесуі саласындағы басқарудың әртүрлі тәсілдері қолданылады, соның ішінде экологиялық менеджмент, табиғатты пайдалануды басқару.

Кілт сөздер: ресурс, табиғат, басқару, қоршаған орта, мемлекет, бағдарлама, экология.

Табиғи ресурстарды басқару – бұл мемлекеттің табиғи ресурстарды ұтымды пайдалану, қоршаған ортаны қорғауды ұйымдастыру, сондай-ақ экологиялық-экономикалық қатынастардағы заңдылық режимін қамтамасыз ету жөніндегі қызметі.

Табиғатты пайдалануды басқару табиғи ресурстарды немесе табиғи процестерді емес, белгілі бір аумақтардың табиғи жүйелеріне кіретін адамдардың әрекеттерін басқаруды білдіреді.

Табиғи ресурстарды басқару – бұл табиғи ресурстарға билік етуді, табиғи ресурстарды ұтымды пайдалануды және молықтыруды қамтамасыз етуді, қоршаған ортаның қолайлы жай-күйін сақтауды немесе қалпына келтіруді, сондай-ақ мемлекет мүдделерін сақтауды және заңды тұлғалардың экологиялық құқықтары мен заңды мүдделерін қорғауды қамтитын қызмет.

Ол негізінен мемлекеттің, оның органдарының, сондай-ақ жұртшылықтың орнықты даму мақсатында табиғи ресурстарды ұтымды пайдалану саласындағы құқықтық актілерді, жоспарларды, бағдарламаларды, іс-шараларды әзірлеу және орындау жөніндегі ұйымдастырушылық қызметінде көрініс табады.

Бұл жағдайда басқару жүйенің тұрақтылығын сақтау мақсатында оның жай-күйін реттеу шараларының жиынтығы ретінде қарастырылады. Табиғи ресурстарды басқару – бұл тұрақты даму мақсатына жету үшін табиғи ресурстарды пайдалануды жоспарлау, ұйымдастыру, ынталандыру және бақылау процесі.

Овсянко Д.М. пікірінше, басқару – бұл белгілі бір мақсаттарға жету үшін жүзеге асырылатын адамдардың ұйымдастырушылық қызметі.

Басқару – бұл мақсатты (саналы, ойластырылған), ұйымдастырушы, адамдардың тікелей және арнайы құрылған құрылымдар арқылы жүзеге асырылатын өзінің қоғамдық, ұжымдық және топтық өміріне әсерін реттейтінді. Басқару объектісі ретінде әртүрлі құбылыстар мен процестер әрекет етеді: адам, ұжым, әлеуметтік қауымдастық, механизмдер, технологиялық процестер, қоршаған орта.

Қоғам мен қоршаған табиғи ортаның өзара іс-қимылы саласындағы басқару қоршаған орта туралы заңнама талаптарының орындалуын қамтамасыз етуге бағытталған тиісті субъектілер қабылдайтын іс-қимылдар жиынтығын білдіреді.

Басқаша айтқанда, басқару – бұл басқару субъектісінің басқару объектісіне әсер етуінің мақсатты процесі.

Экологиялық басқару дегеніміз – қоғамдық билік органдары және басқа да уәкілетті субъектілер адамдардың экологиялық маңызды мінез-құлқын ұйымдастыру және бақылау, реттеу және қадағалау, экологиялық заңнама талаптарын сақтау бойынша жүзеге асыратын әрекеттер жиынтығы.

Өз қызметінің нәтижесінде адам табиғатқа антропогендік әсер етеді (оң да, теріс те).

Қоршаған ортаның жекелеген элементтеріне антропогендік әсер ету түрлерінің ішінде мыналарды ажыратуға болады:

- табиғи ресурстарды алу (өндіру) ;
- табиғи ресурстардың ластануы;
- табиғи ресурстарды қалпына келтіру;
- табиғи ресурстарды толықтыру;
- табиғи ресурстарды молайту.

Әртүрлі табиғи объектілер мен ресурстарды пайдалана отырып, адам табиғатты пайдалануды жүзеге асырады.

Табиғатты пайдалану дегеніміз – адамның өмір сүру ортасын сақтау шарттарымен қоғамның осы Техникалық және әлеуметтік-экономикалық мүмкіндіктері кезінде адамның экономикалық қызметіне нақты қатысуы мүмкін Жердің табиғи ресурстарының бөлігі ретінде табиғи ресурстар әлеуетін пайдаланудың барлық түрлерінің жиынтығы.

Ресурстарды пайдалану "Табиғатты пайдаланудың" синонимі ретінде, сонымен қатар табиғатты пайдаланудың неғұрлым тар және ерекше түрі болып табылатын Тәуелсіз қызмет түрі ретінде пайдаланылуы мүмкін. Ресурстарды пайдаланудың әртүрлі түрлері бар.

Дәстүрлі ресурстарды пайдаланудың табиғи ресурстарына кең таралған пайдалы қазбалар, жануарлар мен өсімдіктер әлемінің объектілері, жер үсті су қоймалары жатады. Басқа табиғи ресурстарға тікелей немесе жанама әсер етпестен бір табиғи ресурсты пайдалану іс жүзінде мүмкін емес. Бұл табиғи ресурстарды кешенді пайдалану қажеттілігін анықтайды.

Кешенді ресурстарды пайдалану тек бір (негізгі) табиғи ресурсты ғана емес, сонымен бірге онымен тікелей байланысты басқа ресурстарды да ұтымды пайдалануды көздейді. Табиғатты кешенді пайдалануға шарттар жасасу мүмкіндігі ҚР экологиялық заңнамасында көзделген. Осылайша, заң шығарушы ресурс пайдаланушыны оларды барынша толық өндіруге және шығындарды азайтуға итермелейді (мысалы, мұнай ғана емес, сонымен бірге ілеспе табиғи газды өндіру).

Табиғи ресурстарды басқару түрлері: жер ресурстары, жер қойнауын пайдалану, су пайдалану.

Жер ресурстарын басқару – бұл мемлекет пен оның қоғамының жер ресурстарына олардың тиімді және өнімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету үшін жер ресурстарын пайдаланудағы объективті заңдылықтарды пайдалану арқылы жүйелі, саналы, мақсатты әсер етуі.

Жер ресурстарын басқарудың басты мақсаты мемлекет орналасқан жердің қасиеттері есебінен қанағаттандырылатын мемлекет пен оның қоғамының қажеттіліктерін қамтамасыз ету болып табылады. Ұтымды және тиімді пайдалану; сондай-ақ жерді қорғау; жер ресурстарын перспективалық қайта бөлуді және оларды пайдалану тәсілін құру және ілгерілету; халықтың табиғи және әлеуметтік өмір сүру жағдайларының өте жоғары деңгейі; кәсіпкерлікті тиімді ілгерілету; қоршаған табиғи ортаның, оның ішінде жердің қасиеттерін сақтау және қалпына келтіру.

Жер ресурстарын басқару объектісі еліміздің барлық жер қоры, әкімшілік-аумақтық бірліктер, сондай-ақ жер учаскелері болып табылады.

Басқару субъектілері:

- ҚР өкілді органдары;
- мемлекеттік атқарушы органдар.

Табиғи ресурстарды басқаруды жүзеге асыратын құқық субъектілері:

- шаруашылық жүргізуші субъектілер;
- ҚР заңдарында белгіленген құзыретке сәйкес мемлекеттік билік және жергілікті басқару органдары;
- билік органдары уәкілеттік берген жеке немесе заңды тұлғалар.

Мемлекеттік ресурстарды басқару жалпы және ведомстволық (салалық) басқаруға бөлінуі мүмкін. Жалпы мемлекеттік басқаруды жалпы және арнайы құзыреттің мемлекеттік органдары жүзеге асырады және ол аумақтық сипатқа ие. Ол жер санатына және жер учаскесіне құқық субъектілеріне қарамастан белгілі бір аумақ шегіндегі барлық жерлерге қолданылады.

Табиғи ресурстар – бұл адамзат қоғамының өмір сүру құралы болып табылатын және экономикалық қызмет процесінде қолданылатын табиғат элементтері. Табиғи ресурстарға күн, жел және су энергиясы, топырақ, өсімдіктер, жануарлар, минералды шикізат, тұщы және минералданған су жатады.

Табиғи ресурстар оларды пайдалану сипатына қарай бөлінеді:

- таусылатын жаңартылатын;
- сарқылмайтын жаңартылмайтын;
- таусылмайтын.

Таусылатын жаңартылатын табиғи ресурстарға жануарлар мен өсімдіктер әлемі, топырақ жатады. Бұл ресурстар оларды пайдалану барысында үнемі жаңартылып отырады.

Алайда, мысалы, өсімдік жамылғысын немесе жануарлар популяциясын қалпына келтіруге қарағанда, жер жамылғысын қалпына келтіру үшін көп уақыт қажет.

Таусылмайтын табиғи ресурстарға миллиондаған жылдар бойы жердің қатты қабығында (литосферада) пайда болған пайдалы қазбалар жатады. Пайдалы қазбаларды өндіру кезінде қорлар таусылады және қалпына келтірілмейді. Мұндай табиғи ресурстарға қара және түсті металл кендері, көмір, мұнай, газ және басқалар жатады.

Таусылмайтын табиғи ресурстар – бұл алдағы жүздеген миллион жыл ішінде оларды оңтайлы пайдалану кезінде игерілмейтін ресурстар. Оларға күннің жылу және жарық энергиясы, жел энергиясы, тыныс алу құбылыстарының энергиясы, Жердің ішкі жылуы жатады. Елдің экономикалық әлеуеті негізінен минералды-шикізат базасына байланысты. Минералды шикізат – бұл Кенді және Кенді емес пайдалы қазбалар, көлдер мен теңіздердегі, жер асты суларындағы тұздардың ерітінділері.

Пайдалы қазбалар – бұл жер қыртысындағы минералды заттардың табиғи жинақталуы, оларды халық шаруашылығында қолдануға болады. Басқару әдістері – табиғатты ұтымды пайдалану мен қоршаған ортаны қорғауды қамтамасыз ету мақсатында басқарылатын объектілердің мінез-құлқы мен қызметіне әсер ету тәсілдері.

Әдебиеттер тізімі

1 "Қазақстан Республикасының Экологиялық кодексі" Қазақстан Республикасының 2021 жылғы 2 қаңтардағы № 400-VI кодексі (01.05.2023 ж. жағдай бойынша өзгерістермен және толықтырулар енгізілген).

2 Пьядичев Э.В. Охрана окружающей среды и основы природопользования: учебное пособие / Э.В. Пьядичев, Р.В. Шкрабак, В.С. Шкрабак. – Москва: Мир, 2022.

Қазақстанның мемлекеттік қызмет кадрларын басқару жетілдіру

З.А.Ескерова¹, Д.Ж.Жасұлан²

¹Менеджмент кафедрасының профессоры

² «Мемлекеттік және жергілікті басқару» ББ 4 курс студенті
zamirra_e@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: мақалада Қазақстанның экономикасын болашақтың цифрлық экономикасын құруды қамтамасыз ететін түбегейлі жаңа даму траекториясына көшіруге жағдай жасаудағы маңызды ресурс - кадр саясатына сипаттама берілген. Жалпы, мемлекеттік қызметтегі кадр саясатының негізгі ерекшеліктері мен оны дамытудағы іс-шаралар жан-жақты қарастырылған.

Кілт сөздер: мемлекеттік басқару, мемлекет, мемлекеттік қызметкерлер, даму тенденциялары

Қазақстанның экономикасын болашақтың цифрлық экономикасын құруды қамтамасыз ететін түбегейлі жаңа даму траекториясына көшіруге жағдай жасау болып табылады. Осы мақсатқа қол жеткізудегі бірден – бір ресурс - кадр. Осыған сәйкес бұл тақырыптың өзектілігі өте зор.

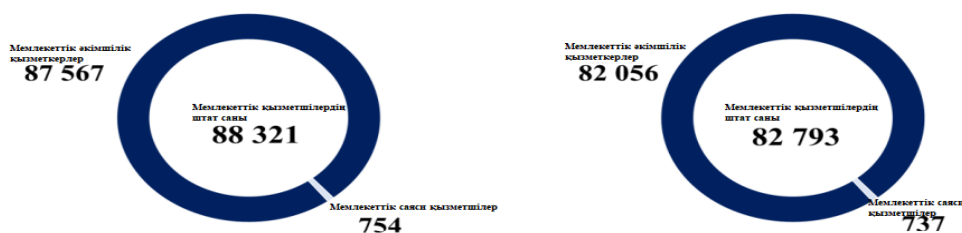
Мемлекеттік кадр саясаты (мемлекет субъектісі болатын жерде) деп біз жалпы мемлекеттік деңгейде кадрлармен жұмыс істеу стратегиясын, саяси бағытын түсінеміз; бұл халықтың еркін білдіретін мемлекеттік кадрларды, елдің барлық еңбек ресурстарын қалыптастыру, дамыту және ұтымды пайдалану стратегиясы.

Бүгінгі күні кадр жүйесін жетілдіру кез келген ұйымдардың кадр саясатын дамытудың стратегиялық мақсаттарының басымдығына кіреді. Әсіресе, бұл мәселе мемлекеттік

мекемелердің алдында тұр, өйткені қазіргі уақытта мемлекеттік қызметінің барлық жақтары күрделілігінің артуы орын алуда.

Мемлекеттік қызметтегі кадрлар басқару негізгі мақсаты қызметкерлерді стратегиялық басқару саласында озық технологияларды енгізу жолымен мемлекеттік органдардың кадрлық әлеуетін дамытуға ықпал ету және мемлекеттік қызметте кәсібилігі жоғары HR-менеджерлерді даярлауға арналған тұрақты жұмыс істейтін дамытушы алаңды құру.

Мемлекетте, 2022 жылғы мемлекеттік қызметшілердің штат саны 88 321 бірлікті құрады. Бұл ретте мемлекеттік органдардың нақты саны 6,4% - ға қысқарды (Сурет1).



Сурет 1. Мемлекеттік қызметшілер саны

Е с к е р т у: ақпарат көзі- Мемлекет қызмет туралы ұлттық баяндама

Шын мәнінде, мемлекеттік және жеке сектордың адам ресурстарын басқару жүйелерінде кейбір айырмашылықтар бар.

Біріншіден, мемлекеттік қызмет жүйесінде адам ресурстарын басқару саласы, әдетте, барлық мемлекеттік мекемелердің негізгі жалдау принциптерін айқындайтын мемлекеттік қызмет туралы заңмен реттеледі, ал рәсімге қатысты тетіктер қосымша нормативтік құжаттарда баяндалады.

Екінші айырмашылық, мемлекеттік қызмет жүйесінің қызметкерлері жалпыға ортақ адами құндылықтардан туындайтын белгілі бір этикалық және мінез-құлық нормаларын (мысалы, әділ болу) сақтауға міндетті.

Мемлекеттік секторға кадрларды іріктеу келесі кезеңдерден тұрады:

- 1.Қазақстан Республикасының заңнамасын білу бойынша тестілеу;
2. Жеке қасиеттерін бағалауға тестілеу;
3. Әкімшілік мемлекеттік лауазымға орналасуға конкурс.

Мемлекеттік органдардың HR қызметтерін басқару келесі бағыттар бойынша жүзеге асырылады:

1.Мемлекеттік органдардың персоналды басқару қызметтерінің қызметін үйлестіру және мониторинг жүргізу;

2.Мемлекеттік және құқық қорғау қызметіне іріктеу жүйесін жетілдіру бойынша шараларды әзірлеу және іске асыру;

3.Мемлекеттік органдарда мотивация, бағалау және персоналды дамытуды үйлестіру және мониторинг жүргізу;

4.Мемлекеттік қызметтің кадр құрамы жай-күйіне мониторинг және талдау жүргізу;

5.Мемлекеттік қызмет саласында бірыңғай саясатты қалыптастыру.

Қысқа мерзімді перспективада мемлекеттік қызмет жүйесін қайта жүктеу жөніндегі міндеттер пысықталатын болады, оның ішінде:

1) Мемлекеттік органдардың ұйымдық құрылымын жетілдіру,

оның ішінде:

атқарушы лауазымдарға басшылық ететін арақатынасты реттеу жөніндегі функцияларды

Агенттікке бекіту тәртібі;

мемлекеттік органдардың персоналды басқару қызметтерін орталықтандыру;

облыстар мен Республикалық маңызы бар қалалар әкімдерінің аппараттарында мемлекеттік қызметшілерді халық санына қарай оңтайландыру шаралары;

облыстар мен Республикалық маңызы бар қалалар әкімдері орынбасарларының санын қысқарту;

2) мемлекеттік қызметке, оның ішінде конкурстан тыс тағайындау арқылы "кіру" тәртібін оңайлату:

мемлекет есебінен оқыған жоғары нәтижелі оқу орындары түлектерінің аудандық және ауылдық деңгейдегі орындаушылық лауазымдарына;

жоғары GPA бар академия түлектерінің өңірлік органдарында лауазымдарға орналасу;

"Б"корпусының жекелеген басшы лауазымдарына;

жоғары тұрған лауазымдарға қатарынан 4 тоқсанды бағалаудың жоғары нәтижелеріне қол жеткізген қызметшілердің;

3) мемлекеттік қызметке, оның ішінде оқу орындарында кәсіптік бағдар беру жұмыстарын жүргізу арқылы таланттарды тарту тетігін әзірлеу;

4) мемлекеттік қызметтен "шығу" тәртібін оңайлату, оның ішінде:

5) мемлекеттік қызметшілердің қызметіне тоқсан сайынғы бағалауды енгізу жарлығы;

6) мемлекеттік қызметшілердің этикалық стандарттарын арттыру, оның ішінде мәселелерді пысықтау арқылы:

- әдеп жөніндегі уәкілдің әдеп мәселелері бойынша мемлекеттік қызметшілердің өтініштерін өз бетінше қарау;

-тәртіптік комиссияның мемлекеттік қызметшінің теріс қылықтарын қарауы кезінде өз пікірін білдіру түрінде Әдеп жөніндегі уәкілге өз пікірін білдіру құқығын беру;

Әдебиеттер тізімі

1. Уилтон Ник НР – менеджментке кіріспе. – Алматы:Ұлттық аударма бюросы,2019 жыл. – 532 бет.

2. Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызмет туралы Заңы, 2015

3. Мемлекет қызмет туралы ұлттық баяндама,2022

Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг в условиях цифровой экономики

С.К. Ержанова¹, Т.Б. Досжанов²

¹к.э.н., профессор кафедры менеджмента,

²магистрант 2-го года обучения по специальности «Менеджмент»

salta_27@mail.ru, nurmakov21@gmail.com

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: в условиях стремительных изменений в цифровой экономике, предприятия сферы услуг вынуждены пересматривать свои стратегии с целью адаптации к новым реалиям бизнеса. Настоящая статья направлена на исследование ключевых аспектов формирования стратегии повышения конкурентоспособности таких предприятий. Особое внимание уделяется трансформации компетенций и созданию новой архитектуры бизнеса в контексте цифровых технологий.

Ключевые слова: стратегия, конкурентоспособность, сфера услуг, цифровая экономика.

Сфера услуг является важным сегментом современной экономики, и ее конкурентоспособность становится все более зависимой от эффективного использования цифровых технологий. С появлением цифровой экономики предприятия вынуждены адаптировать свои стратегии к новым требованиям, учитывая возможности и вызовы, которые представляет цифровая трансформация.

Прежде чем разрабатывать стратегию повышения конкурентоспособности, необходимо провести анализ текущего состояния предприятия. Оценка уровня цифровой зрелости, анализ данных о клиентах, исследование конкурентов и определение ключевых компетенций становятся основой для разработки эффективной стратегии.

Цифровая экономика требует от предприятий сферы услуг пересмотра своих компетенций. Внедрение и использование новых технологий, таких как искусственный интеллект, аналитика данных, и цифровые платформы, становятся ключевыми компетенциями. Также, необходимо развивать навыки управления данными и кибербезопасности для обеспечения надежной работы в цифровой среде.

Одним из ключевых элементов успешной цифровой трансформации является создание новой архитектуры бизнеса. Это включает в себя пересмотр бизнес-процессов, внедрение гибких и инновационных структур управления, а также разработку цифровых платформ для взаимодействия с клиентами. Создание устойчивой цифровой архитектуры позволяет предприятию быстро реагировать на изменения рынка и обеспечивает высокую степень маневренности.

На основе проведенного анализа и учета новых компетенций и архитектуры бизнеса, разрабатывается стратегия повышения конкурентоспособности. Эта стратегия должна быть гибкой и ориентированной на инновации, учитывая специфику сферы услуг и требования цифровой экономики.

Цифровая экономика предоставляет новые возможности для повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Однако, успешная реализация этих возможностей требует тщательного анализа, трансформации компетенций и создания новой архитектуры бизнеса. Разработка и реализация целенаправленной стратегии становятся ключевыми шагами на пути к успеху в условиях цифровой трансформации.

После разработки стратегии повышения конкурентоспособности необходимо приступить к ее реализации. Важным этапом является создание плана внедрения, который включает в себя поэтапные шаги и конкретные мероприятия. Реализация стратегии требует вовлечения всего коллектива предприятия, обеспечения необходимых обучений сотрудников и установки мониторинговых систем для оценки эффективности внедрения новых компетенций и бизнес-процессов.

Цифровые платформы становятся ключевым инструментом взаимодействия с клиентами. Разработка удобных мобильных приложений, онлайн-платформ для заказов и обратной связи позволяет предприятию не только привлекать новых клиентов, но и улучшать опыт взаимодействия с текущими. Использование аналитики данных помогает адаптировать сервис к потребностям клиентов, что способствует укреплению позиций на рынке.

С увеличением зависимости от цифровых технологий растет и уровень рисков. Успешная стратегия повышения конкурентоспособности должна включать в себя эффективное управление рисками. Это включает в себя создание системы кибербезопасности, регулярные аудиты цифровых процессов и подготовку персонала к возможным киберугрозам.

Цифровая экономика характеризуется быстрыми темпами изменений. Поэтому постоянное обновление стратегии повышения конкурентоспособности становится необходимостью. Регулярные обзоры рынка, анализ конкурентов и внутренней эффективности помогают выявлять новые возможности и проблемы, которые требуют корректировки стратегии.

С учетом стремительного темпа цифровой трансформации, важным аспектом успешной стратегии является развитие человеческого капитала. Обучение сотрудников новым цифровым технологиям, развитие навыков работы с большими данными, а также стимулирование креативности и инноваций должны стать неотъемлемой частью корпоративной культуры.

В условиях цифровой экономики важно рассматривать предприятие как часть бизнес-экосистемы. Сотрудничество с другими компаниями, использование открытых данных и API, а также создание партнерских отношений способствует созданию более гибкой и инновационной среды, что влияет на повышение конкурентоспособности предприятия.

Стратегия повышения конкурентоспособности должна включать в себя сбалансированный подход к цифровизации. Это включает в себя не только внедрение новых технологий, но и оптимизацию текущих процессов, управление изменениями, а также реализацию цифровых решений с учетом потребностей клиентов и сотрудников.

Эффективная стратегия требует постоянного мониторинга и анализа результатов. Внедрение ключевых показателей эффективности (KPI), регулярные отчеты и анализ обратной связи от клиентов позволяют предприятию оперативно реагировать на изменения и корректировать свою стратегию в соответствии с текущими требованиями рынка.

Цифровая экономика предоставляет постоянный поток новых технологий и трендов. Предприятиям необходимо поддерживать культуру исследований и инноваций, инвестировать в исследовательские лаборатории и участвовать в индустриальных партнерствах. Это обеспечивает постоянный рост и развитие, что важно для долгосрочной конкурентоспособности.

Список литературы

1. Портер, М. (1998). Конкуренция. — М.: Вильямс.
2. Чеботарев, А. (2017). Цифровая трансформация бизнеса. — М.: Издательство Сколково.
3. Гартнер, Инсайд (2022). Исследование: Трансформация бизнеса в эпоху цифровых технологий.

Теоретические подходы к управлению рисками в банковской деятельности

М.Б.Жумабекова

доктор PhD, доцент кафедры менеджмент и инновации
m070dfn@mail.ru

Карагандинский университет Казпотребсоюза, г.Караганда

Аннотация: В условиях современного кризиса повышается значение менеджмента предприятий, в том числе и в банковской сфере. Грамотный менеджмент является основой успеха любого предприятия, так как от него зависят процессы выполнения управленческих решений всеми сотрудниками банка.

Совершенствования менеджмента в банковской сфере обосновывается необходимостью повышения эффективности менеджмента, включая повышение производительности труда менеджеров в этой сфере в целях интенсификации производственно-хозяйственной деятельности в банковской сфере.

Использование современных достижений науки и практики в сфере управления имеет положительную роль для экономики страны.

Ключевые слова: менеджмент банковской деятельности, банки второго уровня, экономика, кризис, риски.

В условиях современного финансово-экономического кризиса важную роль в повышении устойчивости банков второго уровня имеют мероприятия по управлению банковскими рисками. Комплексная модель менеджмента рисками в банке базируется на применении основных методов менеджмента рисками: передача риска (страхование, хеджирование); признании части риска, соответствующего капиталу банка; уклонений от

риска; сокращение риска (регламентирование и ограничение операций, потерь, диверсификация, формирование резервных средств для погашения убытков от неплатежей).

Важным элементом менеджмента рисками является его оценка. Она может применяться как математическими, так и статистическими методами оценки рисков, при помощи расчетов дисперсии, стандартного отклонения и коэффициента вариации. При этом действительную величину риска можно узнать только после его осуществления.

Особую роль в безопасности банковской деятельности имеют такие направления совершенствования подходов к менеджменту финансовыми рисками, как использование методики Value-at-risk (VaR - стоимостной меры риска), управление через GAP (метод стратегического анализа, с поддержкой которого выполняется поиск шагов для получения заданной цели), метод внутренних рейтингов, система оценки кредитоспособности клиента и др.

В последние годы банки все чаще применяют методы прогнозирования, в том числе методологию стоимостной меры риска. Ценность этой методики для обеспечения экономической безопасности заключается в том, что она дает возможность рассчитать предельные убытки, которые с может понести банк в случае негативных колебаний сложившихся на рынке.

Методы управления риском, включают в себя такие пути как уклонение, локализация, диссипация и компенсация. Кроме того, эта методика учитывает факторы диверсификации банковских рисков, которые не рассматриваются в действующих методиках, основывающихся на суммировании величин некоторых банковских рисков, а также разрешает реализовать переход от оценки частных банковских рисков к анализу совокупного риска банка.

Одним из методов оценки обеспечения противодействия угрозам экономической безопасности банков второго уровня банков второго уровня является постоянный контроль системы безопасности банка, который предполагает проверку соблюдения конкретных процедур, принципов или правил обеспечения безопасности банков второго уровня[1].

Исследователи риск-менеджмента в банковской сфере отмечают о необходимости оценки рисков [1], поскольку грамотный и своевременный внутренний аудит банков второго уровня позволит выявить слабые места в обеспечении безопасности банков второго уровня. Кроме того, аналитики выделяют роль моделирования рисков для своевременного уклонения от кризисных ситуаций.

Положительные стороны таких исследований заключаются в том, что они позволяют учесть все варианты компиляций угроз и банковских рисков, возникающих в связи с глобализацией экономических процессов, развитием мирового финансово-экономического кризиса, в странах ЕАЭС в том числе.

В условиях современного финансового кризиса в банковской сфере назрела острая необходимость применения комплексных мер в обеспечении безопасности банков второго уровня, в структуру которых должны входить конкретные механизмы, формы и способы создания экономических отношений, ориентированных на предупреждение угроз безопасности банков второго уровня и соответствующее управление банковскими рисками [2].

Сущность безопасности банков второго уровня в условиях кризиса, с точки зрения современных авторов [2], сводится к предотвращению возможных угроз деятельности банка и осуществлению эффективного управления рисками, дающему возможность для стабилизации и устойчивого развития БВУ в условиях кризиса. Наряду с исторически присущими банковскому бизнесу кредитному риску и риску ликвидности возрастает актуальность управления операционным и репутационным рисками, зависящих от большого количества косвенных влияний социального характера, как например, недобросовестных действий конкурентов, персонала, роста криминализации рыночной среды во время кризиса.

В этих условиях, одним из новых и перспективных инструментов современного риск-менеджмента для банков второго уровня считается стресс-тестирование.

Об актуальности и необходимости введения стресс-тестирования банков в условиях финансовых кризисов отмечали многие авторы [3]. Необходимо отметить, что в мировой практике стресс-тестирование практикуется в течение многих лет, первоначально использовалось отдельными банками, а впоследствии было внедрено централизованно государственными надзорными органами практически всех развитых странах. Последняя методология стресс-тестирования банковской деятельности по проверке устойчивости банков по различным сценариям кризисных условий апробирована Европейским Центральным банком в октябре 2014 года, в Казахстане стресс-тестирование как обязательный элемент проверки банков второго уровня органами банковского надзора пока еще не практикуется. Поэтому банки второго уровня должны периодически проводить самостоятельные проверки своей чувствительности на те или иные риски.

Ключевым шагом в процессе стресс-тестирования является выявление потенциально возможных рисков, которые следует подвергнуть стрессовому тестированию. Для уточнения потенциальных рисков банкам следует учитывать характер кредитных операций, возможные исходы корреляционных зависимостей между факторами риска, которым подвержены ссудные портфели.

Риски финансовых активов и портфелей оцениваются изменчивостью их рыночной стоимости. Одним из наиболее часто применяемых критериев риска является отклонение к изменениям рыночной стоимости или VAR (value at risk— стоимостная мера риска), представляющая собой максимальный убыток, который будет нанесен портфелю в течение точно установленного периода времени. Тогда, стресс-тест чувствительности обособит воздействие на стоимость портфеля со стороны одного или большего числа предварительно установленных изменений в определенном факторе рыночного риска или незначительного числа тесно взаимосвязанных факторов рыночного риска.

В связи с тем, что банковские риски в процессе стресс-тестирования могут погашать влияние друг на друга, а могут усиливать [3], для получения более точной картины воздействия потенциальных рисков на деятельность банка необходимо рассматривать влияние сразу нескольких рисков (рыночного и кредитного), и при рассмотрении ситуации с учетом влияния нескольких факторов риска следует использовать многофакторные сценарии стресс-тестирования, хотя анализ единичных факторов риска показывает более точные результаты при использовании стресс-тестов чувствительности.

Существует ряд типов тестирования в стрессовых ситуациях: анализ чувствительности (который квалифицирует воздействие изменений под влиянием одного фактора), сценарный анализ, который рассматривает воздействие одновременных изменений множества факторов; оценка максимального убытка и теория экстремальных значений (или теория наихудшего результата), рассматривающая характеристики «хвоста» распределения функций, с учетом рассмотрения приведенных методик наиболее достоверную картину методом является сценарный анализ. Данные факторы включают события, происходящие с низкой вероятностью по всем типам банковских рисков, в том числе различные компоненты рыночного, кредитного или операционного рисков.

В условиях современного финансового кризиса в банковской сфере назрела острая необходимость применения комплексных мер в обеспечении безопасности банков второго уровня, в структуру которых должны входить конкретные механизмы, формы и способы создания экономических отношений, ориентированных на предупреждение угроз безопасности банков второго уровня и соответствующее управление банковскими рисками.

Список литературы

1. Bluhm C., Overback L., Wager C. An introduction to credit risk modeling. CRC Press, 2002. – 384 p.
2. Бартон Т.Л. Комплексный подход к риск-менеджменту: стоит ли этим заниматься / пер. с англ. Т.В. Клекоты и др. – М.: Вильямс, 2003. – 207 с.

3. Беляков А.В. Банковские риски: проблемы учета, менеджмента и регулирования – М.:БДЦ-пресс, 2004. – 256 с.

Цифрландыру урбанизацияланған аумақтардың жасыл экономикасын мемлекеттік реттеу құралы ретінде

Ж.М. Зейнуллина¹, Ә. Алтынбек²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.м., аға оқытушы

²«Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығы бойынша 4 курс студенті
Zhanar_Z_E@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада урбанизацияланған аумақтарды дамытудағы цифрлық технологиялардың рөлі қарастырылады. Цифрлық технологиялар мен жасыл экономиканың дәйекті интеграциясы қалалық орта мен халықтың өмір сүру сапасын арттыра отырып, қалалардың инфрақұрылымдық және өндірістік салаларындағы ESG тәсілдеріне сәйкес өнімділіктің айтарлықтай өсуіне мүмкіндік береді.

Кілт сөздер: цифрландыру, Жасыл экономика, қала құрылысын жоспарлау, урбанизацияланған аумақтар.

БҰҰ сарапшылары, оның ішінде БҰҰ-ның Қоршаған орта жөніндегі бағдарламасы (ЮНЕП) 2012 жылдан бастап 10 «Жасыл» саланы бөледі: ауыл шаруашылығы, орман және балық шаруашылығы; су шаруашылығы; қалдықтар айналымы; экологиялық энергиямен жабдықтау (әсіресе ғимараттарды жылыту және жарықтандыру); экологиялық көлік және өнеркәсіп, сондай-ақ туризм. Цифрландырудың арқасында, яғни цифрлық технологиялардың кең таралуының арқасында дәстүрлі түрде жасыл экономикаға жатқызылған осы 10 саланың барлығы урбанизацияланған аумақтардың дамуында серпінді әсерлер бере алады. Цифрлық технологиялар мен жасыл экономиканың дәйекті интеграциясы қалалық орта мен халықтың өмір сүру сапасын арттыра отырып, қалалардың инфрақұрылымдық және өндірістік салаларында ESG (Environment Social Government) тәсілдеріне сәйкес өнімділіктің айтарлықтай өсуіне мүмкіндік туғызады. Мемлекеттік құрылымдардың мемлекеттерді цифрландыруды дамытудағы күш-жігері тек ірі қазақстандық компанияларды ғана емес, сонымен қатар олардың бірқатар аймақтардағы «белсенді ізбасарларын» (маркетингте айтылғандай) белсенді түрде қолдайтыны маңызды.

Нәтижелер және талқылау. Урбанизацияланған аумақтардың жасыл экономикасын дамыту құралы ретінде цифрландырудың екі табиғи «мамандандырылған», бірақ өзара байланысты және бірін-бірі толықтыратын бағыттары пайда болады. Біріншісі мемлекеттік қызметтер порталдары, қала құрылысы қызметі, соның ішінде тұрғын үй құрылысын жаңарту және өндірістік аумақтарды қайта құру процестерінде қалалық аумақ учаскелерін пайдалану циклдерін басқару, қалалық көлік пен коммуналдық қызметтерді реттеу және дамыту кіретін қала билігінің функционалдығына байланысты. Мұндай шешімдердің мысалдарының бірі ретінде елдегі «Ақапарттық технологиялар» сайты айтуға болады. Екінші бағыт тұрақты даму және Жасыл экономика мақсаттарына қол жеткізу үшін ірі қалалардың киберкеңістігін бизнестің белсенді игеруімен байланысты. Бұл бағыт әсіресе ірі қалалар үшін COVID-19 пандемиясының қиын кезеңінде қарқынды дами бастады. Мұндай секторлардың ішінде жеткізу қызметтерін (тамақ, дәрі-дәрмек, тұрмыстық заттар және т.б.), интернет-сауданың айналымын ұлғайтуды, бөлшек сауданы бизнес-процестерді цифрландырудың ең жоғары деңгейі (қаржы секторымен және телекоммуникация саласымен қатар) бар салаға айналдыруды атаған жөн.

Қазіргі уақытта біз цифрлық трансформация және қайталанатын ресурстарды айналымға жаппай тарту негізінде барлық технологиялық құрылымның өзгеруімен байланысты

кеңістіктік ұйымдастырудың жаңа кезеңінің басында тұрмыз. Оның басты ерекшелігі: "цифрлық" және "жасыл" экономикалардың интеграцияланған дамуы (іс жүзінде жаңа технологиялық құрылым) кеңістікті игеру тәсілін революциялық түрде өзгертеді. Басымдық нақты кеңістікті киберкеңістікпен қамту болып табылады, онда бұрын қол жетімді емес ағындар мен деректер массивтерін сандық форматта шоғырландыру және интеллектуалды өңдеу мүмкіндіктері адамдар мен жүктердің қозғалысының, сондай-ақ энергияны, тауарлар мен қызметтерді өндіру мен бөлудің мүмкіндіктері мен тиімділігін анықтайды.

"Цифрлық" және "жасыл" экономикалардың интеграцияланған дамуы қызметтің әртүрлі түрлері мен салаларын орналастырудың басымдықтары мен өлшемдерінің өзгеруіне алып келеді. Цифрлық трансформация функциялардың барған сайын кеңірек жиынтығының кеңістіктік қолжетімділігіндегі шектеулерді алып тастауға мүмкіндік береді және кеңістіктік шоғырлану үшін мүмкіндіктерді (олардың) қатар кеңейтеді, бірыңғай стандарттар бойынша бүкіл ел бойынша қызметтердің барған сайын кеңірек жиынтығын ұсынуды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Менің жасыл экономика – аумақтық құрылымдардың экономикалық өсуінің ресурстық базасы туралы түсінік, экономикалық табыстың критерийлерінің жиынтығын кеңейту негізінде экономикалық ұтымдылықты бағалаудың басымдықтарын өзгертеді (ұзақ мерзімді нәтижелерге қол жеткізу, әлеуметтік және экологиялық параметрлерді есепке алу, механикалық санға кешенді сапаға артықшылық беру).

Жаңа технологиялық база бір жағынан агломерациялардың өсуін үйлестіру және екінші жағынан айтарлықтай адам көп емес аумақтарды тиімді экономикалық және рекреациялық айналымға тарту мүмкіндіктерін ашады. Елдің кеңістігін ұйымдастыру нысандарының «ірі қалалық полюсінде» – «ақылды қала» технологияларын дамыту, жекелеген инфрақұрылымдық элементтер мен кіші салаларды цифрландыру, оларды үйлесімді жұмыс істейтін кешенге біртіндеп біріктіру олардың жұмысының тиімділігін күрт арттырады. Цифрлық технологиялар тұрақты дамудың барлық үш аспектісін – экономикалық, экологиялық және әлеуметтік – күшейтеді және қалалық ортаның жайлылығын, өмір сүру сапасын, байланысын арттыруға және ірі қалалық агломерациялардың нақты шекараларын кеңейтуге ықпал етеді.

Тұрақты дамудың экономикалық және экологиялық аспектілерінің энергиялық тиімді және экологиялық таза көлік салаларындағы рөлінің артуының мысалдары (жасыл экономиканың бір саласы ретінде) мультимодальды жол жүру карталары, мысалы, Яндекс-Көлік және Яндекс-такси интернет-қосымшалары. Тұрақты дамудың әлеуметтік аспектісінің маңыздылығының өсуіне мысал ретінде «бір терезе» қағидаты бойынша электрондық мемлекеттік қызметтерді көрсетудің цифрлық жүйесін енгізу; тікелей демократияның элементі ретінде «белсенді азамат» қызметін көрсету; қалалардың әлеуметтік сала мекемелерінде сервистерді цифрландыру болып табылады.

"Цифрлық" және "жасыл" экономикалардың интеграцияланған дамуы ірі қалалық агломерациялардың шекараларын кеңейтуге, бірыңғай өндірістік тізбектерге және ауылдық-қалалық континуум аумағының морфологиясы мен функциялары бойынша әртүрлі тіршілік циклдеріне байланыстыруға ғана емес, сонымен қатар ірі қалалық орталықтардан қарапайым логистикалық, өндірістік, сервистік және қоныстану функцияларының объектілерін одан әрі шығаруға мүмкіндік береді.

БҰҰ болжамы бойынша, 2050 жылға қарай 6,2 млрд. адам қалаларда тұрады және бұл жер халқының жалпы санының 66%-ын құрайтын болады. Көптеген түйткілдерді шешу үшін 152 ел экологиялық тұрақты урбанизацияға ықпал ететін қалаларды дамытудың ұлттық стратегиясын әзірледі. Бұл проблеманы шешу үшін Қазақстанда да жобалар іске асырылуда. Жүргізілген зерттеулер бойынша, бүгінде Қазақстанның 100 мыңнан астам адамы бар 41 қала үш санатқа бөлінді. Нәтижесінде еліміздің 14 қаласы урбанизациялаудың жоғары рейтингісіне ие болды.

Он алты қала урбанизацияның орташа рейтингіне енгізілді және он бір қала урбанизацияның төмен рейтингінен орын алды. Сондай-ақ, «Цифрлық Қазақстан»

мемлекеттік бағдарламасында елдің ең ірі бес қаласында Smart Astana, Smart Karaganda, Smart Ontystuk, Smart Almaty, Smart Aktobe Smart City дамыту көзделгенін атап өткен жөн.

Сонымен қатар экологиялық мәселелер ретінде Британдық The Eco Experts ұйымының мәліметтері бойынша Қазақстан әлемдегі экологиялысы қатты уланған 10 елдің қатарына екен. Қазақстанда жинақталған қалдықтардың жалпы көлемі шамамен 100 млн. тоннаны құрайды, яғни жыл сайын 5-6 млн. тонна ҚТҚ жинақталады. Оның ішінде ҚТҚ 5% кәдеге жаратылып өңделеді.

Қасым-Жомарт Тоқаев қол жеткізген жетістіктерге тоқмейілсімеуді ескертіп, астананы дамыту жөнінде бірқатар нақты міндет қойды. Оның айтуынша, Астананың инфрақұрылымын дәйекті түрде дамыту қажет. Урбанизация үдерісінің қазіргі қарқыны сақталатын болса, елорда халқының саны 2030 жылға қарай екі миллион адамға жетуі мүмкін.

Осыған орай Ресей мен Қазақстанда қазіргі заманғы жаһандық трендтерге сәйкес цифрлық дамудың мемлекеттік стратегиялары қабылданып, іске асырылуда. Сондай-ақ ынтымақтастықтың кластерлік нысанын қалыптастыру бойынша бірлескен қызмет жүргізілуде. Мәселен, мемлекетаралық кластер үшін таңдалған «Ақылды қала» жобасы қалалардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, қалалық шаруашылықты басқарудың тиімді жүйесін қалыптастыруға, қала тұрғындарының өмірі үшін қауіпсіз және жайлы жағдайлар жасауға бағытталған.

Сонымен, ұсынылған атаулардың даму дәрежесіне байланысты е-коммерция операцияларының кеңістіктік шамадан тыс шоғырлануы қалыптасты, бірақ ірі қалаларда жөнелтілетін жөнелтілімдерді ыңғайлы және коммерциялық тиімді жеткізу және алу инфрақұрылымы бар.

Цифрлық технологиялар генератор ретінде салыстырмалы түрде аз капиталды қажет ететін және салыстырмалы түрде жылдам экономикалық өзгерістер нарықтағы жағдайды түбегейлі өзгертеді ресурстардың барлық түрлері – тек еңбек және материалдық емес, сонымен қатар табиғи – және осылайша мемлекеттің тұрақты дамудың кешенді құралы бола алады. Цифрлық технологиялар жаңартылатын энергия көздерін пайдалануда ғана емес, кез келген жаңартылатын табиғи ресурстарды пайдалануда да жағдайды түбегейлі өзгерте алады. Шын мәнінде, цифрлық және Жасыл экономика жақын болашақта бірыңғай технологиялық құрылымды құрауы мүмкін.

Экономиканың цифрлық трансформациясы Қазақстанның кеңістіктік ұйымының жаңа кезеңін ашады: бірыңғай стандарттар бойынша бүкіл елде функциялар мен қызметтердің кең спектрін ұсынуды қамтамасыз ету мүмкін болады. Цифрлық технологиялар урбанизацияланған аумақтардың дамуын олардың дәйекті және теңдестірілген полимасштабты кеңістіктік-уақыттық және функционалдық поляризациясы мақсатында үйлестіру құралы бола алады. «Антропогендік және табиғи», «қалалық және ауылдық», «жаһандық және жергілікті», «сәнді және дәстүрлі» кеңістіктік-уақыттық, морфологиялық және функционалдық поляризация және ұтымды интеграция принциптері әртүрлі масштабта жүзеге асады және көбінесе типологиялық біртекті аумақтарда да қарастыру ауқымын ұлғайту кезінде көрінуі мүмкін.

Әдебиеттер тізімі

1. <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-astana-kalasyndamytu-maseleleri-zhoninde-kenes-otkizdi-310122>
2. Устойчивый рост несырьевого сектора экономики России. Дорожная карта. – М.: Ин-т экономики роста им. П.А. Столыпина, 2019. – 579 с.
3. Measuring Distance to the SDG Targets. An Assessment of where OECD countries stand June 2017. Paris, OECD, 2017. 62 p. URL.: <https://www.oecd.org/sdd/measuring-distance-to-the-sdgs-targets.htm>.
4. <https://www.kaznu.kz/kz/20215/news/one/16470/>

Қазақстандағы электронды сауда жүйесін басқару

Ж.М. Зейнуллина¹, С.Е. Ұзақбай²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.м., аға оқытушысы

²"Мемлекеттік және жергілікті басқару" білім беру бағдарламасы бойынша 3 курс студенті
Zhanar_Z_E@mail.ru, sakon.uzakbaeva04@mail.ru

^{1,2} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мемлекет дамуында, әсіресе, дамудың жаңа индустриалды-инновациялық жолымен келе жатқан Қазақстан үшін экономикалық өсудің тұрақтылығы мен серпінділігін қамтамасыз ететін инфрақұрылымдық жүйекұрушы салаларды дамыту деңгейінің заманауи жағдайы маңызды фактор. Өз кезегінде Қазақстан электрондық сауданың дамуына мүмкіндік берген «цифрлық экономиканың» жаңа ақиқаттылығының дамуында қызмет етті.

Кілт сөздер: сауда, цифрландыру, интернет-магазин, интеграция, электронды коммерция, қаржылық делдалдар, облигация, кәсіпкерлік, мобильді қосымшалар.

Мемлекет басшысының тікелей бастамасымен қолға алынған «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасының бір бағыты – электрондық сауда. Ал бұл өз кезегінде еліміздің күллі экономикасының қозғаушы күшіне айнала алады. Осы негізде Үкімет қаулысымен іргелі реформалар басталып, олардың жалғасын тауып жатқанына да куәміз.

Электрондық сауда — интернет арқылы сауда-сатып алу қызметін жүзеге асыру. Электрондық сауда платформасы пайдаланушыларға қаржылық делдалмен желі арқылы қаржылық өнімдерге тапсырыс беруге мүмкіндік беретін компьютерлік бағдарламалық құралдың бөлігі болып табылады. Бұл өнімдерге акциялар, облигациялар, валюталар, тауарлар және туынды құралдар сияқты өнімдер кіреді. Алғашқы кең таралған электрондық базар американдық NASDAQ қор биржасы болды. Мұндай сауда платформаларының көпшілікке қол жетімділігі бөлшек инвестициялардың өсуіне ықпал етті[1].

Бұл платформалар мобильді құрылғыларда қол жетімді, бірақ веб-сайттың аналогын немесе қолданбалы бағдарламалау интерфейсін (API) қамтамасыз ете алады.

Электрондық коммерция нарығының көлемі 2017 жылы 13% - ға өсіп, оның айналымы 29 трлн АҚШ долларын құрады.; онлайн-сатып алушылар саны 12% - ға өсті (олардың саны 1,3 млрд адамға айналды).

Электрондық сауда мүмкіндік береді:

1) электрондық сауда алаңында жұмыс істейтін электрондық саудаға қатысушылармен танысуға;

2) тауарларды сатып алушылар мен сатушыларды іздестіруді жүзеге асыруға, сондай-ақ электрондық сауда алаңында электрондық саудаға қатысушылар орналастыратын тауарлардың қажеттіліктері мен ұсыныстары туралы ақпарат алуға;

3) сәйкестендіру құралдарын пайдалану арқылы электрондық саудаға қатысушылар арасында қауіпсіз электрондық құжат айналымын жүзеге асыруға құқылы.

Сондай-ақ, өзгерістер ақпараттың құпиялылығын қамтамасыз ету және сатып алушының өз міндеттемелерін орындауы үшін жағдайларды қамтамасыз ету бөлігінде электрондық саудадағы делдалдарға қойылатын талаптарды белгілейді. Осылайша, электрондық сауданы ұйымдастырушылар, яғни делдалдар кәсіпкерлерге беретін интернет-алаңдарда тауарларды сату тауарлардың электрондық саудасына жатады.

Электрондық сауда электрондық байланыс құралдарын пайдалана отырып, тауарларды сатып алу–сатуға электрондық саудаға қатысушылардың келісімі (шарты) негізінде сауда мәмілелерін жасасу жолымен жүзеге асырылады[2].

Әлемдегі электронды сауданың даму көрсеткіштері

Электронды сауда - бұл мобильді қосымшалар мен интернет секілді электронды құралдар арқылы өнімді сату және сатып алу процесі. Бұл саланың дамуы соңғы онжылдықта қарқын алып, дәстүрлі сауда орындарының орнын ауыстыра бастады.

Әлемдік Statista компаниясының болжамынша, бұл алдағы жылдары да даму динамикасын сақтайды. Мәселен, жаһандық онлайн сауда нарығы жыл сайын 5,1% көлемінде артып, 2028 жылы шамамен 12,16 миллиард долларға дейін жетеді. 2020 жылдың өзінде шамамен 8,3 миллиард долларды құраған. Оған қоса, бөлшек сауданың жалпы сомасындағы электронды сауданың үлесі де артып жатқанын атап өткен жөн. Мәселен, бұл көрсеткіш 2020 жылы 18%-ды құраса, 2021 жылы 19,6%-ға жеткен (4,9 трлн доллар). Ал 2019 жылы 13,6%-ды құраған болатын. Сарапшылардың болжамынша, бұл көрсеткіш келесі төрт жыл ішінде 50%-ға жетпек.

Электронды коммерцияның дамуымен елдер арасында сауда-саттық бұрынғыдан да тиімді бола түсті. Қазір жаһандық электронды сауда нарығының көлемі 3,5 трлн теңгені құрайды. Ел азаматтары қытайлық электронды коммерция өнімдерін жаппай сатып алып жатыр. Басты себеп – тартымды баға және ауқымды ассортимент.

Жалпы, Қазақстан мен Қытай арасындағы сауда айналымы 2022 жылы 31 млрд долларды құраған еді. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев Қазақстан мен Қытай арасындағы сауда айналымы 40 млрд долларға жетеді деп межелеген еді. Осының ішінде электронды сауданың үлесі зор. Осы орайда елдер арасындағы сауда-саттықты өрістетуге себеп болып тұрған танымал маркетплейстерге тоқталып өткеніміз жөн болар.

AliExpress. Қытайдан бөлшек сауда үшін ең танымал маркетплейстердің бірі болып қала береді. Бұл платформадан көтерме және бөлшек саудада сатып алуға болатын түрлі санаттағы тауарлардың кең ассортиментін табуға болады.

Taobao. Ең алдымен Қытайдың ішкі нарығына бағытталған танымал маркетплейс. Taobao пайдаланатын біздің азаматтар ондағы тауарларды сатып алу және жеткізу үшін делдалдық компаниялар көмегіне жүгінеді.

Pinduoduo.com. Электронды коммерция бойынша ірі Қытай кәсіпорны. Қолданысы жағынан жеңіл болған соң, қазіргі уақытта елімізде кеңінен танымал.

Онлайн сауданы дамытудың аса маңыздылығына тоқталған Президент Қытайдың «Alibaba Group», «JD.COM» сияқты интернет алпауыттарының осы саладағы тәжірибесі мен әлеуетін оңтайлы пайдалану қажеттігін айтты. Орталық Азия елдерінің нарықтағы бәсекеде осы артықшылықтарды кеңінен пайдалануды ұсынды. Президент сонымен бірге Қазақстанда жаңа кеден қоймаларын құру бойынша белсенді жұмыс жүргізіліп жатқанына тоқталды.

«Біз осыны ескере отырып, жаңа кеден қоймаларын ашуға белсене кірістік. Осы орайда серіктестерімізге тауарын біздің қоймаларымызда сақтауды ұсынамыз. Мұның логистика тұрғысынан алғанда өте қолайлы екенін айта кеткен жөн. Сонда Орталық Азия мен Қытайдың арасында екі бағытта да тауар тасымалдау мерзімін азайтуға мүмкіндік туады», – деді Президент.

Қазақстандағы электронды сауданың дамуы

Елімізде де электронды сауда нарығы қарқынды дамып келеді. ҚР Сауда және интеграция министрлігінің дерегінше, 2020 жылы еліміздегі онлайн сауда нарығының көлемі 1,1 трлн теңгені құраған. Ал 2021 жылы В2С (бизнесмен тұтынушыға) электронды сауда нарығының көлемі 1 286,8 млрд теңгеге жеткен.

Соңғы 2018-2020 жылдары аралығында бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі онлайн сауданың үлесі де айтарлықтай өсті, ал COVID-19 пандемиясы бұл процесті одан әрі тездетіп жіберді. Мәселен, егер 2018 жылы бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электронды сауданың үлесі 2,9%-ды, 2019 жылы 3,8% құраса, коронавирус инфекциясы өршіп тұрған 2020 жылы ол үш есеге жуық артып, 9,7%-ға жетті. Әлеуметтік қашықтық, қатаң карантин шараларының енгізілуі тауарлар мен қызметтерді онлайн сатып алуға бейімдеді. Бұл үрдіс тек Қазақстанда ғана емес, жалпы әлемнің сауда саласына деген көзқарасын өзгертті. Осылайша, қауіпсіздік мақсатындағы карантин шектеулері цифрлы байланыс құралдарын пайдалану мен қашықтан тұтыну көрсеткішінің артуына себеп болды.

Жалпы Қазақстандағы электронды сауда ішкі және сыртқы сауданың, қолма-қол ақшасыз төлемдердің дамуына және көлемінің ұлғаюына, оған қоса бизнес шығындарын, көлеңкелі айналымды азайтуға ықпал етеді. ҚР Сауданы дамытуға арналған 2021-2025

жылдарға арналған ұлттық жобасында онлайн төлем жүйесін жетілдіру көзделген. Дегенмен статистикаға назар аударсақ, елдегі электронды төлем жүйесі жолға қойылып келеді. Мәселен, 2020 жылы қолма-қол ақшасыз төлемдер көлемі 2,4 есеге өсіп, 35,3 трлн теңгеге жеткен. 2021 жылғы көрсеткіш те жоғары. 2021 жылдың алғашқы екі айында қолма-қол ақшасыз төлемдердің көлемі өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда екі есеге артып, 7,8 триллион теңгені құраған. Сонымен қатар интернет пен ұялы телефон арқылы жасалған онлайн төлемдердің үлесі жалпы көлемнің 82%-ын құраған[3].

Онлайн сауданы дамыту шаралары

ҚР Сауда және интеграция министрлігі Цифрландыру департаменті директорының орынбасары Руслан Уразалиев 2022 жылы ұлттық электронды сауданы дамыту бойынша тиімді шаралар кешені әзірленетінін атап өтті. Сонымен қатар осы жылы трансшекарлық және ішкі электронды сауда саласында бірнеше ірі жоба жүзеге асырылмақ.

«ЕАЭО шеңберінде төлемдер төлеу жүйесі мен барлық кедендік операцияны жүзеге асыруды жеңілдетуге, сондай-ақ тауарды сатып алушылар үшін қолайлы орта қалыптастыруға, кедендік әкімшілендіруді жеделдетуге және интернет-сауда шеңберінде рәсімдерді оңайлатуға арналған пилоттық жобаны іске қосуды жоспарлап отырмыз», - деді ведомство өкілі.

Қазіргі таңда «100 цифрлық нарық» жобасын іске қосуға дайындық жүргізіліп жатыр. Бұл нарықтағы ШОБ өкілдері мен Қазақстанның АТ-қауымдастығын біріктіретін болады. Бағдарлама кәсіпкерлерге онлайн сату арналарына көшуге көмектесе, стартаптарға Қазақстанның нақты нарықтарына қол жеткізуге және озық технологиялар базасында жобалар әзірлеуге мүмкіндік бермек.

Департамент директоры орынбасарының мәліметінше, 2021 жылдан бастап қазақстандық кәсіпкерлерді ең ірі Amazon платформасында сатушы ретінде тіркеу туралы келісім жасалған. Олар бүкіл әлемде 200 миллионнан астам сатып алушысы бар онлайн сауданың әлемдік нарығына қол жеткізді.

Руслан Уразалиевтің пайымынша, отандық электронды сауда нарығының ұлғаюы Қазақстан экономикасына оң әсер етеді. Мәселен, жас және тәжірибелі кәсіпкерлерге интернет-платформада ілгерілету бойынша тікелей қолдау көрсету қазақстандық өнімнің танымалдығын арттыруға, сондай-ақ мемлекеттік бюджетке түсетін түсімдерді ұлғайтуға мүмкіндік береді. Бүгінгі таңда Alibaba.com платформасында ұсынылған көмектің арқасында кәсіпорындар 125,9 млн долларға отандық өнімді сата алды.

«Оған қоса, министрлікте ірі халықаралық электронды алаңдарда отандық жеткізушілерге жыл сайынғы қолдау көрсету жұмыстары жалғасуда. Қазіргі уақытта 61 компанияға платформада аккаунт берілді. Бүгінгі таңда іріктелген компаниялар Alibaba платформасында өз өнімдерін сатып жатыр», - деп толықтырды Руслан Уразалиев.

Сонымен қатар, электронды сауда негіздеріне оқыту мақсатында jumysbar.kz сайтында білім беру модулі іске қосылған. Курс онлайн режимде ақша табуға, онлайн сату дағдыларын дамытуға бағытталып отыр[4].

Әдебиеттер тізімі

1. [Bloomberg - Are you a robot?](https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-02-03/are-you-a-robot) *www.bloomberg.com*. Дата обращения: 3 февраля 2022
2. <https://atameken.kz/kk/news/30713-elektrondy-saudany-timdlg>
3. <https://kaz.inform.kz/news>
4. <https://www.akorda.kz/ru>

The real estate market as a system of economic relations

M.G. Izmailov

postgraduate student, senior lecturer at the Department of Economics and Law
Essentuki Institute of Management, Business and Law
m.izmailov-nauka@ro.ru

Annotation: This article examines the real estate market as a system of economic relations. The real estate market is one of the most important elements of the economy and plays a key role in meeting the needs of the population. In addition, the real estate market has a multiplicative effect on many sectors of the national economy, which determines the relevance of real estate market research and its features.

Keywords: real estate, real estate property, real estate market, the concept of the real estate market, features of the real estate market, functions of the real estate market, the structure of the real estate market.

The real estate market is one of the most important elements of the economy and plays a key role in meeting the needs of the population. In addition, the real estate market has a multiplicative effect on many sectors of the national economy, which determines the relevance of real estate market research and its features.

The market in a general sense can be defined as a set of economic relations arising between its subjects (buyers (consumers) and sellers (suppliers)) about the movement (voluntary exchange) of goods and money between them and the satisfaction of their needs. There are various types of markets, including the consumer market, the market of means of production, the stock market, the labor market, the real estate market, etc.

The real estate market is a system of economic and legal relations that arise between its subjects (sellers and buyers of real estate, landlords and tenants) and includes a set of mechanisms that ensure the transfer of ownership, use, disposal of real estate (purchase, sale and lease of real estate) and the movement of funds.

The goods on the real estate market are real estate objects registered in accordance with the established procedure in accordance with the legislation and recognized as such.

The real estate market has the following features:

- 1) a limited number of sellers and buyers of real estate;
- 2) the possibility of valuation of the property and, as a rule, the growth of its market value over time;
- 3) high cost of real estate;
- 4) low liquidity of real estate;
- 5) durability of real estate objects;
- 6) the variety of property rights and their combinations;
- 7) state registration of real estate objects and transactions with it, as well as a high level of state regulation of the real estate market;
- 8) high transaction costs in the real estate market.

In addition, real estate as a commodity has the following specifics - it is locality associated with the inseparability of real estate objects from their location, which determines territorial preferences in the real estate market.

The subjects of the real estate market are:

- 1) owners (individuals and legal entities - sellers of real estate and landlords);
- 2) consumers (individuals and legal entities - buyers and tenants of real estate);
- 3) management companies;
- 4) intermediaries (real estate agencies, realtors, appraisers, banks, insurance companies, etc.);
- 5) investors;
- 6) the authorities, the bureau of technical inventory.

By its economic essence, the real estate market is a means of redistribution of real estate objects.

The real estate market performs three main functions:

- 1) transfer of property rights (rights to real estate objects);
- 2) ensuring interaction between real estate owners and consumers;
- 3) establishment of market prices for real estate (equilibrium prices).

In addition, the real estate market performs the following functions:

- 1) stimulating, which allows you to motivate the owner to reduce costs;
- 2) information, which allows the collection and processing of information about the state of the market;
- 3) sanitizing, which allows you to unload the market from uncompetitive and inefficient participants;
- 4) investment, which allows you to ensure a sufficiently reliable investment of financial resources in order to save them and make a profit;
- 5) social, which makes it possible to ensure the emergence of new jobs, as well as to meet the need of the population for housing.

The real estate market is a self-regulating system based on market (supply and demand) and state regulation.

For example, in the structure of gross added value by branches of the Russian economy, real estate transactions account for about 11%. This share has remained virtually unchanged in the last decade.

The real estate market, like any other market, develops cyclically. As a rule, the development cycle of the real estate market includes the following stages:

1. Expansion. This stage begins at a time of economic growth and an increase in effective demand for real estate against a background of limited supply. This stimulates investment processes and new building. Real estate prices and rental rates are rising.
2. The stage of market saturation. This stage is characterized by a decrease in effective demand, which leads to a gradual reduction in supply and a decrease in prices for real estate and rental rates.
3. Recession. This stage is characterized by an oversaturation of the market, a significant excess of supply over demand and extremely low prices for real estate. Investments are reduced, new building is suspended.
4. Recovery. At this stage, prices begin to correspond to real demand. There is a revival of the market.

There are different types of real estate markets. In addition, the real estate market is divided by the method of transactions into:

- 1) primary and secondary;
- 2) organized and unorganized;
- 3) stock exchange and over-the-counter (OTC market).

In the primary market, the sellers are mainly the state and building companies, as goods - newly built and commissioned real estate objects, as well as real estate objects under construction. Real estate resale processes are taking place in the secondary market.

In an organized real estate market, unlike an unorganized one, the turnover of real estate objects takes place with the participation of professional market participants.

On the stock exchange market, real estate auctions take place on specialized exchanges or auctions, on the OTC market - outside of those.

The structure of the real estate market consists of the following elements:

1. Land market (land plots).
2. Housing market (residential real estate).
3. Commercial real estate market.

In turn, the commercial real estate market includes the commercial real estate purchase and sale market and the commercial real estate rental market.

It should be noted that, in general, special-purpose objects and industrial real estate are practically not represented on the real estate market due to their specifics, lack of free supply and limited demand for such objects. For this reason, it is not possible to talk about the formed market of these objects.

Summing up, it can be noted that the real estate market is a system of economic relations that arise between its subjects (sellers and buyers of real estate, landlords and tenants) and includes a set of mechanisms that ensure the transfer of ownership, use, disposal of real estate (purchase, sale and lease of real estate) and the movement of funds. In addition, the real estate market has its own characteristics, performs specific functions and, thereby, becomes a driver of the development of the national economy.

References

1. Измайлов М.Г. Рынок недвижимости как система экономических отношений: сущность и специфика / М.Г. Измайлов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2023. - Т. 13. - №8А. - С. 97-104.

Өнеркәсіптік кәсіпорындардың дамуын басқару механизмі

Т.Б. Казбеков¹, М.Ж. Нурпейсов²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.к., профессоры

²Менеджмент мамандығы бойынша 4 курс студенті
anuarbek.kazbekov@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Отандық машина жасау кәсіпорындарының ұзақ уақыт бойы шығындарының жоғары деңгейі, өнім сапасының төмендегі қарастырылып, өнеркәсіптік кәсіпорындардың дамуын басқару механизмін жетілдіру бағыттары ұсынылған.

Кілт сөздер: өнеркәсіп, кәсіпорын, басқару, цикл, өзгерістер, технология ауытқу, мониторинг, механизм.

Отандық машина жасау кәсіпорындары ұзақ уақыт бойы шығындардың жоғары деңгейін, өнім сапасының төмендігін және әлсіз инновациялық белсенділікті сақтап қалды, бұл сайып келгенде өнімнің тек сыртқы ғана емес, ішкі нарықта да бәсекеге қабілетсіздігінен көрінеді. Кәсіпорындардың алдында жоғары технологиялық өнімдер нарығына шығудың жаһандық мақсаты тұр, оны жүзеге асыру жоғарыда аталған барлық себептерді жоюды талап етеді.

Өзгерістерді жоспарлау әдетте кәсіпорынды жаңғырту, қайта құрылымдау және нарықты кеңейту бойынша арнайы шаралар тізбегі арқылы жүзеге асады.

Басқару механизмін синтездеу үшін басқару циклінің құрылымын таңдау маңызды. Экономикалық мәселелерді шешу тұрғысынан басқару процесі келесі кезеңдерден тұрады:

- 1) даму мақсаттарын айқындау;
- 2) кәсіпорынды дамытудың қауіптері мен мүмкіндіктерін анықтау;
- 3) кәсіпорынның жағдайын, жағдайларын, оқиғаларын диагностикалау;
- 4) кәсіпорынның дамуындағы проблемаларды анықтау;
- 5) кәсіпорын дамуының баламалы траекторияларын анықтау;
- 6) салдарларды талдау;
- 7) ең жақсы баламаны таңдау;
- 8) даму стратегиясын, басқару шешімдерін және оларды іске асыру жобаларын әзірлеу (түзету);
- 9) қабылданған шешімдерді іске асыру;

Басқару цикліне сәйкес бірінші кезең тұтынушылардың қанағаттану деңгейіне, ішкі және сыртқы субъектілердің мүдделеріне, кәсіпорынның жағдайы мен табыстылығына әсер ететін

жағдайларды анықтау, проблемаларды, қауіптер мен мүмкіндіктерді анықтау болып табылады.

Мақаланың мақсаты – кәсіпорынның дамуын басқару механизмін жасау. Бұл жағдайда аналитикалық блоктардың тізбегін анықтау, олардың арасындағы логикалық және ақпараттық байланыстарды бөліп көрсету және осы блоктар арқылы генерацияланатын және даму және пайдалану мақсаттарын анықтау үшін мақсат қою блогына берілетін әртүрлі сигналдарды қалыптастыру маңызды.

Өзгеріс – эволюцияның тұрақты және ажырамас категориясы және экономикалық жүйенің өміршеңдігін қамтамасыз етудің іргелі механизмі. Бұл әртүрлі басқару деңгейлеріндегі (жеке тұлғалар, топтар, бөлімдер, кәсіпорындар), технология, қоршаған орта және уақыт субъектілеріне әсер ететін инновациялық қызметті қамтитын құбылыс. Өзгерістер экономикалық түсіндірмеде нәтиже, аралық немесе түпкілікті нәтиже ретінде ұсынылатын объектілердің пайда болуымен, қайта құрылуымен және жойылуымен байланысты оқиғаларға сәйкес келеді.

Ұйымдық даму тұрғысынан өзгерту - бұл жеке дамуды жақсарту және ұйымның тиімділігін арттыру үшін мінез-құлық (зерттеу негізіндегі, рефлексиялық немесе импульсивті) теориялар, стратегиялар мен функцияларды реттеу механизмдерінің жиынтығының көрінісі.

Ұйымдастырушылық өзгерістер сыртқы ортадағы жағдайларға және кәсіпорыншілік қайшылықтар мен қарсылықтарға реакция ретінде қазіргі уақытта бәсекелестік позицияны, оңтайлы немесе қолайлы жұмыс режимінің тұрақтылығын сақтауға және нығайтуға бағытталған. Оларды басқару жаһандық деңгейде, барлық жүйелерге әсер етеді және жергілікті, эволюциялық және революциялық, ұтымды және иррационалды түрде жүзеге асырылады.

Өнеркәсіптік кәсіпорындардың дамуын басқару механизмінің қалыптасуы, келесі тұжырымдамалық ережелерге негізделген:

- кез келген жағдайдағы өзгерістерді болжау және оған қатысты басқару тәсілдерін қолдану мүмкіндігі;
- кәсіпорын қызметінің оның экономикалық өсуі мен дамуы тұрғысынан оның параметрлерінің белгісіздігі мен маневрлік мәселелерін шешу;
- даму процесінде элементтердің гетерогенділігін есепке алу;
- кәсіпорынның дамуы мен нақты жағдайы туралы шешімдердің сәйкестігі;
- кәсіпорынды дамыту тиімділігін көп критериялы бағалау;
- аналитикалық қорытындылар мен даму процестерін бақылау мен үйлестіру нәтижелеріне негізделген басқару критерийлерін тұжырымдау мүмкіндігі.

Даму процестерін қадағалау, өлшеу және талдау және кәсіпорынның жай-күйін бағалау, проблемалық жағдайларды, оқиғаларды, кедергілерді, теріс тенденцияларды, қауіптер мен мүмкіндіктерді, соның ішінде «әлсіз сигналдар» мен қателерді анықтау мына қағидаттарға негізделген: тиімділік; жүйелі; сәйкестік және өзектілік; уақыттылығы.

Кәсіпорынның дамуын басқару механизмдерін синтездеу тәсілдерінің бірі әртүрлі экономикалық мектептердің басқару технологияларын біріктіру және түрлендіру болып табылады, ал шетелдік баламалар ұлттық экономиканың ішкі ерекшеліктерін ескере отырып сіңіріледі. Кәсіпорынның дамуының әртүрлі процестерін басқарудың гетерогенді механизмдері мен технологияларын (инновациялық, инвестициялық, қаржылық, маркетингтік, өндірістік, ұйымдастырушылық және т.б.) оқшаулауға болмайды және қолайлы өзгерістерге бағытталған кәсіпорынды басқарудың жалпы механизмінің күрделі категориясын білдіреді.

Дамуды басқару механизмі басқару жүйесін белсендіреді, кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортасындағы субъектілердің мақсатты және келісілген өзара әрекеттесуінің экономикалық, мотивациялық, ұйымдастырушылық және ақпараттық әдістерін жүзеге асырады.

Проактивті басқару мүмкіндіктерді пайдалану үшін жоспарланған өзгерістерді білдіреді, ал реактивті басқару қауіптерді жою үшін өздігінен болатын өзгерістерді білдіреді. Таңдалған тәсілге, әдістемеге және құралдарға сәйкес әрбір өзгеріс даму жылдамдығына, тиімділігіне, сапасы мен тиімділігіне әсер ету дәрежесімен сипатталады.

Даму мақсаттарын анықтау және басқару механизміндегі өзгерістерді бастау үшін кәсіпорынның дамуын басқару процесін бірқатар әрекеттерге (кезендерге) бөлу қажет.

Кәсіпорынның миссиясын тұжырымдау мақсат қоюдың бастапқы кезеңі болып

Келесі кезеңде кәсіпорын қызметінің жоспарланған уақыт кезеңіне жалпы стратегиялық бағыты белгіленеді. Оны қалыптастыру кезінде, бір жағынан, кәсіпорында қалыптасқан жағдай, саладағы, нарықтағы жағдайлар және жалпы ел экономикасының жағдайы туралы ақпарат пайдаланылады. Екінші жағынан, кәсіпорынның ресурстарын (құзыреттерін) объективті бағалау стратегиялық нұсқауға шектеулер жиынтығы ретінде қолданылады. Сондықтан кәсіпорынды дамытудың ресурстық тәсілі стратегияны оның қызметін жалғастыру және жақсарту үшін ресурстарды бөлу моделі түрінде қарастырады.

Нәтижедегі мақсатты параметрлер ресурстарға, технологияларға және қызметкерлерге қойылатын талаптарды қамтиды. Егер қолда бар ресурстар мақсаттарға, процестерге, технологияларға, жобаларға қойылатын талаптарға сәйкес келмесе, онда кәсіпорынның ресурстық базасының құрылымын өзгерту қажеттілігі туралы сигнал жіберіледі. Мақсаттар жиынтығының (ағашының) ресурстық базасы адекватты болса, көлемі бойынша ресурстардың жеткіліктілігі тексеріледі. Жеткіліксіз мөлшердегі ресурс позициялары үшін оларды алу қажеттілігі туралы сигнал жіберіледі. Бұл ретте ресурстар уақыт бойынша кезең-кезеңімен тексеріледі және тексерудің оң нәтижесі олардың нақты болуын ғана емес, сонымен бірге болашақта уақтылы алу мүмкіндігін де қамтиды. Бұл ретте әртүрлі оқиғалар, жағдайлар және сәйкес жоспарлау шешімдері үшін даму сценарийлері әзірленеді.

Көлемі бойынша ресурстардың жеткіліктілігі мынадай баптар бойынша тексеріледі: операциялық қызмет, стратегиялық жоспарларды, сапаны, технологиялық және басқару процестерін жақсарту бойынша жобалар мен бағдарламаларды іске асыру, жана өнімдер мен инновацияларды әзірлеу, нарыққа шығу және бірлескен жобаларға қатысу, технологиялық желілерді жаңғырту, функционалдық ішкі жүйелерді қайта құрылымдау, ұйымдастырушылық қайта құрулар.

Әрі қарай ұйымдық қамтамасыз етуді ішінара тексеру келесі ресурстарды пайдалана отырып жүзеге асырылады: білім, құзыреттілік, идеялар және қызметкерлердің кәсіпорындағы өзгерістерге дайындығы.

Ресурстармен қамтамасыз етуді тексерудің соңғы кезеңі ресурстарды басқарудың экономикалық тиімділігі мен тиімділігін кешенді бағалау болып табылады. Қанағаттанарлықсыз бағалау кезінде тиісті себептерді анықтау үшін диагностикалық сигнал жіберіледі, оның негізінде ресурстарды басқару тиімділігін арттыру мүмкіндіктері іздестіріледі.

Осылайша, кәсіпорында оның дамуын басқару тиімділігі тәуелді болатын негізгі сипаттамалардың үш жиынтығы бар:

- ұзақ мерзімді қарапайым және келісілген мақсаттар мен құндылықтар;
- ресурстар мен мүмкіндіктер, ұйымдық құрылым;
- басқару жүйесі.

Мақсаттарды, олардың ыдырауын және рейтингін тұжырымдағаннан кейін олар келесідей топтарға бөлінеді: түбегейлі өзгерістердің мақсаттары; үздіксіз жетілдіру мақсаттары; жағдаяттық мақсаттар. Алғашқы екі топтың мақсаттарының көпшілігі уақыт бойынша салыстырмалы түрде тұрақты мақсаттар ретінде сипатталады, яғни олардың тұжырымы қажетті түпкілікті нәтижеге қол жеткізгенге дейін айтарлықтай түзетілмейді. Жаңа жағдайлардың әсерінен олардың түбегейлі өзгеруі немесе тіпті бас тартуы жоққа шығарылмайды. Үшінші топтың мақсаттарын тұжырымдау ұзақ мерзімді тұрақтылықты білдірмейді, өйткені олар көптеген анықталған ауытқуларға байланысты.

Алғашқы кезеңінің соңғы нәтижесі кәсіпорынның даму мақсаттарының ағашы болып табылады. Алдыңғы кезеңде алынған мақсаттар ағашына, ағымдағы жағдайды талдауға, кәсіпорынның даму деңгейін бағалауға және даму және жұмыс істеу процестерін талдауға негізделген кәсіпорынды дамыту стратегиялары әзірленеді. Стратегияларды құру барысында мақсаттарға жету жолдары ретінде оларды іс жүзінде жүзеге асырудың ішкі мүмкіндіктері және қосымша шектеулерді тудыратын сыртқы факторлар анықталады, оларды іске асырудың күтілетін әсерлері мен шығындары салыстырылады.

Бақылау функциясының нәтижелері бойынша кәсіпорынның дамуы мен жұмыс істеуін талдаудың міндетті процедуралары:

- кәсіпорынның даму жоспарының орындалуын, сандық, сапалық және уақыттық сипаттамалар бойынша мақсаттардан ауытқуларды тексеру, олардың қол жеткізу мүмкіндігін кәсіпорынның құзыреттері мен мүмкіндіктері, оның әлеуетін қалыптастыру тұрғысынан бағалау;

- қалаусыз ауытқулардың басқа түрлерін және олардың туындау себептерін анықтау, осы себептерді жою бойынша түзету шараларын уақтылы қабылдау, сондай-ақ ағымдағы ішкі өндірістік резервтерді іздеу және пайдалану.

Соңында стратегияларды әзірлеу нәтижелері бойынша критерийлер жиынтығымен және оларға арналған көрсеткіштер мәндерімен сипатталатын мақсаттардың сәйкестігі және ағымдағы жағдай тексеріледі. Егер мақсаттар асыра бағаланса немесе кем бағаланса, яғни пайдаланылатын әртүрлі көрсеткіштер үшін мақсатты және мүмкін мәндер арасындағы ауытқулар анықталса, мақсаттар түзетіледі. Мұнда стратегияларды іске асыру нәтижелері туралы ақпарат қолданылады.

Өнеркәсіптік кәсіпорынның дамуын бағалаудың көрсеткіштері мен әдістерін қолдана отырып, оның басшылығы кәсіпорында және оның іскерлік ортасында болған өзгерістерді болжайды және технологиялық, басқарушылық, инновациялық, қаржылық, маркетинг және басқа процестерді басқарады. Кәсіпорынның даму деңгейін бағалау негізінде стратегиядағы өзгерістер, жобаны әзірлеу, басқару және қызмет салаларындағы стратегиялық жоспарлар мен бағдарламаларды әзірлеу туралы қорытынды жасалады.

Қорытындылар. Осылайша, өнеркәсіптік кәсіпорынның дамуын басқарудың әзірленген механизмі басқару тәсілдері мен технологияларын аналитикалық және басқару функцияларының реттелген тізбегіне біріктіреді, мақсаттардағы өзгерістерді уақтылы бастауға және оларға тиімді қол жеткізуді қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. Царенко А.С. В поисках рецепта эффективных организационных изменений / А.С. Царенко. – М.: ИПЦ «Маска», 2020. – 204 с.
2. Barney J.B. Gaining and sustaining competitive advantage / J.B. Barney. – Reading: Addison-Wesley Publishing Company, Inc., 2017. – 586 p.
3. Фазй Л. Курс MBA по стратегическому менеджменту / Л. Фазй, Р. Рэнделл. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 608 с.
4. Грант Р.М. Современный стратегический анализ / Р.М. Грант. – СПб.: Питер, 2018. – 560 с.
5. Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 288 с.
6. Морозов И.О. Оценка эффективности обучения в организации / И.О. Морозов, А.Ю. Логинова. – М.: Компания АйТи, 2016. – 276 с.

Қазақстандағы инвестициялық процестерді басқару тетіктерін жетілдіру

Т.Б. Казбеков¹, М.Аманқызы²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.к., профессоры,

² "Менеджмент" мамандығы бойынша 4 курс студенті

Аманқызы Мөлдір

amanqyzy@gmail.com, anuarbek.kazbekov@mail.ru

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Қазақстандағы инвестициялық процестерді басқару мәселелері қарастырылып оларды жетілдіру бағыттары ұсынылған.

Кілт сөздер: инвестиция, құқық, институционалдық инвестор, қор биржалары.

Институционалды инвестицияда «басқару» қор активтерін инвестициялау үшін қолданылатын шешімдер қабылдау мен қадағалау жүйесін сипаттайды. Бұл рөл үшін жауапкершілік жоғары деңгейлі мәселелерге тап болған (әдетте олар жауапкершілікті өз мойнына алады) және іске асырудың егжей-тегжейлі іс-шараларымен (олар өзгелерге және сенімгерлік басқарушыларға тапсыру ықтималдығы жоғары) мәселелермен бетпе-бет келген басқарма және менеджмент сияқты сенімгерлерге жүктеледі. рөл сол әрекеттерді бақылауға айналады). Инвестициялық басқару, бір сөзбен айтқанда, әлеуметтік қауіпсіздік институты үшін құндылық қалыптастыру үшін дағдыларды, ресурстар мен процестерді пайдаланады. Ұйымның басқару процесіне жұмсай алатын біліктілігі, қаржылық ресурстары, уақыты (ішкі және сыртқы) және қордың операциялық тиімділігі шектеулі. Осы процеске бөлуге болатын осы элементтердің мөлшері басқару бюджеті деп аталады. Басқару бюджетінің мөлшері күтілетін басқару нәтижелеріне әсер етеді. Басқару бюджетінің белгілі бір мөлшері тиісті инвестициялық стиль мен стратегиямен сәйкес келуі керек. Азды-көпті дағдылар, ресурстар мен процестер қол жетімді болғандықтан, басқару бюджеті уақыт өте келе өзгеруі мүмкін, бұл мүмкін инвестициялық тиімділікке әсер етеді. Қарапайым түрде, тиісті басқару бюджеті уақыт пен тәжірибені қоса алғанда қордың мөлшері мен міндеттемелері бойынша белгіленген шектеулерді мойындай отырып, тиімді инвестициялық стратегияның алғышарты болып табылады. Әдетте, басқару бюджеті инвестициялық мекеменің ұзақ мерзімді инвестициялық миссиясы мен мақсаттарына байланысты амбицияларына сәйкес құрылған стратегиялық құрал болып табылады. Басқару мәселесі қазіргі заманғы барлық ұйымдарға әсер ететін жалпы мәселелерді шешуден гөрі көбірек. Әлеуметтік қамсыздандыру институттары ұзақ мерзімді құнды құру үшін тәуекел мен белгісіздік басқару үшін маңызды болатын әлемдік қаржы нарықтарында жұмыс істейді. Басқару тәуекел бюджеті мен басқару бюджетіне байланысты құндылықты құруы және жоюы мүмкін. Бұл ұсыныстың салдары екі түрлі: біріншіден, нақты белгіленген мақсаттарға қарсы тәуекелге бару кез келген дұрыс басқарылатын қаржы институтының құрамдас бөлігі болып табылады; екіншіден, тәуекелге бару әдейі және басқарылатын іс-әрекет дәрежесі мекемеге осы функцияға бөлінген басқару бюджетінен тәуелді. Нашар басқарылатын ұйымдар тәуекелдерді жоспарлауды сирек қабылдайды және басқару бюджетін қате үнемдейді, оны таза қаржылық нәтижелерді шектейтін шығындар ретінде қарастырады. Инвестициялар жөніндегі осы нұсқаулар институт қабылдауы қажет басқарудың үдемелі процесіне қатысты барлық аспектілерді қамтиды. Алайда, біз инвестициялық процестің төрт негізгі, кең кезеңдерін анықтай аламыз. Төменде қысқаша мазмұндалған және жеке нұсқаулықта әзірленген осы төрт кезеңге мыналар жатады: инвестициялық стратегияға қатысты шешімдер; осы стратегия негізінде тиісті портфолио құру; стратегияны жүзеге асыру; және процесті бақылау және есеп беру.

Инвестордың стратегиялық активтерін бөлу кірістің көп бөлігін құрайтындығы жақсы құжатталған. Демек, бұл бөлуді ойластырылған құрылымдау және нақты анықтау үшін инвестициялық процестің маңызды бөлігі болып табылады. Стратегиялық активтерді бөлу ұзақ мерзімді сипатта болады және ол инвестициялаушы мекеменің инвестициялық сенімін,

инвестициялық миссиясы мен мақсаттарын, тәуекел бюджетін, қайтару мақсаттарын, міндеттемелерін және қаржыландыру саясатын және тәуекелге төзімділікті және олардың әсер етуі немесе шектелу дәрежесін көрсетуі керек. қаржылық емес факторлар бойынша. Қауіп-қатерге төзімділік түпкілікті демеушінің (үкіметтің / салық төлеушінің) қаржылық әлауқаты мен әлеуметтік қамсыздандыру мекемесі активтерінің құлдырауына әкелуі мүмкін оқиғалар арасындағы ықтимал корреляцияны қарастыруды қамтуы керек. Стратегиялық активтерді бөлуден басқа, инвестициялық стратегияны шолу активтердің пассивтерін модельдеуді (мысалы, инфляция байланысты болуы мүмкін), негізгі тәуекелдік тәуекелдерді анықтау үшін тәуекелдің негізгі бағыттары бойынша стресс-тестілерді және әртараптандыру туралы ой-пікірлерді қамтуы мүмкін. және таңдалған тәуекелдерді хеджирлеу.

Портфолио құрылысы - бұл инвестициялық мекеменің стратегиялық активтерін орналастырудың алғашқы қадамы. Портфолионы құрудың мақсаты - стратегиялық активтерді орналастыру мақсаттарын инвестициялық шешімдерге тиімді аудару. Бұл үдеріске инвестициялық миссияны, инвестициялық сенімдерді, басқару бюджетін, қайтарымдылық мақсатына және тиісті тәуекел бюджетін, қолда бар инвестициялық таңдауды және өтімділік талаптарын қарастыру кіреді. Портфолио активтер сыныбы, географиялық аймақ, тәуекелге қатысты жағдайлар және мүмкін тақырыптық инвестициялар сияқты құрылымдарды қолдану арқылы жеткілікті түрде әртараптандырылуы керек. Портфолио қажетті табыс пен тәуекел мақсаттарына қол жеткізу үшін қол жетімді инвестициялық мүмкіндіктерді пайдалану арқылы жасалуы керек. Тәуекелдерді анықтап, «қайтарылмаған» деп саналатын тәуекелдерді қалай басқаруға (немесе «хеджирлеуге») қатысты талдау жүргізу керек. Өтімділікті ескеру және басқару бюджеті туынды құралдарды пайдалану тәуекелді басқарудың тиісті тәсілі болып табылатындығын анықтауда маңызды рөл атқаруы керек.

Инвестициялық ережелер әр түрлі болуы мүмкін. Мұндай ережелер мен шектеулер, екінші жағынан, келісімдерге қарағанда анағұрлым ауыр болуы мүмкін (мысалы, кейбір активтер кластарына инвестиция аз шектелген болуы мүмкін), ал әлеуметтік қамсыздандыру резервтік қорлары, сонымен қатар, қаражат салымдарына үлкен саяси ықпал етуі мүмкін. Әлеуметтік қамсыздандыру резервтік қорлары белгілі бір активтерге инвестиция салуды талап етуі мүмкін және жеке немесе мемлекеттік кәсіпорындарға немесе инфрақұрылымдық жобаларға тікелей инвестициялары болуы мүмкін. Мұндай жағдайларда инвестициялардың құны (және онымен байланысты тәуекелдер) оңай тексерілмеуі мүмкін, бұл активтер мен тәуекелдердің құнын бағалаудағы қиындықтарға әкелуі мүмкін. Егер қосымша мемлекеттік емес зейнетақымен қамсыздандыруға қарағанда инвестициялық шектеулер анағұрлым ауыр болса, бұл үлкен инвестициялық еркіндік пен ақша қаражаттарының ағынының мүмкін болатын шектеулерімен (қолда бар активтердегі ақша қаражаттарының ағындарының жоғары болуына байланысты) шектеулі ресурстармен сәйкес келуі керек. мекеменің міндеттерін ескере отырып, күрделі және күрделі инвестициялық келісімдерді басқаруға қабілетті басқару мүмкіндіктері.

Кең мақсаттар мен сыртқы шектеулер. Резервтік қорлар көбінесе қаржыландыру талаптарын тегістеуге және болашақтағы демографиялық өзгерістерді болжауға мүмкіндік беру үшін құрылатынына қарамастан, оларды сыртқы органдар маңызды стратегиялық инвесторлар ретінде қарастыруы мүмкін. Бұл белгілі бір инвестициялық таңдаудың немесе қосымша мақсаттардың жүктелуіне әкелуі мүмкін (мысалы, жекелеген секторларды қаржыландыру немесе мемлекеттік қарыздарды сатып алу). Мұндай жағдайларда инвестициялық функцияның басқару процедураларын енгізуде және мұндай жағдайларға тиісті жауаптарды беруде рөлі ерекше, сондықтан резервтік қордың әлеуметтік қамсыздандырумен қамтылғандарға қатысты міндеттемелерін орындауын қамтамасыз етеді. .

Есеп беру талаптары қосымша мемлекеттік емес зейнетақымен қамсыздандырудан өзгеше болуы мүмкін. Қосымша жоспарларға қойылатын талаптар анағұрлым ауыр болуы мүмкін болса да, әлеуметтік қамсыздандыру резервтік қорлары есеп берудің сапасына, мазмұнына және жиілігіне әсер ететін қоғамдық және саяси есеп берушілікке ие.

Жоғарыда мазмұндалғанның негізінде, Қазақстандағы инвестициялық климатын жақсаруын қамтамасыз ету үшін келесідей жағдайларды қамтамасыз еткен дұрыс:

1. Қазақстанның саяси жүйесінің тұрақтылығын, заң шығарушы, атқарушы және сот билігінің дербестігін қамтамасыз ету қажет. Бұл жағдайда елімізде қазіргі кезде жүргізіліп жатқан реформалардың одан әрі дамуын жүзеге асырып, «Жаңа Қазақстан» құруды қолға алу.

2. Қазақстандағы жемқорлықтың инвестиция саласына әсер етпеуін, ашық дәрежеде болуын қамтамасыз ету. Бұл ретте, инвестиция салаларында жүзеге асырылатын келісімдердің жариялығын қамтамасыз ету, орындалу барысын мониторингілеу және ашық компаниялар негізінде әр тоқсандық қортындыны халыққа ұсыну.

3. Қазақстандағы инвестицияларды тартудың маңызды тетігі ретінде қор биржалары екенін ескере отырып, олардың одан әрі дамуына назар аударудың қажеттілігін атап өткен жөн.

4. Қазақстанның әлеуметтік ахуалын жақсартуды жүзеге асыру. Бұл жағдайда Қазақстандағы компаниялардың үлесін халыққа тең дәрежеде бөлуді жүзеге асыруға болады. Мәселен, Қазақстандағы ең ірі компаниялардың бірі «Қазмұнайгаз» ҰК» АҚ-ның 2022 жылдың 9 қарашасынан 2 желтоқсанның аралығындағы IPO өткізуі жағымды жағдай болып табылады. IPO қортындысына сәйкес 18,3 миллион акция 153 миллиард теңгеге сатылған болатын. Алайда, бұл акциялардың көпшілік иелері орта және жоғары топтағы азаматтардың сатып алғанын атап өткен жөн. Осыған орай, азаматтарға Қазақстанның компанияларының үлестерін әлеуметтік жағдайларына қарай тегін беру мәселесін қарастыруға болады.

Әдебиеттер тізімі

1. «Қазақстан Республикасы сыртқы саясатының 2020 - 2030 жылдарға арналған тұжырымдамасы туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2020 жылғы 6 наурыздағы № 280 Жарлығы. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2000000280> (қарастырылған күні: 01.05.2022).

2. Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 29 қазандағы Кәсіпкерлік кодексі. [Электрон. ресурс]. – 2022. – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1500000375#z2363> (қарастырылған күні: 01.05.2022).

3. «Қазақстан Республикасы Сыртқы істер министрлігінің Инвестиция комитеті» республикалық мемлекеттік мекемесінің ережесін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Сыртқы істер министрінің 2019 жылғы 30 қаңтардағы № 11-1-4/33 бұйрығы. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/G19IY111433> (қарастырылған күні: 01.05.2022).

4. «KAZAKH INVEST» ұлттық компаниясы» акционерлік қоғамының 2018 – 2027 жылдарға арналған даму жоспарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2018 жылғы 28 Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ. Саяси ғылымдар. Аймақтану. Шығыстану. Түркітану сериясы ISSN: 2616-6887, eISSN:2617-605X8 148 № 2(143)/2023 желтоқсандағы № 900 қаулысы. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1800000900> (қарастырылған күні: 01.05.2022).

5. «Арнайы экономикалық және индустриялық аймақтар туралы» 2019 жылғы 3 сәуірдегі Қазақстан Республикасының Заңы. [Электрон.ресурс]. – 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1900000242> (қарастырылған күні: 01.05.2022).

6. Kazakh invest компаниясының ресми сайты.

Қазіргі жағдайда электрондық коммерциялық басқару тетіктерін жетілдіру

Кенес Ә.Ж.
Менеджмент 4 курс
aselya.kenes@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Қарастырылып отырған мәселенің өзектілігі қазіргі жағдайдағы электрондық коммерцияның басқару тетіктерін жетілдіру.

Кілт сөздер: электронды коммерция, менеджмент, басқару.

Егер XX ғасырдың аяғында электрондық коммерция жүйелері болса олар дәстүрлі бизнестің қосалқы (қосымша) элементі болды, содан кейін XXI ғасырдың басында электрондық коммерция дербес күш бола бастады, өйткені нарықтағы мәмілелердің 25% - дан астамы электрондық коммерция жүйелерін қоса алғанда, ақпараттық технологияларды белсенді қолдана отырып жүзеге асырыла бастады. Электрондық коммерция жүйелері коммерциялық операцияларды жүзеге асыру міндеттерін ғана емес (тапсырыстарды алу және оларды төлеу), сонымен қатар маркетинг, сатуды ынталандыру, сату алдындағы жұмыс, сатудан кейінгі қызмет көрсету, Тапсырыс берушімен өнімді бірлесіп әзірлеу, даулы мәселелерді шешу және т. б. міндеттерін шеше бастады.

Электрондық коммерция жүйелерінің типтік архитектуралары қалыптасып, олардың нарықтағы бәсекелестігі күшейген сайын жүйелердің өзін инновациялық жетілдіру ғана емес, сонымен қатар электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық дамуына қызмет көрсететін және қамтамасыз ететін өзара байланысты құрылымдар кешені ретінде инновациялық инфрақұрылымды барабар дамыту қажеттілігі туындады. Электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін жетілдіру шеңберінде электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін іске асыратын модель әзірленді.

Суретте көрсетілген әзірленген модельдің Блок-схемасы.1.электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру мен дамытудың өзара байланысты тораптарының екі өлшемді массиві болып табылады. Бұл массивтің бір координаты "маркетингтік инновациялар – өнімдік инновациялар – технологиялық инновациялар – ұйымдастырушылық инновациялар – нарықтық инновациялар" тізбегінің буындарынан, ал екіншісі - "құру қажеттіліктерін талдау – құру нәтижелерін бағалау – даму нұсқаларын талдау – даму нәтижелерін бағалау"инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту кезеңдерінен тұрады. Бұл ретте әрбір кезеңде қарастырылып отырған "маркетингтік инновациялар- ... - нарықтық инновациялар"көп буынды тізбегіндегі инновациялық өзгерістерді дәйекті - қатар іске асыру дәйекті түрде жүргізіледі. 1 және 3 модельдің зерттеу кезеңдері электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту нұсқаларын таңдау кезінде тиімділік критерийінің максималды шарты негізінде жүзеге асырылады. Модельдің іске асыру кезеңдері (2 және 4) сәйкесінше электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру мен дамытудың нақты тиімділігін бағалаумен қатар жүреді. Модельдің 4 және 3 кезеңдері арасындағы кері байланыс электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын дамыту механизмінің циклдік сипатын көрсетеді.

Электрондық коммерция жүйесінің инновациялық инфрақұрылымын басқару блогында (СЭК АИ негізгі элементтері блок-схеманың төменгі қатарында келтірілген), оның ішінде электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін басқару кезінде тәуекелдерді оқшаулау міндеті шешіледі. Электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін жетілдіру міндетін шешудің қисынды жалғасы электрондық коммерция жүйелерінің

инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін басқару кезінде тәуекелдерді оқшаулау алгоритмін қалыптастыру болды. Қалыптасқан алгоритм суретте көрсетілген.2. Ұсынылған алгоритм инновацияның әр түрі үшін кестеде көрсетілген тәуекелдерді басқару әдістерін бөлісуге негізделген.1. Бұл ретте электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту кезінде инновациялардың әрбір түрі бойынша тәуекелдерді басқару кезінде түпкілікті шешімдер г. Марковицтің бірінші портфельдік теориясы (жоғарыдан σ тәуекелді шектеу кезінде D кірістілігін барынша арттыру) негізінде қабылдануы тиіс:

Электрондық коммерция жүйелерінің дамуына тұтынушылардың мүмкіндіктерге байланысты оң реакциясы ықпал етеді: жаһандық таңдау, ұсыныстарды жылдам салыстыру, тауарларға тапсырыс беру және ыңғайлы уақытта мәмілелер жасау, тауарларды төмен бағамен сатып алу. Осылайша, шаруашылық жүргізуші субъектілердің электрондық коммерция жүйелерін енгізуі, бір жағынан, тауарлар мен қызметтерді сатудың тиімділігін арттыруға, өткізу нарықтарын кеңейтуге, клиенттермен қарым-қатынасты дамытуға мүмкіндік береді, екінші жағынан, ағымдағы шығындарды азайтуға, сату циклінің ұзақтығын қысқартуға ықпал етеді.

Тұтынушылардың өсіп келе жатқан сұраныстарын қанағаттандыру процестерін жеделдетуді және тұтынушылардың сұраныстарының деңгейі мен сипатының өзгеруін болжайтын қызметтер спектрін кеңейтуді қамтамасыз ететін электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын дамытуды басқарудың жаңа әдістемелік тәсілін теориялық негіздеу және эксперименттік растау мынадай міндеттерді шешуге негізделеді:

- шаруашылық жүргізуші субъектілердің инновациялық инфрақұрылымын дамыту үрдістерін талдау;
- электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын дамыту проблемаларын анықтау және әлеуетті анықтау оларды шешу жолдары;
- электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру ерекшеліктері мен даму сипатын айқындайтын сыртқы орта факторларын талдау;
- ерекшеліктерді анықтайтын ішкі факторларды талдау электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту;
- электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымының тиімділік өлшемдерін қалыптастыру;
- электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін іске асыратын модель әзірлеу;
- электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін басқару кезінде тәуекелдерді оқшаулау алгоритмін қалыптастыру;
- электрондық коммерция жүйелерінің инновациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту тетігін пайдалану бойынша әдістемелік ұсынымдар әзірлеу. Бұл міндеттерді қою жүйелердің дамуына байланысты бір жағынан тұтынушыларға сауда қызметтерін ұсынудың ассортименті мен жылдамдығын арттырудың және осы жүйелердің сауда ұйымдарының айналым қаражаттарының айналымын жеделдетудің кешенді міндетін шешуге арналған электрондық коммерция, екінші жағынан, өзара байланысты қызмет көрсету құрылымдарының – инфрақұрылымның негізгі жүйесінің жұмыс істеуін қамтамасыз ететін кешеннің барабар дамуын талап етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Кобелев О. А. электрондық коммерция. – М.: Дашков және К, 2012
2. Юрасов а. в. электрондық коммерция негіздері. Сенім телефоны-Телеком, Мәскеу, 2007.
3. Electronic Commerce, Gary Schneider, Course Technology, 2008.
4. Electronic Commerce: Theory and Practice (Studies in Computational Intelligence), Makoto Yokoo, Springer, 2008.

5. Ахромов я. в. электрондық коммерция жүйелері: оқу жоғары оқу орындарына арналған нұсқаулық. – М.: Оникс, 2007.
6. Сібір Е. В., Старцева О. А. электрондық коммерция. – М.: Форум, 2008.

Цифрлық экономика жағдайында Қазақстандағы инклюзивті білім беру жүйесі

Т.Б. Казбеков¹, С.Қ. Көкенова²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.к., профессоры,

²"Мемлекеттік және жергілікті басқару" ББ бойынша 3 курс студенті
anuarbek.kazbekov@mail.ru, skkenova@bk.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: ерекше білім беру қажеттіліктері бар балаларды анықтау және оларды оқыту мен әлеуметтендіру мәселелері қарастырылған.

Кілт сөздер: парадигма, жаһандану, технология, инклюзия, ЕББҚ, STEM, сенсорлық интеграция, робототехника.

Бүгінде цифрландыру экономиканы дамытудың негізі болды деп айта аламыз. Цифрлық технологияларды дамыту бүкіл Еуразиялық экономикалық кеңістіктің басымдығы деп аталады. Қазақстанда "Цифрлық Қазақстан" бағдарламасы жүзеге асырылды, ол технологиялардың жылдам өсуінің және қызметтерді электрондық форматқа қайта бағдарлаудың негізіне айналды. "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасының мақсаты - орта мерзімді перспективада сандық технологияларды пайдалану есебінен экономиканың даму қарқынын жеделдету және халықтың өмір сүру сапасын жақсарту үшін жағдай жасау, сондай-ақ экономиканың ұзақ мерзімді перспективада сандық экономиканы құруды қамтамасыз ететін түбегейлі жаңа даму траекториясына көшу болып табылады. Осы тұжырымдаманың негізгі бағыты - экономика салаларын цифрландыру - еңбек өнімділігін арттыратын және капиталдандырудың өсуіне әкелетін серпінді технологиялар мен мүмкіндіктерді пайдалана отырып, экономиканың дәстүрлі салаларын қайта құру, электрондық қызметтерді дамыту. Цифрлық мемлекетке көшу - халыққа және бизнеске қызмет көрсету инфрақұрылымы ретінде мемлекеттің функцияларын оның қажеттіліктерін алдын ала отырып, қайта құру бағыты. Цифрлық сауаттылық - яғни деректерді берудің, сақтаудың және өндеудің жоғары жылдамдықты және қорғалған инфрақұрылымын дамыту болып табылады. Жаңа технологиялар уақыт өткен сайын қуса жеткізбестей қарқынмен дамып жатыр. Бүгін үйренген білімнің ертеңгі күні жарамсыз болып қалса, таң қалуға болмайды. Ақпараттық технологиялар саласындағы бәсекелестік дүниеге жаңа, тың, әрі қолжетімді техника мен технология түрлерін әкелуде.

Қазақстанның білім беру жүйесін дамытудағы басым бағыттардың бірі ерекше білім беру қажеттілігі (ЕББҚ) бар балаларға білім беру болып табылады. Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің күш-жігері қазақстандық білім беруді жаңғырту шеңберінде ЕББҚ бар барлық балалар үшін сапалы білімнің қолжетімділігін қамтамасыз ететін білім беру ортасын құруға бағытталған. Бұл мұндай балалардың саны жыл сайын өсіп келе жатқандығына байланысты. Сондықтан инклюзивтік білім беру - қазіргі заманғы білім беру ұйымдарының - болашақтың шеберлігі мен шығармашылығының аумағының қажетті және жеткілікті шарты.

Инклюзивті білім беру баршаның сапалы білімге қол жетімділігін қамтамасыз етуге бағытталған білім беру жүйесін тарату процестерінің бірі болып табылады. Ол балалардың дене, психикалық, зияткерлік, мәдени-этникалық, тілдік және басқа да ерекшеліктеріне қарамастан, сапалы білім беру ортасына айрықша білім алу қажеттіліктері бар балаларды қосуды, барлық кедергілерді жоюды, олардың сапалы білім алуы үшін және олардың әлеуметтік бейімделуін, социумға кіріуін көздейді.

Инклюзивті білім беруді дамытудың тұжырымдамалық тәсілдері адам құқығы саласындағы негіз болатын халықаралық құжаттарға сәйкес әзірленген және әлемдік үрдістерді, білім беру саласындағы әлемдік практиканың жетістіктерін және қазақстандық білім беру жүйесін дамытудың басым міндеттерін ескеріп әзірленген. Бүгінгі таңда инклюзивті білім беру басымдық танытуда Қазақстанда басқа санаттағы оқушылармен бірге білім аруды және тең қолжетімділікті көздейтін мүмкіндіктері шектеулі адамдарға қатысы бар.

2015 жылы туылғаннан 18 жасқа дейінгі 141 952 мүмкіндіктері шектеулі балалар немесе жалпы бала санының 2,8%-ы анықталды. Оның ішінде мектеп жасында - 94 266 бала. Анықталған мүмкіндіктері шектеулі балалар 7-12% әлемдік көрсеткішпен салыстырғанда 2,8%-ды құрайды. Қазіргі уақытта 27% мүмкіндіктері шектеулі балаларды инклюзивті оқыту үшін 30,5% мектепте жағдай жасалған. Жоғары оқу орындарындағы мүмкіндіктері шектеулі студенттер саны 570-ті құрайды. Оның ішінде 1-топ мүгедектігімен - 16 адам, 2-топта – 88 адам, 3-топта 466 адам бар. Жоғары білім алуға мүгедектердің құқығын қамтамасыз ету бойынша ҚР Үкіметінің 2012 жылғы 28 ақпандағы №26 қаулысына сәйкес жоғары оқу орнына қабылдау квотасы бекітілген (2012 жылдан бастап мүгедектерге арналған квота көлемі 1%, бұрын – 0,5%). Қазіргі кезде Қазақстанда инклюзивті білім беру жүйесін құрудың белгілі бір модельдері мен жинақталған тәжірибесі бар. Әлемдік тәжірибеде инклюзивті білім беру ерекше оқытуды қажет ететін адамдарды оқыту мен тәрбиелеуде жеке тәсіл арқылы іске асырылуда.

Ерекше оқытуды қажет ететін балаларға мыналар жатады:

- мүмкіндіктері шектеулі балалар;
- мигранттардың, оралмандардың, босқындардың, саны аз ұлттар отбасыларынан шыққан балалар;
- қоғамда әлеуметтік бейімделуде қиындықтары бар балалар (жетім балалар, виктимді балалар, девиантты мінез-құлықты балалар, әлеуметтік-экономикалық және әлеуметтік-психологиялық мәртебесі төмен отбасынан шыққан балалар).

Бірқатар елдерде енгізілген инклюзивті білім, ең алдымен келесідей қағидаттарға негізделеді: адам құндылығы оның қабілеттері мен жетістіктеріне байланысты емес, әр адам сезінуге және ойлауға қабілетті, әр адам қатынасуға және танымды болуға құқылы, барлық адамдар бір-біріне мұқтаж, нағыз білім шынайы өзара қатынас мәнмәтінінде іске асырылуы мүмкін, барлығы қолдау мен достыққа мұқтаж.

Жүргізілген талдау инклюзивті білім берудің қазақстандық моделі әлемдік тәжірибеге және осы саладағы ережелерге толық дәрежеде сәйкес емес екенін көрсетті. Инклюзивті білім беруді мүмкіндіктері шектеулі балаларды оқыту нысанында қабылдау барлық санаттағы ерекше оқытуды қажет ететін балаларға жалпы білім беру бағдарламасының қол жетімділігін қамтамасыз ететін білім беру ұйымдарының мүмкіндіктерін шектейді.

Ерекше білімді қажет ететін тұлғалардың білім алуы қазіргі білім беру жүйесінде ерекше орынға ие болып, Қазақстан Республикасының білім беру аймағындағы реформаларда ізгілікке бағытталған. Барлық елдерде жалпы қабылданған тенденция ретінде даму мүмкіндігі шектеулі және мүгедек тұлғалардың дамуында ерекшелік жоқ тұлғалармен бірлесе оқытуымен тәрбиеленуі инклюзивті білім беру болып табылады. Ол өз алдына олардың сапалы білім алуын қамтамасыз ете отырып, әлеммен байланысында кедергілерді жоюға және тұтас қоғамға кіріктіруіне мүмкіндік береді. Алайда, қазіргі статистикалық деректер бойынша республикамыздағы 500 мыңнан астам даму мүмкіндігі шектеулі еңбекке қабілетті жастағы азаматтардың тек 30%-ға жұмысқа орналасып, салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді жасап отыр. Олардың ішінде жоғары білімі барлары 10%-ды ғана құрайды, ал бұл статистикалық мәлімет осы санаттағы тұлғалардың көпшілігінің жоғары оқу орнын аяқтағаннан кейін жұмысқа тұру қиыншылықтарымен байланысты екеніне дәлел бола алады. Даму мүмкіндіктері шектеулі және мүгедек тұлғалардың еңбек нарығында төмен бәсекелес болып отырғандығы, олардың тиімді

деңгейде жоғары білім ала алмаулары анық көрініс табуда, себебі жоғары оқу орындарында олар барлық қажетті жағдайлармен қамтамасыз етілмеген.

Инклюзивті білім беру тұрақты даму қоғамдағы қалыптылық адамның әлеуметтенуіне негіз болады. Ерекше білімді қажет ететін адамдарды қазіргі таңда ең алдымен әлеуметтендіру, бейімдеу және кіріктіру болып табылады. Олар өмірде өз орнын тауып қоғамда толыққанды тұлға болу тиіс.

Қазіргі дамыған заманда ұлттық құндылықтар мен ұлттық мәдениетті меңгерген білімді тұлғаны жаңа бағдарлама негізінде заманына сай бейімдеу, тәрбиелеу және дамыту қоғам алдында тұрған міндеттердің бірі. Жаңа бағдарлама идеясы- алған білімімен тығырықтан шығу жолдарын көрсету, адами капиталды дамыту, білімін өмірде қолдана білу және мықты мемлекеттік деңгейдегі білімді алып, жаңа бағдарламаны енгізу, жаһандық технологияларды меңгеру(STEM, сенсорлық интеграция, робототехника).

Білім беру сапасын арттыру мақсатында оқыту және дамыту, тәрбиелеу маңызы мен тәсілдерін жетілдіру, мазмұндық әдістемелік негіздерді енгізу.

STEM- оқушыларды және студенттерді оқытудың жаңа әдістемесі әлемдік білім берудің негізгі тренді. Қазіргі заман талабына сай адам іс-әрекеті барлық салаларында еркін қолданысқа енген ақпараттық технологиялар күнделікті өміріміздің ажырамас бір бөлігі болып табылады.

STEM әдістемесінің бірнеше анықтамалары бар:

STEM – оқытудың біріктірілген тәсілі.

-салауатты дамуға және әлемдік экономикаға бәсекеге қабілетті қоғам.

-әлемдік жүйенің жаңа тренді білім беру, робототехникасы болады.

-сыни тұрғыдан ойлау, белсенді қарым-қатынасты құру.

-білім берудің негізгі міндеті оқушының білу және істей алу мүмкіндігін шындау.

Сенсорлық интеграция балаларға қоршаған ортаға және адамның сенсорлық жүйелеріне әсер ететін сыртқы сигналдар үшін қажетті ми ақпаратын қабылдауға көмектеседі. Сенсорлық терапияда қолданылатын ойындар балаға жаңа сенсорлық тәжірибе береді, тепе-теңдік пайда болады және орталық жүйке жүйесінің сенсорлық стимуляциясының тиімді емі дамыды.

Елімізде енді ғана дамып келе жатқан иновациялық саланың бірі – робототехника. Адамның қолы жетпеген жерге ойы жетеді. Мұның дәлелі – бүгінгі заманауи роботтар. Адамзат баласы өзінің қолынан келмейтін көп шаруаны осы құрылғылар арқылы игеріп жатқаны көңіл қуантады.

Робототехника – бала санасын дамытып, ой өрісін тереңдетіп жетілдіру мақсатында робот техникасын оқыту, оқушылардың қызығушылығымен ынтасын оятатын қызықты әрі тәжірибелік жаттығуларды ұсына алатын оқу құралы.

Білім беру мекемелері «балалардың айырмашылықтарына қарамай, барлық балаларды қабылдайды және олардың оқудағы ерекше қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған қажетті талаптарды құрады» десек те, бұл үрдіс толық қанды іске асып отырған жоқ. Әр баланың даму үшін білім алуға деген жеке қажеттілігі мен қабілетін ескеретін қолайлы жағдай жасау қажеттілігі дамып жатыр. Содан келесі пікір қалыптасады: әр балаға ол бойындағы кемшілікке байланысты нені атқара алмайды деген тұрғыдан емес, ол бойындағы кемшілікке қарамастан не істей алады деген тұрғыдан қарауға итермелеу қажет. Мұндай оқыту процесі балаға отбасынан, үйінен, туыстары мен жақындарынан, достарынан ажырамай білім алуға, қоғамға қосылып әлеуметтену мәселелерін нәтижелі шешуге көмегі тиеді. Өсе келе, тұлға өзіндік ерекшеліктерін қабылдап, басқа адамдардың ерекшеліктерін қабылдауға үйренеді.

Тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйінін Мағжан Жұмабаевтің келесі сөздерімен әрлегіміз келеді: «Баланың басына дайын қамыт кигізбе, баланы өз күшіне сендіріп үйрет, жақсы баланы мақтама өркөкірек болады, жаман баланы мақта еңбегін жанады!».

Әдебиеттер тізімі

- 1.Қазақстан Республикасының Білім беруді дамытудың 2020-2025 жылдарына арналған мемлекеттік бағдарламасы. - Астана, 2020. Әлеуметтік педагог. – 2020. - №4. http://m.egov.kz/cms/kk/articles/secondary_school/2F05inclsiveeducation?mobile=yes
- 2.Мүгедектердің өмір сапасын жақсарту жөніндегі ұлттық жоспар. Қазақстандағы арнайы білім. – 2012. - №2.
- 3.ҚР-ның білім туралы Заңы, 2023 ж Мектептегі психология, №3 2023.
- 4.Әлеуметтік педагогика, №3, 2021.
- 5.Ә.Ермағамбет «Психикалық дамуы тежелген балалардың психологиялық-педагогикалық сипаттамасы», Дефектология, 2020, №4.
- 6.Мүмкіндігі шектеулі балалармен жүргізілетін түзету және дамыту жаттығулары» әдістемелік құрал, Шымкент., 2022.
- 7.Л.В.Артемова «Дидактикалық ойындар», М., 2021.
8. Қазақстандағы инклюзивті білім// egov.kz мемлекеттік порталы.

Сандық менеджмент және цифрлық маркетинг: ұйымды басқарудың заманауи аспектілері

А.А. Кусаинов

«Менеджмент» мамандығының 4 курс студенті
arnurkusainov5@gmail.com

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйінлеме: Қазіргі заманғы кәсіпорынды басқару жүйесі ресурстарсыз басқара алмайды. Бұл ретте цифрлық трансформацияны, қажетті цифрлық ресурстармен қамтамасыз етпей жүзеге асыру мүмкін емес. Қазіргі заманда экономика ғылымын талдауда, цифрлық экономика тұрғысынан цифрлық ресурстарды басқаруға бірыңғай көзқарастың жоқтығын және цифрлық менеджментті қалыптастыру қажеттілігін көрсетеді. Соңғы онжылдықта цифрлық трансформация саласындағы зерттеулер ғалымдар арасында үлкен қызығушылық тудырғаны таңғажайып мәселе емес. Экономиканы цифрландыру кезеңінде қызметтің көптеген бағыттары трансформациялануда. Осы танымал бағыттарының бірі - менеджмент пен маркетинг болып табылады. Жаһандық үрдістерге сай Қазақстан экономиканы цифрландыруды күшейтуде. Бұл мақалада осы тақырыпқа қысқаша шолу жасалады. Цифрлық менеджмент пен маркетингтің негізгі мақсаттары және оларға жету жолдары көрсетілген. Қазақстан өнеркәсібіндегі осы процесті анықтайтын объективті факторлар, ағымдағы үрдістер мен қиындықтар талданып, олардың өнеркәсіптік кәсіпорындарды цифрлық жаңғыртудағы рөлі бағаланады. Цифрлық трансформация үшін кәсіпорындарға мемлекеттік көмек, цифрлық инфрақұрылымды дамыту, цифрлық шешімдерді енгізуді ынталандыру және қысметкерлердің қызығушылығын арттыру шажет екендігі көрсетілген. Зерттеудің мақсаты - Қазақстандағы интернет технологиялары мен интернет-маркетингтің дамуының қазіргі жағдайын талдау.

Кілт сөздер: цифрлық менеджмент, цифрлық маркетинг, трансформация, экономика, ұйым, жоба

2018 жылы Қазақстанда индустрияландырудың үшінші кезеңі басталды, ол «цифрлық дәуір» индустриясын қалыптастыруды көздейді, бұл өндірістік процестерді автоматтандыруды, арттыруды және жаңа технологияларды игеруді білдіреді. Бұл экономикаға артық факторлардың әсерін азайтуға, білікті кадрлардың жетіспеушілігіне көмектеседі. Қазіргі уақытта әлемдік экономикадағы тенденциялар дайын өнім көлемі бойынша әлемдік саудада көшбасшылықты сақтай отырып, қызмет көрсету, (әсіресе бизнес), компьютерлік және ақпараттық қызмет көрсетуден төмен. Қазақстанды цифрландырудың

қозғаушы күші - мемлекеттік сектор. Мәселе мемлекеттің инновацияларды жан-жақты дамыту үшін қолайлы жағдай жасауы, цифрлық инфрақұрылымды дамытуды қаржыландыруды, бизнес ортаны цифрландыру және өнеркәсіптік кәсіпорындарды соңғы технологияларға бейімдеу үшін заңнамалық базаны қамтамасыз ету туралы болып отыр.

Сандық немесе цифрлық маркетинг смартфондар, компьютерлер, планшеттер, теледидар, радио, сандық экрандар сияқты бірегей цифрлық арналар арқылы жүзеге асырылатын тұтынушылармен байланыс құралы болып табылады. Сонымен қатар, цифрлық маркетинг онлайн арналарда, электронды ресурстарға және QR кодтарына сілтемелер түрінде жүзеге асырылады. Цифрлық маркетинг - бұл әлеуетті тұтынушының қажеттіліктерін, мүдделерін және басқа да мәліметтерін түсінуді білдіретін жекешелендірілген тәсіл. Сонымен қатар, сандық маркетинг тарату арналарының әртүрлілігіне қарамастан белсенді интернет пайдаланушылар тарту үшін қолайлы. Бұл тұжырымдамада көбінесе интернет-маркетингпен шатастырылады, бірақ олардың айтарлықтай айырмашылығы бар. Атап айтқанда, цифрлық маркетинг интернет-маркетингі қамтиды, бірақ интернетпен шектелмейді. Салыстырсақ: SEO веб сайтты жылжыту, интернет маркетинг, контекст, вебинарлар және т.б. барлық арналар пайдаланушыға тек интернетте қолжетімді. Ал цифрлық маркетинг - бұл жоғарыда айтылғандардың бәрі, сонымен қатар кез келген цифрлық медианы оффлайн режимінде жарнамалау және жылжыту. Бұл онлайн және оффлайн болатын цифрлық байланысты білдіреді.

Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі статистика комитетінің мәліметі бойынша 2021 жылы 6-74 жас аралығындағы адамдар арасында интернетті пайдаланушылардың үлесі 78,8%-ды құрады. Салыстырмалы түрде айтсақ, 2020 жылы халықтың 73%-ы интернетке қол жеткізді, бұл шамамен 13 миллион пайдаланушыға тең. Қазақстандағы іздеу жүйелерінің абсолютті көшбасшысы - Google. 2021 жылдың шілдесінде Google үлесі - 85%, Яндекс - 11,2%, Mail.Ru - 3,7%.

Цифрлық маркетингтің үлкен артықшылықтары бар:

- Үлкен аудиториямен әрекеттесу.
- Маркетингтік хабарламаларды мүдделі тұлғаларға қысқа мерзімде жеткізу мүмкіндігі.
- Клиенттермен олардың қажеттіліктерін анықтау және жедел кері байланыс алу мүмкіндігі бар екі жақты қарым-қатынас.
- Пайдаланушылардың қатысуы және оларға әсер ету.
- Пайдалы контентті тегін ұсыну арқылы бренд беделін және тұтынушылардың адалдығын арттыру.

Сандық маркетингтің көптеген мәселерінің бірден бір себебі, контенттің аздығы, аналитикалық деректердің болмауы және шешімдерді ұйымдастырудағы сараланған іздеудің қанағаттанарлықсыз нәтижелері және веб-әзірлеу сапасын жақсарту арасындағы маркетингтік науқанның пайдасы мен төмендеуінің айырмашылығы. Сондықтан, осы мәселелерді шешу үшін цифрлық маркетингті қазіргі уақытта интернет кеңістігінде тауарлар мен қызметтерді жылжытудың ең тиімді маркетингтік механизмі деп санауға болады.

Белгілі болатындай, компания табиғаты бойынша қатаң динамикалық белсенді ортада жұмыс істейтін қатаң белсенді динамикалық жүйе болып табылады. Бұл жүйенің күйін сипаттайтын әрқашан кем дегенде бір физикалық айнымалы бар екенін білдіреді, оның өзгеру жылдамдығы көптеген жағдайлардан ерекшеленеді. Сандық белсенділік заманауи технологиялар кеңінен қолданылатын әрекеттерді білдіреді. Сонымен, цифрлық менеджмент - динамикалық ортада берілген траекторияларды саштау үшін басқару объектісіне қазіргі шаманғы ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың көмегімен жүзеге асырылатын мақсатты әсер ету.

Ұйымды басқарудағы цифрлық менеджменттің келесі негізгі артықшылықтарын анықтауға болады:

- Жақсартылған коммуникация. Сандық құралдар мен технологиялар топ ішіндегі және жобаға қатысушылар арасындағы байланысты жеңілдетеді. Сонымен қатар,

электрондық пошта, чаттар және басқа да сандық құралдар ақпарат пен деректерді жылдам және тиімді алмасуға мүмкіндік береді.

- Тапсырманы басқару. Сандық құралдар бүкіл жоба бойынша тапсырмаларды жасауға, тағайындауға және бақылауға мүмкіндік береді. Бұл жобаға қатысушыларға міндеттері мен мерзімдерін түсінуге, сондай-ақ олардың тиімділігін бағалауға көмектеседі.

- Процестерді жеделдету. Сандық ұйымды басқару тапсырманы орындау уақытын қысқартуға, процестерді жеңілдетуге және команданың тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

- Жұмыстың сапасын арттыру. Цифрлық құралдар мен технологиялар жобаға қатысушыларға жұмыс сапасын жақсартатын және дұрыс шешім қабылдауды жеңілдететін дәлірек және уақытылы ақпарат алуға мүмкіндік береді.

Цифрлық менеджмент ұйым бюджетін жақсырақ басқаруға және ресурстарды тиімді басқаруға мүмкіндік береді. Ол сондай-ақ ұйымның қатысушыларына өз жұмыстарын және тапсырмаларды орындау мерзімдерін жақсы жоспарлауға, басқаруға көмектеседі. Цифрлық менеджменттің басты артықшылықтарының бірі өзгермелі жағдайларға тез және тиімді бейімделу мүмкіндігі болып табылады. Цифрлық құралдардың көмегімен жобаға қатысушылар тапсырмаларды орындау процесіндегі өзгерістерге тез жауап бере алады, сондай-ақ оларды барынша тиімді пайдалану үшін ресурстарды жылдам қайта бөледі.

Ұйымды басқаруда цифрлық менеджментті пайдалану кезінде оның тиімділігіне әсер етуі мүмкін бірқатар факторларды ескеру қажет. Мысалы, мүмкін болатын қателер мен кемшіліктерді болдырмау үшін ұйым жұмыскерлер мен тапсырыс беруші арасында ақпарат алмасуды дұрыс ұйымдастыру маңызды. Сандық құралдар ұйымды басқару процестерін айтарлықтай жеңілдетсе де, олар адамның тәжірибесін түйсігі мен шығармашылығын алмастыра алмайды.

Жалпы, кәсіпорын басшылығы қаржыландыруға дайындығын көрсетеді, операциялық тиімділікті арттыруға және негізделген бюджеттік шығындарға бағытталған технологиялар. Алайда, барлық ұйымдар цифрлық құралдардың келешегі, олардың бизнесінің стратегиялық трансформациясымен байланысы туралы егжей-тегжейлі хабардар емес, ұйымның салалық ерекшеліктері мен көлемін ескере отырып, цифрлық трансформация стратегияларын іске асыру бойынша бірыңғай нұсқаулар жоқ. Қазақстан өнеркәсібінің цифрлық модификациясын белсендіру үшін нақты ұйымдарды немесп жобаларды алға жылжытатын мақсатты шаралар, кәсіпорындарды нұсқаушы мәжбүрлеу жеткіліксіз, өйткені бұл қажетті өзгерістерге еліктеуге ықпал етеді. Ағымдағы цифрлық технологияларды пайдалануды қамтамасыз ету үшін жүйелі шаралар қажет: қолайлы бизнес-климатын қалыптастыру, технологиялық жаңғырту мен жоғары сапалы корпоративтік басқару тиімділігін арттыру үшін салықтық жеңілдіктер, инвестицияларды ұлғайту, персоналдың күзінеттілігін арттыру.

Әдебиеттер тізімі

1. Антонов В. Г., Самосудов М. В. [Цифрлық менеджментті дамытудың мәселелері мен перспективалары]
2. Калязина Е.Г. [Ұйымды басқарудағы цифрлық менеджмент]
3. Векшинский А.А., Тывин Л.Ф. [Интернет-маркетинг интерактивті маркетингтің заманауи тұжырымдамасындағы жаңа бағыт ретінде]
4. Тілеубердин А.Т. [Интернетте бизнес жылжытуға арналған маркетинг құралдары]
5. Котлер Ф. [Основы маркетинга] - Алматы, общественный фонд

Влияние искусственного интеллекта на рынок труда в Казахстане

З.М. Магрупова¹, Р.Т. Шаймерденова², С.Е. Ибрагимова³, Л.С. Лямышева⁴

¹д.э.н., доцент кафедры экономики предприятия и менеджмента

²м.э.н., старший преподаватель экономики предприятия и менеджмента

^{3,4}студентка группы ЭЭ-22-4, кафедра энергетические системы

mzm68@mail.ru, rima71@mail.ru, Si579663@gmail.com, refnjdf@mail.ru

^{1,2,3,4}Карагандинский технический университет имени Абылкаса Сагинова

Аннотация: в данной статье рассматривается тема искусственного интеллекта и его влияния на мир в ближайшее десятилетие. Обсуждаются изменения, которые уже произошли благодаря автоматизации, машинному обучению и робототехнике в здравоохранении, транспорте, производстве и развлечениях, а также возможные изменения, которые могут произойти в образовании и финансовой индустрии в ближайшем будущем.

Ключевые слова: искусственный интеллект, изменения, мир, ближайшее десятилетие, автоматизация.

Сегодня искусственный интеллект присутствует практически в каждой сфере. Все больше предприятий автоматизируют и роботизируют производства. Это выгоднее и дешевле с экономической точки зрения. Согласно прогнозам экспертов, к 2030 году до 800 млн человек могут лишиться работы по этой причине. В чем преимущества и недостатки применения искусственного интеллекта и как он развивается в Казахстане

Для того, чтобы лучше понять, что такое искусственный интеллект прежде нужно обратиться к значению слова «интеллект». Интеллект – это способность субъекта воспринимать и понимать окружающий мир, обрабатывать его, учиться и самостоятельно принимать решения. А искусственный интеллект - ИИ - это способность машин или компьютерных программ учиться, думать и рассуждать, как человеческий мозг. Искусственный интеллект был изобретен Джоном Маккарти еще в 1950-м году. Новая система была способна делать выводы и выполнять функции на основе данных и инструкций, загруженных человеком. При этом, со временем система продолжает изучать человеческое мышление и логику и совершенствоваться на ходу. То есть - это машина, которая может самостоятельно думать и развиваться. Конечно, для того, чтобы искусственный интеллект работал, необходимо, чтобы он позволил машинам понимать словесные команды, различать изображения и тексты (в гораздо больших объемах по сравнению с человеком - прим. ред.). Например, Apple Siri, Hello Google, Алиса от Yandex - все это классические примеры искусственного разума, который понимает словесные команды. Чтобы узнать, что такое искусственный интеллект в целом, мы должны дать определение понятию «интеллект».

Интеллект - это способность субъекта обучать и принимать решения по правилам восприятия и понимания окружающего мира, обработки, самостоятельного обучения и вывода. Если субъектом является человек, то речь идет о естественном интеллекте. А если субъект-искусственное устройство, то речь идет об искусственном интеллекте.

Впервые термин «искусственный интеллект» стал использоваться в Массачусетском технологическом институте в Америке. В конце 50-х-начале 60-х годов прошлого века проходил научный семинар, посвященный области логического программирования. Впоследствии они назвали это логическое программирование "искусственным интеллектом". Некоторые математические задачи удалось автоматизировать с помощью логического программирования. Кроме того, можно было автоматизировать доказательство некоторых теорем. Именно здесь появился и начал использоваться термин «искусственный интеллект» Теперь, когда мы остановимся на его развитии как науки, мы должны обратиться к этому миру. В математике существует понятие «математическая логика», где свойства явления,

операции или действия записываются формально, то есть в виде формулы математики. Это утверждение может быть либо истинным, либо ложным. Впоследствии классическая логика эволюционировала, и теперь есть нечеткая логика, вероятностная логика, динамическая логика, которые они используют. На основе таких математических теорий искусственный интеллект превратился в область науки. Искусственный интеллект-это отрасль информационных технологий. Раньше информационные технологии считались отраслью компьютерной науки, когда их не существовало. В 1960-х годах искусственный интеллект как наука быстро развивался, а затем остановился в 1970-х и 1980-х годах. Позже, в конце 1980-х-начале 1990-х годов, начали появляться мини-компьютеры. Они оказали влияние, и с 90-х годов прошлого века эта отрасль приобрела значительный импульс как отдельная отрасль. Это было вызвано уменьшением размера электронного компьютера и увеличением его возможностей. Например, мощность ноутбука, который сейчас у нас в руках, равна мощности компьютера, который раньше занимал один тренажерный зал. То есть, как мы видим, за 20-30 лет технология претерпела мгновенные изменения и развивалась.

В целом, выделяют 4 основные стадии развития ИИ.

Реактивные машины: компьютеры, которые не умеют хранить прошлый опыт, а реагируют на текущий сценарий. Например, компьютер IBM Deep Blue победил международного гроссмейстера Гарри Каспарова 6 раз подряд в конце 1990-х. Машина умела распознавать фигуры, знала, как ходит каждая и могла просчитывать ходы соперника намного быстрее.

Ограниченная память: машина сохраняет информационные фрагменты временно. Машины на этой стадии можно использовать на беспилотных авто, например при выстраивании маршрута.

Теория разума: включает в себя машинное обучение, которое пытается воспроизвести весь физический мир - людей, объекты, других существ - все что может думать и испытывать эмоции.

Самосознание: на этой стадии машины могут проявлять эмоции, например стесняться по запрограммированной предварительно причине. Это выведет машины на совершенно новый уровень интеллекта. Пока «застенчивые» машины еще не в «игре», ученые сосредоточены на оттачивании навыков машинного обучения этих компьютеров.

По мнению экспертов, применение искусственного интеллекта приносит большую выгоду человечеству с точки зрения сокращения временных и денежных затрат. Его способность совершенствоваться с каждым днем обещает хорошие перспективы и на будущее в отношении ускорения экономики. Однако, вместе с тем распространение внедрения искусственного разума делает все большее количество профессий, а вместе с ними и людей ненужными, а также создает определенные вопросы в отношении безопасности и этики. Предлагаем рассмотреть преимущества и недостатки применения искусственного интеллекта.

В чем преимущества искусственного интеллекта

Во-первых, ИИ исключает человеческий фактор, а значит и допущения человеческой ошибки в работе. Вот почему использование ИИ во многих областях резко возросло. Машины принимают точные решения на основе имеющейся информации, которая постоянно дополняется. Главное - правильно запрограммировать. При этом, со временем точность результата повышается. Системы ИИ способны выполнять сложные вычисления, обрабатывать огромные данные и делать точные прогнозы, исключая ошибок, которые может допустить человек.

Во-вторых, ИИ можно использовать для снижения опасности во время стихийных бедствий. Например, Google и университет Гарварда предложили инициативу по разработке системы ИИ, которая сможет предсказывать места подземных толчков землетрясения. После изучения 130 тысяч землетрясений и афтершоков, система показала наибольшую точность в определении мест афтершоков.

В-третьих, машине чужды чувство усталости, плохого настроения или тревожности, они могут работать бесконечно и без перерывов. Им даже не надоедает повторять одно и то же, в отличие от человека. Это отлично сказывается на производительности труда и экономических показателях.

В-четвертых, так же машины не могут испытывать эмоции. Их невозможно вывести из себя при общении с некоторыми «сложными» клиентами. В какой-то момент человек при повышенной нагрузке может дать сбой с точки зрения чувствительности языка. С машиной этого не случается, потому как неважно сколько странных запросов направляют клиенты, у чат-бота есть заготовленные ответы, которые он будет продолжать показывать в соответствии с его оценкой запроса. По данным экспертов, использование ИИ в чат ботах — наиболее безопасный способ справиться с такими сценариями.

В-пятых, машины обеспечивают более точные, рациональные и ориентированные на результат решения. Опять же, это связано с тем, что машины лишены эмоций и предвзятых взглядов.

Недостатки искусственного интеллекта

Затратность: создание машин, которые способны имитировать человеческую логику требуют много денежных ресурсов и временных затрат. Поэтому машины с ИИ, как правило, дорогостоящие.

Отсутствие творческого подхода: проблема машины заключается в том, что они работают ровно как запрограммировано. И хотя, как мы уже отмечали ранее, машина с ИИ способна учиться и совершенствоваться со временем, все же она никогда не сможет мыслить нестандартно. Машина всегда будет анализировать ситуацию с точки зрения предварительно введенных данных и прошлого опыта. Ей сложно подойти к делу творчески, проявить фантазию. Например, статьи, написанные с помощью ИИ отличаются от тех, что написаны человеком, в них нет человеческого отношения при анализе событий. (РИС)

Угроза рабочим местам: преимущества машин с ИИ лишили множество людей работы, которая была распространена ранее. Такие рабочие роли, как простой ввод данных и первое общение с клиентами, теперь обрабатываются чат-ботами, которые делают повторяющуюся работу без усталости быстро, эффективно и в режиме нон-стоп. Согласно исследованию McKinsey&Сок 2030 году, по крайней мере 30% человеческого труда будет заменено машинами - это около 400 млн человек при оптимистичном сценарии и 800 млн человек при пессимистичном. Цифры огромные

Отсутствие эмоций: преимущество с одной и недостаток с другой стороны. Поскольку машины не испытывают никаких эмоций, они не могут сопереживать и сочувствовать. Они не могут поддерживать эмоциональную связь с человеком, поэтому в какой-то момент вмешательство человека из крови и плоти все же требуется.

Отсутствие этики: равно как и неумение сопереживать, машине чуждо понятие этики. В машине отсутствует мораль, ее сложно спроектировать и встроить в машину с помощью технологий. Поэтому машина не будет следовать этическим ценностям при принятии решений.



Рисунок 1. Прогнозы сокращения рабочих мест из-за роботизации

Несмотря на все недостатки, эксперты прогнозируют, что автоматизация и роботизация во многих странах приведет к экономическому росту. Эксперты JPMorgan Asset Management прогнозируют, что автоматизация увеличит мировой ВВП на \$1,1 трлн.

Однако, по мнению таких влиятельных фигур этой индустрии, как Илон Маск, искусственный интеллект, в частности новые генеративные модели, такие как ChatGPT, настолько опережают время, что некоторые стандарты протоколов безопасности попросту еще не разработаны для того, чтобы новые технологии смогли функционировать и не причинить вред кому-либо. ChatGPT может за секунды сгенерировать нужную информацию, проанализировав миллиарды различных данных, которые были когда-либо загружены в интернет сроком до 2021 года. При этом, точность и развернутость ответа будут максимальными в зависимости от точности параметров запроса. Чат может написать дипломную работу или составить план тренировок и диеты по заданным данным. Некоторые студенты и не только уже активно пользуются ChatGPT. Вместе с тем, есть опасения, что технология позволит мошенникам еще более убедительно обманывать людей и бизнес.

В этой связи в конце марта 2023 года Илон Маск совместно с сооснователем Pinterest Эваном Шарпом и соучредителем Apple Стивом Возняком подписали петицию, которая призывает приостановить разработку новых моделей генеративного ИИ на полгода для защиты от мошенников и безответственного бизнеса. В заявлении говорилось, что за это время отрасль сможет разработать надежные протоколы безопасного использования технологии.

Искусственный интеллект в нашей стране пока развивается слабо. Причина заключается в отсутствии заинтересованности.

Для того, чтобы развивать это направление в нашей стране, необходимо специальное госучреждение, которое будет этим заниматься. ...Кроме того, необходимо открывать специальные университеты, обучающие искусственному интеллекту. Мы должны планомерно развивать и улучшать эту сферу. Потому что весь мир обращает на нее внимание и прилагает усилия для ее развития. Мы можем остаться позади. В настоящее время у нашей страны есть возможности, и наша молодежь очень талантлива. пока в Казахстане нет отечественного продукта, служащего человечеству в сфере ИИ. Есть технологии мирового уровня и научные достижения. Одним из ярких примеров является копирайтинг, в котором мы уже знаем о выдающихся возможностях ChatGPT – инновационной системы, способной справиться с разнообразными текстовыми задачами. Теперь создание постов, кодов, вакансий и маркетинговых планов становится простой задачей при использовании ChatGPT и его аналогов. Также, ИИ успешно применяется в области обработки изображений, где нейросети, наподобие midjourney, открывают возможности для выполнения практически любых операций с графикой. В разнообразных сферах можно найти множество других примеров применения искусственного интеллекта, таких как разработка веб-сайтов, видеомонтаж, маркетинг и многие другие.



Рисунок 2. Наиболее восприимчивые к автоматизации отрасли

Угроза замены рабочих мест существует только в тех сферах, где нет сильной потребности в творческом подходе, поскольку искусственный интеллект становится все более компетентным в выполнении рутинных задач. чаще всего на рынке труда автоматы и роботы вытесняют людей в низкоквалифицированных сферах трудовой деятельности. По их мнению, автоматизация может полностью заменить следующих специалистов:

- операторы производственного и стационарного оборудования;
- сборщики и испытатели изделий;
- почтальоны;
- курьеры и другие работники родственных занятий;
- агенты по таможенной очистке и сопровождению грузов и товаров;
- формовщики; сварщики, вальцовщики и рабочие родственных занятий;
- работники полиграфии;
- упаковщики.

прогресс и развитие также создают новые возможности и спрос на новые профессии, которых ранее не существовало. В Казахстане разработали "Атлас новых профессий и компетенций", где на основе мнений экспертов в девяти приоритетных отраслях спрогнозировали появление 239 новых профессий. Ожидается, что уже в ближайшие два года стране будут нужны:

- мастера 3D печати;
- аналитики-технологи, аналитики по обработке больших данных;
- архитекторы Big-data;
- администратор сетей блокчейн;
- конструктор композитных материалов;
- конструктор профиля использования и замещения отходов и вторичных ресурсов;
- дизайнер-конструктор рефабрикации пространств и территорий;
- разработчик индивидуальных средств защиты в тяжелых условиях труда;
- Digital-технолог.

Примерно в 60 процентах профессий по крайней мере треть составляющих видов деятельности может быть автоматизирована, что подразумевает существенные преобразования на рабочем месте для всех работников. Хотя техническая осуществимость автоматизации важна, это не единственный фактор, который будет влиять на темпы и степень внедрения автоматизации. К другим факторам относятся стоимость разработки и внедрения решений автоматизации для конкретных целей на рабочем месте, динамика рынка труда (включая качество и количество рабочей силы и связанную с этим заработную плату), преимущества автоматизации, выходящие за рамки замены рабочей силы, а также нормативное и общественное признание. Мак Кинзи

Вместо беспокойства о том, что искусственный интеллект отнимет у нас рабочие места, стоит сконцентрироваться на развитии новых навыков и специализаций, чтобы успешно адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка труда. Креативность, способность к инновациям и социальные навыки, которые являются человеческими прерогативами, будут оставаться востребованными и незаменимыми, даже при продвинутом искусственном интеллекте. Для развития искусственного интеллекта в Казахстане нужна воля и поддержка со стороны государства.

Сегодня Наука была поставлена на конкурс, грант. В некоторых случаях наблюдение остается недооцененным, даже если его выиграть, он даст в 2-3 раза меньше денег, которые вы просите, на три года и на осуществление научной работы на практике. Так, первые три года, когда вы выиграли грант, ваши ученики создают проект, проводят исследования. А в последующие три года Грант не вернется или может остаться другим. Так как денег нет, то работа молодых исследователей, собирающихся и проводящих исследования, не осуществляется, а некоторые уходят со среднего пути. В целом проводят исследования и пишут диссертацию, но средств на ее дальнейшее развитие не хватает. Нужно открыть

отдельное министерство, занимающееся искусственным интеллектом. Затем при этом министерстве должен быть создан специальный институт. Надо не на конкурсной основе, а взять сильных ученых в этот институт и создать условия для работы. Если зарплата идет вовремя, а на ваш научный проект готовы необходимые средства, конечно, можно добиться результата. А если принять участие в конкурсе и беспокоиться о том, что его время истечет, проект не будет развиваться. Стратегической целью любого государства должно быть развитие науки, в том числе искусственного интеллекта. Потому что я сказал, что в настоящее время нет отрасли, в которой искусственный интеллект не используется. Искусственный интеллект работает во всех областях математики, химии, физики. Если правила, модель верны, он все правильно выдаст и покажет. Искусственный интеллект теперь выполняет функцию «самообучения». Они могут «перехватывать» случайную информацию, данные, связываясь друг с другом по сети. Как обычный человек. Мы же, идя по улице или воздействуя на окружающую среду, тоже воспринимаем определенную информацию и мыслим. Они такие же. Поэтому мы всегда должны опережать искусственный интеллект. появилась новая технологическая цивилизация. Сейчас мы говорим» умные города «умные дома», и все это - результат развития искусственного интеллекта. В Казахстане виден только край такого развития. По этой причине следует отметить, что его область применения очень велика.

Автоматизация может добавить более 1,1 трлн долларов в мировую экономику в ближайшие 10 лет. Уилл Мартин 10 ноября 2017 г <https://www.businessinsider.com/automation-one-trillion-dollars-global-economy-jpmam-report-2017-11>

Искусственный интеллект как угроза человечеству. Маск и Возняк призвали сделать паузу в развитии технологий ИИ 29 марта 2023 <https://www.bbc.com/russian/news-65117669>

Джеймс Маниика , Ву , Сьюзан Лунд, Майкл Чуи , Жак Буген, Джонатан Ветцель, , Парул Батра, Райан Ко и Саурабх Сангви. Глобальный институт McKinsey. Потерянные рабочие места, приобретенные рабочие места: что будущее работы будет означать для рабочих мест, навыков и заработной платы. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages> 100

Список литературы

1. Что такое искусственный интеллект? Исследование мира искусственного интеллекта. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.investglass.com/ru/what-is-the-ai-exploring-the-world-of-artificial-intelligence/> (дата обращения: 15.07.2023).

2. Искусственный интеллект: будущее уже здесь. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/u/1873999-супермаркет/696811-iskusstvennyy-intellekt-budushchee-uzhe-zdes#:~:text=/> (дата обращения: 15.07.2023).

3. Искусственный интеллект это что, объяснение, как работает, практическое применение. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://oksait.ru/obrazovanie/iskusstvennyy-intellekt/> (дата обращения: 15.07.2023)

Кәсіпкерлік қызметті реттеу мәні, дамуы, заманауи тұрғылары

Мамбетова С.Ш.¹ Тажмұханбет Е.Т.², Сапарова А.М.³

¹Менеджмент кафедрасының профессоры, э.ғ.к.

^{2,3}«Мемлекеттік жергілікті басқару» мамандығы бойынша 3 курс студенттері tashmyhanbeterden@gmail.com , alinka.saparova04@mail.ru , sagynysh.2012@mail.ru

^{1,2,3} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада кәсіпкерлік қызметтің концептуалды негіздері, анықтамалары, дамуы мен ерекшеліктері мемлекеттегі рөлі қарастырылған. Кәсіпкерлік қызметті реттеудің негізгі және тарихи аспектілері, кәсіпкерлік қызметті реттеудің заманауи тәсілдері, кәсіпкерлікті заңнамалық реттеудің тетіктері мен құралдары талданған. Дамыған экономикалық жүйенің ең маңызды элементі қоғамның қарқынды экономикалық және әлеуметтік дамуына ықпал ететін кәсіпкерліктің маңыздылығы сипатталған. Кәсіпкерлікті реттеу мәселелері және оның инновацияларды қолдау, жұмыс орындарын құру және жалпы экономикалық прогресс үшін маңыздылығын қарастырамыз.

Кілт сөздер: кәсіпкерлік, бәсекелесті орта, бизнес, инновация, экономика салалары, мемлекеттік реттеу.

Кәсіпкерлік-өсу мен дамуды ынталандыруға қабілетті экономиканың негізгі салаларының бірі. Алайда, кәсіпкерлік қызметтің тиімді жұмыс істеуі үшін тиісті құқықтық және ұйымдастырушылық жағдайлар қажет.

Кәсіпкерлікті реттеу кезінде ескеретін бірінші аспект - бизнес үшін қолайлы климат құру. Кәсіпкерлерге нақты ойын ережелері, ашық рәсімдер және өз құқықтарын қорғау қажет. Мемлекеттік саясат жаңа кәсіпорындарды бастау үшін ең төменгі кедергілерді қамтамасыз етуі, артық әкімшілік рәсімдерді жоюы және шағын және орта бизнес үшін қаржы ресурстарының қолжетімділігін арттыруы тиіс.

Екінші аспект – нарықта бәсекеге қабілетті ортаны қамтамасыз ету. Реттеу монополиялармен күресуге және инновациялар мен жаңа кәсіпорындардың дамуына кедергі келтіруі мүмкін шектеулерге ықпал етуі керек. Экономикалық бәсекелестік кәсіпкерлерді өз өнімдері мен қызметтерін үнемі жақсартуға, сондай-ақ тауарлар бағасын төмендетуге және қызмет көрсету деңгейін арттыруға ынталандырады.

Кәсіпкерлікті реттеу компаниялар өркендей алатын және өсе алатын қолайлы орта құру үшін қажет. Ол бизнесті қолдауға, инновацияларды ынталандыруға және азаматтардың өмірін жақсартуға бағытталуы керек. Мақаланың келесі бөліктерінде біз кәсіпкерлік қызметті реттеудің негізгі аспектілерін және оның экономикалық өсуге әсерін қарастырамыз.

Кәсіпкерлікті реттеудің тарихи аспектілері кәсіпкерлердің қызметін реттейтін ережелер мен заңдардың қазіргі жүйесін зерттеу мен түсінудің маңызды элементі болып табылады. Көптеген жылдар бойы мемлекеттер өз аумағындағы экономикалық қызметті бақылауға және басқаруға ұмтылды.

Мысалы, ежелгі Римде кәсіпкерлердің құқықтары мен міндеттерін анықтайтын кең заңнама болған. Рим құқығы Еуропадағы коммерциялық құқықтың дамуына негіз болды. Орта ғасырларда гильдиялар өндіріс пен сауданы ұйымдастыруға және тауарлардың сапасын бақылауға жауапты болды.

18-19 ғасырларда өнеркәсіп пен капитализмнің дамуымен экономикалық қызметті кеңірек реттеу қажеттілігі туындады. Бұл реттеудің бағыттары тұтынушыларды жосықсыз өндірушілерден қорғау, нарықта бәсекелестік үшін жағдай жасау, сондай-ақ кәсіпкерліктің әлеуметтік және экономикалық аспектілерін бақылау шаралары болды.

20 ғасырда кәсіпкерлікті реттеу одан да белсенді бола бастады. Үкіметтің араласуы көптеген елдердің экономикалық саясатының ажырамас бөлігіне айналды. Осы реттеу аясында кәсіпорындарды ұйымдастыру және жұмыс істеу ережелерін белгілейтін, салық салу және меншік құқығын қорғау шарттарын анықтайтын заңдар жасалды.

Алайда, соңғы онжылдықтарда кәсіпкерлікті реттеу тәсілдерінде өзгерістер орын алуда. Көптеген елдер экономиканы ырақтандыруға және бизнесті мемлекеттік бақылауды азайтуға көшуде. Бұл шамадан тыс реттеу кәсіпорындардың инновациясы мен бәсекеге қабілеттілігін шектеуі мүмкін екенін түсінумен байланысты.

Осылайша, кәсіпкерлікті реттеу тарихын зерттеу қазіргі заманғы реттеу жүйесін қалыптастыратын ережелер мен заңдардың эволюциясын жақсы түсінуге мүмкіндік береді. Тарихи аспектілерді білу кәсіпкерлерге құқықтық саладағы өзгерістерге бейімделуге және өз қызметінде тиімді шешімдер қабылдауға көмектеседі.

Кесте 1

Кәсіпкерлік қызметті реттеудің заманауи тәсілдері

Кәсіпкерлік қызметті реттеудің мәні	Дамудың заманауи тәсілдері
Заңнамалық реттеу Фискалдық шаралар және салық саясаты Сыртқы экономикалық қызметті реттеу Бизнесті қолдау бағдарламаларын әзірлеу және қолдау Ережелер мен нормалардың сақталуын бақылау	Инновациялық стратегиялар Тұрақты кәсіпкерлік бизнесті цифрландыру Экожүйелерді дамыту Әлеуметтік жауапкершілік

Е с к е р т п е- Дереккөздер негізінде құрастырылған автор

Кәсіпкерлік қызметті реттеудің заманауи тәсілдері бизнес ортасын жақсарту үшін инновациялық әдістер мен технологияларды қолдануды қамтиды (1 сурет). Осындай тәсілдердің бірі - кәсіпкерлік қызметті тіркеу және лицензиялау процестерін цифрландыру. Бұл кәсіпкерлер үшін рәсімдерді жеңілдетуге және әкімшілік кедергілерді азайтуға мүмкіндік береді.

Тағы бір заманауи тәсіл-өзгеретін экономикалық жағдайларға тез жауап бере алатын икемді заңнаманы әзірлеу. Мұндай тетіктер ережелер мен нормативтік актілерді кәсіпкерліктің дамуына ықпал ететін жаңа сын-қатерлер мен мүмкіндіктерге бейімдеуге мүмкіндік береді.

Салалық бірлестіктер мен қауымдастықтар өздерінің стандарттары мен мінез-құлық кодекстерін әзірлейтін бизнес саласында өзін-өзі реттеу принциптері де белсенді қолданылады. Бұл бизнестің этикалық нормалары мен қоғамдық жауапкершілігін қалыптастыруға ықпал етеді.

Кәсіпкерлікті қазіргі заманғы реттеудің маңызды элементі сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін барынша азайтуға ұмтылу болып табылады. Бұл тұрғыда процестердің ашықтығын арттыру, заңнаманың орындалуын бақылауды автоматтандыру және билік органдарының іс-әрекеттерін бақылауға жұртшылықты тарту бойынша іс-шаралар жүргізілуде.

Кәсіпкерлік қызметті тиімді реттеу барлық мүдделі тараптардың – мемлекет, бизнес және қоғамның мүдделерін ескеретін кешенді тәсілге негізделген. Табысты реттеудің қолданыстағы үлгілері кәсіпкерлікті дамыту үшін қолайлы орта құру үшін зерделеніп, практикада қолданылуы тиіс.

Кәсіпкерлікті заңнамалық реттеу: негізгі тетіктер мен құралдар

Кәсіпкерлікті заңнамалық реттеу әрбір мемлекеттің экономикалық жүйесінің ажырамас бөлігі болып табылады. Ол бизнес үшін қолайлы және болжамды орта құруға, сондай-ақ кәсіпкерлердің құқықтары мен мүдделерін қорғауға бағытталған.

Кәсіпкерлікті заңнамалық реттеудің негізгі тетіктері мен құралдары:

1) Азаматтық заңнама. Осы заңнама шеңберінде кәсіпкерлер мен нарықтың басқа да қатысушылары арасындағы шарттық қатынастарды қоса алғанда, азаматтық құқықтық қатынастарды реттейтін ережелер мен нормалар белгіленеді.

2) Еңбек заңнамасы. Бұл механизм еңбек жағдайларын, еңбекақы төлеуді, әлеуметтік кепілдіктерді және т. б. қоса алғанда, жұмысшылар мен жұмыс берушілер арасындағы еңбек қатынастарының ережелерін анықтайды.

3) Салық заңнамасы. Бұл құрал кәсіпкерлер тарапынан салықтарды есептеу және төлеу тәртібін айқындайды, сондай-ақ кәсіпкерлердің әртүрлі санаттары үшін салықтық жеңілдіктер мен преференцияларды белгілейді.

4) Монополияға қарсы заңнама. Ол кәсіпкерлікті дамытуға және еркін бәсекелестік үшін жағдай жасауға ықпал ететін монополиялық қызметтің алдын алуға және нарықтағы бәсекелестікті қорғауға бағытталған.

5) Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңнама. Бұл құрал тұтынушылардың құқықтарын жосықсыз кәсіпкерлерден қорғауды қамтамасыз етеді, тауардың сапасыздығы немесе мәлімделген сипаттамаларға сәйкес келмеуі кезінде оны қайтару немесе залалды өтеу тәртібін айқындайды.

б) Тіркеу заңнамасы. Бұл бизнесті тіркеу рәсімдерін, белгілі бір қызмет түрін жүзеге асыруға лицензиялар мен рұқсаттар беруді, сондай-ақ мемлекет тарапынан осы талаптардың сақталуын бақылауды реттейтін механизм.

Кәсіпкерлікті заңнамалық реттеу бизнесті дамыту және оның тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін қажетті шарт болып табылады. Ол кәсіпкерлер өз қызметін еркін жүзеге асыра алатын, сондай-ақ олардың құқықтарын нарықтың басқа қатысушылары тарапынан ықтимал бұзушылықтардан қорғайтын негіздер жасайды.

Кәсіпкерлікті реттеудегі мемлекеттің рөлі

Кәсіпкерлікті реттеудегі мемлекеттің рөлі қазіргі экономикалық саясаттың негізгі аспектілерінің бірі болып табылады. Мемлекет қолайлы бизнес-орта құруға және кәсіпкерлік қызметті дамытуды ынталандыруға бағытталған бірқатар функцияларды орындайды.

Біріншіден, мемлекет кәсіпкерлікті нормативтік-құқықтық реттеуді жүзеге асырады. Заңнама кәсіпкерлердің құқықтары мен міндеттерін айқындайды, кәсіпорындарды құру және тарату тәртібін белгілейді, лицензиялау және сертификаттау рәсімдерін регламенттейді. Бұл бизнес үшін нақты шеңбер құруға және кәсіпкерлер мен тұтынушылардың мүдделерін қорғауға мүмкіндік береді.

Екіншіден, мемлекет кәсіпкерлік қызметті салықтық реттеуді жүзеге асырады. Салықтар мемлекет кірісін қалыптастырудың және әлеуметтік бағдарламаларды қаржыландырудың маңызды құралы болып табылады. Алайда, шамадан тыс салық жүктемесі кәсіпкерлік белсенділікке теріс әсер етуі мүмкін. Сондықтан мемлекет бизнестің дамуын ынталандыратын ашық және әділ салық салу жүйесін құруға ұмтылуы керек.

Үшіншіден, мемлекет кәсіпкерлікті қолдау функциясын орындайды. Бұл шағын және орта бизнеске арналған несиелер мен гранттар сияқты қаржы құралдарын ұсыну арқылы болуы мүмкін. Сондай-ақ, мемлекет кәсіпкерлерге қажетті білім мен дағдыларды игеруге көмектесетін оқыту бағдарламалары мен консультациялар өткізе алады.

Сонымен қатар, Мемлекет кәсіпорындардың қызметін бақылау рөлін атқарады. Ол бизнес саласындағы заңнаманың сақталуына әкімшілік қадағалау мен бақылауды жүзеге асырады. Бұл бәсекелестіктің тең жағдайларын орнатуға, тұтынушылардың құқықтарын қорғауға және бизнесті теріс пайдаланудың алдын алуға ықпал етеді.

Осылайша, кәсіпкерлікті реттеу мемлекеттің маңызды функциясы болып табылады. Ол бизнесті дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасауға, кәсіпкерлер мен тұтынушылардың мүдделерін қорғауға, сондай-ақ нарықта әділ бәсекелестікті қамтамасыз етуге бағытталған.

Болашақта кәсіпкерлікті реттеуді дамыту перспективалары

Болашақта кәсіпкерлікті реттеу тәсілдер мен стратегияларды өзгертуді талап ететін жаңа сын-қатерлер мен талаптарға тап болады. Кәсіпкерлікті реттеуді дамыту перспективаларының бірі халықаралық ынтымақтастықты күшейту болып табылады. Экономиканың жаһандануы жағдайында көптеген компаниялар халықаралық деңгейде жұмыс істейді, бұл келісілген ойын ережелері мен жалпы стандарттарды талап етеді. Сондықтан бизнесті дамытуға және кәсіпкерлердің мүдделерін қорғауға ықпал ететін халықаралық нормативтік актілерді әзірлеу және қабылдау реттеу саласындағы қызмет бағыттарының бірі болады.

Кәсіпкерлікті реттеуді дамытудың тағы бір перспективасы кәсіпорындарды бақылау және қадағалау процесінде инновациялық технологияларды пайдалану болып табылады. Жаңа цифрлық құралдардың пайда болуымен деректерді талдау тиімдірек және жылдамырақ болды. AI негізіндегі аналитикалық жүйелер бұзушылықтар мен алаяқтықтарды анықтауға мүмкіндік береді, ал блокчейн технологиясы ақпаратты сақтаудың ашықтығы мен сенімділігін қамтамасыз етеді. Мұндай инновацияларды енгізу мемлекеттік бақылау

органдары жұмысының тиімділігін едәуір арттыруға және кәсіпкерлік қызметті неғұрлым әділ реттеуді қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Кәсіпкерлікті реттеуді дамытудың тағы бір перспективасы тұтынушылардың құқықтарын нығайту болып табылады. Тұтынушылардың хабардарлығы мен талапшылдығының артуымен олардың мүдделерін жосықсыз кәсіпкерлерден қорғау маңыздырақ болады. Үкіметтер тұтынушылардың құқықтарын қорғауға ықпал ететін заңнамалық базаны құруға, сондай-ақ бұзушыларды жазалаудың тиімді тетіктерін әзірлеуге тиіс.

Жалпы, кәсіпкерлікті болашақ реттеу кәсіпорындардың әлеуметтік жауапкершілігін қамтамасыз ете отырып, бизнесті дамыту үшін жағдай жасауға бағытталатын болады. Кәсіпкерлік еркіндігі мен қоғамның мүдделерін қорғау арасындағы тепе-теңдікке ұмтылу қажет. Бұл мемлекеттік органдардан экономикалық ортадағы өзгерістер мен бизнестің қажеттіліктерін ескеруге қабілетті икемді және бейімделгіш реттеуді әзірлеуді талап етеді. Мұндай реттеу ғана кәсіпкерліктің тұрақты дамуына және жалпы қоғамның өркендеуіне ықпал етеді.

Әдебиеттер тізімі

1.Касенов. К.Р. кәсіпкерлік стратегиялар оқу құралы/ К.Р.Касенов,Ә.Қ.Агзам, А.Ж.Аманқосов.-Алматы:Қазақ университеті,2018.-242 б.

2.Жатқанбаев Е.Б. Государственное регулирование экономики: курс лекций / Жатқанбаев Е.Б.- Алматы: Қазақ университеті,2021.- 206 с. 56,63,64 б.

3.Касенов К.Р. Кәсіпкерлік стратегияларды таңдау: Оқу құралы / К.Р. Касенов, А.Қ.Адельбаева, - Алматы:Эверо, 2022.-244 б

Қазақстандағы туристік кәсіпкерліктің дамуын орны мен рөлі

Д.Аскар¹, С.Ш. Мамбетова²

1 Менеджмент мамандығы бойынша 2 курс магистранты

2 Менеджмент кафедрасының э.ғ.к., профессоры

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақала қазіргі заманғы туристік бизнес экономиканың ең ірі және тез өсетін секторларының бірі болып табылады. Жиі туризм индустриясы қоғамдағы экономикалық және әлеуметтік өзгерістердің делдалы ретінде қарастырылады. Сонымен қатар, туризм шетел валютасын тарту жолымен жалпыұлттық бірлестікті қолдауға, мәдени қызмет пен дәстүрлі қолөнерді көтермелеуге, қызметтердің әртүрлі секторларының өмір сүруіне елеулі ықпал етуге қабілетті. Туризм индустриясы басым түрде әлеуметтік мәселелерді жоюға қабілетті, мемлекеттің дамуына және жалпы ішкі өнімнің өсуіне әкелетін бюджетті толықтыруға түрткі болатын туристік кәсіпкерлікті дамыту есебінен жұмыс орындарын құру жұмыссыздық деңгейін төмендетуде елеулі рөлге ие

Кілт сөздер: кәсіпкерлік субъектілері, кәсіпкерлік белсенділік, туризм саласы, туристік ағындар, аймақтық дамуы.

Жаңа ғасырдың басында туризм әлемдік экономиканың жетекші салаларының арасында үшінші орынды иеленді. Көптеген елдердің тәжірибесі көрсеткендей, туризм әлеуметтік-экономикалық кешеннің басқа салаларымен бірге дамып, мемлекет экономикасына үлкен оң әсер етеді. Және бұл тұрғыда өзінің тамаша табиғи және тарихи ескерткіштерімен (оның ішінде ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұра тізіміне енгізілген) Қазақстанның болашағы зор.

Кәсіпкерлікті дамытудың 2021-2025 жылдарға арналған ұлттық жобасында туризмге ерекше көңіл бөлінген: үшінші бағыт – «Жаңа тауашаларды қалыптастыру» бойынша

туризмді дамыту үшін қолайлы жағдай жасау және туристік индустрияны дамытуға заманауи технологияларды енгізу міндеті талқыланады.

Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев алдағы құрылымдық экономикалық реформалардың негізгі бағыттарын ұсынып, «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағыты» жолдауында: «Бізге де еліміздің туристік әлеуетін пайдалану қажет. Туризм саласында да осындай серпінді жобаларды жүзеге асыру керек. Өкінішке орай, бұл маңызды салада әлі айтарлықтай табыстар жоқ, біз басқа елдерден артта қалып отырмыз».

Бұл артта қалушылықты еңсеру үшін елімізде туристік бизнеске көмектесетін шаралар кешені әзірленді – яғни, мемлекеттік-жекеменшік әріптестік туралы айтып отырмыз. Бұл туристік нысандарды салуға және қайта жаңғыртуға атсалысқан кәсіпкерлерге шығынның 10 пайызын өтеу. Бұл нысандарға ең алдымен жету керек екенін ескерсек, жол бойындағы қызмет көрсету орындарын: қонақүйлер, жанар-жағармай құю бекеттері, шағын дүкендер, дәмханалар және т.б. салатын кәсіпкерлерге де – 10 пайыз көлемінде қолдау көрсетіледі. Сегіз және одан да көп орындық туристік автобустарды сатып алу үшін 25% өтемақы қарастырылған. Сонымен қатар, дәретханаларды ұстау және т.б. субсидияланады.

Осы шаралардың барлығы қандастарымыздың ел ішінде жиі сапарға шығуына себеп болды. Көктемнің өзінде Қазақстан үкіметі 2023 жылы отандық туристер саны 9 миллионға дейін артады деп болжаған болатын – бұл болжам орындалып жатыр. Ұлы Жібек жолындағы көне ескерткіштер, ұлттық саябақтар, келушілер орталықтары – мұның бәрі туризмді дамытуға жұмыс істейді.

Алматы облысының тәжірибесі туралы толығырақ айтып өтейік: тек 2023 жылы мұнда ұлттық саябақтарда үш визит орталығы ашылды - жауапты және тұрақты экологиялық туризм мен экологиялық мәдениетті дамыту, Qazaq National Parks компаниясы келушілерді ұлттық саябақтар табиғатқа қамқорлық жасау және белгіленген ережелерді сақтау. Ал басты мақсат пен миссия – Қазақстандағы нағыз өркениетті туризмге қол жеткізу.

Ұлттық саябақтардағы экотуризмді дамыту жобасының негізгі мақсаттарының бірі қазақстандық туристердің экологиялық ойлауын өзгерту болып табылады. Бұл жоба қоғамның сұранысы мен мемлекеттің қолдауымен пайда болды: ішкі туризмді дамыту бағдарламасы аясында экологиялық туризмге бетбұрыс байқалады. Ал бұл тенденция бүгінде барлығына қатысты: қонақтармен жұмыс істеуден бастап келушілер орталықтары салынған материалдарға дейін.

Бірақ бірінші нәрсе. Сонымен, ұлттық парктер Qazaq National Parks-қа ұзақ мерзімді пайдалануға бірнеше жер телімдерін берді – ешқандай жалға беру немесе сату туралы әңгіме жоқ. Жер ерекше қорғалатын табиғи аумақтар (ерекше қорғалатын табиғи аумақтар) мәртебесінде мемлекет меншігінде қалады, мемлекеттік актілер ұлттық парктерге жатады. Барлық конкурстық рәсімдер Қазақстан Республикасының заңнамасына және нормативтік құқықтық актілеріне сәйкес ашық түрде өткізілді. Жаяу жүру жолдары мен басқа аймақтар тегін және барлық қонақтарға қолжетімді болып қалады.

Одан кейін «Іле-Алатау», «Шарын» және «Алтын-Емел» ұлттық саябақтарында туристерге қолайлы жағдай жасау, сапалы қызмет көрсету, ақпарат пен қауіпсіздікті қамтамасыз ету мақсатында жеңіл салмақты эко материалдардан визиттік орталықтар құрастырылды. Айта кету керек, учаскелерде жасалған барлық нысандар құрастыруға және бөлшектеуге оңай уақытша құрылымдар болып табылады, жоба күрделі құрылысты қамтымайды.

Келу орталықтары қандай қызметтерді ұсынады? Сіз аймақтың картасын алып, кәсіби гидтің сүйемелдеуімен экскурсияға тапсырыс бере аласыз, демалуға, су сатып алуға, кофе мен шай ішуге, кафеде тамақтануға, ұлттық парктердің рәміздері бар кәдесыйлар сатып алуға болады - сатылымның 10 пайызы дамуға кетеді. және саябақтарды қолдау. Сонымен қатар, жабдықты жалға алуға және глампингте тұруға болады.

Визиторлық орталықтарда тек ақпараттық үстелдер ғана емес, конференц-залдар да бар. Дәл осы жерде Мемлекеттік ұлттық табиғи парктің (МҰТП) ғалымдарымен және

қызметкерлерімен кездесулер өтіп, әртістер өнер көрсетеді, колөнер шеберлері түрлі колөнер бойынша шеберлік сабақтарын өткізеді.

Қонақтарға әртүрлі іс-шаралар ұсынылады: экскурсиялар мен жорықтар ғана емес, сонымен қатар квесттер. Халыққа экологиялық білім беру мақсатында жаяу және оқу маршруттары құрылады, олар белгіленеді, жабдықталады және сертификатталады. Жоба аясында айналадағы аумақтар жүйелі түрде тазартылады, еріктілер саябаққа келушілерге неге от жағуға және қоқыс қалдыруға болмайтынын түсіндіреді.

Жоба саябақтарды өсіп келе жатқан рекреациялық жүктемеге бейімдеуге бағытталған, заманауи туристік нысандар желісін және экотуризмді ұйымдастырудың бірыңғай жүйесін құруды көздейді.

Ұлттық саябақтарда экотуризмді дамыту жобасының маңызды аспектілерінің бірі – жергілікті тұрғындарды жұмыс орындарымен қамтамасыз ету. Әңгіме қазірдің өзінде ауылдан келген жүзге жуық адамның визит орталықтарында жұмыс істеп жатқанын ғана емес, туристер демалатын қонақ үйлерді де айтып отырмыз – бұл ауыл тұрғындарының ісі. Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлікті дамытудың ұлттық жобасында 2025 жылға қарай жалпы ішкі өнімдегі туризмнің үлесі кемінде 8%-ды құрауы тиіс екені және Алматы облысының ұлттық саябақтары бұл көрсеткішке жету үшін қазірдің өзінде көптеген жұмыстар атқаруда: статистикалық мәліметтер бойынша, бұл аймақ ең көп келетін үш аймақтың бірі (қалған екеуі Түркістан және Ақмола облыстары).

Қазірдің өзінде ересектер үшін «Алтын-Емел» ұлттық саябағының инспекторларының көмегімен профессор П.И. Мариковский жартастағы суреттерді іздеуде - тарих пен петроглифтерді ұнататындар үшін тағы бір туристік маршрут осылай салынды.

Жақында олар осы саябақта оның қызметкерлерімен бірге Дүниежүзілік жабайы табиғат күніне арналған фестиваль өткізді. Биылғы жылы мереке Қызыл кітапқа енген құланға арналды – Қазақстандағы жалғыз мекені Алтын-Емел болып қалатын жануарлардың популяциясын сақтау үшін осы сирек түрдің популяциясының өсуіне назар аудару қажет.

Qazaq National Parks мүмкіндігінше көп ұйымдар мен қауымдастықтарды тартуға тырысатын ұзақ мерзімді бастамалардың бірі - ағаш отырғызу арқылы тау беткейлерін қалпына келтіру және нығайту. Камераға арналған қақпандар, жануарларды қоректендіргіштер және құс қоралары бірге орнатылған.

...Қазір Іле Алатауының Бутаковский шатқалында визит орталығын құрастыру жұмыстары басталып кетті. Бұл жобаның қоршаған ортаға тигізетін әсеріне қатысты қоғамдық тыңдауларға инспекторлар, экологтар, журналистер, қоғам қайраткерлері, волонтерлар және визит орталығында жұмыс істеу мүмкіндігін көрген жергілікті тұрғындар қатысты. Жаңа келушілер орталығын құру кезінде, бұрынғылар сияқты, қоршаған ортаға әсерді азайту үшін, жеңіл эко-ғимараттарды тұрғызу процесінде дайын іргетас блоктары қолданылады. Ешқандай қазба немесе цемент қажет емес - тастар қазылып, тығыздалады, топырақты толтыру арқылы қиыршық тас негізі жасалады. Келесі кезекте металл бағаналар мен жеңіл болаттан жасалған жұқа қабырғалы құрылымдарды орнату. Жабайы жануарлардың қоныс аударатын аймақтарынан қашықтағы танымал соқпақтың жанында сәнді панельді үй пайда болады.

Қазақстанда Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы қабылданды. Мақсаты – туризмді ел экономикасының дамуының басым бағытына айналдыру. Атап айтқанда, бұл саладағы жұмыспен қамтуды 800 мың адамға дейін ұлғайту, саладағы жалпы қосылған құн көлемін 6 триллион теңгеге жеткізу. Орналастыру және тамақтандыру қызметтеріне инвестицияның өсімін 260 млрд теңгеге дейін арттыру жоспарлануда.

Мәдениет және спорт министрі Асхат Ораловтың айтуынша, көші-қонды дұрыс бақылау еҚонақ электронды жүйесі мен арнайы мобильді қосымшаларды енгізу арқылы қамтамасыз етіледі. Сондай-ақ уәкілетті органдармен бірлесіп, визалық және көші-қон саясатын ырықтандыруға байланысты тәуекелдердің алдын алу шаралары қабылданатын болады.

Инвестициялардың тиімділігін бағалау үшін туризм инфрақұрылымының даму деңгейі бойынша өңірлердің ұлттық рейтингтік бағасын енгізу жоспарлануда. Рейтинг Қазақстанның туристік картасына енгізілген басым бағыттарды және ТОП 50 бағытты қамтиды.

Өңірлік туризм саласындағы шағын, орта және ірі «зәкірлік» инвестициялық жобаларды іске асыру үшін жеке капитал тартылатын болады.

Туристердің жүру маршруттары туралы Төтенше жағдайлар министрлігінің аумақтық бөлімшелерін хабардар ету талаптары енгізіледі.

Сондай-ақ бүкіл Қазақстан бойынша жаяу жүру жолдарын белгілеу стандарты қабылданады.

Саяхатшыларды барлық қажетті ақпаратпен қамтамасыз ету үшін, мысалы, туристік орындардың орналасқан жері және жергілікті жерде көрсетілетін қызметтердің тізімі туралы Ұлттық туристік порталды дамыту жалғасады. Ол отандық туристік өнімнің Қазақстанда және шетелде танылуын арттыруға бағытталған мобильді қосымшалар мен веб-порталдардың бірыңғай жүйесіне айналады. Жүйе кәсіпкерлер үшін жеке бизнес-процестерді автоматтандырып, бағалаулар мен рейтингтерді пайдалана отырып, нарықты бақылауға мүмкіндік береді. Бұл туризмді цифрлық экономиканың толыққанды сегментіне айналдыруға және бірыңғай цифрлық ақпараттық платформа құруға көмектеседі.

Туризм секторында кадрлар даярлау жүйесін жетілдіру бойынша шаралар жүзеге асырылатын болады.

2029 жылдың соңына дейін туризм саласында жұмыс істейтін кемінде 14 мың адамның біліктілігін арттыру жоспарлануда.

Ұйымдастырылған ішкі туризмді ынталандыру үшін қолданыстағы Kids Go Free бағдарламасымен бірге туристік кэшбэк енгізіледі.

Мәдени-танымдық туризм, агротуризм, әлеуметтік, медициналық, экологиялық, іскерлік, балалар-жасөспірімдер және басқа да туризм түрлері дамитын болады.

Барлық белгіленген аумақтардағы белсенді жұмыс 2030 жылға қарай отандық туристер санын 11 миллион адамға, ал келетін туристер санын 4 миллион адамға жеткізуге мүмкіндік береді.

Ағымдағы жылдың қаңтар-маусым айларында еліміздің орналастыру орындарында болған шетелдік туристер саны 516 мың адамды құрады, бұл 2022 жылдың алғашқы алты айындағы көрсеткіштен 1,8 есеге жоғары. Бұл ретте шетелден келген бір қонақ Қазақстанға орташа есеппен 1500 доллар табыс әкеледі.

Елімізде туризм саласындағы кәсіпкерлерді мемлекеттік қолдаудың жеті шарасы бар. Оларға: әрбір шетелдік туристке туроператорлардың шығындарын субсидиялау, Қазақстандағы балаларға арналған әуе билеттерінің құнын субсидиялау (Kids Go Free бағдарламасы), кәсіпкерлерге тау шаңғысы жабдықтарын, көлік құралдарын сатып алуға кеткен шығындардың бір бөлігін өтеу (25%) кіреді.), жол бойындағы қызмет көрсету объектілерін салу, туристік объектілерді салу және реконструкциялау (10%), сондай-ақ санитарлық-тұрмыстық объектілерді ұстауға субсидиялар (айына 83 300 теңге).

Осы шаралар аясында жалпы сомасы 480 млн теңгеге шығындарды ішінара өтеуге 29 өтінім мақұлданды. Сондай-ақ туристік кэшбэк тетігі әзірленуде, соның арқасында Қазақстан азаматтары ел ішінде саяхаттау кезінде тур құнының бір бөлігін қайтара алады.

Қазіргі таңда Қазақстанда туроператорлық қызметке 428 лицензия бар.

Бұл ретте жаңа кадрлар дайындалуда. Осылайша, биылғы оқу жылының соңында Түркістан қаласындағы Халықаралық туризм және қонақжайлылық университетінің алғашқы түлектері шығады.

Туризм ел экономикасының дамуына әсер ететін маңызды салаға айналды. Туризмнің негізгі пайдасы – табыстың көбеюі және жұмыс орындарының ашылуы. Көптеген аймақтар мен елдер үшін бұл байлықтың ең маңызды көзі. Туризм индустриясын дамытудың қозғаушы күші кәсіпкерлердің белсенді қызметі болып табылады.

Бұл зерттеу Қазақстандағы туристік кәсіпкерлікке әсер ететін маңызды факторларды анықтауға бағытталған.

Экономикалық өсу үшін нарықты дамыту мен кәсіпкерліктің маңыздылығын ескере отырып, бұл зерттеу кәсіпкерлік пен басқа макроэкономикалық көрсеткіштердің арасындағы байланыс туралы түсінік береді. Кәсіпкерлік қызметті жақсырақ түсінуге ұмтылу инновациялық экономиканы дамытудағы кәсіпкерліктің ерекше рөліне және стратегиялық шектеулі ресурстарды пайдалану.

Әдебиеттер тізімі

1. <https://exclusive.kz/czivilizovannyj-turizm-v-kazahstane-missiya-vypolnima/>
2. <https://ortcom.kz/ru/novosti/1688987229>

Развитие цифровизации в Казахстане: институциональный аспект повышения качества жизни населения на основе цифровизации экономики

З.М. Магрупова¹, А.С. Қуатова², И.А. Дреев³, А.П. Ковальчук⁴

¹д.э.н., доцент кафедры экономики предприятия и менеджмента

²м.э.н., старший преподаватель экономики предприятия и менеджмента

^{3,4}студент группы ЭЭ-22-4. кафедра энергетические системы

mzm68@mail.ru, anarkuatova@gmail.com, dreyevivan@gmail.com, refnjdf@mail.ru

^{1,2,3,4}Қарагандинский технический университет имени Абылкаса Сагинова

Аннотация: текущего состояния по внедрению информационных систем во всех сферах городской жизни, в том числе электронного здравоохранения в РК, образования. Определены проблемные аспекты и перспективы развития на ближайший период. Авторами поставлены следующие задачи – изучение государственного регулирования сферы информатизации, проведение краткого обзора действующих автоматизированных информационных систем (ИС) и перспектив запуска новых ИС, представлен анализ государственных программ, принятых в РК в последние года, нацеленных на решение актуальных проблем по повышению качества жизни населения.

Ключевые слова: национальные программы, цифровая экономика, урбанизация.

В современном мире внедрение информационных систем во всех сферах городской жизни давно перестало быть роскошью и является неотъемлемым условием комфортного проживания населения. По оценкам ООН к 2050 году 70% населения мира будет жить в городах [1]. Так, по данным ООН, уже на сегодняшний день более половины населения планеты живет в городах (55%). При этом согласно прогнозам, прирост населения будет осуществляться за счет роста числа жителей в городах, и к 2030 году численность городского населения составит 60%. В ближайшие десятилетия 95% урбанизации будет приходиться на развивающиеся страны [2]. Такая тенденция ведет к усложнению городской инфраструктуры, в том числе транспортной и жилищной, актуализации вопросов энергосбережения и экологии. Решение этих насущных вопросов требует научных подходов, стимулирующих качественное развитие, и невозможно без применения информационно-коммуникационных технологий. Актуальность исследования, проведенного авторами, состоит в оценке экономической ситуации в регионах РК в ходе выполнения задач, определенных в перечисленных ниже программных документах. Целью исследования является анализ ситуации по формированию информационного пространства в РК и обеспечение цифровыми инструментами для комфортной жизни населения. Объектами исследования выступают официально утвержденные нормативно-правовые акты, регулирующие сферу цифровизации информационного пространства в РК. Использованы методы системного и структурно-логического анализа, и кроме того были использованы общенаучные методы, в том числе теория сетей, классификация видов, метод сравнения, методы количественного анализа и некоторые другие. Теоретической базой научного

исследования послужили теоретические концепции и методологические разработки отечественных и зарубежных ученых по проблемам информатизации и цифровизации экономики. В качестве информационных ресурсов была использована периодическая, статистическая, аналитическая и переводная Список литературы по направлению исследования. Согласно ООН, в 2022 году Казахстан занял 15-е место в мировом рейтинге по уровню цифровизации среди населения и 28-е – по уровню развития электронного правительства.

Ряд серьезных и важных государственных программ, принятых в РК в последние года, нацелены на решение актуальных проблем по повышению качества жизни населения, и каждая из них предполагает использование цифровых технологий. Одна из них это - Государственная программа «Цифровой Казахстан», которая предусматривает комплекс мероприятий по цифровизации отраслей экономики, по созданию «умных» городов, цифровизации деятельности государственных органов, повышению цифровой грамотности во всех уровнях образовательных структур и населения, развитию финансовых технологий и безналичных платежей, а также другие направления, способствующие созданию цифровой экономики будущего в долгосрочной перспективе [3]. Цель принятия нацпрограммы состоит в ускорении темпов экономического развития Казахстана и улучшении качества жизни населения за счет использования цифровых технологий в среднесрочной перспективе, что создаст условия для перехода национальной экономики на новую траекторию развития. Реализация этой цели предусматривает решение ряда задач, каждая из которых предполагает осуществление комплекса мероприятий. Стратегическое направление госпрограммы по созданию «умных» городов означает создание урбанизированной территории, в которой ресурсы городских служб и частные инициативы взаимодействуют и сотрудничают для обеспечения устойчивого развития города и создания благоприятных условий для жителей и туристов посредством внедряемых цифровых технологий. Медицинские данные, образование, государственные базы данных, информация образовательных учреждений переводятся в цифру и надо полагать, через 50 лет у нас будут сплошные потоки цифровых данных, будь то полиция, больница или университет. Программа содержит целевые индикаторы, и на ее реализацию в 2018-2022 гг. выделяется 108,68 млрд.тенге средств республиканского бюджета, а также ожидается привлечение более 169 млрд. тенге средств субъектов квазигосударственного сектора. Госпрограммой предусмотрено достижение 33-х целевых индикаторов. Из 33 целевых индикаторов и показателей Госпрограммы «Цифровой Казахстан» на 2018-2022 гг. достигнуто 26 или 79%. Уровень цифровой грамотности по итогам 2019 года составил 82,1% (план - 78,5%).

Другим важнейшим документом, направленным на повышение экономической конкурентоспособности регионов и улучшение качества жизни населения через управляемую урбанизацию является Государственная программа развития регионов на 2020 – 2025 годы, утвержденная Постановлением Правительства Республики Казахстан от 27.12.2019г. № 990 [4]. Начальный этап реализации Государственной программы развития регионов на 2020 – 2025 годы уже пройден. В ходе реализации программы достигнуты определенные результаты, анализ которых позволил выявить проблемы и определить пути их устранения [5].

Еще одним важным нормативным актом, направленным на формирование информационного пространства в РК, является национальный проект «Технологический прорыв за счет цифровизации, науки и инноваций» [6]. Национальный проект состоит из 10 направлений, 26 заданий, 44 показателей и 211 мероприятий, реализация которых запланирована до 2025 года. Если говорить о его структуре, можно выделить два блока. Первый - цифровая трансформация, которая включает в себя оказание услуг за 5 минут, развитие IT сферы, создание слышащего и эффективного государства, применение цифровых инструментов для комфортной жизни, развитие технологического и инновационного бизнеса, обеспечение качественного интернета и информационной безопасности. Второй – наука, включает в себя укрепление кадрового потенциала науки, повышение

конкурентоспособности научной экосистемы; увеличение вклада науки в развитие страны по системе «наука-производство-бизнес»; совершенствование администрирования науки. По данным министра цифровизации, для осуществления нацпроекта предусмотрено выделение 2,2 трлн тенге, в том числе 1,4 трлн тенге из госбюджета, 800 млрд тенге - частные инвестиции.

Одним из результатов, достигнутых в ходе реализации принятых документов, является улучшение позиции Казахстана в Индексе развития электронного правительства ООН (29 место, +10 позиций по сравнению с 2018 годом) [7]. В рамках цифровизации функционирует некоммерческое акционерное общество Государственная корпорация «Правительство для граждан», созданное 29 января 2016 года в виде базовой инфраструктуры и информационных систем государственных органов, прямо или косвенно задействованных в оказании государственных услуг. Более 50% населения страны могут получать государственные услуги через свои мобильные устройства. Этот же портал отвечает и за социальные вопросы, касающиеся выплат различных пособий.

Одним из ключевых моментов Нацпроекта является обеспечение цифровыми инструментами для комфортной жизни населения. С 2018 года Министерством здравоохранения сформирован единый каталог существующих на рынке мобильных приложений в области здравоохранения. Фактическое количество пользователей мобильных приложений в здравоохранении составило в 2020 году 3 235 351 [8]. В настоящее время в здравоохранении в 32 медицинских организациях (13-поликлиник, 19-больниц) внедрена и функционирует информационная система «ДамуМед». В рамках Государственной программы «Цифровой Казахстан» реализуются направления цифровизации (жилищно-коммунальное хозяйство, транспорт, образование, здравоохранение, безопасность) и другие направления. Рассматривая внедрение технологий «SmartCity» в соответствии с Эталонным стандартом «умных» городов, исходя из информации, представленной в МНЭ, реализация осуществляется в пределах средств, предусмотренных в местных бюджетах. По итогам 2020 года в результате реализации мероприятий нацпрограмм 2 города вошли в рейтинг European Smart Cities (Нур-Султан-460-е место из 500 городов, Алматы - 400-е место из 500 городов). Требуют серьезного подхода и срочного решения вопросы обеспечения населения качественным интернетом и обеспечение информационной безопасности. При этом надо отметить, что проблемы с интернетом имеются во всех селах. В настоящее время доступ к интернету имеется в 5163 селах и городах, но в 768 населенных пунктах его качество очень низкое. Пороговые показатели интернета - 1,5 МБ для 3G, 5 МБ для 4G. Проводятся проверки на соответствие этим параметрам. Работа в данном направлении ведется и довольно активно, так в 2021 году проведено более 400 проверок, наложено штрафов на 92 млн тенге. [9]. Положительное влияние на охват опорных сел государственными услугами и широкополосным интернетом оказали проводимые мероприятия Государственной корпорацией «Правительство для граждан», региональными филиалами НПП «Атамекен», расширение перечня онлайн-услуг, а также политика АО «Казахтелеком» по реализации проектов, направленных на обеспечение сельских населенных пунктов широкополосным доступом к Интернету по технологии волоконно-оптических линий связи [10]. В рамках данного направления нацпроекта требуется обеспечить доступ к сети интернет со скоростью 10МБ в секунду. За последние 3 года по индексу кибербезопасности Казахстан вырос до 31 места с 80-го [6]. Развитие IT-индустрии состоит из трех элементов - развитие человеческого капитала, акселерация проектов и обеспечение необходимого финансирования. Правильная настройка всех трех элементов позволит выполнить поручение Президента по достижению 500 млн долларов экспорта в 2025-м году [6].

В ходе цифрового форума Digital bridge, который проводился в Нур-Султане 28-29 октября 2021 года, было раскритиковано качество предоставляемых услуг интернет провайдером, отмечено несоответствие заявленного высокого качества интернета фактически предоставленному низкому качеству [11]. При всех тех положительных результатах, что были отражены в исследовании, на развитие цифровой экономики в

Республике оказывают влияние ряд факторов, которые в значительной мере носят объективный характер.

1. Недостаточный уровень развития интернет-инфраструктуры. Основным показателем при оценке данного фактора является скорость доступа к сети интернет. Для достижения нового уровня развития и повышения качества предоставляемых услуг интернет-провайдерами необходимы передовые интернет-технологии, которые в Казахстане развиты недостаточно.

2. Постоянно растущая потребность в специалистах ИТ-сферы. Присутствует прямая зависимость между ростом объемов услуг, предоставляемых информационно-коммуникационными компаниями, и расширением сферы их приложения и ростом потребности в данном роде специалистов.

Развитие ИТ-индустрии состоит из трех элементов - развитие человеческого капитала, акселерация проектов и обеспечение необходимого финансирования. Если эти три блока правильно заработают, то поручение Президента по достижению 500 млн долларов экспорта в 2025-м году будет достигнуто. При правильной настройке трех составляющих - капитал, человеческие ресурсы и акселерационные программы, достижение поставленных целей Главы государства по ИТ-экспорту в 500 млн долл реализуемо. В целях реализации концепции слышащего и эффективного государства будет продолжена работа по реализации ряда проектов, направленных на оптимизацию процессов внутри государственного сектора, обеспечения инструментами населения для связи с госорганами (е-петиция, е-обращение), снижение документооборота. Для обеспечения прозрачного взаимодействия с бизнесом будет внедрена платформа «Правительство для бизнеса», переведены в цифровой формат субсидии, автоматизирован процесс налогового и таможенного администрирования. Более того, контрольно-надзорные функции будут автоматизированы посредством внедрения IoT-технологий, то есть будут минимизированы посещения контролирующими органами субъектов проверки. Данные будут стекаться в контролирующий орган автоматически, тем самым снизится уровень коррупции.

Одним из ключевых моментов Нацпроекта является обеспечение цифровыми инструментами для комфортной жизни населения. Так, в результате дистанционные медицинские услуги будут интегрированы в рутинные процессы оказания медицинской помощи, обеспечивая повышение доступности и эффективности системы здравоохранения. Клинические данные каждого гражданина будут актуальны и доступны. Кроме того, за счет автоматизации процесса лекарственного обеспечения государственных медучреждений будет обеспечена прозрачность данного процесса.

Напомним, согласно поручению Главы государства, ожидаемый экономический эффект нацпроекта должен быть выражен в 79-ти млрд тенге налогов ежегодно от криптоиндустрии, увеличении доли ВВП в сфере ИКТ до 5 %, а также в увеличении доли частного софинансирования проектов коммерциализации РННТД и прикладных научных исследований до 50 %.100 (НАЦПРОЕКТ ПО ЦИФРОВИЗАЦИИ: ЦЕЛИ, ФИНАНСИРОВАНИЕ И КРП https://strategy2050.kz/ru/news/natsproekt-po-tsifrovizatsii-tseli-finansirovanie-i-kpi-/?utm_source=www.inform.kz)

Также в рамках реализации данного направления планируется запуск пилотного проекта по механизму функционирования криптобиржи МФЦА с взаимодействием с казахстанскими банками второго уровня, результатом которого станет 1% от мирового оборота криптоиндустрии.

Делая выводы, отметим, что успехи последних лет по цифровизации экономики в РК носят базовый характер. То есть, возможности применения мегатрендов ИТ-индустрии в стране в значительной мере ограничиваются низким уровнем развитости цифровизации экономики. Существующие проблемы цифровой трансформации Казахстана во многом зависят от политической воли и социально-экономических возможностей как правительства, так и бизнес-структур.

Список литературы

1. Учёные считают, что к 2050 году около 70% населения Земли будут проживать в городах 27 мая 2019 https://forbes.kz/news/2019/05/27/newsid_200218
2. Новости ООН. Глобальный взгляд Человеческие судьбы. Search the United Nations <https://news.un.org/ru/story/2018/05/1330522>
3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827 Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.10.2020 г.) <https://zerde.gov.kz/activity/management-programs/the-state-program-digital-kazakhstan/>
4. Государственная программа развития регионов на 2020 – 2025 годы, утверждена Постановлением Правительства Республики Казахстан от 27.12.2019г. № 990. Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000990>
5. Ювица Н.В. Сагиндигов Е.Н. Государственное стратегическое планирование и прогнозирование. —Астана, издательство ЕНУ им.Л.Н. Гумилева, 2013. -320с. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=4382> (дата обращения: 29.01.2022).
6. «Технологический прорыв за счет цифровизации, науки и инноваций». Б. Мусин доложил об основных направлениях нацпроекта/ МЦРИАП РК (29 октября 2021 года). <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/press/news/details/tehnologicheskii-proryv-za-schet-cifrovizacii-nauki-i-innovaciy-b-musin-dolozhil-ob-osnovnyh-napravleniyah-nacproekta?lang=ru>
7. Казахстан поднялся на 10 позиций в мировом рейтинге развития egov. <https://www.gov.kz/memleket/entities/telecom/press/news/details/79830?lang=ru>
8. Цифровизация здравоохранения Казахстана: сегодня и завтра. Алматы, 2019 год//. Министерством здравоохранения Республики Казахстан/ http://www.maxat.kz/fileadmin/user_upload/news/pdf/27.05.2019_cifrovizacija_zdravookhraneniya.pdf
9. Нацпроект по цифровизации: цели, финансирование и KPI (29 октября, 2021): <https://strategy2050.kz/ru/news/natsproekt-po-tsifrovizatsii-tseli-finansirovanie-i-kpi->
10. Телекоммуникации и связь. МЦРИАП РК <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/activities/8?lang=ru>
11. Третий международный технологический форум Digital Bridge: Как это было 2 ноября 2021 DigitalBridge2021 <https://astanahub.com/article/tretii-mezhdunarodnyi-tehnologicheskii-forum-digital-bridge-kak-eto-bylo>

Қазақстан Республикасындағы әлеуметтік кәсіпкерліктің қазіргі жағдайы

С.Ш. Мамбетова,¹ М. Рүстемұлы²

¹Менеджмент кафедрасының э.ғ.к., профессоры

²Менеджмент мамандығы бойынша 2 курс магистранты

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақала әлеуметтік кәсіпкерліктің қалыптасу ерекшеліктерінің теориялық негіздері, әлемдік кеңістіктегі әлеуметтік кәсіпкерліктің эволюциясы, әлеуметтік кәсіпкерлікті қалыптастырудың аймақтық аспектісі, Қазақстандағы әлеуметтік кәсіпкерліктің қазіргі жағдайы мен болашағы, әлеуметтік кәсіпкерліктің мәселелері және оларды шешу жолдары талданған. Әлеуметтік кәсіпкерліктің пайда болуының жеке деңгейі әлеуметтік инновациялық мектептің назарында сипатталған. Қоғамның әлеуметтік маңызды мәселелерін шешудегі жеке әлеуметтік кәсіпкерлердің рөлін бағаламауға болмайтындығы қарастырылған. Көбінесе әлеуметтік бастамалардың кенәуі мен таралуының нәтижесінде шешілетін мәселелердің ауқымы мен қамтуының ұлғаюы ғана емес, сонымен қатар институционалдық деңгейде өзгерістердің басталуы да орын алуы мүмкін.

Кілт сөздер: әлеуметтік кәсіпкерлік, инновация, пайда, қоғам, бизнес, экономика, нарық, тұтынушылар.

Әлемде әлеуметтік кәсіпкерліктің кеңінен қолданылуына және оған зерттеушілердің қызығушылығының артуына қарамастан, қазіргі уақытта әлеуметтік кәсіпкерліктің бірыңғай, жалпы қабылданған анықтамасы жоқ. «Әлеуметтік кәсіпкерлік» ұғымының нақты шекараларының болмауы бұл құбылыстың институционализациялануын тежеп, эмпирикалық және теориялық зерттеулердің дамуын шектейді.

Әлеуметтік кәсіпкерлік анықтамаларының қолданыстағы жиынтығын екі топқа бөлуге болады: тар және кең мағынада түсіну.

1. Әлеуметтік кәсіпкерлік тар мағынада коммерциялық емес ұйымдардың табыс алу мақсатында инновациялық тәсілдерді қолдануын білдіреді.

2. Әлеуметтік кәсіпкерлік кең мағынада коммерциялық (әлеуметтік бағытталған коммерциялық компаниялар, корпоративтік әлеуметтік кәсіпкерлік) және коммерциялық емес сектордағы немесе олардың түйіскен жерінде – аралас типтегі ұйымдардағы әлеуметтік бағытталған инновациялық қызмет деп түсініледі.

Көптеген зерттеушілер әлеуметтік және коммерциялық кәсіпкерлік арасындағы айырмашылықтарға негізделген әлеуметтік кәсіпкерлікті анықтауға тырысты. Сонымен, Дж.Остин, Г.Стивенсон және Дж.Вей-Скиллерн кәсіпкерліктің екі түрін салыстыра отырып, әлеуметтік кәсіпкерлік «қоғам игілігі үшін әлеуметтік құндылық жасауға бағытталғанын, ал коммерциялық кәсіпкерлік жеке тұлға үшін пайдалы операцияларды қолдауға бағытталғанын» атап көрсетеді. Алайда авторлардың өздері мұндай қарсылықтың асыра сілтеу екенін атап көрсетеді, өйткені бизнес, пайдаға бағытталған сонымен қатар жұмыс орындарымен, тауарлармен және қызметтермен қамтамасыз ету, жұмысшыларға жалақы төлеу және т.б. арқылы әлеуметтік игіліктерді жасайды. Көптеген авторлар коммерциялық және әлеуметтік кәсіпкерлік арасындағы айырмашылықтардан гөрі көбірек ұқсастықтарды табады және әлеуметтік кәсіпкерлікті жалпы кәсіпкерлік түрлерінің бірі ретінде таниды.

«Әлеуметтік кәсіпкерлік» түсінігін анықтаудағы маңызды аспектілер өзін-өзі қамтамасыз ету, қаржылық тұрақтылық, залалсыздық болып табылады. Бірқатар зерттеушілер үшін табыс әкелетін қызметтің болуы коммерциялық емес ұйым мен әлеуметтік кәсіпкерлікті ажыратудың айқындаушы критерийі болып табылады. Бұл ретте кірісті не әлеуметтік бағдарламаларға, не операциялық шығыстарға қайта инвестициялау және/немесе оларды бизнесті кеңейту, дамыту және дамыту үшін сақтау (мүдделі тараптар арасында ішінара бөлуге болады) әлеуметтік жауапты бизнес пен әлеуметтік кәсіпкерлікті саралау критерийі болып табылады.

Әлеуметтік кәсіпкерлік шектеулі және контекстпен тығыз байланысты құбылыс және оның типологиясы осы ерекшелікті көрсетеді. Әлеуметтік кәсіпкерлік кәсіпкердің саналы таңдауы, коммерциялық емес ұйымдардың бизнесті жүргізу құралдары мен кәсіпкерлік әдістерін қолдануы нәтижесінде туындауы мүмкін, оның көмегімен мұндай ұйымдар, сонымен қатар, әлеуметтік, сонымен қатар экономикалық мәнге ие. Ол сондай-ақ коммерциялық компаниялардың корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікке және компания ішіндегі әлеуметтік кәсіпкерлікке инновациялық тәсілдерді әзірлеуінен туындауы мүмкін. Суретте әлеуметтік кәсіпкерліктің пайда болуының екі деңгейін сипаттау әрекеті схемалық түрде берілген (сурет 1).



Сурет 1. Әлеуметтік кәсіпкерліктің бастаулары

Әлеуметтік кәсіпкерліктің пайда болуының жеке деңгейі әлеуметтік инновациялық мектептің назарында. Қоғамның әлеуметтік маңызды мәселелерін шешудегі жеке әлеуметтік кәсіпкерлердің рөлін бағаламауға болмайды. Көбінесе әлеуметтік бастамалардың кеңеюі мен таралуының нәтижесінде шешілетін мәселелердің ауқымы мен қамтуының ұлғаюы ғана емес, сонымен қатар институционалдық деңгейде өзгерістердің басталуы да орын алуы мүмкін. Мұның жарқын мысалы Grameen Bank болып табылады, ол өзінің ұйымдық өсуі арқылы бүкіл әлемде микроқаржылық бастамалардың пайда болуын ынталандыра алды.

Кез келген мемлекет үшін әлеуметтік кәсіпкерлік қызметтің маңызы зор. Біріншіден, әлеуметтік кәсіпкердің қажетті жинақтау қабілеті ресурстарды пайдалану және анықталған нарықтық сәтсіздіктерге негізделген инновациялық шешімдерді әзірлеу жалпы экономикаға ұзақ мерзімді оң әсер етеді. Екіншіден, кәсіпкерлердің тәуекелге баруға және инвестициялауға дайындығы инновациялық идеялар мен керемет ауқымдағы жобаларды жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Үшіншіден, кез келген әлеуметтік кәсіпорынның критерийі – елдің стратегиялық дамуы мен бюджетіне тиімді әсер ететін өзін-өзі қамтамасыз ету және қаржылық тұрақтылық. Мысалы, жақында АҚШ-та уақыт үлкен мемлекеттік қарызға байланысты бірлескен кәсіпорынға қызығушылық артты. Бұл әр түрлі деңгейдегі бюджеттерден ресурстардың тапшылығына байланысты бірлескен кәсіпорынды ілгерілетуге мемлекеттің қаржылық мүддесінің пайда болуын түсіндіреді.

Әлеуметтік кәсіпкерлік бізге шетелден келді. Бұл біз үшін өте жас тренд. Мысалы, АҚШ әлеуметтік кәсіпкерлікті дамытуда көшбасшылардың бірі болып саналады. Жалпы, зерттеулерге сәйкес, әлеуметтік кәсіпкерліктің даму деңгейі мемлекеттік қолдауға тікелей байланысты. Бұл бағыттың дамуына мемлекеттің өзі мүдделі болуы керек. Өйткені біз экономиканы дамытып, әлеуметтік мәселелерді шешеміз. Израильдің тамаша үлгісі бар, мұнда қызықты қолдау бағдарламалары бар, ірі бизнесмендер мен әлеуметтік жобаларды дамыту үшін арнайы бағдарламалар жасайтын кәсіпорындар бар. Сондықтан шетелдік әріптестерден әлі де үйренеріміз көп. Тәжірибе алмасу бағдарламалары бар, онда сіз елге барып, өз тәжірибесін бізбен бірге қолдана аласыз.

Қазақстан Республикасында әлеуметтік кәсіпкерлікті кәсіпкерлік қызметтің ерекше нысаны ретінде тек дамушы экономикалық құбылыс деп санауға болады. Нарықтық экономиканың қарқынды дамуы қоғамымыздағы әлеуметтік мәселелерді шешуге кері әсерін тигізді. Ал экономикамыз әлеуметтік бағытты болғанымен, қазіргі таңда әлеуметтік мәселелердің біршама бөлігі мемлекет назарынан тыс қалып отыр.

Мұндай үдерістер тек біздің елімізге ғана емес, басқа да көптеген елдерге, соның ішінде жоғары дамыған елдерге де тән екенін атап өткен жөн. Ал бұл елдерде әлеуметтік кәсіпкерлік қоғамның бірқатар әлеуметтік мәселелерін шешудің тиімді құралына айналды. Қазақстан да шет қалмады.

Бүгінгі таңда елімізде әлеуметтік кәсіпкерлік өз дамуында тек қана қарқын алып келеді. Бірақ ол қазірдің өзінде айтарлықтай кедергілерге тап болды: жеткілікті қаржыландыруды алудағы қиындықтар, заңнаманың жетілдірілмегендігі, халықты ақпараттандырудың төмен деңгейі, мұндай жобаларды ұйымдастырушылардың іскерлік құзыреттілігі және т.б.

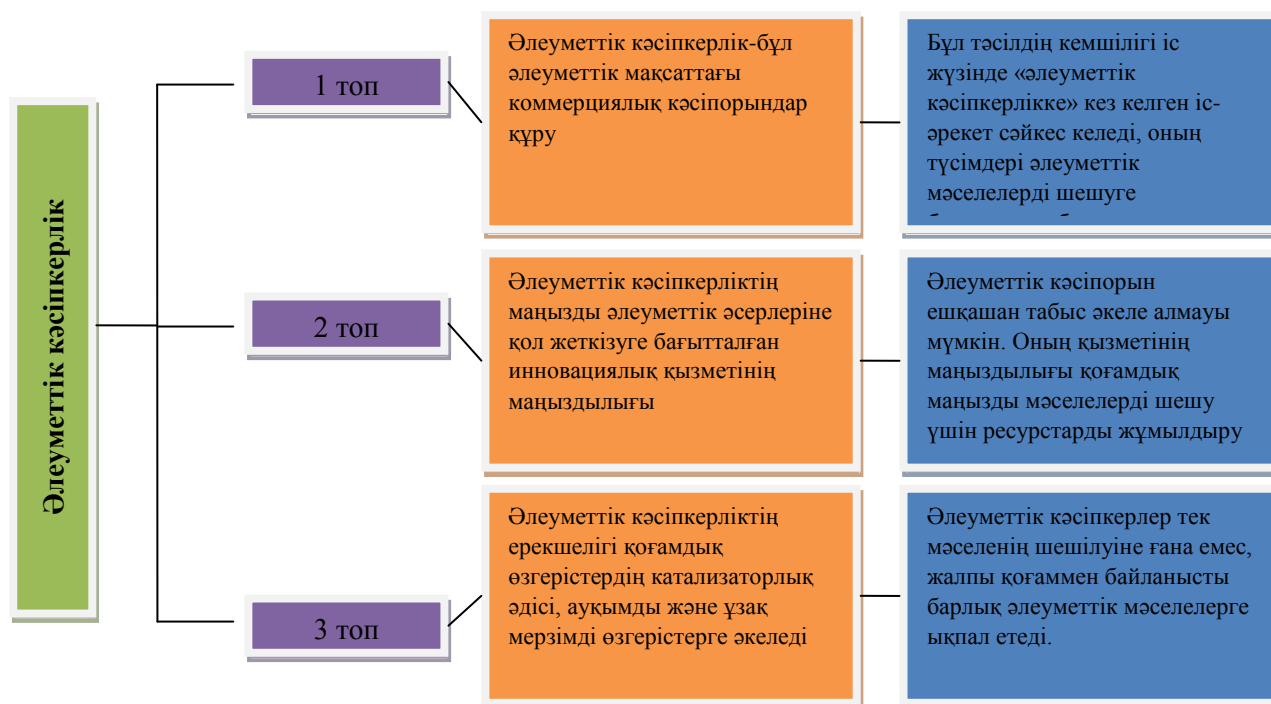
Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасында әлеуметтік кәсіпкерлік аясында айтарлықтай көп жобалар жүзеге асырылуда. Сонымен, жоғарыда айтылғандай, олардың негізгі үлесі коммерциялық емес ұйымдар жүзеге асыратын жобаларға тиесілі.

Мұндай жобаларды жүзеге асырудың ерекшелігі, ҰЕҰ белгілі бір әлеуметтік мәселелерді шешуге шақырылады, бірақ олардың қаржылық тәуелсіздігін арттыру мақсатында өз қызметін ешбір жағдайда ұйымдастырмайды. Сондықтан сыртқы көздерден (мемлекет, меценаттар, демеушілер, гранттар, меншікті қаражат) қаржыландыру азайған жағдайда ҰЕҰ қызметі тоқтатылады немесе оның тиімділігі төмендейді. Ал бүгінде көптеген ҰЕҰ өзін-өзі қамтамасыз ету жолын іздестіру қажеттілігімен бетпе-бет келіп отыр.

Осылайша, олар ҰЕҰ классикалық түсінігінен негізгі айырмашылығы – әлеуметтік әсер, инновация, өзін-өзі қамтамасыз ету, қаржылық тұрақтылық, кәсіпкерлік көзқарас және осы әлеуметтік жобаның ауқымдылығы болып табылатын әлеуметтік кәсіпкерлер дәрежесіне өтуге тырысуда. Бірақ көптеген ҰЕҰ өкілдері өз қызметін монетизациялау процесін ұйымдастыруда жеткілікті дағдылардың жоқтығына тап болады. Әлеуметтік кәсіпкерлерге мемлекет тарапынан көмек көрсетілмейді деп айтуға болмайды. Мысалы, әлеуметтік жобаларды іске асыруды қолдау аясында «Samruk-KazynaTrust» әлеуметтік жобаларды дамыту қоры («Самұрық-Қазына» квазимемлекеттік корпорациясының құрылымына кіреді) жұмыс істейді, оның мақсаттарының бірі әлеуметтік кәсіпкерлерді қолдау болып табылады.

Әлеуметтік кәсіпкерліктің инновациялық қызметі қазіргі таңда әлеуметтік капиталдың таза өсімін қалыптастыратын бизнес тиімділігіне әсер етеді. Инновациялық қызмет коммерциялық емес секторда да, корпоративтік әлеуметтік кәсіпорында да әлеуметтік мақсаттарды іске асыруға ықпал етеді, сондықтан, коммерциялық кәсіпорындар ретінде жұмыс істейтін әлеуметтік кәсіпорындар дәстүрлі әлеуметтік коммерциялық емес кәсіпорындарға қарағанда тиімді. Еуропада сарапшылар әлеуметтік кәсіпкерлікті – ынтымақты экономика деп атайды. Мысалы, Ұлыбритания мен Франциядағы жаңа субъектінің үлесі ЖІӨ-нің 10%-ына дейін жетеді.

Бүгінгі таңда кәсіпкерліктің қарастырылып отырған түрі бойынша жасалған көзқарастарды үш аспектіде қарастыруға болады, олар 2 суретте келтірілген.



Сурет 2. «Әлеуметтік кәсіпкерлікті» анықтаудың негізгі тәсілдері

Осылайша, әлеуметтік кәсіпкерлік: белгілі бір мақсаттар бойынша әлеуметтік құндылықтарды қалыптастыру, әлеуметтік маңыздылықтарды түсіндіру үшін қажетті мүмкіндіктерді қолдану және іске асыру, инновацияларды пайдалану, қызмет жағдайындағы тәуекелдердің орын алу кезіндегі төзімділік, қолда бар ресурстарға шектеулерді қабылдаудан бас тарту секілді жағдайларды қамтамасыз етуі тиіс.

Әлеуметтік кәсіпкерлік – экономиканың таяуда ғана пайда болған секторы екендігін ескерсек, оны кейбір зерттеушілер коммерциялық салаға, ал кейбіреулері коммерциялық емес салаға жатқызуға тырысуда. Бірақ «Атамекен» ҚР-ның Ұлттық кәсіпкерлер палатасының сарапшылары әлеуметтік кәсіпкерлік профиттік және нон-профиттік секторлар элементіне ие болатынын көрсеткен. Сарапшылар әлеуметтік кәсіпкерлікті өзінің жеке заңдарымен дамып жатқандығын көрсеткен.

Кез келген бизнестің мақсаты – жоғары табысқа қол жеткізу екендігі жалпыға белгілі. Ол нарық қатысушыларының мінез-құлық ережелерімен айқындалған. Алайда коммерциялық емес сектордың негізгі міндеті – бұл қоғамдық қажеттіліктерді қамтамасыз ету, барынша жоғары әлеуметтік әсерге қол жеткізу. Ал кәсіпкерліктің қарастырылып отырған бұл түрі, оның сипаты мен мақсаты, міндетін ескеретін болсақ, оның табыстылық, пайда алу жағдайларымен ерекшеленуінде. Оның логикасы, шешім қабылдау механизмі, табыстылық критерийлері және басқалары белгіленген қажеттілікке сәйкес құрылады. Коммерциялық саладан да, комерциялық емес саладан да бөлек жатқан жаңа кеңістікте де орын алып отырған себебі де осында. «Атамекен» ҚР-ның Ұлттық кәсіпкерлер палатасының сарапшыларының атап отырған профиттік және нон-профиттік секторларда әрекет етуші тұлғалар осы жерден табылады, бірақ олардың өз мақсаттары, құндылықтар жүйесі, өзара байланыс, әрекеттері, логикасы мен мотивациясы бар. Қоғамдық пайда мен қоғамдық маңызды түйткілдерді шешуге бағытталған өзіндік қарым-қатынас жүйесі бар. Әлеуметтік кәсіпкерлік – дәл осы ортаның өнімі. Келтірілген мәліметтер аясында, әлеуметтік кәсіпкерлікті бірнеше топқа бөліп қарастыруға болады. Әлеуметтік кәсіпкерлер тек мәселенің шешілуіне ғана емес, жалпы қоғаммен байланысты барлық әлеуметтік мәселелерге ықпал етеді, осылайша ауқымды және тұрақты өзгерістерді қалыптастырады. Әлеуметтік кәсіпкерліктің негізгі талаптары әдетте 3 суретте ұсынылған талаптарды қамтиды.



Сурет 3. Әлеуметтік кәсіпкерліктің негізгі критерийлері

Бүгінде әлеуметтік кәсіпкерлер қоғам мен бизнестің белсенді бөлігіне айналуға, олар тәуекелге баруға, жаңа кәсіп ашуға және дамытуға, жұмыс орындарын ашуға, тәуелді емес мәдениетті қалыптастыруға, әлеуметтік мәселелерді шешуге дайын. Қазақстан жағдайында бұл өте жас құбылыс.

Бұл ретте Қазақстанда әлеуметтік кәсіпкерлікті дамыту барлық мүдделі тараптар – кәсіпкерлер, мемлекет және қоғам үшін маңызды қызметке айналуға. Ал, кез келген бизнестегідей, мемлекет тарапынан даму үшін әділ және нақты жағдай жасау – ойын ережелері басымдық болып табылады.

Талқылауға қатысқан бірқатар сарапшылардың пікірінше, кәсіпкерлердің өздері тарапынан әлеуметтік салада белсенділік аз. Кейбір әлеуметтік кәсіпкерлердің қызметі инвесторларды емес, грант берушілерді іздеумен шектеледі және бизнеске емес, үкіметтік емес немесе қайырымдылық ұйымға ұқсайды. Сарапшылардың пікірінше, бұл бизнес саласын дамыту үшін тек әлеуметтік жауапкершілікті ынталандыру жеткіліксіз екенін ескерген жөн. Әлеуметтік кәсіпкерлерді кәсібилендіру, қызметтің стратегиялық маңыздылығын түсіну, жүйелі көзқарас, халықаралық тәжірибе мен озық тәжірибені пайдалану Қазақстанда ынтымақтастық экономикасының пайда болуын көруге мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. Куратко Д.Ф. – Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика. 10-басылым. – Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2018 жыл. – 480 бет.
2. www.ranking.kz
3. <https://and.kz/socialnoe-predprinematelstvo>

Шағын және орта бизнесті басқаруда цифрландыруды қолдану мәселелері

Б.Т.Матаева¹, Б.К. Бейсенгазин²

¹«Менеджмент» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, э.ғ.к.

²«Жергілікті және мемлекеттік басқару» мамандығы бойынша 2-курс студенті
botagozmatayeva@mail.ru, beysengazin07@gmail.com

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бүгінгі шиеленіскен бәсеке жағдайларында шағын және орта бизнестің нарықтағы өз жайғасымын қалыптастыру, сондай-ақ ұстап қалу үшін кәсіпкерлікті басқаруда цифрлық технологияларды кеңінен пайдалану, цифрлық қайта жандану мәселелерін шешу өзекті болып отыр. Дегенмен, бизнесті толығымен цифрландыруға көшіру, кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігін және оны басқару тиімділігін қамтамасыз етеді деген сөз емес. Сондай-ақ, ол цифрландырудың бүгінде қолданысқа ие кейбір технологиялары мен құралдарының қымбатқа түсуіне байланысты шағын және орта бизнес үшін қолжетімді бола бермейді.

Мақалада шағын және орта бизнесті басқаруды цифрландырудағы туындайтын мәселелер қарастырылады.

Кілт сөздер: шағын және орта бизнес, кәсіпорынды басқару, цифрландыру, цифрландыру технологиялары, цифрландыру тиімділігі.

Цифрлық экономиканың қарқынды дамуына қарай, түрлі саланың бизнес өкілдері нарықтағы жаңаша жағдайларға жылдам бейімделу және әсер етуге мәжбүрлі. Цифрландыру процесі сыртқы (мәселен, бәсеке, мемлекеттік органдар) және ішкі (бәсекеге қабілетті болу үшін кәсіпкерлердің өз шешімімен ұйым ішінде) факторлардың орын алуына қарай, табиғаты бойынша ерекше болып табылады.

Кәсіпорынды басқару процесін, соның ішінде басқаруды жоспарлау, ұйымдастыру, басқару шешімдерін жүзеге асыру және т.б. цифрландыру, жетекшіге үлкен мүмкіндіктер береді. Мұнда ақпарат ағындарын реттеу, бизнесті болжамдау, оның ағымдағы жағдайын бақылау, уақтылы тиімді басқару шешімдерін қабылдау, әрекеттер барысына түзетулер енгізулер жайлы сөз ете аламыз.

Кәсіпорынды басқаруды цифрландыру қаншалықты тиімді екендігін бағалау, көздеген мақсат пен міндеттерге қол жеткізуде қолданылатын іс-әрекеттердің толық болуы шартымен, басқару шешімдерін мейлінше оңайлату келісіне жүгінумен байланысты. Ол ірі кәсіпорындар қызметінің тәжірибесінде қолданысқа ие күрделі және көп шығынды бағалау әдістері мен процедураларын, шағын және орта бизнесті ұйымдастыру кезінде қолдану мүмкіндігінің болмауымен түсіндіріледі. Себебі, шағын және орта бизнес кәсіпорындарының уақыт, адами және қаржы ресурстары біршама шектелген.

Басқару процесінде қолданылатын цифрлық технологиялар негізінен компьютерлік техника, сараптамалық және де техникалық құралдар көмегімен бағдарланған нәтижеге түрлі басқарушылық ақпараттарды кешенді жандандыру жолымен қол жеткізеді. Ол ұтымды басқару шешімін өңдеу және қабылдау, кәсіпорынды басқару шегінде қолданылатын іс-шаралардың орындаушылары арасында өзара әрекеттесу, шығарылатын өнім не болмаса қызметтерді нарықта сату мен жылжыту, тұтынушылармен өзара қарым-қатынас орнату, ұйым беделін қалыптастыруды қамтамасыз етеді. Яғни, кәсіпорынды басқаруды цифрландыру тиімділігін анықтаудың бір жолы, жетекшінің өзіндік басқару міндеттерін орындауда цифрлық технологияларды енгізуге жұмсалған шығындар мен оларды қолдану нәтижелігінің ара-қатынасын анықтаумен байланысты.

Экономиканың цифрлық жандануы жағдайындағы басқару қызметі терең мазмұнды өзгерістерге ұшырайтындығын отандық және шетелдік тәжірибе көрсетіп отыр. Жалпы цифрландыру, басқаша айтқанда, цифрлық технологияларды шағын және орта бизнес кәсіпорындарына енгізу және пайдалану, ең алдымен ақпаратты жинау, оны сараптамалық өңдеуден өткізу және жүйелендіру бойынша күнделікті операцияларды қысқарту арқылы басқару процестерін оңтайландыру, сондай-ақ, басқару шешімдерінің тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Цифрлық технологиялар жетекшінің еңбек шығындарын азайтып қана қоймай, кәсіпорынның тауар не болмаса қызметтер нарығындағы беделін, экономикалық қауіпсіздігін арттыру, өнімді жылжыту үшін ақпараттық ортаның қосымша мүмкіндіктерін пайдалану, тұтынушылар және контрагенттермен кері байланыс қалыптастыру және қолдау, өндірілетін тауар немесе қызмет нарығының жай-күйін сараптау шегінде қажетті ақпаратқа жедел қол жеткізу және т.б. мүмкіндіктерін береді [1].

Цифрлық технологияларды енгізу және қолдану маңыздылығын түсінгенімен, шағын және орта бизнес кәсіпкерлері оны кәсіпорынды басқару қызметінің ажырамас эбөлігі ретінде қарастырмайды. Мұнда цифрлық технологияларды кәсіпорынды басқару қызметіне енгізу және оны қолдап отыру шығындарының үлкен көлемі, шағын және орта бизнес кәсіпкерлерінің бұл мәселені кейінге шегеру себебі болып отыр [2]. Қаржы салымдарды негізінен техника мен технологиялар, цифрлық инфрақұрылымды қалыптастыру, қажетті бағдарламалық қамтамасыздық, байланыс орнату құралдарын сатып алу, оларды сүйемелдеуде көрсетілетін сервистік қызмет, ақпараттың сақталуын және қауіпсіздігін қамтамасыз ету, жобалық шығындар, Ғаламтор желісіне қосылу және оны қолдауын

қамтамасыз ету және т.б. байланысты. Мәселен, «цифрлық инфрақұрылымды қалыптастыру шығындары» бабы бойынша келесідей шығын түрлері болуы мүмкін:

- жаңа ғимарат не болмаса орын-жайларды жөндеу, сатып алу;
- серверлік орын-жайларды жайластыру, қайта қарастыру, ажыратып орнату;
- цифрлық және физикалық орта (Ethernet, 4G, 5G, Wi-Fi, Bluetooth және т. б.) арасында ақпараттармен алмасу шегінде мәліметтердің алыс-беріс технологияларын енгізу, инфрақұрылымды жетілдіру;
- цифрлық орта ішінде ақпараттарды сақтау, жүйелендіру және өңдеу үшін инфрақұрылымды қалыптастыру және қолдану (мәліметтерді өңдеу және сақтау технологиялары қатарынан бұлттар, серверлер, блокчейнді атасақ, ақпараттарды талдау және өңдеу технологиялары қатарынан үлкен деректер, ERP және т. б. ажыратуға болады)

Ал, «жобалық шығындар» бабы бойынша қажетті біліктілік және құзыреттілікке ие персоналды тарту, кәсіпорын ішіндегі өзіндік персоналды оқыту, инженерлі және басқару консалтинг секілді шығын түрлері қарастырылуы мүмкін. Яғни, шығынның жеке баптары бойынша бірқатар маңызды материалдық салымдар қажет болады. Өз кезегінде бұл қандайда бір цифрландыру өнімін, құралын, технологиясын, платформасын және т.б. таңдаудың орын болуын және оны қолданудың экономикалық негіздемесін жасауды керек етеді.

Сонымен қатар, кәсіпорынды басқаруды цифрландыру тиімділігі, цифрлық технологиялардың қолданылуын бағалаудағы келесі күрделі мәселе болып табылады. Тап осы жайт оны зерттеу міндетінің өзектілігін арттырады. Шағын және орта бизнес өкілдері цифрландыру мен цифрлық технологияларды өзіндік бизнес-процестерге енгізу жайында шешім қабылдауда, оның экономикалық нәтижелігіне үміттенеді. Яғни, басқару қызметін ұйымдастырудағы іс-әрекеттер жиынтығын жүзеге асыру қандайда бір нақты нәтижелерге әкелуі тиіс. Оны басқару қызметін жүзеге асыруда үнем көру ретіндегі құн формасында сипаттауға болады. Үнем қаржыға ғана қатысты емес, ол бизнесті жүргізу және басқару уақыты, өнім не болмаса қызметтер тұтынушыларың легін арттыру және т.б. байланысты болмақ. Мәселен, шағын және орта бизнес кәсіпорындарындағы басқару шешімдерін цифрлық технологиялар арқылы оңтайландыру және бәсекелік артықшылыққа ие болуда келесідей тиімділік әсерін атап кетуге болады:

- басқару шешімдерін өңдеу, қабылдау және жүзеге асыру уақытын қысқарту
- адами факторларға байланысты шығындар үлесін төмендету
- материалды актив, басқару шешімдеріне қатысты ресурстардың тұтынылуын азайту
- кәсіпорынның шаруашылық қызметін жандандыру және үдету
- кәсіпорын өнімі клиенттерінің адалдығы және олардың қанағаттану деңгейін арттыру
- ақпараттық қамтамасыздықты жақсарту.

Шағын және орта бизнес кәсіпорындарында цифрлық технологияларды енгізу және де оны қолдану тиімділігін, IT-технологияларын зерттеудің жалпыға ортақ әдістері мен қағидаттарын сәтті қолдану тәжірибесі тұрғысынан қарастырған жөн. Кәсіпорынды цифрлық жағынан дамытуға көшіру, негізінен бизнес-процестерінің жеткілікті дәрежеде ақпараттандырылуы мен автоматтандырылуына негізделеді.

Шағын және орта бизнес кәсіпорындарын басқаруына цифрлық технологияларды енгізу және оны қолдану тиімділігін бағалауда мамандар келесі кезеңдерден тұратын әдістемені ұсынады:

- кәсіпорында басқаруды жүзеге асыру, басқару шешімдерін өңдеу, қабылдау және бақылау процестерінің ағымдағы жағдайына талдау жасау;
- цифрлық технологияларды басқару қызметіне енгізу алдында оның орынды болуын негіздеу;
- кәсіпорын қызметіне цифрлық технологияларды енгізу мақсатын, міндеттерін нақты айқындау;
- кәсіпорынды басқару процесінің цифрлық шешімдерінің жалпы сипаттамасын беру, жоспарланып отырған өзгерістерді айқындау;

– отандық және шетелдік нарықта ұсынылып отырған цифрлық шешімдерге талдау жасау, лайықты цифрлық технологияның нақты нұсқасын таңдаудағы басымдылықты негіздеме-лер;

– таңдалған цифрлық технология нұсқасын кәсіпорынның басқару қызметіне енгізу бойынша жобалық шешімнің негіздемесін ұсыну;

– таңдалған цифрлық технологияға сәйкес, кәсіпорын басқаруын цифрландыру облысындағы экономикалық тиімділік көрсеткіштерін есептеу;

– жасалған сараптамалық талдау негізінде қорытынды жасау [3].

Шағын және орта бизнес кәсіпорындарының басқару қызметіне цифрлық технологияларды енгізу тиімділігін бағалау мәселесі, оны автоматтандыру жүйелерін, компьютерлік, ақпараттық технологияларды енгізу секілді күрделі. Әсіресе, басқарудағы әлеуметтік не болмаса психологиялық тиімділік әсерлерін бағалау мүмкін емес. Алайда, олардың өзара байланысы жағынан қарастыруға болады. Мәселен, кәсіпорынды басқаруда цифрлық технологияларды қолдану, оған кететін басқару шығындарын азайту, басқару процесінің сапалық сипаттамаларын оңды өзгерту мүмкіндіктерін береді. Ол өз кезегінде кәсіпорын қызметінің әлеуметтік, экономикалық және де ұйымдастыру тиімділігіне әсер етеді.

Сонымен, бизнесті цифрландыру төңірегіндегі бүгінде қалыптасып отырған жағдай, шағын және орта бизнес өкілдері алдына жаңа қатерлер мен талаптарды қоюда. Кәсіпкерлер нарықта өз үлесін алу, жайғасымын бекіту үшін бизнесті жүргізу және де басқару үлгілерін түбегейлі өзгерту, басқару технологияларын жетілдіру, тиімділігін арттыру жолдарын қарастыруға мәжбүрлі. Аталмыш міндеттер, шағын және орта бизнес кәсіпорындарын басқаруды цифрландыру, басқару қызметінің барлық кезеңдерінде дерлік цифрлық технологияларды қолдану есебінен өз шешімін табады.

Әдебиеттер тізімі

1. Лазарева М.В., М.Ю.Хасанова. Современное управление и цифровизация // «Talqin va tadqiqotlar» ilmiy-uslubiy jurnali. 2022. Қол жетімділік реті: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-upravlenie-i-tsifrovizatsiya/viewer> (еркін)

2. Александрова Т.В. Цифровизация как современный тренд развития менеджмента производственных организаций // Вестник Южно-Уральского государственного университета, 2019, Қол жетімділік реті: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-kak-sovremennyy-trend-razvitiyamenedzhmenta-proizvodstvennyh-organizatsiy> (еркін)

3. М. В. Лазарева. Факторы, влияющие на организационно-экономические механизмы управления в химической отрасли. // Ғылыми журнал UNIVERSUM: Техникалық ғылымдар, Ресей, баспа 5(98), 2022, 36-40 б.

Зарубежный опыт государственного управления природоохранной деятельностью

Ш.У.Ниязбекова¹, Б.К. Спанова², Д.А. Раззакова³

¹к.э.н., доктор философии PhD РУДН, доцент, Департамент банковского дела и монетарного регулирования

²PhD, доцент кафедры экономической теории и ГМУ

³студентка ГМУ-21-2

shakizada.niyazbekova@gmail.com, bake1973@mail.ru

¹Московский университет С.Ю.Витте, Москва

^{2,3}Карагандинский университет Казпотребсоюза, Караганда

Аннотация: В статье рассматривается зарубежный опыт государственного управления природоохранной деятельностью. Государственный экологический контроль в области охраны окружающей среды, воспроизводства и использования природных ресурсов осуществляется в целях обеспечения экологической безопасности, экономии природных и энергетических ресурсов, устойчивого использования биологических ресурсов, повышения конкурентоспособности национальной продукции.

Ключевые слова: экология, природа, ресурс, сырье, минералы, безопасность, управление, запас, инвестиция.

Природные ресурсы – элементы природы, часть совокупности природных условий и важнейшие компоненты природной среды, которые используются при данном уровне развития производительных сил для удовлетворения разнообразных потребностей общества и общественного производства.

Экологическая классификация природных ресурсов основана на признаках исчерпаемости и возобновимости их запасов. Понятием исчерпаемости пользуются при учете запасов природных ресурсов и объемов их возможного хозяйственного изъятия.

Для процесса потребления природных ресурсов характерно наличие неограниченного числа потребителей. Природные ресурсы как естественная база производства перманентно находятся в состоянии их использования, в связи с чем требуют полного восстановления в натуральном виде. К тому же еще одним конститутивным условием в рамках удовлетворения общественных потребностей можно назвать наличие ресурсов определенного качества, с установленной полезностью и значительным многообразием. Но при этом следует учитывать такие свойства природных ресурсов как ограниченность и невозобновимость.

Государственное управление в сфере охраны окружающей среды и природопользования базируется на определенной группе принципов - закрепленных в нормах права основополагающих идей, отражающих содержание управления, его сущность и целевое назначение.

Вопрос о роли природных ресурсов в обеспечении устойчивого экономического развития привлекает в последнее время повышенное внимание экономистов и политиков. Подавляющее большинство стран с высоким среднедушевым ВВП (западноевропейские, Япония) не могут похвастаться ресурсным богатством. Африка, находившаяся после второй мировой войны примерно на том же уровне развития, что и Юго-Восточная Азия, сегодня является регионом крайней бедности, тогда как многие страны ЮВА заметно сократили разрыв с развитым миром. Между тем полвека назад представлялось, что Черный континент имеет весьма неплохие перспективы благодаря наличию богатейших ресурсов и относительной близости к европейским рынкам.

Оказалось, однако, что обилие природных ресурсов может стать чуть ли не отрицательным фактором социально-экономического развития.

Во-первых, наличие значительных природных ресурсов приводит к тому, что и политическая, и деловая элита сосредотачивают усилия на борьбе за контроль над природной рентой, вместо того чтобы работать над повышением производительности труда. В условиях, когда элита не заинтересована ни в структурных реформах, ни в модернизации и диверсификации экономики, закрывается возможность проведения назревших реформ.

Во-вторых, генерируемый природными ресурсами приток финансовых средств оказывает разлагающее влияние на правящую верхушку. С одной стороны, власть подвергается искушению пойти популистским курсом: она может позволить себе экспериментировать с экономической политикой, принимать экзотические и безответственные решения, негативные последствия которых компенсируются обильными денежными вливаниями. С другой стороны, возрастает риск повышения уровня коррупции, почти неизбежной, когда власть занимается дележом природной ренты.

В-третьих, зависимость от природных ресурсов подталкивает к развитию однобокой (нередко монопродуктовой) экономики и особенно монопродуктового экспорта. «Голландская болезнь» тормозит развитие неэкспортных (в данном случае несырьевых)

секторов экономики: экспорт обеспечивает приток в страну дешевой иностранной валюты, что ведет к завышению курса национальной валюты. Это подрывает конкурентоспособность отечественных производителей, ориентированных на внутренний рынок. Тот же процесс приводит к снижению инвестиционной активности, поскольку импорт товаров оказывается более выгодным по сравнению с их производством внутри страны. Естественно, импортозамещение здесь становится практически невозможным, и экономика попадает в сильную зависимость от колебания цен на экспортные товары.

В-четвертых, обилие природных ресурсов становится серьезной преградой на пути политической демократизации. Значительная природная рента, как отмечено выше, препятствует экономическому росту, то есть достижению такого уровня экономического развития, который необходим для формирования устойчивых демократических институтов. Прежде всего это касается тех стран, где подавляющая часть средств государственного бюджета формируется за счет экспорта одного вида сырья (например, нефти). Контроль над этим ресурсом приносит достаточно доходов, чтобы удовлетворять потребности власти и обеспечивать социальную стабильность.

Такая ситуация позволяет игнорировать другие источники доходов, оставляя налоговую систему страны в неразвитом состоянии. Отсутствие у властей потребности в значительных налоговых поступлениях фактически дает им возможность не принимать во внимание политические требования общества и создает условия для весьма своеобразного общественного договора: мы не берем у вас налогов, а вы не требуете политических прав. Именно так обстоят дела в абсолютных монархиях Персидского залива.

Наконец, в-пятых, существует, по утверждению ряда исследователей, количественно фиксируемая негативная взаимосвязь между наличием природных ресурсов и вниманием властей к развитию образования. Сырьевые сектора предъявляют более низкие требования к уровню квалификации рабочей силы, а потому их доминирование снижает спрос на образовательные услуги.

Дополнительная опасность возникает, когда на страну неожиданно обрушивается поток природных денег, генерируемых благодаря скачку цен на ресурсы. В надежде на обильное поступление доходов государство начинает активно участвовать разного рода инвестиционных и социальных программах. Возникают амбициозные проекты внешнеполитической экспансии. Стремясь максимально воспользоваться открывшимися возможностями, государство активно заимствует дополнительные ресурсы как внутри страны, так и за ее пределами. В результате, несмотря на обильный приток денег, финансовое положение существенно ухудшается.

С другой стороны, социально-экономическая структура перестраивается под новую, благоприятную конъюнктуру. Полагаясь на изобилие дешевых денег, забывают об эффективности других секторов – ведь недостатки внутреннего производства всегда можно компенсировать импортом.

Надо признать, что ряд стран, богатых природными ресурсами, все же достигли очень высокого уровня экономического развития (например, США, Канада, Норвегия). Дело в том, что некоторые специфические обстоятельства способны нейтрализовать негативное влияние обилия природных ресурсов.

Это, во-первых, характер ресурсов с точки зрения возможности монополизировать контроль над ними. Значительное количество природных ресурсов, разбросанных по стране и не поддающихся монополизации со стороны государства, не становится серьезным препятствием для развития. Пример тому – Норвегия, благосостояние которой изначально основывалось на обилии рыбных ресурсов, и, прежде всего трески. Ловля рыбы не то, что добыча углеводородов: местопребывание трески отнюдь не постоянно, ее промысел не требует существенных инвестиций, и государство не имеет возможности ни жестко контролировать доступ к ее добыче, ни накапливать этот ресурс в своих руках.

В результате практически любой норвежец мог заняться рыболовным бизнесом, что создавало основу для экономической (а значит, и гражданской) свободы в отношениях с властью.

К этому надо добавить степень диверсификации природных ресурсов. Природное разнообразие и отсутствие явных экономических предпочтений к отдельным видам ресурсов создают основу и для конкуренции, и для диверсификации экономики, и для недопущения формирования монопродуктовой экономики или экспорта. Важно диверсифицировать контроль над ресурсами, не сводя его к государственному, поскольку такая тактика – существенный фактор устойчивого экономического развития, а затем и политической демократизации.

Во-вторых, огромную роль играет политическая ситуация на момент, когда возникает изобилие природных ресурсов. Бывают случаи (довольно редкие), когда оно обрушивается на страну, уже находящуюся на очень высоком уровне экономического и политического развития. Это обеспечивает прозрачность процедур выработки и принятия государственных решений по использованию ресурсов, близкий к нулю уровень коррупции, а также диверсифицированный характер экономики. Таков пример Великобритании и особенно Норвегии, неожиданно получивших в свое распоряжение большое количество углеводородных ресурсов после открытия месторождений в Северном море.

Однако даже в этом случае правительственная политика подвергается серьезному риску скатиться в популизм, а в среднесрочной перспективе, как свидетельствует опыт Норвегии последних 20 лет, неизбежно снижение качества экономической политики, испытывающей давление со стороны разного рода лоббистов.

В-третьих, в условиях обилия природных ресурсов экономика способна успешно развиваться в абсолютных монархиях. Поскольку государственный бюджет здесь практически тождествен бюджету правящей династии, а забота о будущих поколениях имеет конкретного адресата – собственных наследников, власти в большей степени способны принимать долгосрочные и эффективные решения, направленные, в том числе, и на повышение всеобщего благосостояния.

Таким образом, природные ресурсы будут играть большую роль в повышении благосостояния общества, если это общество пойдет по устойчивому экономическому развитию.

Природные ресурсы неравномерно распределены по поверхности и в недрах Земли, что обуславливает различия в ресурсообеспеченности между странами мира.

Некоторые из них (Россия, США, Канада, Китай, ЮАР, Австралия, Бразилия, Казахстан) располагают большими запасами и многими видами минерального сырья.

Однако в большинстве стран мира запасы и набор полезных ископаемых весьма ограничены. Так, Андские страны (Чили и Перу) выделяются крупными запасами только медных и полиметаллических руд, страны Ближнего Востока (Кувейт, Саудовская Аравия, ОАЭ и др.) - нефти и газа. Северной Африки (Марокко, Тунис) - фосфоритов, Пакистан и Бангладеш - поваренной соли, Боливия и Малайзия - олова. Фактически ни одна страна не располагает минерально-сырьевой базой, позволяющей полностью обеспечить свои внутренние потребности в топливе и сырье. Даже РК, при всем многообразии своих минеральных ресурсов и значительных их запасах, по отдельным видам минерального сырья (марганец, хром, титан, цирконий и др.) ощущает дефицит и вынуждена покрывать его за счет импорта.

Также и США из-за неполной обеспеченности минеральным сырьем импортируют бокситы, уран, вольфрам, хром, марганец и др. В целом США ввозят 15-20% (в стоимостном выражении) необходимого минерального сырья, страны-члены ЕС - 70-80%, Япония - 90-95%.

Крупнейший поставщик топлива и минерального сырья для стран западного мира - развивающиеся страны. Развивающиеся страны (включая Китай и Вьетнам) занимают ведущие позиции в мире по запасам нефти и газа, бокситов, меди, олова, никеля, кобальта,

сурьмы и др., а всего сосредоточивают до 35% минерально-сырьевых ресурсов мира. Большую часть добываемого топлива и сырья эти страны экспортируют. Исключение - новые индустриальные страны, являющиеся в развивающемся мире крупным потребителем топлива и минерального сырья (нефть, природный газ, черные и цветные металлы и др.).

По уровню ресурсообеспеченности все страны мира можно разделить на три группы:

- страны, располагающие значительными запасами разнообразных природных ресурсов (минеральных, водных, земельных, лесных и т.д.).

К ним можно отнести Россию, США, Китай, Австралию, Бразилию, Индию, Казахстан, ЮАР, Канаду, Заир и др.;

- страны, обладающие значительными запасами одного или нескольких видов природных ресурсов. Так, государства Персидского залива богаты запасами нефти, Чили - меди и селитры, Алжир - природного газа и нефти, Франция - бокситами, земельными и рекреационными ресурсами;

- страны, бедные природными ресурсами, в первую очередь минеральными. Например, Япония, Непал, страны Балтии. Но это не означает, что у них нет никаких ресурсов. Скажем, Япония бедна минеральными и земельными ресурсами, но обладает водными, геотермальными, лесными ресурсами.

Таким образом, природные ресурсы – это та природная база, опираясь на которую развивается хозяйство страны. Все больше элементов природы превращаются в природные ресурсы.

Список литературы

1 Масленникова, И.С. Экологический менеджмент и аудит: учебник и практикум/И.С.Масленникова, Л.М. Кузнецов. – Люберцы: Юрайт, 2021

2 Полищук О. Н. Основы экологии и природопользования: учебник /О.Н. Полищук. – Москва: Огни, 2021

3 Пьядичев Э.В. Охрана окружающей среды и основы природопользования: учебное пособие /Э.В. Пьядичев, Р.В. Шкрабак, В.С. Шкрабак. – Москва: Мир, 2022.

Противодействие отмыванию денежных средств в контексте цифровых финансов: проблема криптовалют

А.Е. Нурмагамбетов¹, Д.А. Аянбеков²
научный руководитель, к.э.н., доцент Г.А.Кадырова³
porororororororotito@gmail.com

^{1,2,3}Международный университет Астана, г.Астана, Республика Казахстан

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы отмывания денежных средств в цифровой среде, актуальность работы определяется множеством проблем, возникающих вследствие отмывания денег с помощью криптовалюты, в работе рассматривается вытекающий негативный эффект и предлагаются решения.

Ключевые слова: цифровые финансы, криптовалюта, проблемы отмывания денег, киберпреступления, блокчейн.

В современном информационном обществе, где цифровые финансы и криптовалюты занимают центральное место в финансовой системе, вопрос борьбы с отмыванием денег приобретает все более важное значение. Экспоненциальный рост использования криптовалют в последние годы сопровождается возрастающими вызовами в области безопасности и легальности финансовых операций.

Отмывание денег через цифровые каналы становится серьезным вызовом для цифровых финансов, особенно в сфере криптовалют, где децентрализация и анонимность создают

благоприятные условия для нелегальных финансовых практик. В данном контексте, необходимо рассмотреть различные аспекты борьбы с отмыванием денег, включая законодательные меры, технологические инновации и международное сотрудничество.

Статья раскрывает понимание того, как совокупные усилия со стороны государств, финансовых учреждений и технологических новаторов могут обеспечить устойчивое развитие цифровых финансов, минимизируя риски отмывания денег. Важно также уделять внимание роли научных исследований, в частности участием молодежи, в создании новых и эффективных методов предотвращения финансовых преступлений в цифровой эпохе.

Важным компонентом обеспечения финансовой стабильности и укрепления доверия к цифровым активам считается активная борьба с отмыванием денег, в которой задействованы криптовалюты. Этот вопрос привлекает внимание научных исследователей в силу множества ключевых аспектов, требующих глубокого анализа и детального рассмотрения.

Прежде всего, становится очевидным, что использование криптовалют для отмывания денег представляет злоумышленникам возможность уклоняться от традиционных механизмов наблюдения и санкций. Это приводит к неравенству в финансовом поведении, где определенные участники рынка могут остаться невосприимчивыми к ответственности за свои противоправные действия.

Одновременно с этим, возникают сложности в обеспечении безопасности финансовых систем и учреждений при использовании криптовалют для отмывания. Недостаточная эффективность в противостоянии этому виду преступности может оказать негативное воздействие на стабильность всей финансовой системы.

Дополнительно, следует обратить внимание на потенциальное финансирование преступных группировок через использование криптовалют. Анонимность при совершении транзакций создает благоприятные условия для перевода средств в подпольные каналы, представляя серьезные угрозы для национальной и мировой безопасности.

Очевидным становится также то, что отмывание денег через криптовалюты способствует не только незаконной, но и усилению легализации незаконных торговых операций, таких как торговля наркотиками, оружием и участие в киберпреступлениях. Это создает реальные угрозы для общественной безопасности и здоровья.

Наконец, важным является аспект отсутствия прозрачности и ответственности в связи с анонимностью крипто валютных транзакций. Это усложняет процесс установления ответственности за финансовые преступления и может привести к ситуации, когда виновные остаются не отслеженными.

Таким образом, проблема денег через криптовалюты несет в себе серьезные негативные последствия, что требует внимательного изучения и разработки мер для предотвращения этих явлений, а также для укрепления безопасности финансовых систем в целом.

Рассмотрим распространенные виды крипто валютных мошенничеств и методы, которые преступники применяют для легализации средств в блокчейне:

1. Смурфинг: разделение сумм на более мелкие и последующая отправка их через несколько транзакций;

2. Смешение: использование специализированных сервисов для замедления отслеживания транзакций криптовалюты через смешивание средств нескольких пользователей;

3. Оффшорные операции: использование оффшорных счетов для скрывания происхождения средств и обеспечения их анонимности;

4. Юрисдикция с высоким уровнем риска: пользование услугами, базирующими в регионах с ограниченными системами по борьбе с отмыванием денег (AML) или противодействием финансированию терроризма (CFT);

5. Фиатные биржи: преобразование криптовалюты в наличные на обычных, одноранговых (P2P) или нестандартных платформах, после чего применяются традиционные методы финансового расследования;

6. Вложенные сервисы: использование встроенных сервисов на биржах для доступа к ликвидности, что может быть злоупотреблено для отмывания денег на площадках с недостаточными стандартами соответствия;

7. Переключению между биржами: использование нескольких криптовалютных бирж для перемещения средств между различными платформами, что усложняет отслеживание потоков средств;

8. Криптовалюты с уклонением от слежения: использование блокчейнов с продвинутыми криптографическими методами для скрытия сумм транзакций, адресов и другой информации;

9. Платформы для азартных игр: предпочтение платформам азартных игр для легализации крипто валют, где комбинируются идентифицируемые и анонимные счета для внесения средств, которые могут быть обналичены или использованы в согласованных ставках с соучастниками.

Отмывание средств через криптовалюты несет серьезные негативные последствия, требующие внимательного изучения и принятия мер для предотвращения этих явлений и укрепления безопасности финансовых систем.

Рассмотрим последствия отмывания денег через криптовалюты поподробнее:

1. Несправедливость в финансовом поведении: применение криптовалют для отмывания позволяет преступникам избегать традиционных методов наблюдения и наказания, создавая дисбаланс в финансовом поведении. Это приводит к неравноправию на финансовом рынке, где некоторые участники могут остаться неподверженными ответственности за свои противоправные действия;

2. Угроза безопасности финансовой системы: использование криптовалют для отмывания денег создает вызовы для систем слежения и обеспечения безопасности финансовых учреждений. Отсутствия эффективного противостояния этому явлению может нарушить стабильность финансовой системы в целом;

3. Финансирование преступных группировок: криптовалюты, предоставляя анонимность в совершении транзакций, становятся инструментом для финансирования преступных и террористических группировок. Этот аспект приносит серьезные угрозы национальной и мировой безопасности;

4. Поддержка незаконной торговли: отмывание средств через криптовалюты облегчает незаконную торговлю товарами и услугами, такими как наркотики, оружие и киберпреступления. Это может усилить угрозы для общественно безопасности и здоровья;

5. Отсутствие прозрачности и ответственности: анонимность криптовалютных транзакций создает трудности в установлении ответственности за финансовые преступления. Это может привести к ситуации, когда виновные остаются не выявленными.

Что бы избежать такого негативного эффекта нужно предпринять определенные меры с борьбой против отмыва денег с помощью блокчейн систем, вот примеры как можно с этим бороться:

-Развитие KYC и AML: Усиление систем «Знай своего клиента» (KYC) и мер по предотвращению отмывания денег (AML) для идентификации пользователей и мониторинга подозрительной активности.

-Регулирование ICO и токенизации: Введение строгих правил для проведения Initial Coin Offerings (ICO) и токенизированных активов с целью предотвращения финансирования преступных деятельств.

-Активное взаимодействие с криптосообществом: Сотрудничество с представителями криптосообщества для разработки эффективных мер и стратегий по борьбе с отмыванием денег в криптосфере.

-Формирование специализированных рабочих групп, включающих представителей криптосообщества, разработчиков, предпринимателей и экспертов в области блокчейн, для коллективного обсуждения и анализа проблем отмывания денег.

-Ознакомление государственных органов с просторами Darknet .:

-Обмен информацией о схемах отмывания, обнаруженных на Darknet, с международными партнерами усилит глобальное сотрудничество в борьбе с международными финансовыми преступлениями.

-Понимание того, как преступники используют Darknet для отмывания денег, может стимулировать разработку технологических решений для выявления и предотвращения таких схем.

- Предоставление государственным органам доступа к Darknet позволит выявлять схемы отмывания денег на ранних стадиях. Многие преступные схемы начинаются именно в темных уголках сети, и раннее обнаружение упростит пресечение таких деятельности.

Рассвет цифровых финансов, поддерживаемых криптовалютами, предоставляет важные инновационные возможности в сфере обмена. Однако, с ростом использования криптовалют возникает неотложная потребность в эффективных мерах противодействия отмыванию денег в этом динамичном финансовом ландшафте.

Цифровые технологии, в том числе блокчейн и криптовалюты, открывают новые перспективы для глобальных финансовых взаимодействий, но вместе с этим появляются и вызовы, в том числе проблема отмывания средств. Систематический подход к противодействию этому явлению включает в себя разносторонние меры безопасности и контроля.

Неотъемлемой частью этого процесса является активное взаимодействие государств, финансовых учреждений и технологических инноваторов. Разработка и внедрение строгих нормативов и механизмов, направленных на минимизацию рисков отмывания средств в цифровой финансовой экосистеме, становятся критически важными для обеспечения стабильности и безопасности данного уникального финансового пространства.

Таким образом, несмотря на все выгоды, которые цифровые финансы, опирающиеся на криптовалюты, приносят, наш приоритет должен быть направлен на дальнейшие исследования и инновации в области борьбы с отмыванием денег. Только таким образом мы сможем обеспечить устойчивость и безопасность цифрового финансового пространства, отвечая вызовам современной финансовой экосистемы.

Список литературы

1. Радостева Ю. В. Легализация (отмывание) доходов, полученных преступным путем //Российское право. — 2015. — № 6. — С 50—52.
2. Сидоренко Э. Л. Криминологические риски оборота криптовалюты // Экономика. Налоги. Право. — 2017. — № 6. — С.148—154.
3. Сидоренко Э. Л. Криптовалюта как новый юридический феномен // Общество и право. — 2016. — № 3 (57). — С. 193—197
4. [<https://transparency.org.ru/special/tbml/>]
5. [<https://www.idnow.io/blog/how-criminals-leverage-crypto-money-laundering/#:~:text=How%20money%20laundering%20in%20crypto,exchange%20for%20conversion%20into%20cash>]
6. [<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JFC-11-2016-0067/full/html>]

Некоторые аспекты кибербезопасности в Казахстане

С.С. Дарибеков¹, А. Оспанова²

¹к.э.н., профессор кафедры менеджмент

²студентка 4-го года обучения по образовательной программе "Менеджмент"

Seka28@mail.ru, ms.aaa2002@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная статья посвящена проблемам кибербезопасности в Казахстане. В статье приводится определение данному понятию, динамика глобального индекса кибербезопасности, а так же основные направления по обеспечению кибербезопасности в Республике Казахстан.

Ключевые слова: кибербезопасность, цифровизация, глобальный индекс кибербезопасности, кибератаки.

Вопросы кибербезопасности имеют прямую связь с вопросами национальной безопасности государства. Интернет и социальные сети могут использоваться для управления общественным сознанием, влияния на определенные социальные группы. Полномасштабное применение цифровых технологий является одной из неотъемлемых частей в удовлетворении ежедневных потребностей граждан.

В связи с таким стремительным развитием цифровизации, обеспечение кибербезопасности больших данных является одной из критических проблем не только в государственном управлении, но и в частном секторе. Многие страны сегодня сосредоточены на вопросах обеспечения кибербезопасности в государственном управлении. Кибератаки могут повредить не только военную или экономическую системы, но и негативно повлиять на политические процессы, дестабилизируя внешнюю и внутреннюю безопасность в стране. Таким образом, большинство стран начали уделять значительное внимание защите особо важных цифровых и информационных систем и технологий [1].

Термин «кибербезопасность» был и остается одним из обсуждаемых предметов исследователей.

Согласно Концепции кибербезопасности («Киберщит Казахстана») «Кибербезопасность – это «состояние защищенности» информации в электронной форме . и среды ее обработки, хранения, передачи (электронных информационных ресурсов, информационных систем и информационно-коммуникационной инфраструктуры) от внешних и внутренних угроз, то есть информационная безопасность в сфере информатизации» [2].

Ранее данный аспект в Республике Казахстан исследовала Татарина Л., которая предлагала внести на законодательной основе понятие «Кибербезопасность» [46]. Она также отметила об отсутствии четкого определения термина «защита информации». Согласно закону «Об информатизации Республики Казахстан» предусмотрено определение «информационная безопасность в сфере информатизации / информационная безопасность» по смыслу родственное с понятием «кибербезопасность», где под «информационной безопасностью в сфере информатизации (информационная безопасность) подразумевали состояние защищенности электронных информационных ресурсов, информационных систем и информационно-коммуникационной инфраструктуры от внешних и внутренних угроз [3].

По мнению Мосчовитса С. под понятием "Кибербезопасность" понимается постоянное применение передового опыта, предназначенного для обеспечения и сохранения конфиденциальности, целостности и доступности цифровой информации, а также безопасности людей и окружающей среды» [4].

Международная практика показала актуальность и значимость обеспечения кибербезопасности в стране. В этой связи, на сегодняшний день существуют научно-исследовательские институты, которые непосредственно занимаются оценкой уровня обеспечения кибербезопасности в мире.

Глобальный индекс кибербезопасности (GCI) - это совместный проект ITU-ABI research, призванный оценить возможности государств в области кибербезопасности . GCI измеряет приверженность стран кибербезопасности на глобальном уровне для повышения осведомленности о важности проблем кибербезопасности [54].

По результатам проведенного анализа экспертами МСЭ ООН, Республика Казахстан опустилась на 47 позиций и занимает 78 место (ранее – 31-е) в Глобальном индексе кибербезопасности, показанный на рисунке 1.

В рейтинге стран по национальному индексу кибербезопасности Казахстан занял 78-е место из 176 в мире. Индекс РК составил 48,05% (максимально возможный — 100%), уровень цифрового развития населения достиг 60,18%. Индекс национальной кибербезопасности — глобальный оперативный индекс, измеряющий готовность стран предотвращать киберугрозы и управлять киберинцидентами.

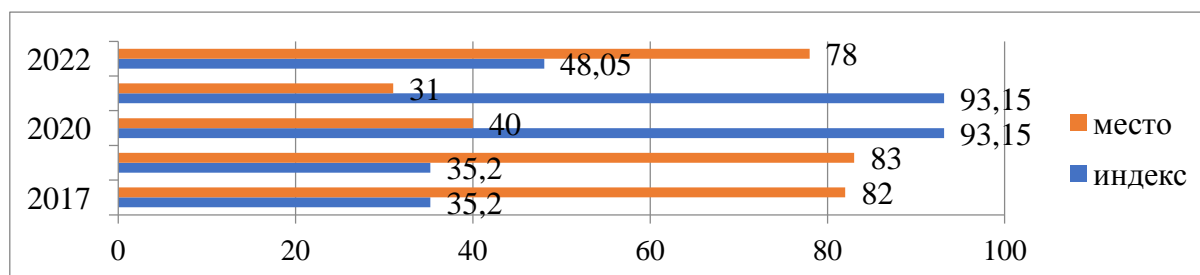


Рисунок 1. Глобальный индекс кибербезопасности за 2017-2022 гг.

Примечание: составлено автором по источнику [5]

Основу оценки стран составляют три крупные категории: глобальный индекс кибербезопасности, индекс развития ИКТ и сетевая готовность. Эти категории разделены на 12 подкатегорий. Среди них Казахстану в сфере разработки политики кибербезопасности присвоили 57%, анализа и информации о киберугрозах — 60%, образования и профессионального развития — 89%, вклада в глобальную кибербезопасность — 17%, защиты цифровых сервисов — 0%, защиты основных услуг — 17%, электронной идентификации и трастовых услуг — 89%, защиты персональных данных — 100%, реагирования на киберинциденты — 50%, управления киберкризисами — 20%, борьбы с киберпреступностью — 44%, военных киберопераций — 0% [6].

В целях определения уровня осведомленности населения об угрозах информационной безопасности (кибербезопасности) по заказу Комитета по информационной безопасности Министерства цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан с октября по ноябрь 2022 года было проведено социологическое исследование среди населения.

В процессе исследования было охвачено:

- 3 города республиканского значения;
- 17 областей, райцентры, 6000 опросов [7].

Показатели осведомленности населения об угрозах информационной безопасности (кибербезопасности), представлен на рисунке 2.

Из рисунка 2 видно, что государство проводит работу по осведомлению населения об угрозах кибербезопасности. В 2022 году процент осведомленности населения составил 77,4%, что на 2,4% больше по сравнению с прошлым годом.

Вопросам развития сферы информационной безопасности в Казахстане уделяется значительное внимание. И результат работы, проводимой совместно органами, неправительственными организациями и бизнесом - это тенденция последних лет, когда наша страна стремительно улучшает свои позиции в глобальном индексе кибербезопасности.

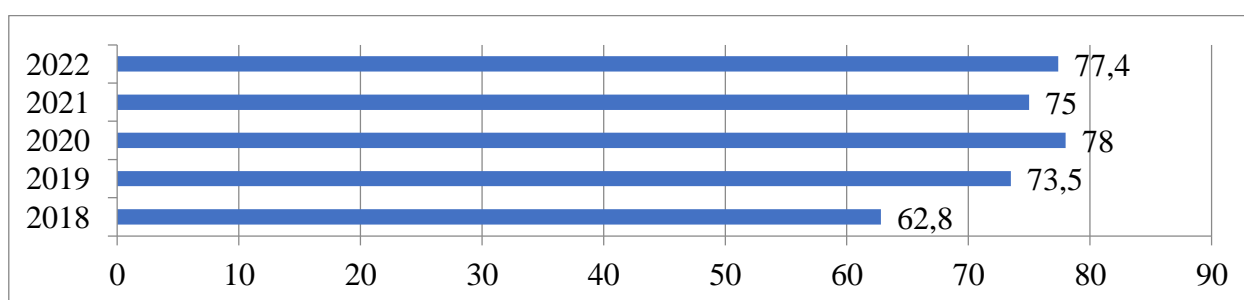


Рисунок 2. Динамика показателя осведомленности населения об угрозах информационной безопасности (кибербезопасности) (на основе социологического опроса) за 2018-2022 гг., %

Примечание - составлено автором по источнику [7]

По результатам социологического опроса, большинство респондентов были осведомлены об киберугрозах:

- посредством интернета - 51,5%;
- посредством телевизора - 41,6%;
- посредством мобильных приложений - 65,4%.

Управление ООН по наркотикам и преступности определяет кибератаку следующим образом: «Под понятием «кибератака» обычно понимают преднамеренную эксплуатацию компьютерных сетей с целью предпринять атаку. Такие атаки, как правило, предпринимаются для нарушения надлежащего функционирования целей, таких как компьютерные системы, серверы или лежащая в их основе инфраструктура, при помощи хакинга, технологий АРТ (развитая устойчивая угроза), компьютерных вирусов, вредоносного программного обеспечения, заливки и иных средств несанкционированного или злонамеренного доступа». Согласно опросу, за последние годы население страны подвергались, следующим видам кибератак, показанные в таблице 1.

Таблица 1

Динамика кибератак за 2020-2022 гг., %

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Атака компьютерных вирусов	32,1	16,5	51,7
Вредоносный спам	13,4	23,0	34,5
Взлом аккаунтов в социальных сетях	3,9	14,5	28,4

Примечание - составлено автором по источнику [7]

Из таблицы 1 видно, что за анализируемый период, увеличиваются преступления в сфере информатизации, направленные на населения страны. Так, согласно опросным данным, рост кибератак составляло: атака компьютерных вирусов в 3 раза, вредоносных спам - в 1,5 раза, взломов аккаунтов в социальных сетях - в 2 раза.

Эксперты считают, что самые распространенные киберугрозы для Казахстана – это кибератаки на социальный сектор (утечка персональных данных), вирусные атаки, уязвимости государственных ИС, фишинговые атаки мошенничество, уязвимости негосударственных ИС, а также атаки на финансовый сектор.

По мере респондентов основной мерой при подозрении на нарушение кибербезопасности являются:

- обращению к IT- специалисту - 27,4%;
- обращение в уполномоченный орган в сфере обеспечения информационной безопасности - 19,2%
- обращение в правоохранительные органы - 32,1%
- не обращение никуда - 10,1%.

Казахстан имеет отдельные законодательные акты в части кибербезопасности, а именно, Концепция Кибербезопасности РК ("Киберщит Казахстана") от 30 июня 2017 г., Стратегия кибербезопасности финансового сектора Республики Казахстан на 2020-2022 годы, Концепция развития цифровой экосистемы на 2022-2027 года («Киберщит-2»).

На основе проекта Концепции "Киберщит-2" государство предлагает следующие основные направления по обеспечению кибербезопасности в Казахстане до 2027 года, которые показаны на рисунке 3.

В целях реализации связанных с использованием функционала киберпространства возможностей и установления контроля над возникающими рисками остро встает вопрос о необходимости совершенствования управления по обеспечению кибербезопасности в данной

области. Принимая во внимание комплексный характер проблемы, ее масштаб, перспективу долговременного развития, накопленный международный опыт, обоснованным представляется выбор следующих направлений [8].

- Усилить защиту критически важные информационные инфраструктуры от кибератак.

Критически важная информационная инфраструктура (КВИИ) - это компьютерные системы, непосредственно участвующие в предоставлении основных услуг. Кибератаки на КВИИ могут оказать разрушительное воздействие на экономику и общество. Закон должен обеспечивать основу для назначения КВИИ и предоставляет владельцам КВИИ ясность в отношении их обязательств по защите КВИИ от кибератак. Это создаст устойчивость в КВИИ, защищая экономику Казахстана. Секторами КВИИ являются: энергетика, водоснабжение, банковское дело, финансы, здравоохранение, образования, транспортные инфраструктуры (включая наземные, морские и авиационные), инфокоммуникационные, СМИ (медиа), службы безопасности и экстренные службы, а также правительство.

- Готовность предотвращения и реагирования на угрозы и инциденты кибербезопасности.

Уполномоченный орган по кибербезопасности расследует угрозы и инциденты в области кибербезопасности, определяет их воздействие и предотвращает возникновение дальнейших инцидентов связанных с кибербезопасностью. Таким образом, правительство гарантирует гражданам Казахстана, что они могут эффективно реагировать на киберугрозы и обеспечивать безопасность Казахстана и их граждан.

- Создать основу для обмена информацией о киберинцидентах.

Необходимо облегчать обмен информацией, что крайне важно, поскольку своевременная информация помогает правительству и владельцам ИКТ систем выявлять уязвимости и более эффективно предотвращать киберинциденты. Необходимо обеспечивать основу для уполномоченного органа по кибербезопасности для запроса информации, а также для защиты и обменатакой информацией.

- Создать клиентоориентированную систему лицензирования для поставщиков услуг кибербезопасности в целях мотивации и поддержкиотечественного бизнеса.

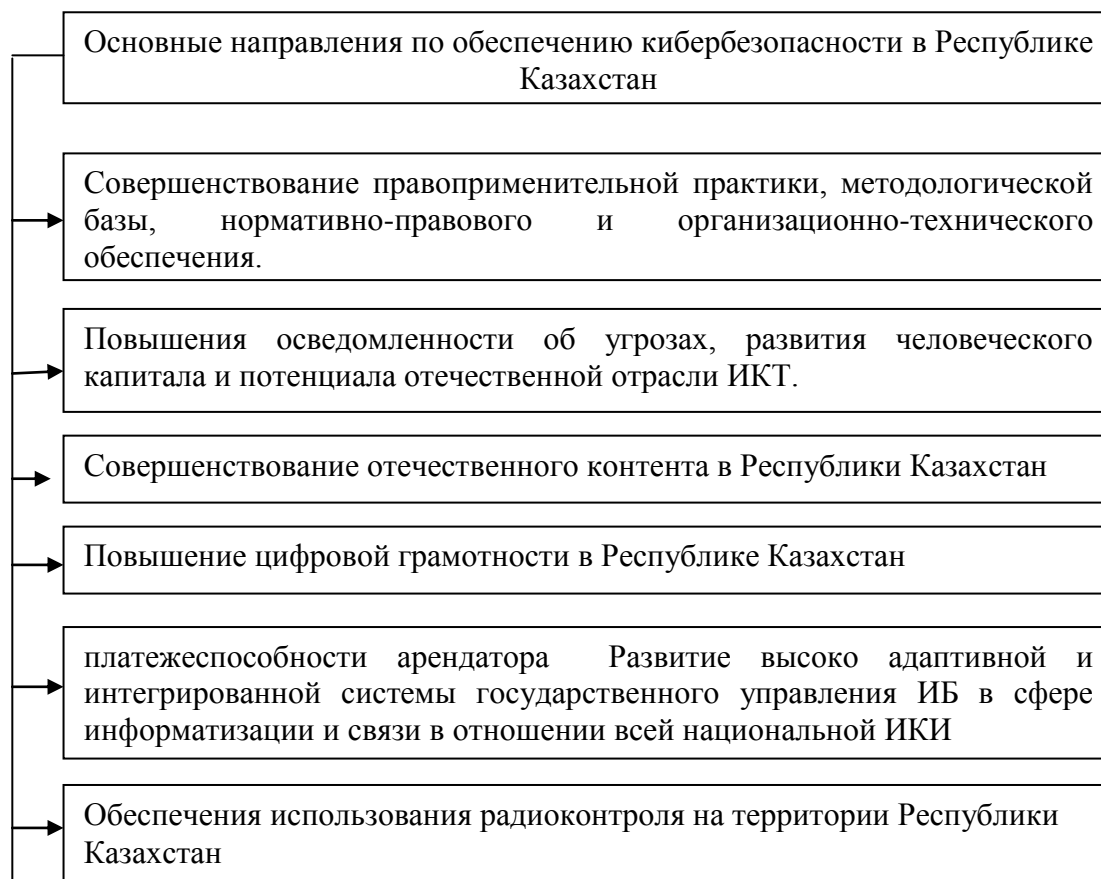


Рисунок 3. Основные направления по обеспечению кибербезопасности в Республике Казахстан

Примечание - составлено автором по источнику [8].

Таким образом, создание надежной и эффективной правовой базы в области кибербезопасности является одним из нелегких задач. Разработка национальной стратегии кибербезопасности и правовой основы, повышения уровня и требования в системе образования. А также приведения работ в рамках построения партнерских отношений ближними и дальними за рубежными странами в области кибербезопасности является основополагающим управленческим направлением для правительства в целях совершенствования обеспечения кибербезопасности в стране.

Список литературы

1. Зейнелгабдин А., Исабаева С., Кибербезопасность Казахстана в период цифровой трансформации // Государственный аудит. - 2019. - №4 (45). –С. 46-55.
2. Постановление Правительства Республики Казахстан. Об утверждении Концепции кибербезопасности («Киберщит Казахстана»): 30 июня 2017 года № 407// <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000407>.
3. Закон Республики Казахстан от 24 ноября 2015 года № 418-V ЗРК. «Об информатизации»// <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000418>
4. Moschovitis С. Cybersecurity Program Development for Business: The Essential Planning Guide. //– John Wiley & Sons. 2018. 224 P.
5. Global Cybersecurity Index <https://composite//indicators.jrc.ec.europa.eu/explorer/explorer/indices/GCI/global-cyber-security-index>
6. В РЕЙТИНГЕ СТРАН ПО НАЦИОНАЛЬНОМУ ИНДЕКСУ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ КАЗАХСТАН ЗАНЯЛ 78-Е МЕСТО ИЗ 176// <https://ranking.kz/rankings/industries-rankings/v-reytinge-stran-po-natsionalnomu-indeksu-kiberbezopasnosti-kazahstan-zanyal-78-e-mesto-iz-176.html>
7. Данные социологического опроса/ среди населения, проведенны по заказу Комитета по информационной безопасности Министерства цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан//www.gov.kz/memleket/entities/infsecurity/press/article/details/109499?lang=ru
8. Новый киберщит защитит Казахстан от угроз // bluescreen.kz/news/11490/novy-kibiershchit-zashchitit-kazahstan-ot-ughroz
9. Проект Концепции развития цифровой экосистемы на 2022-2027 года («Киберщит-2»)// <https://legalacts.egov.kz/npa/view?id=14190634>

Оптимизация строительства в Республике Казахстан с помощью цифровизации

И.В. Плуталова¹, Л.В. Эубэкір², Д.А. Андрюкова³

^{1,2} м.э.н., старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента предприятия
³ студентка группы Лог-23-2, кафедра транспортная техника и логистические системы
i_andrukova21@mail.ru, s_mila_v@mail.ru, dariay2006@mail.ru

^{1,2,3} Карагандинский технический университет имени Абылкаса Сагинова

Аннотация: Развитие научной мысли, внедрение цифровых технологий и искусственного интеллекта привели к кардинальным изменениям экономических отношений. Становление цифровой экономики - это приоритетное направление государственной политики

Республики Казахстан. В настоящее время, цифровое пространство стало основным каналом взаимодействия граждан, бизнеса и государства.

Исходя из этого, можно сказать, что цифровые технологии в строительной отрасли, услуги и системы являются чрезвычайно важными для социального развития. Цифровые инструменты могут обеспечить доступ к информации в режиме реального времени, более эффективно взаимодействовать и избегать пробелов в коммуникации и ошибок, таким образом, девелоперы смогут выйти на новый уровень бизнеса, существенно экономя время и деньги, при этом поддерживая высокое качество строительства в сроки.

Ключевые слова: стандарты, строительная отрасль, автоматизация, строительные проекты, технологии, цифровизация процессов, BIM-модели, цифровая платформа PlanRadar

Создание оптимальной городской среды с доведением до соответствующих параметров системы региональных стандартов заслуживает особого внимания. И здесь следует отметить, что Система региональных стандартов предусматривает обеспечение минимально обязательного уровня доступности объектов и услуг (благ) населению причем только в пределах средств, предусмотренных в местных бюджетах.

В рамках Системы региональных стандартов местные исполнительные органы решают вопросы по обеспеченности городов объектами и услугами (благами) по принципу «20-минутной шаговой доступности» населения к ним.

В мировой индустрии строительства идет гонка по применению современных технологий, от автоматизации, внедрения BIM и платформ по управлению до аналитических и предиктивных инструментов. Казахстан тоже присматривается к новым трендам, особенно в вопросе управления и контроля строительных проектов с помощью цифровых решений. Эксперты при этом утверждают, что строительная отрасль в Казахстане оцифрована всего на 5% [1].

Программа цифровизации Казахстана озвучена и принята правительством, но это касается в большей степени услуг e-Gov, а информационная система Е-Курылыс или, к примеру, Государственный банк объектов строительства ориентированы на мониторинг строительства, призваны обеспечить прозрачность строительных процессов в стране и предотвратить возможность коррупционных схем.

Эти цифровые процессы направлены на предоставление онлайн-услуг и онлайн-связи между государственными органами, строительными компаниями и гражданами. Такие системы являются складом различной документации в цифровом виде и не несут практическую ценность для строительства, которая изначально определяется в качестве основной цели. Чтобы изменить ситуацию, нужна цифровизация процессов с помощью специфических инструментов, а не только оцифровка данных.

Цифровизация строительства должна организовать структуру и мгновенное взаимодействие между разными участниками, обеспечить не только быстрое и бесшовное предоставление актуальных данных, но и обеспечить автоматизацию процессов. Цифровизация строительства, которую в РК пытаются постепенно внедрять, пока что не закрывает главные боли строительных проектов – контроль качества строительства, сроки и бюджетирование.

BIM-модели применяются в стране небольшим количеством участников рынка на начальном уровне. Весь функционал этой технологии недоступен, поскольку нет утвержденных стандартов, достаточного числа обученных специалистов, а главное, нет спроса на применение BIM в строительстве [2].

Казахстанские строители в одностороннем порядке используют традиционные методы управления строительными проектами, применяя универсальные проектные программы менеджмента и полагаясь на пакет программ от Microsoft. Большинство строительных организаций используют ручное ведение строительных проектов – исполнительной документации, проведение инспекций, надзора, приемки объектов. Типично и непосредственное регулярное присутствие руководителей проектов на строительной площадке по любым вопросам. При этом все процессы протекают в алгоритме

многоуровневого утверждения внесенных поправок или исправленных дефектов, что удлинит сроки реализации проектов. Строительная отрасль традиционно медленно внедряет новые технологии, но в последние годы наблюдается растущая тенденция к цифровизации. В Казахстане и других странах Центральной Азии достигнут определенный прогресс в этой области, но уровень цифровизации варьируется в зависимости от таких факторов, как размер строительного рынка, уровень инвестиций и государственная поддержка цифровых инициатив. На пути широкого внедрения цифровых технологий в строительной отрасли по-прежнему существуют проблемы, включая сопротивление изменениям, нехватку квалифицированного персонала и высокие первоначальные затраты. Кроме того, могут существовать нормативные и культурные барьеры для внедрения новых технологий. В целом, несмотря на определенный прогресс в этой сфере, предстоит пройти еще долгий путь, прежде чем отрасль будет полностью оцифрована. Предприятия смогут повысить производительность труда, поскольку цифровые инструменты позволят экономить время и быстро масштабировать бизнес, а цифровые данные обеспечивают лучшую аналитику, которая с одной стороны обеспечит контроль всех строительных процессов и документации, с другой стороны предоставит руководству компаний наглядную информацию для принятия решений.

Организовать такую работу способны облачные мобильные решения — такие, как PlanRadar. Это цифровая платформа для управления строительством и проектами недвижимости – компания начала знакомить Казахстан со своим IT-решением и уверена, что в стране назрела потребность в использовании подобных технологий для строительства. Работая со специалистами строительной отрасли, Андрей Белогорцев выделяет определенный список ожиданий, которые руководители строительных проектов хотят получить. Некоторые из ключевых преимуществ, которые они ищут, включают:

1. Улучшенное взаимодействие между различными заинтересованными сторонами в процессе строительства, включая архитекторов, инженеров, подрядчиков и клиентов. Используя цифровые инструменты, такие как BIM и программное обеспечение для управления проектами, все заинтересованные стороны могут получать доступ к информации в режиме реального времени, более эффективно взаимодействовать и избегать пробелов в коммуникации и ошибок.

2. Повышение эффективности. Строители и руководители проектов хотят, чтобы цифровизация усилила эффективность строительного процесса. Действительно, цифровые платформы, такие как PlanRadar, могут помочь автоматизировать процессы, сократить объем ручной работы и повысить точность планирования проекта, что может сэкономить время и снизить затраты.

3. Новый уровень качества. Повысить качество строительных проектов за счет предоставления более точных данных о проектировании и планировке, а также более точного учета и контроля расхода материалов и ресурсов. Это к созданию объектов более высокого качества, которые отвечают требованиям клиентов и сдаются в срок и в рамках бюджета.

4. Повышенная безопасность. Повысить безопасность на строительных площадках, предоставляя в режиме реального времени данные о местонахождении работников, работе оборудования и других показателях, связанных с безопасностью. Это может помочь выявить потенциальные опасности, предотвратить несчастные случаи и повысить общую безопасность на объекте.

5. Рациональное принятие решений на основе данных. Строители и руководители строительных проектов должны иметь всеохватывающий доступ к большим объемам данных по проекту, которые могут быть использованы для принятия обоснованных решений и улучшения будущих проектов. Анализируя данные о затратах, сроках и качестве, девелоперы могут определить области для улучшения и принимать решения, основанные на данных».

Все эти ожидания можно реализовать с помощью облачной платформы PlanRadar — эффективного цифрового инструмента по управлению строительными проектами, которая позволяет членам команды и субподрядчикам работать вместе более эффективно [3].

Что PlanRadar может дать строительству

С помощью цифрового ведения документации, контроля задач по проекту, создания отчетов и другой важной документации в несколько кликов можно существенно сэкономить во времени, проводя инспекции объектов, контролируя качество работ и выявляя дефекты быстрее и эффективнее.

Функционал программного решения для строительных проектов дает важные преимущества:

- единый источник самой актуальной информации для всех участников проекта;
- загрузка чертежей в разных цифровых форматах и 3D-моделей;
- поддержка форматов для BIM-моделей, спроектированных в других программах;
- интуитивно понятный и простой интерфейс на русском;
- работает на любом мобильном устройстве;
- широчайший набор инструментов под разные задачи;
- отслеживание процессов и статуса в реальном режиме;
- удобная и мгновенная коммуникация со всеми участниками проекта;
- не требует специальной подготовки для работы с системой, которая настраивается под конкретный проект менее чем за 10 минут;
- благодаря применению цифрового решения PlanRadar можно сэкономить до 7 рабочих часов в неделю;
- тестовый бесплатный период 30 дней;
- применять можно на любом этапе жизненного цикла объекта и для любой строительной организации;
- автономность: не требует постоянного подключения к интернету.

Цифровые задачи прикрепляются прямо на чертежах — они могут сопровождаться не только текстовым комментарием, но и видео-, аудио- или фотофактами. Это удобно, так как с помощью смартфона можно сразу собрать все данные и прямо на стройплощадке составить отчет и отправить по назначению на почту.

О создании каждой задачи все участники проекта узнают в режиме реального времени, ответственный исполнитель получает пуш-уведомление. Таким образом, отсутствуют лишние каналы связи, что задерживают процессы, и разрыв во времени. Работа ускоряется, и вся команда, занятая в проекте, всегда имеет самые последние версии документации и чертежей.

Приложение обеспечивает бесшовным, прямым и прозрачным взаимодействием между субподрядчиками и генподрядчиком, заказчиком и надзорными органами: в строительстве крайне важны свежие данные и оперативная информация по проекту. Используя одну платформу, можно объединить большое число специалистов. Удобно, что на одну учетную запись можно пригласить неограниченное число субподрядчиков и вести неограниченное число проектов.

Функционал программы дает возможность создавать отчеты на ходу в несколько кликов, работая с шаблонами. Ведение инспекций, журналов событий на стройплощадке, чек-листов с помощью цифровых технологий сокращает время на рутинные задачи, связанные с документацией в строительстве [4].

Данные по задаче и проекту, вся документация надежно хранятся в облаке — внесенная информация не потеряется и всегда доступна в любой момент из любой точки мира.

Внедрив в процессы строительства специальное программное решение для управления строительными проектами, девелоперы смогут выйти на новый уровень бизнеса, существенно экономя время и деньги, при этом поддерживая высокое качество строительства в сроки.

Единственным препятствием к этому процессу видится лишь человеческий фактор: предвзятость и стереотип, что ведение бизнес-процессов в цифровом виде — сложно и дорого. Однако более 120 тыс. клиентов по всему миру доказывают, что с PlanRadar это просто, удобно и эффективно.

Список литературы

1. Киреева А.А., Әбілқайыр Н.Ә. Цифровизация экономики регионов Казахстана: понятия, перспективы и механизмы реализации / Под ред. академика НАН РК, профессора, д.э.н. Сатыбалдина А.А. – Алматы: Институт экономики КН МОН РК. – 2021. – 292 с.
2. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: докл. к XXII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апр. 2021 г. / Г. И. Абдрахманова, К. Б. Быховский, Н. Н. Веселитская, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. ; рук. авт. кол. П. Б. Рудник ; науч. ред. Л. М. Гохберг, П. Б. Рудник, К. О. Вишнеvский, Т. С. Зинина ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. — 239 с.
3. Аубакирова Г.М., Исатаева Ф.М., Куатова А.С. Цифровизация промышленных предприятий Казахстана: потенциальные возможности и перспективы // Вопросы инновационной экономики. - 2020. - № 4. - с. 2251-2268.
4. Андиева Е.Ю., Фильчакова В.Д. Цифровая экономика будущего, индустрия 4.0 // Прикладная математика и фундаментальная информатика. - 2022. - № 3. - с. 214-218.

Қазақстандағы әйелдер бизнесі: сын - қатерлер және өсу нүктелері

Т.В. Старикова¹, Г.С. Акыбаева², А.О. Мусабекова³

¹ Қаржы кафедрасының меңгерушісі доцент э. ғ. к.,

² Менеджмент кафедрасының профессоры, э.ғ.к.

³ «Экономика» мамандығы бойынша 3 курс докторанты

akubaeva_g@mail.ru, aynash.musabekova.82@mail.ru

¹ Ресей Федерациясының Президенті жанындағы Ресей халық шаруашылығы және Мемлекеттік қызмет академиясы

^{2,3} академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада Қазақстандағы әйелдер кәсіпкерлігінің дамуына шолу жасалған. Әйелдер кәсіпкерлігінің дамуын талдаудың мақсаты тиімді әлеуметтік-экономикалық өсуге және әйелдерді кәсіпкерлікке ынталандыруға ықпал ететін проблемаларды анықтау және перспективаларды анықтау болып табылатындығы айтылған. Жұмыста әйелдер бизнесін қолдаудың бағдарламалық және ақпараттық шарттары жүйеленген.

*Мақала №AP14871920 грант жобасының бір бөлігі ретінде дайындалған.

Түйінді сөздер: әйелдер кәсіпкерлігі, бизнес, мемлекеттік қолдау, Қазақстан Республикасы, гендерлік факторлар.

Әйелдер кәсіпкерлігін дамытуға соңғы кездері елімізде ғана емес, бүкіл әлемде ерекше көңіл бөлінуде. Бұл мәселені зерделеуде басқалармен қатар ұлттық ерекшеліктерді, халықтардың салт-дәстүрлері мен әдет-ғұрыптарын, елдің тарихи және экономикалық даму деңгейін ескеру қажет.

Әйелдер кәсіпкерлігі ел экономикасының ажырамас ұяларының бірі және көптеген әйелдер үшін өзін-өзі жүзеге асыру мүмкіндігі ретінде ХХ ғасырдың екінші жартысында ғана игере бастады.

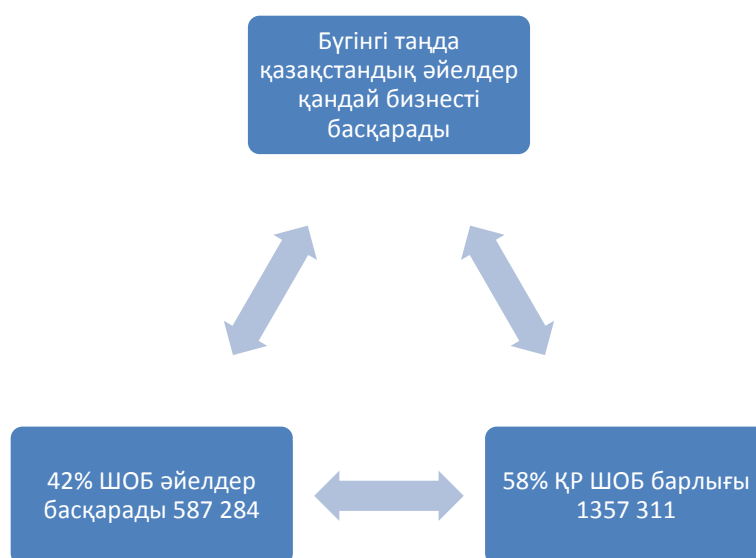
Бұл кезең еңбек нарығына әйелдер өкілдерінің жаппай ағынымен және олардың жеке кәсіпкерлікке қызығушылығының артуымен сипатталды. Содан бері әйелдердің бизнестегі рөлі жыл сайын артып келеді.

Әйелдердің бизнеспен айналысуының экономикалық мүмкіндіктерін кеңейту гендерлік теңдік үшін күрестің, тұрмыстық зорлық-зомбылықты жоюдың, әйелдердің жұмыссыздығын, кедейлік пен білімнің жетіспеушілігін жоюдың маңызды факторы болып табылады. Әйел кәсіпкерлігі – қаржылық, эмоционалдық және ерлер жынысына кез келген басқа тәуелділікке «жоқ» деп айтудың тамаша тәсілі.

Әйелдерді кәсіпкерлікке тарту жаһандық ауқымда маңызды деп танылады, бұл тіпті БҰҰ деңгейінде қабылданған шешімдерден айқын көрінеді. Қазақстанның БҰҰ-ның әйелдер кемсітушілігін жою жөніндегі комитеті алдында міндеттемелері бар, ол бойынша әйелдер кәсіпкерлігін кеңейту тұрғысынан әйелдердің экономикалық, әлеуметтік және саяси салалардағы құқықтары мен мүмкіндіктерін кеңейту жөніндегі күш-жігерге нұқсан келтіре отырып, әйелдің рөлін үй еңбегімен және бала күтімімен шектейтін кемсітушілік гендерлік стереотиптерді жою қажет [1].

Кәсіпкер әйел өзінің белсенді экономикалық және әлеуметтік позициясының арқасында қарапайым әйелдерге тән кейбір кемсітушілікті жеңе алады, мысалы, табысын арттыру, өзіне икемді жұмыс кестесін белгілеу, табысы төмен адамдарға жәрдемақы қажет етпеу және өзін жақсырақ медициналық көмекпен қамтамасыз ету, бірақ қалыптасу кезеңінде көптеген мәселелер, атап айтқанда инфрақұрылымға, білімге, медициналық және әлеуметтік қызметтерге қолжетімділік кәсіпкерлер үшін одан да өткір болып отыр.

"Қазақстанның іскерлік өмірі" ақпараттық порталының авторлары атап өткендей, Қазақстандағы әйелдерге шағын және орта бизнес компанияларының 42 пайыздан астамы тиесілі. Статистикалық мәліметтерге сәйкес, шамамен 800 000 ұйым мен кәсіпорын әйелдердің жартысына жатады.



Сурет 1. Әйелдер бизнесінің үлесі

Е с к е р т у – [2] дереккөзі

Бұл ретте, Ұлттық статистика бюросының деректері бойынша 2021 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша жұмыс істеп тұрған шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің (бұдан әрі — ШОБ) жалпы саны 1 357 311 құрады. Олардың ішінде әйелдер басқаратын ШОБ субъектілерінің үлесі 587 284 — барлық ШОБ объектілерінің жартысына жуығын құрайды. Бұл ретте әйелдер кәсіпкерлігі шағын және орта бизнес секторындағы жұмыс орындарының 1 078 313 немесе 31 пайызын қамтамасыз етеді.

Ұлттық статистика бюросының статистикалық мәліметтеріне сәйкес, әйелдер басқаратын ШОБ-тың ең жоғары пайызы Алматы (85 363) және Нұр-Сұлтан (65 064), Алматы (50 839) және Түркістан (45 344) облыстарында байқалады. Ең төменгі көрсеткіштер — Солтүстік Қазақстан және Батыс Қазақстан облыстарында [2].

Сонымен қатар, ауылдық жерлерде әйелдер ірі кәсіпорындардың 17,5%-ын, орта кәсіпорындардың 34,5%-ын, шағын кәсіпорындардың 26,7%-ын әйелдер басқарады. Қалалардағы жағдай дерлік бірдей: ірі кәсіпорындарда 17,8%, орта кәсіпорындарда 32,5%, шағын кәсіпорындарда – 28,5%.

Әйелдер кәсіп ашуда түрлі қиындықтарға тап болады. Негізгі кедергілер – ақпараттың жетіспеушілігі, бизнес ашу үшін қаржыландыруға қолжетімділіктің шектелуі және күрделі әкімшілік процедуралар. Осы мәселелерді шешу үшін Қазақстанда мынадай мемлекеттік бағдарламалар бар:

- Нәтижелі жұмыспен қамтуды және жаппай кәсіпкерлікті дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған «Еңбек» бағдарламасы,
- «2020-2021 жылдарға арналған жұмыспен қамтудың жол картасы»,
- «Бизнестің жол картасы — 2025».

Батыс Қазақстан облысы	43 035
Атырау облысы	50 239
Маңғыстау облысы	52 900
Ақтөбе облысы	61 707
Қостанай облысы	52 495
Қызылорда облысы	48 657
Солтүстік Қазақстан облысы	30 331
Ақмола облысы	46 564
Павлодар облысы	45 809
Қарағанды облысы	90 196
Жамбыл облысы	69 338
Алматы облысы	123 181
Оңтүстік Қазақстан облысы	69 876
Шығыс Қазақстан облысы	90 453

Сурет 2. 2021 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша белсенді ШОБ саны Қазақстан Республикасындағы бірлік 1 357 311 ШОБ субъектісі

Е с к е р т у – [2] дереккөзі

Сонымен қатар, халықаралық ұйымдар мен «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қорының түрлі бағдарламалары бар.

2022 жылдың қорытындысы бойынша сыйақы мөлшерлемесін субсидиялау аясында кәсіпкер әйелдердің 6 мыңнан астам жобасына, несиелерді кепілдендіру бойынша 4 мыңға жуық жобаға қолдау көрсетілді. Ақпараттық қолдау бойынша 19 мыңнан астам консультациялар, сондай-ақ сервистік қолдау бойынша 11 мыңнан астам кеңестер берілді [3].

«Әйелдер кәсіпкерлігін қолдау арқылы ауылдың тұрақты дамуы» атты жыл сайынғы конференцияға қатысушылар әйелдер бизнесін дамытудың ұйымдастырушылық-экономикалық мүмкіндіктерін кеңейтуді растайды. Статистикалық деректер экономикадағы ШОБ үлесінің жыл сайынғы өсуін көрсетеді, осылайша жұмыспен қамтылғандар саны, жұмыс істеп тұрған және жаңадан тіркелген шағын және орта бизнес субъектілерінің саны ҚР Ұлттық экономика министрлігінің деректері бойынша республиканың ЖІӨ-де 10 жыл ішінде 16 пайыздық тармақты құрап, 2022 жылы 33,5% - ға жетті. Жұмыспен қамтылғандар саны 35% - ға артып, 3,5 млн адамды құрады, оның 31% - ы немесе 1 млн-ы әйелдер. Жұмыс істеп тұрған ШОБ кәсіпорындарының саны 2012 жылдан бастап 44% - ға өсті және 1,4 млн. астам әйелдерді шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің 43,5% басқарады [4].

Қазақстанда, басқа елдердегідей, әйелдердің экономикалық мүмкіндіктерінің кеңеюі байқалады, алайда жоғары гендерлік алшақтықтар мен теңгерімсіздіктер тіркелетін проблемалар өзекті болып қала береді. Осылайша, ДЭФ бағалауы бойынша, Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық қатысуы саласындағы көрсеткіштер гендерлік алшақтықтардың

орташа деңгейіне ие, бұл ұзақ мерзімді перспективада Ұлттық адами капиталдың бәсекеге қабілеттілігіне әсер етуі мүмкін. Тиісінше, әйелдер кәсіпкерлігін сандық бағалаудағы проблемаларды анықтау қажет. Қазіргі уақытта әйелдердің экономикалық мүмкіндіктерін бағалау үшін деректер жеткіліксіз. Қол жеткізілген прогресті бағалау, саясаткерлерді әйелдердің экономикалық мүмкіндіктерін кеңейтуге құқықтық кедергілер туралы хабардар ету үшін гендерлік теңдікті қамтамасыз ету бойынша неғұрлым жетілдірілген деректер қажет. Бүгінгі таңда гендерлік кәсіпкерлік бойынша ақпарат көздері мынадай көрсеткіштер болып табылады:

- Әйелдер басқаратын кәсіпорындардың саны (занды тұлға мөлшері, сала бойынша, кәсіпкерлік қызмет нысаны бойынша);
- Кәсіпорындардағы, сондай-ақ ШОБ субъектілеріндегі, оның ішінде әйелдер мен ерлер басқаратын қызметкерлердің үлесі;
- 3,5 жылға дейін жұмыс істейтін, оның ішінде әйелдер мен ерлер басқаратын жаңа кәсіпорындардың үлесі;
- Экономикалық қызмет түрлері бойынша жұмыспен қамтылған әйелдердің үлесі;
- Жұмыспен қамтылғандар арасында тәуелсіз жұмысшы (өзін-өзі жұмыспен қамтыған) әйелдер;
- Өзін-өзі жұмыспен қамтығандар, әйелдер арасындағы отбасылық кәсіпорындардың қызметкерлеріне (ақы төленбейтін) көмек көрсету;
- Жалақы төленбейтін үй жұмысына жұмсалған сағаттардың орташа саны;
- Кәсіпкерлік қызмет нысаны бойынша меншікке әйелдер қатысатын жұмыс істеп тұрған кәсіпорындар;
- Меншігінде жері бар ересектер арасындағы әйелдердің үлесі;
- Тіркелген көлік иелері әйелдер;
- Ұялы телефонды пайдаланушы әйелдердің үлесі;
- Интернетті пайдаланушы әйелдердің пайызы;
- «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ бағдарламалары шеңберінде кәсіпкер әйелдерге берілген несиелер саны («Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ мәліметтері бойынша Статистика комитеті);
- «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ бағдарламалары шеңберінде кәсіпкер әйелдерге берілген несиелердің жалпы сомасы («Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ мәліметтері бойынша Статистика комитеті);
- «ҚазАгро» АҚ бағдарламалары шеңберінде кәсіпкер әйелдерге берілген несиелер саны («ҚазАгро» АҚ деректері бойынша Статистика комитеті);

Өзін-өзі жұмыспен қамтыған халықты, атап айтқанда, бейресми жұмыспен қамтылғандарды бағалауда қиындықтар бар.

Бұл статистиканы тіркеуде айтарлықтай проблемалар бар. Өңірлер бойынша жұмыспен қамтылған тұрғындардың (өзін-өзі жұмыспен қамтыған жұмыс берушілерді және өндірістік кооператив мүшелерін қоспағанда) бейресми жұмыспен қамту үлесінде айтарлықтай айырмашылықтар бар.

Көмекші (ақы төленбейтін) жұмысшылар өзін-өзі жұмыспен қамтығандардың 1,6%-ын және негізінен ауылдық жерлерде (70%-дан астам) құрайды. Бұл санат ауылдық әйелдермен салыстырғанда өзін-өзі жұмыспен қамтыған қалалық әйелдердің санында басым.

Әйелдер ақысы төленбейтін үй жұмысына (үй шаруашылығына және оның мүшелеріне ақысыз тұрмыстық қызмет көрсету және үй шаруашылығы мүшелеріне күтім жасау) 3 есе көп уақыт жұмсайды.

Әйелдер кәсіпкерлігіне әсер ететін маңызды факторлардың бірі – кәсіпкерлік белсенділік пен бала тәрбиесінің үйлесуі. Бұл бағытта балалары бар әйелдердің, атап айтқанда, 3 жасқа дейінгі мектеп жасына дейінгі балалар туралы деректер қажет.

Бизнестің қаржылық ресурстарға қол жеткізуі және кәсіпорынның кірісі туралы деректер шектеулі. Бизнес-тізілім кәсіп иелерін жынысы бойынша анықтауға мүмкіндік бермейді.

Кәсіпкерлікті қолдау шараларының бірі консультациялық, құқық қорғау, маркетингтік және басқа да қолдау түрлерін қамтамасыз ететін ұйымдар түрінде бизнес-менторлықты құру және дамыту болып табылады. Елде осындай қызмет түрлерін көрсететін әртүрлі ұйымдар бар. Бұл зерттеудің бір аспектісі осы ұйымдардың хабардарлығы мен тиімділігін бағалау болды.

Зерттеу нәтижелері бойынша әйелдер бизнесін дамытуға ықпал ететін ұйымдар туралы хабардар болу жеткіліксіз. Орташа алғанда, бұл ұйымдар туралы хабардарлық 45% деңгейінде.

Іскер әйелдер қауымдастығы туралы көбірек білетін респонденттердің 53,7 пайызы осы ұйым туралы біледі. Респонденттердің 49,8 пайызы «Атамекен» ҰКП Іскер әйелдер кеңесі туралы біледі. Әйелдер істері жөніндегі ұлттық комиссияның хабардарлығы ең төмен (31,6%).

Кәсіпкерлер өз қызметінің арқасында бұл ұйымдарды өзін-өзі жұмыспен қамтығандармен салыстырғанда біршама жақсырақ хабардар етеді, шамамен орташа деңгейде, ал өзін-өзі жұмыспен қамтығандар арасында хабардарлардың үлесі шамамен 1,5 есе төмен.

Демек, егер мемлекеттік саясат өзін-өзі жұмыспен қамтығандарды белсенді бизнеске тартуға бағытталған болса, бұл ұйымдар өз күштерін тек жұмыс істеп тұрған бизнесмендермен ғана емес, сонымен қатар әлеуетті кәсіпкерлермен де жұмыс істеуге шоғырландыру керек [5].

Бүгінгі таңда әйелдер бизнесін ашу мен дамытуды қолдау бойынша түрлі бағдарламалар әзірленуде және енгізілуде, сонымен бірге, тиісінше, бизнеске тартылған әйелдер саны, олардың экономикаға қатысу үлесі де артып келеді.

Кәсіпкерлік қызметті дамытуда әйелдердің тең мүмкіндіктерін қамтамасыз ету үшін гендерлік теңдікті қамтамасыз ету және үкіметтік деңгейде гендерлік тәсілдерді енгізудің стратегиялық жоспарын әзірлеу, мемлекеттік бағдарламаларды іске асыруда әйелдер кәсіпкерлігін қолдаудың тиімді тетіктерін іске асыру үшін тұрақты платформа құру қажет.

Кәсіпкерліктің басым бөлігі шағын бизнесте шоғырланған, бірақ әйелдердің ірі өндірістік компаниялардың көшбасшылары рөліндегі жетістігі артып келе жатқанын және әйелдердің айтарлықтай бөлігі қаржы және өнеркәсіп салаларында табысқа жетіп жатқанын елемеге болмайды.

Кез — келген бизнесті жүргізу адамның көшбасшылық және басқарушылық қабілеттерінен және оның бағыныштылармен қарым-қатынасынан бастап, оның жеке басының адами және психологиялық аспектілеріне дейін көптеген түрлі мәселелерді шешеді. Бұдан басқа, ерлер мен әйелдер құндылықтардың, тәрбиенің, тәжірибенің, қажеттіліктердің айырмашылығына байланысты жалпы әлемге түбегейлі әртүрлі көзқарастарды көрсетеді [6].

Қорытындылай келе, әлемдегі барлық әйелдер сияқты Қазақстан әйелдерінің де орасан зор күш-қуаты мен дамуға деген құлшынысы зор екенін, қолда бар ресурстардан идеялар генерациясының басым болуы тенденциясы бар екенін атап өткен жөн. Зерттеулер әйелдер кәсіпкерлігінің ең жиі кездесетін проблемасы қаржыландырудың төмен қолжетімділігі және әйелдер стартаптарының өміршеңдігінің төмендігі екенін растайды. Осы факторларға байланысты мемлекеттік қолдау және ақпараттық қолдау шаралары қазақстандық бизнестің экономикалық дамуының тиімді құралы болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі (<https://www.enbek.gov.kz>)
2. <https://dzhk.kz/biznes/kakim-biznesom-rulyat-kazhastanskie-zhenshhiny>
3. <https://ortcom.kz/ru/novosti/1677820359>
4. <https://atameken.kz/ru/news/48893-zhenskoe-predprinimatel-stvo-budet-rasti-v-kazahstane>.
5. <https://eca.unwomen.org/sites/default/files.pdf>
6. <https://the-steppe.com/obshchestvo/kak-zhenshchiny-v-kazahstane-stroyat-biznes>

Совершенствование механизма управления промышленным предприятием на основе применения принципов ESG

Э.Ж. Сыздыкова¹, Д.А. Хамитова²,

¹ к.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита

² старший преподаватель, м.э.н. кафедры бухгалтерский учет и аудит

elmira5as@mail.ru, dania_x_k@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Исследование совершенствования механизма управления развитием промышленного предприятия в контексте трансформации финансового потенциала и управления новыми системными и стохастическими рисками представляет высокую актуальность, особенно в современном быстро меняющемся бизнес-окружении, когда эффективное управление финансовым потенциалом предприятия становится критически важным в условиях переменчивости рынков и экономической нестабильности. Целью исследования является рассмотрение и совершенствование механизма управления развитием промышленного предприятия с учетом трансформации финансового потенциала в условиях возникновения и реализации новых системных и стохастических рисков. Новые вызовы, представленные системными изменениями и стохастическими факторами, требуют глубокого анализа и пересмотра стратегий управления, чтобы обеспечить устойчивость и эффективность развития.

Ключевые слова: риск, управление, трансформация, устойчивость, промышленное предприятие, финансовые ресурсы.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью разработки стратегий, способных адаптировать механизм управления развитием к новой реальности. Понимание, как новые риски могут повлиять на финансовый потенциал предприятия, и как эффективно управлять этими рисками, становится неотъемлемой частью стратегического планирования. Современное бизнес-окружение, охваченное быстрыми технологическими изменениями, глобализацией и неопределенностью, представляет промышленным предприятиям как непреодолимые вызовы, так и новые возможности для развития. В таких условиях эффективное управление развитием предприятия становится ключевой задачей для обеспечения его конкурентоспособности и устойчивости.

Эффективное управление финансовым потенциалом предприятия становится критически важным в условиях переменчивости рынков и экономической нестабильности. В условиях глобальных вызовов, таких как изменения климата, геополитические трудности и пандемии, предприятия должны быть готовы к различным сценариям. Исследование может помочь предприятиям адаптироваться к этим вызовам, разрабатывая устойчивые стратегии.

Системные изменения могут включать в себя технологические инновации, изменения в законодательстве, рыночные тенденции и другие факторы, которые могут существенно влиять на бизнес-процессы и требовать адаптации существующих стратегий развития.

Современные промышленные предприятия сталкиваются с динамичной и конкурентной средой, где эффективное управление финансовым потенциалом становится ключевым фактором успешного развития. Однако, в условиях постоянных изменений и внедрения новых системных и стохастических рисков, необходимо пересмотреть механизмы управления для обеспечения устойчивости и инновационного роста предприятия.

Palunin D.N. на основании проведенных исследований выделил ряд подходов и мероприятий по управлению рисками, успешно применяемых в зарубежной практике, и рассмотрел пути их адаптации. Оценка потенциального воздействия системных рисков на ключевые аспекты бизнеса, включая финансовое состояние, операционные процессы, технологическую инфраструктуру и рыночное положение предприятия. [1, с.117].

Оценка потенциального воздействия системных рисков на ключевые аспекты бизнеса, включая финансовое состояние, операционные процессы, технологическую инфраструктуру и рыночное положение предприятия [2, с.7]. Для этого необходимо определить шаги управления развитием промышленного предприятия в условиях возникновения системных рисков (Рисунок 1).

Эти шаги могут помочь предприятию адаптироваться к новым вызовам, эффективно управлять рисками и использовать свой финансовый потенциал для устойчивого и успешного развития в условиях переменчивости и неопределенности.

Утверждение *Chaplinsky, A.V. & Plaksin, S.M.* подчеркивает важность полномасштабного внедрения системы управления рисками для улучшения эффективности контрольно-надзорной деятельности и создания более комфортных условий для ведения бизнеса [2, с.7]. Внедрение системы управления рисками позволяет предприятию более систематически выявлять, оценивать и контролировать различные виды рисков, с которыми оно может столкнуться. Эти шаги могут помочь предприятию адаптироваться к новым вызовам, эффективно управлять рисками и использовать свой финансовый потенциал для устойчивого и успешного развития в условиях переменчивости и неопределенности.

Совершенствование механизма управления развитием промышленного предприятия в условиях новых системных и стохастических рисков требует комплексного подхода, включая в себя не только реакцию на текущие угрозы, но и активное создание стратегий для адаптации к будущим изменениям. При этом инновационное управление и постоянный мониторинг финансового потенциала являются ключевыми элементами.

В своих исследованиях *Romanova S.V., Krutova M.A.* описывают управление рисками как одно из ключевых направлений деятельности современной высокотехнологичной организации. Реализация этих процессов связана с проявлением неопределенности и рисков, обусловленных значительными затратами финансовых ресурсов, что ставит под угрозу сбалансированность развития инновационно-инвестиционной деятельности интегрированных структур и их экономическую устойчивость [3, с.82].

Активное управление рисками помогает снижать вероятность возникновения нежелательных событий и минимизировать их воздействие, способствуя более эффективному использованию ресурсов, сокращению потерь и повышению финансовой устойчивости предприятия.

Исследования *Romanova S.V.* и *Krutova M.A.* подчеркивают важность управления рисками в контексте современных высокотехнологичных организаций. Управление рисками становится ключевым элементом стратегии и деятельности компаний, особенно тех, которые оперируют в условиях высоких технологических изменений и инноваций.

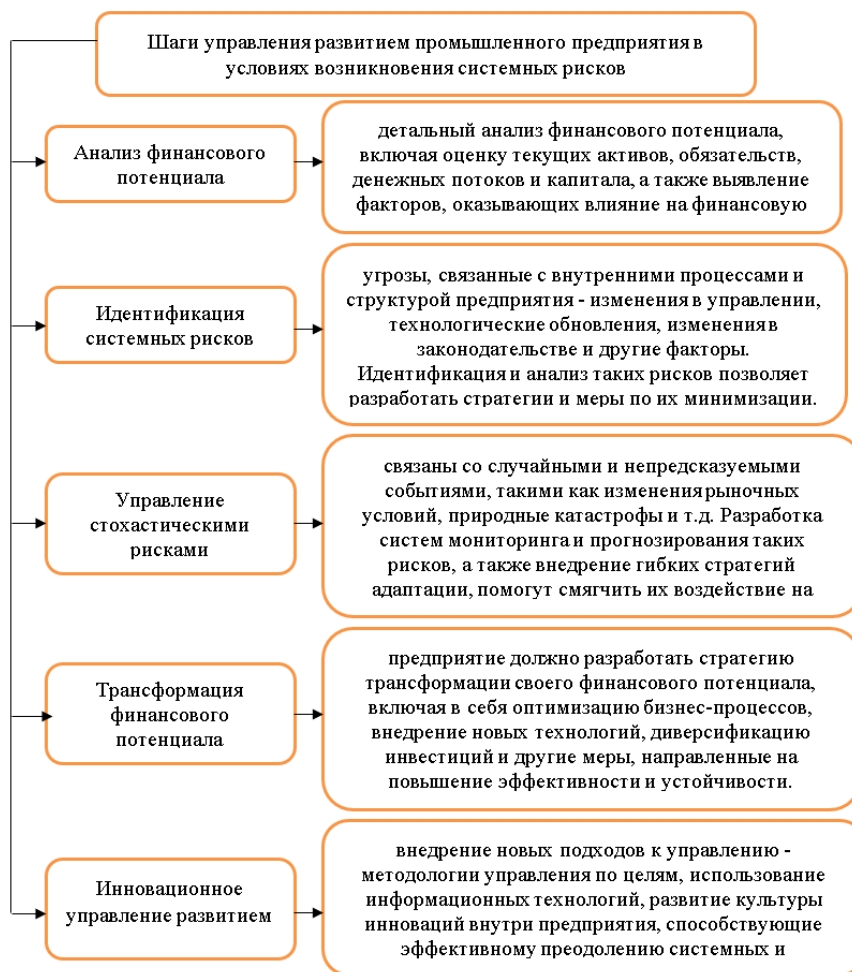


Рисунок 1. Шаги управления развитием промышленного предприятия в условиях возникновения системных рисков

Примечание – Составлен автором

Проявление неопределенности и рисков связано с необходимостью принятия сложных решений в условиях переменчивости бизнес-окружения. Существенные затраты финансовых ресурсов, характерные для инновационно-инвестиционной деятельности, могут создавать угрозу для сбалансированного развития организации и её экономической устойчивости. Важными аспектами управления рисками в этом контексте могут быть следующие (Таблица 1).

Таблица 1
Аспекты управления рисками

№	Аспект	Управление	Инструменты /особенности
1	Идентификация рисков	Определение и классификация рисков, связанных с инновационными и инвестиционными проектами.	финансовые риски, технологические риски, риски рынка и другие
2	Оценка рисков	Анализ вероятности возникновения рисков и их воздействия на цели и результаты организации	анализ вероятности возникновения рисков и их воздействия на цели и результаты организации
3	Управление рисками	Разработка стратегий по снижению, передаче, избеганию или принятию рисков	создание резервов, страхование, использование финансовых инструментов и другие меры.
4	Мониторинг и	Систематический мониторинг	SWOT-анализ, анализ

	обновление стратегий	рисков и актуализация стратегий управления ими в соответствии с изменениями в бизнес-среде и внутренней деятельности организации	PESTEL, баланс сбалансированных показателей (Balanced Scorecard), KPI (ключевые показатели эффективности), методология OKR (цели и ключевые результаты)
5	Культура управления рисками	Содействие формированию культуры организации, в которой сотрудники понимают важность управления рисками и внедряют этот подход в свою повседневную деятельность.	Использование структурированных методологий для оценки рисков, коммуникация и обратная связь
Примечание – Составлена автором на основе источника: [1-3]			

Эффективное управление рисками может способствовать более устойчивому развитию организации в условиях высоких затрат и неопределенности, обеспечивая баланс между инновациями, инвестициями и финансовой устойчивостью.

В последнее время все больше казахстанских компаний следуют международным стандартам при раскрытии информации и чаще акцентируют внимание на цели устойчивого развития. Также можно наблюдать тренд на развитие интегрированной отчетности, когда отчет об устойчивом развитии объединяется с коммерческим годовым отчетом, что способствует более глубокой интеграции ESG. Среди топ-10 компаний есть большое количество гос. компаний, и это свидетельствует о серьезных планах Казахстана в отношении ESG повестки на уровне государства. Отдельно отметим финансовый сектор (а именно КазАгроФинанс и Народный Банк Казахстана - которые остаются лидерами фин. индустрии по раскрытиям в ESG отчетности) и горнодобывающую промышленность (Казатомпром, Алтыналмас и СП «Инкай» - как одних из лидеров индустрии). Кроме того, в числе лидеров сразу четыре представителя энергетического сектора.

Казахстан, как привлекательная страна для привлечения иностранных инвестиций, способен успешно противостоять новым глобальным вызовам и угрозам благодаря применению стратегического планирования. Многие крупные компании мира придают большое значение устойчивости, рассматривая ее как инструмент для минимизации рисков, повышения конкурентоспособности и открытия новых возможностей. В такой среде стратегическое планирование и управление процессами становятся ключевыми факторами для обеспечения устойчивости и долгосрочного успеха на рынке.

Исследование, проведенное Héctor Cuevas-Vargas, Neftalí Parga-Montoya и Rudy Fernández-Escobedo, представляет информацию о процессах формирования стратегии и принятия решений промышленных предприятий, основанных на мониторинге. Особое внимание уделено поощрению развития внешнеэкономических отношений и акцентированию усилий на корпоративной социальной ответственности с целью улучшения бизнес-показателей [4].

Объем промышленной продукции в РК имеет важное значение для устойчивого экономического и социального развития страны. Промышленные предприятия должны разработать четкие тактические и долгосрочные цели для того, чтобы показатели объема продукции (товаров и услуг) имели тенденцию увеличения (Рисунок 7) [5; 6].

ESG-рейтинговые агентства выделяют ряд критериев, которые позволяют оценить уровень соблюдения принципов ESG. Оценка компаний по этим критериям позволяет определить степень их соответствия принципам ESG и оценить уровень ответственности, устойчивости и эффективности деятельности с точки зрения экологической, социальной и управленческой ответственности.

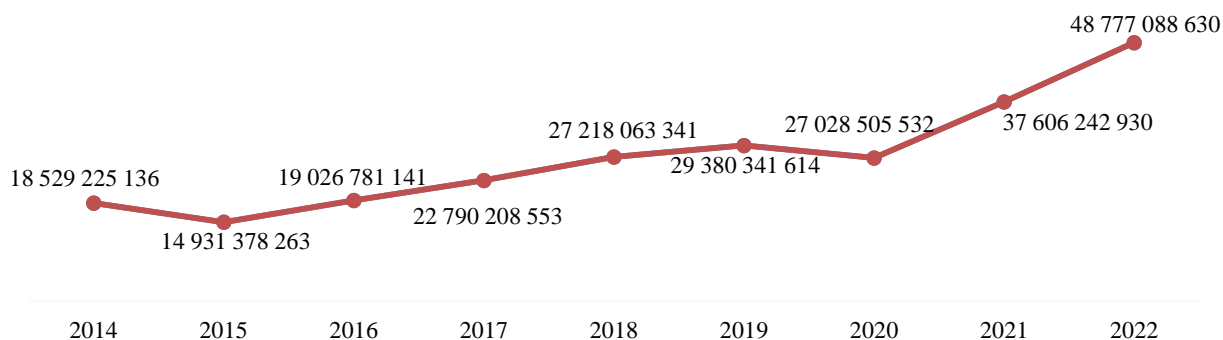


Рисунок 2. Объем промышленной продукции РК за период с 2014-2022гг.
Примечание – Составлен на основе источника: [5;6]

Авторами были выделены критерии, которые выявили несоответствие и отставание в развитии этих критериев, способствующие ESG-оценке на основе ESG-рейтинговых агентств (Таблица 2) [7].

Таблица 2

Несоответствие и отставание в развитии критериев, способствующих ESG-оценке на основе ESG-рейтинговых агентств

	Показатели	Промышленность	Нефтегазовая отрасль	Горно-металлургическая
Экология	Биоразнообразие и использование земли		*	*
	Воздействие финансируемого портфеля			
	Возможности в развитии ВИЭ			
	Загрязнение воздуха	*		*
	Климатическая стратегия	*	*	*
	Надежность электроснабжения			
	Потребление воды			*
	Риски нехватки воды		*	
	Управление жизненным циклом продукта	*		
	Управление энергетическими ресурсами	*		*
	Утилизация отходов	*	*	
	Эффективность использования сырья	*		
Общество	Безопасность данных			
	Взаимоотношение менеджмента и работников	*		*
	Многообразие и инклюзивность рабочей среды			
	Отношения с местным населением		*	*
	Права человека			*
	Развитие человеческого капитала	*	*	
	Свобода ассоциаций	*		*
Финансовая инклюзивность				
Корпоративное	Борьба с коррупцией и взяточничеством	*		*
	Корпоративная этика	*	*	
	Соответствие законодательным требованиям		*	
	Управление инновациями и НИОКР	*		
	Управление рисками			*
	Управление цепочкой поставок	*		
	Управление чрезвычайными ситуациями		*	

Примечание – Составлена автором на основе источника: [7]

Таким образом, роль госрегулирования в области ESG становится также все более значимой. Многие государства разрабатывают и внедряют законы, стандарты и нормативы, которые обязывают компании соблюдать принципы ESG, создавая не только дополнительные правовые обязательства для компаний, но и стимулируя их к улучшению практик в области устойчивого развития и избежания различных рисков, в том числе и финансовых.

Эффективная интеграция и распространение ESG-практик в бизнесе поддерживается инструментами инфраструктурного планирования и коммуникационными площадками. Эти меры помогают компаниям внедрять устойчивые изменения в своей деятельности и информировать заинтересованные стороны о своих успехах в области ESG. Все вышеупомянутые факторы содействуют более широкому внедрению ESG-практик, способствуя устойчивому и ответственному развитию компаний и общества в целом. Эти процессы могут быть связаны с совершенствованием механизма управления развитием промышленного предприятия через трансформацию финансового потенциала в условиях системных и стохастических рисков.

Список литературы

1. Palunin D.N. (2019) Adaptatsiya luchshikh zarubezhnyh praktik v oblasti risk-menedzhmenta k usloviyam deyatelnosti rossiyskikh promyshlennykh kompaniy [Adaptation of the best foreign practices in the field of risk management to the conditions of Russian industrial companies]. Liderstvo i menedzhment. 6. (2). – 117-130. doi: 10.18334/lim.6.2.40888

2. Chaplinsky, A.V. & Plaksin, S.M. (2016). Upravlenie riskami pri osushchestvlenii gosudarstvennogo kontrolya v Rossii [Risk Management in the State Control in Russia]. Public Administration Issue, n. 2, pp. 7–29 <https://vgmu.hse.ru/en/2016--2/185030136.html>

3. Romanova S.V., Krutova M.A. (2019). Riski kak obekt antikrizisnogo upravleniya predpriyatiem: analiz i osnovnye metody minimizatsii [Risks as the object of crisis management: analysis and basic methods of minimization]. Economics and business: theory and practice. (3-2). 82-86. doi: 10.24411/2411-0450-2019-10443.

4. Héctor Cuevas-Vargas, Neftali Parga-Montoya, and Rudy Fernández-Escobedo The impact of entrepreneurial orientation on business performance: the mediating role of customer satisfaction - Analysis of a formative-reflexive model // Sage Journals June 23, 2019 <https://doi.org/10.1177/2158244019859088>

5. ТОП-50 лучших компаний по раскрытию ESG-информации. Третье издание (по отчетам за 2021 год) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.com/kz>

6. Электронный ресурс: Данные Министерства энергетики Республики Казахстан [//www.energo.gov.kz](http://www.energo.gov.kz)

7. 15-й Национальный отчет о реализации Инициативы прозрачности деятельности добывающих отраслей РК - [Электронный ресурс]. - <https://www.eiti.org/>

Оқушыларды қаржыны басқаруға үйретудің маңызы

Б.С. Тусупбаева¹, Г.Р. Жумахметова²

¹Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы

²«Педагогика» факультетінің 3 курс студенті

Darinaika167@mail.ru, gulnuraa01@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақала қаржылық сауаттылықты зерттеудің ролін зерттеуге арналған. Қаржылық сауаттылық негіздерін оқудың негізгі себептері қарастырылады мектептен бастау керек. Қаржылық сауаттылық мәселелерін зерттеудің өзектілігі қаржы саласында пайдалы

әдеттерді қалыптастыруда, ерте жастан бастап, бұл есейген сайын көптеген қателердің алдын алуға көмектеседі. Балалар мен олардың қаржылық тәуелсіздікке ие болуы, сонымен қатар олардың өмір бойы қаржылық қауіпсіздік пен әл-ауқаттың негізін қалады.

Кілт сөздер: қаржылық сауаттылық, мектеп, оқыту.

Қазіргі әлемдегі қаржылық сауаттылық – бұл қаржы саласындағы білім мен дағдылардың жеткілікті деңгейін білдіретін маңызды дағды. Бұл құзырет әрбір адамға негізделген қаржылық шешімдер қабылдау үшін қажет, әсіресе қаржылық қызметтер нарығындағы жағдайды бағалау кезінде. Қаржылық сауаттылық бюджетті тиімді жоспарлауға және пайдалануға, ұзақ мерзімді мүдделерге негізделген жеке қаржылық шешімдер қабылдауға, артық қарыздардан аулақ болуға, қаржылық институттар ұсынатын күрделі қаржылық қызметтер мен өнімдерді шарлауға, қатерлерді тануға және жосықсыз қатысушылардың алаяқтық тәуекелдерін азайтуға көмектеседі. нарық.

Жалпы алғанда, қаржылық сауаттылық - бұл адамның өмір бойы барлық қаржылық мәселелерде саналы және жауапты шешімдер қабылдау қабілеті. Халықтың сауаттылығының жай-күйін талдау қаржылық сауаттылықты арттыру бойынша аймақтық бағдарламаларды іске асырудың перспективалық бағыттарын көрсетеді. Сондықтан қаржылық мінез-құлық мәдениеті қалыптасқан, жеке қаржыны сауатты басқара алатын жаңа ұрпақ тәрбиелеу – білім берудің маңызды міндеттерінің бірі.

Қаржылық сауаттылық – негізделген қаржылық шешімдер қабылдау және қаржылық әл-ауқатқа жету үшін қажетті білім, дағдылар мен дағдылар жиынтығы. Қаржылық сауатты адам:

- ақшаны басқаруды, үнемдеуді және көбейтуді біледі;
- сіздің кірістеріңіз бен шығыстарыңызды бақылайды;
- елдегі экономикалық жағдайды түсінеді;
- қаржылық алаяқтық белгілерін тануды біледі;
- салық төлеуші ретінде өз міндеттемелерін орындайды;
- банктік қызметтерді шарлайды.

Балалар отбасының экономикалық өміріне табиғи түрде қатысады: олар ата-аналарымен дүкендерге барады, ақшамен, жарнамамен кездеседі, саудаға қатысады. Осылайша, олар негізгі экономикалық білімді алады, бірақ олардың қаржылық сауаттылығы күнделікті білім деңгейімен шектеледі.

Өкінішке орай, оқу орындарында қаржылық сауаттылық аз оқытылады. Дегенмен, өз қаржысына саналы көзқарас және ерте жастан қаржылық өнімдерді пайдалану тәжірибесі бұл балалар өскенде болашақта қаржылық әл-ауқатқа жету үшін қолайлы жағдай жасайды.

Балалар өз қаражаты шегінде өмір сүріп, тапқанынан аз жұмсау керектігін білуі керек. Бақытты ақшаға сатып ала алмайтыны анық, бірақ балаларға жеткілікті қаржы ресурстары қуаныш сыйлай алатын үлкен мүмкіндіктер ашатынын білу пайдалы.

Қаржылық сауаттылық, кез келген басқалар сияқты, «қарапайымнан күрделіге» қағидасы негізінде білім мен дағдыларды іс жүзінде қолдануға бағытталған қайталау және бекіту процесінде ұзақ уақыт бойы қалыптасады. Кішкентай кезінен жақсы қаржылық әдеттерді дамыту балаларға өсіп келе жатқанда көптеген қателіктерден аулақ болуға және қаржылық тәуелсіздікке қол жеткізуге көмектеседі, сонымен қатар өмір бойы қаржылық қауіпсіздік пен әл-ауқаттың негізін қалайды. Бала кезінен балаларды өмірдің барлық салаларында, соның ішінде қаржылық мәселелерде жауапкершілік пен борыш сезімін ояту керек, бұл оларға болашақта ешқашан қарыздар болмауға, шектен шығуға және бюджетін мұқият басқаруға көмектеседі.

Қаржылық сауаттылықтың мектеп оқушыларына арналған артықшылықтары:

Қаржылық сауаттылықты мектеп бағдарламасына енгізудің оқушылар үшін бірқатар пайдасы бар. Біріншіден, бұл оларға бюджеттеу және ақшаны басқару дағдыларын дамытуға көмектеседі. Қаржы негіздерін білу балаларға ақшаны қалай дұрыс басқару керектігін түсінуге және қажетсіз шығындардан аулақ болуға мүмкіндік береді. Олар өздерінің кірістері

мен шығыстарын қадағалайды, ақылды қаржылық жоспарлар жасайды және болашақ мақсаттарға ақша жинайды.

Екіншіден, қаржылық сауаттылық студенттердің шешім қабылдау дағдыларын дамытуға көмектеседі. Олар қаржылық мүмкіндіктер мен тәуекелдерді талдауды, әртүрлі нұсқаларды салыстыруды және ең тиімдісін таңдауды үйренеді. Бұл студенттерге өмірдің барлық салаларында пайдасын тигізетін сыни ойлау мен жауапты шешім қабылдау дағдыларын дамытуға көмектеседі.

Үшіншіден, қаржылық сауаттылық балаларды қаржылық жауапкершілікке үйретеді. Олар ақшаның өздігінен келмейтінін, күш пен еңбекті қажет ететінін түсінуге үйренеді. Балалар ақшаның құндылығын және әрбір сатып алудың өзіндік құны мен салдары болатынын түсініп, жауапты тұтынушы болуға үйренеді. Бұл олардың жас кезінен жақсы қаржылық әдеттерді дамытуға және болашақта қаржылық тәуелсіздікке дайын болуға мүмкіндік береді.

Мектепте қаржылық сауаттылықты меңгеру балалардың қаржылық табыс олардың өз күш-жігеріне және өзін-өзі дамытуға деген ұмтылысына байланысты екенін түсінуін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Студенттер қаржылық мақсаттарды қою, оларға жету үшін жоспар құру және оған жету үшін күш салу дағдыларын меңгереді.

Мектепте қаржылық сауаттылыққа оқыту бюджетті жоспарлау және ақшаны басқару дағдыларын, шешім қабылдау дағдыларын және сыни ойлауды дамытуды қамтиды. Сонымен қатар, қаржылық жауапкершілікті тәрбиелеу және жақсы қаржылық әдеттерді дамыту, сондай-ақ өзін-өзі жетілдіруге және қаржылық мақсаттарға жетуге деген ұмтылысты күшейту маңызды.

Мектепті бітіргеннен кейін балалар шынайы әлеммен бетпе-бет келеді, онда олар өз өмірлері үшін ғана емес, сонымен бірге қаржылары үшін де жауапкершілік алуы керек. Осылайша, қаржылық сауаттылықты білу ақшаны дұрыс басқарудың міндетті шарты болып табылады. Балада ақша туралы дұрыс түсінік болмаса, оның дұрыс емес пікірі қалыптасуы мүмкін. Балалар ақшаның еңбекпен табылатынын түсінуі керек. Сондықтан мектепте қаржылық сауаттылықты оқыту маңызды, сондықтан қаржылық сауаттылық сабақтарын оқу бағдарламасына енгізу қажет.

Қаржылық сауаттылық бойынша мектеп курсы отбасылық бюджетті құру және есептеу, банктерде және басқа мекемелерде қаржылық операцияларды жүргізу, тәуекелдік операциялармен танысу, ақшалай сыйақыларды түсіну және қаржылық қызметтермен айналысатын жауапты органдар туралы хабардар болу сияқты тақырыптарды қамтуы керек. Сондай-ақ студенттерге жеке жинақтарды, несиелер мен депозиттердің ерекшеліктерін үйрету, сондай-ақ қаржылық-экономикалық қатынастар шеңберіндегі құқықтары мен міндеттерімен таныстыру маңызды.

Оқытудың теориялық бөлігінен басқа практикалық құрамдас бөлігінің маңызы зор. Ойын әдістерін қолдану мектеп оқушыларының қаржылық сауаттылығын дамытудың ең тиімді жолы болып табылады, өйткені олар мұндай оқуға көбірек қызығушылық танытады. Ойын арқылы бала жаңа білім алады, бұрыннан бар ақпаратты бекітеді, сөздік қорын белсендіреді және білуге құмарлықты ғана емес, сонымен қатар ерік-жігер, батылдық, төзімділік сияқты маңызды қасиеттерді дамытады.

Осылайша, қаржылық сауаттылықты мүмкіндігінше ертерек дамыту керек деген қорытынды жасауға болады. Мектептер студенттерді қаржылық сауаттылық дағдылары бар ересек жасқа дейін аяқтауы керек, осылайша олар өз қаржысын басқара алады. Мектептегі қаржылық сауаттылық бойынша оқу материалдары әр сыныптың жас ерекшеліктерін ескере отырып әзірленіп, оқытудың теориялық және практикалық бөліктерін қамтуы керек.

Әдебиеттер тізімі

1. Першина Ю.В., Еремина Т.Ю. Оқыту курсының орны мен рөлі «Қаржы негіздері сауаттылық» қазіргі мектепте // Мектеп технологиялары. – 2017. – No 6. – 3-8 Б. –EDN YVVKZL. [1]

2. М-S13.ru ресми сайты. - [Электрондық ресурс]. - Қол жеткізу режимі: <https://m-s13.ru/znacimost-finansovoi-gramotnosti-v-skolnoi-programme/> (кіру күні 29.11.2023). [2]

3. Павлова А.Н., Личутина О.В., Южакова Н.В. Орта мектептегі қаржылық сауаттылық: экспериментті статистикалық бағалау модельдеу //Қазіргі ғылымды қажет ететін технологиялар. Аймақтық өтінім. 2017 ж. No 3 (51). 36-48 б. [4]

4. 4.NAFI аналитикалық орталығы: ресми сайты. - [Электрондық ресурс]. – Кіру режимі: <https://nafi.ru> (кіру күні 29.11.2023)

Цифровые валюты центральных банков как локомотив цифровизации экономики

В.В. Тадтаева¹, А.Э. Моргоев², М. Т. Дзарахохова³, Ю. А. Болатаева⁴

¹ к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент»

² бакалавриат 3-го года обучения по специальности «Государственное и муниципальное управление»

³ бакалавриат 3-го года обучения по специальности «Государственное и муниципальное управление»

⁴ бакалавриат 2-го года обучения по специальности «Менеджмент»

validola@yandex.ru, artur123m12@icloud.com, milena.dzarahohova-7685@mail.ru, bolataevaulya2004@gmail.com

Финансовый университет при Правительстве РФ (Владикавказский филиал), г. Владикавказ

Аннотация: В статье рассматривается роль цифровых валют центральных банков (ЦВЦБ) в контексте цифровой трансформации экономики. Авторы анализируют влияние ЦВЦБ на финансовую систему, обсуждают преимущества и риски цифровых валют, а также рассматривают их в контексте общей стратегии цифровизации государственных экономик. Статья также затрагивает вопросы безопасности, прозрачности и регулирования, связанные с внедрением цифровых валют центральных банков.

Ключевые слова: Цифровые валюты центральных банков, экономика, деньги, цифровизация, центральный банк, CBDC

Качественные изменения в общественном укладе оказывают перманентное влияние на хозяйственную сущность, вид денег и конфигурацию расчетных систем. 2000-ые года обозначились зарождением революционных тенденций в мировой экономике и ее составляющих, одной из которых являются деньги. Флагманом нововведений для них стало появление цифровой валюты. Десятилетия развития цифровых валют обеспечили возможность проведения анализа преимуществ и недостатков их внедрения.

Так, к сильным сторонам следует отнести:

1. Децентрализацию проведения расчётных операций;
2. Минимизацию стоимости осуществления транзакций;
3. Возможность использования цифровых валют совместно с различными смарт-контрактами, которые могут быть адаптированы субъектами расчетов под конкретные бизнес-задачи или условия;
4. Возможность непрерывной работы;
5. Высокая адаптивность к интернету вещей.

К слабым сторонам следует отнести:

1. Отсутствие физического обеспечения, что затрудняет анализ волатильности валют и, в некоторой степени, подрывает степень доверия к ним;
2. Возможность их использования в противоправных целях ввиду инфраструктурных особенностей, касающихся децентрализации со стороны государства.

Однако, несмотря на неоднозначность и объемный характер дискуссии вокруг внедрения цифровых валют, фактические данные демонстрируют инфраструктурную

готовность для их использования. Помимо этого, цифровые валюты являются катализатором для увеличения скорости обращения денег, что придает более динамичный характер мировой хозяйственной системе.

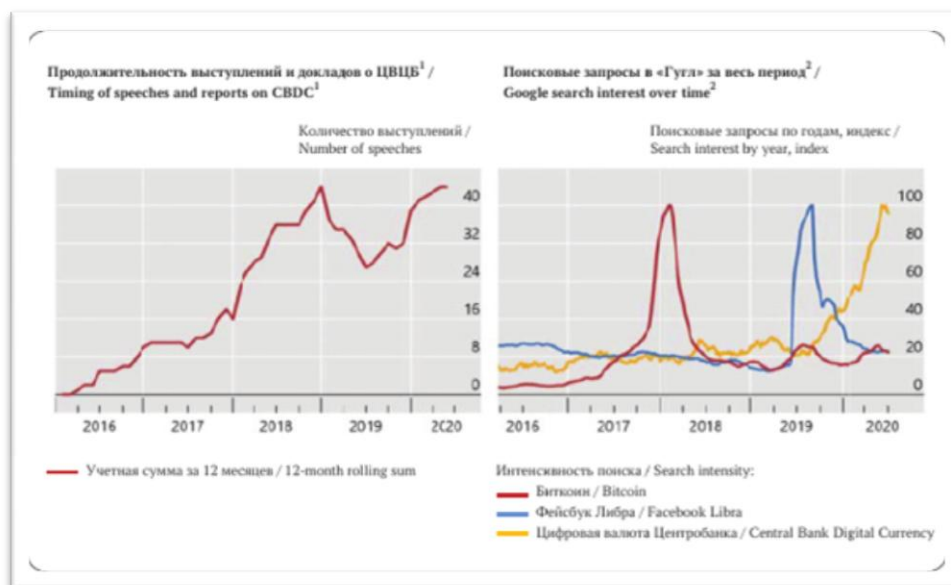


Рисунок 1. Количество выступлений о ЦВЦБ и поисковый интерес в Google по тематике цифровых валют.

Примечание – источник [2]

Подобные успехи, особенности и опасности функционирования цифровых валют обусловили возрастание интереса к ним со стороны главного администратора – государства, которое выбрало в качестве инфраструктурной опоры для вклинивания в эту тенденцию – центральный банк. Это обусловило новый этап в развитии цифровизации мировой расчетной системы, локомотивом которой призваны стать цифровые валюты центральных банков. Они представляют собой платежный инструмент, действующий на цифровой базе и формализованный в определенной национальной денежной валюте.

Одна из основополагающей причин заинтересованности регуляторов разных стран темой Central bank digital currency (CBDC) заключается в беспрецедентном увеличении роста денежной массы различных валют фиатного характера, вызванного, главным образом, поддержкой населения и хозяйственной системы различными странами в ходе пандемии 2019 года.

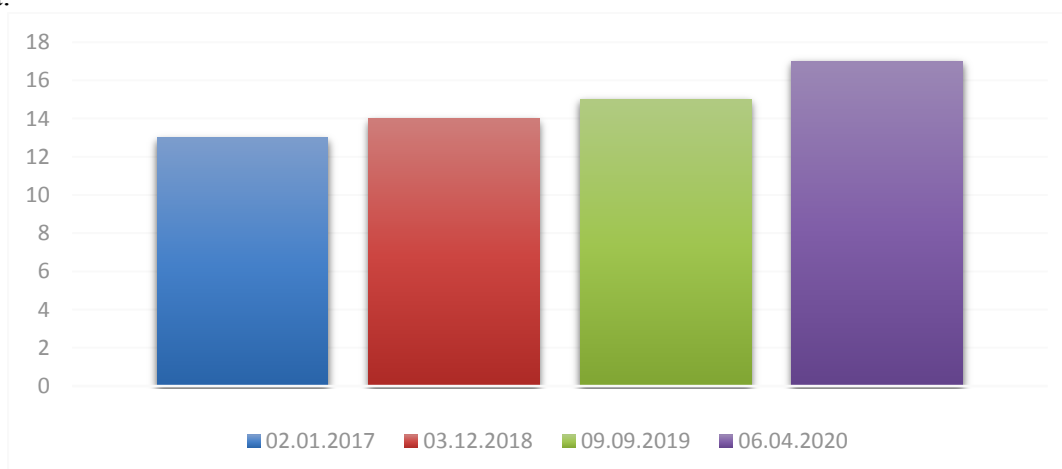


Рисунок 2. Увеличение денежной массы M2 в США в млрд долларов

Примечание – источник [1]

Пандемия ускорила сокращение использования наличных денег в обороте, продемонстрировав преимущества цифровой формы валюты.

При рассмотрении данного вопроса целесообразно отметить популярность создания и внедрения CBDC в зарубежных странах. Согласно промежуточному итогу Комитета по связям и координации по ЦВЦБ Банка России, по данным на ноябрь 2016 года исследованиями ЦВЦБ занимались всего лишь 5 стран во всем мире, а именно – Великобритания, Канада, Южная Африка, Уругвай и Финляндия. По итоговым данным за 2022 год исследованием и дальнейшим развитием ЦВЦБ занимались более 60 стран. В отчете также представлен список стран, осуществивших пилотный выпуск с последующим тестированием. В их числе такие страны, как Китай, Южная Корея, Япония, Швеция, Турция и др. Следует отметить, что ряд стран занимается исследованием внедрения сразу нескольких цифровых валют [4].

В 1996 году Центральный банк Финляндии (ЦБФ) выпустил первую цифровую валюту в мире под названием Avant. Эта валюта была построена на системе с использованием смарт-карт, подобных современным дебетовым и кредитным картам. Целью введения Avant было снижение использования наличных денег, достижение прямого контроля расчетов и платежей среди населения, а также обеспечение безопасности и сохранности денежных средств на счетах. [3].

Первоначально ЦБФ планировал распространять смарт-карты Avant через коммерческие банки. Однако внедрение этой инновации столкнулось с определенными трудностями. Коммерческие банки опасались конкуренции со стороны проекта, реализуемого ЦБФ. Более того, плохие экономические условия также затруднили процесс внедрения смарт-карт Avant.

После трех лет с момента запуска проекта ЦБФ принял решение продать его коммерческим банкам. При передаче бизнеса по выпуску розничных платежных инструментов коммерческим субъектам ЦБФ сохранил за собой роль надзорного органа платежной системы и участника разработки стандартов. Это позволило банку продолжать играть важную роль в развитии цифровых платежей в стране.

Однако, после передачи владения коммерческим банкам, валюта Avant потеряла статус Центрального банка Финляндии. Это означало, что коммерческие банки стали основными участниками в управлении и развитии этой цифровой валюты. Возможно, такой ход событий был обусловлен не только сложностями внедрения, но и стремлением Центрального банка Финляндии развивать партнерские отношения с коммерческими банками.

В целом, опыт Финляндии с введением цифровой валюты Avant был важным этапом в развитии цифровых платежей. Хотя проект не достиг ожидаемых результатов и был передан коммерческим банкам, Центральный банк Финляндии продолжил играть активную роль в развитии платежной системы и участии в разработке стандартов. Этот опыт стал ценным уроком для будущих исследований и разработок в области цифровых валют.

В настоящее время существуют множество удачных примеров внедрения цифровых валют центральными банками разных стран. Одним из таких примеров является запущенная 20 октября 2020 года на Багамских островах цифровая валюта Sand Dollar. Она была признана первым успешным применением цифровой валюты на основе распределенных реестров. Еще одним примером является Камбоджа, где в конце 2020 года была представлена цифровая валюта Wakong. Она поддерживает транзакции как с камбоджийским риелем, так и с долларом США, поскольку в Камбодже большая часть расчетов проводится в американской валюте.

В 2021 году мир свидетельствовал важный шаг в развитии финансовой системы – валютный союз Организации Восточно-Карибских государств принял семь новых участников, которые начали внедрение цифровых валют. Это событие отмечает переход к новой эре в мировой экономике, где традиционные валюты будут дополнены и, возможно, заменены цифровыми аналогами. В апреле 2021 года Восточно-Карибский регулятор запустил эмиссию национальной цифровой валюты DCash в четырех странах союза: Сент-Китс и Невис, Антигуа и Барбуда, Гренада и Сент-Люсия. Это решение было принято с

целью повышения доступности финансовых услуг для населения и улучшения эффективности транзакций. Цифровая валюта DCash предоставляет удобные и быстрые способы платежей, а также способствует развитию цифровой экономики в регионе.

Следующей страной, объявившей о запуске собственной цифровой валюты, стала Нигерия. В 2021 году они представили eNaira, цифровую валюту, которая предназначена для улучшения финансовой инклюзии и сокращения наличных денег в обращении. Предполагается, что eNaira поможет снизить затраты на обработку платежей и ускорит процессы передачи средств. В 2022 году Ямайка присоединилась к странам, использующим цифровые валюты, с запуском суверенной цифровой валюты Jam-DEX. Это решение было принято с целью улучшения системы платежей и сокращения затрат на транзакции. Jam-DEX предоставляет уникальные возможности для обмена цифровыми активами и стимулирует развитие цифровой экономики на острове. Эти примеры свидетельствуют о том, что все больше стран в Карибском бассейне, Юго-Восточной Азии и Африке начинают использовать собственные цифровые валюты. Это позволяет им улучшить доступность финансовых услуг, повысить эффективность платежей и сократить затраты на их обработку. Цифровые валюты также стимулируют развитие цифровой экономики и способствуют экономическому росту в регионе. Однако не только развивающиеся страны активно принимают цифровые валюты. Даже развитые страны, такие как Китай и другие, проводят активные тестирования своих собственных цифровых валют. Это свидетельствует о том, что цифровые валюты становятся все более важной составляющей мировой финансовой системы. В итоге, внедрение цифровых валют открывает новые возможности для развития финансовой системы и повышения доступности финансовых услуг. Оно также способствует сокращению затрат на платежи и обработку транзакций, а также стимулирует развитие цифровой экономики. В будущем мы, возможно, будем свидетелями все большего принятия цифровых валют странами по всему миру, что изменит нашу представление о финансовой системе.

Однако есть и такие страны, которые пока не спешат с внедрением цифровых валют. Примером такой страны является Япония. В отчете Комитета по связям и координации по цифровой валюте Центрального банка Японии, опубликованном 5 июня 2022 года, отмечается, что в настоящее время Банк Японии не планирует выпускать цифровую валюту [5]. Это связано с высоким уровнем использования наличных денег и распространением банковских счетов. В то же время стоит отметить, что тестирование цифровой валюты в Японии уже состоялось, и практически все готово к ее запуску, если в этом возникнет необходимость.

Цифровые валюты становятся все более популярными во всем мире, и Россия не остается в стороне от этой тенденции. Банк России активно работает над внедрением собственной цифровой валюты – цифрового рубля. Этот процесс уже прошел успешное тестирование, на сегодняшний день идет процесс пилотного запуска.

Однако внедрение цифрового рубля – это не только техническое достижение, но и стратегическая задача для Банка России. В Стратегии развития российского финансового рынка до 2030 года особое внимание уделяется новым цифровым технологиям и валютам. Планируется законодательное закрепление криптовалют и регулирование их оборота. Цифровой рубль предполагается использовать в международных расчетах, что поможет укрепить позицию России на мировой финансовой арене.

Одной из ключевых задач внедрения цифрового рубля является развитие национальной платежной системы. Банк России стремится лучше понять механизмы функционирования рынка цифровых валют, чтобы эффективно регулировать и развивать сам цифровой рубль. Это позволит обеспечить стабильность и безопасность цифровых платежей, а также создать новые возможности для развития финансовой сферы в целом.

Внедрение цифрового рубля имеет потенциал стать важным шагом в развитии финансовой системы России. Это позволит улучшить доступность и эффективность платежных операций, снизить затраты и повысить уровень доверия к финансовым

транзакциям. Кроме того, цифровой рубль может стать инструментом привлечения инвестиций и стимулирования экономического роста страны.

Однако, несмотря на все преимущества, внедрение цифрового рубля также представляет ряд вызовов. Банк России должен обеспечить безопасность и защиту от кибератак, а также разработать эффективные механизмы контроля и регулирования обращения цифровых валют. Кроме того, необходимо обеспечить информационную осведомленность и поддержку для населения, чтобы они могли полноценно использовать новую цифровую валюту.

В целом, внедрение цифрового рубля представляет собой важный шаг в развитии финансовой системы России. Это позволит стране оставаться на передовых позициях в мировой экономике и сделать финансовые операции более удобными и безопасными для граждан и предприятий. Банк России продолжает работу над этим проектом, и мы можем ожидать, что цифровой рубль станет реальностью в ближайшем будущем.

Список литературы

1. Наличная денежная масса [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sberbank.ru/ru/search?searchid=2315434&110n=ru&reqenc=&text=наличные>
2. Предпосылки появления и мировой опыт внедрения цифровых валют центральных банков [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predposylki-poyavleniya-i-mirovoy-opyt-vnedreniya-tsifrovyyh-valyut-tsentralnyh-bankov/viewer>
3. Grym A. Lessons learned from the world's first CBDC [Электронный ресурс] – URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/224448/1/1733131086.pdf>
4. Liaison and Coordination Committee on Central Bank Digital Currency: interim report [Электронный ресурс] / Bank of Japanese. 2022. – URL: <https://www.boj.or.jp/en/paym/digital/rel220705b.pdf>
5. Today's Central Bank Digital Currencies Status [Электронный ресурс] – URL: <https://cbdctracker.org/>

Финансовая инклюзия в Казахстане: сильные и слабые стороны

Б.С. Тусупбаева¹, А.Е. Алтынова²

¹Ст. преподаватель кафедры "Менеджмент",

²Педагогика факультетінің 3 курс студенті

Darinaika167@mail.ru, aiymaltynova02@gmail.com

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Оригинальность/ценность исследования заключается в том, что как, правило индикаторы развития финансового сектора, финансовая грамотность населения оцениваются по классическому набору показателей деятельности финансовых организаций. Изучение методики Международного валютного фонда и Всемирного банка по оценке доступности населения к услугам финансовых институтов, обратило внимание на иные аспекты развития финансового рынка. Выводы, полученные в данном исследовании, помогут в расширении спектра исследований в таких сферах как поведенческие финансы, эффективность и качество финансового сервиса, финансовая грамотность населения.

Ключевые слова: доступность финансовых услуг, банки, депозиты, кредиты, население.

Основная цель экономики Казахстана – обеспечение высокого уровня жизни и равных возможностей для всех граждан. Повсеместное распространение финансовой инклюзии является одним из способов достижения этой цели. Финансовая инклюзивность играет важную роль в экономическом развитии, так как финансы являются основой современной экономической системы. Доступ к современным финансовым институтам, таким как счета, переводы, депозиты и займы, не только приносит экономические выгоды, но и определяет

возможности для эффективной экономической деятельности. Сегодня понятие "финансовая инклюзия" имеет широкий смысловой контекст в научном и политическом сообществе. Всемирный банк определяет финансовую инклюзию как возможность доступа заинтересованных лиц и предприятий к финансовым продуктам и услугам, соответствующим их потребностям и представленным в ответственной и устойчивой форме.

Один из основных приоритетов Организации Объединенных Наций (ООН) – развитие доступности финансовых, банковских и страховых услуг. Такое направление является частью Целей устойчивого развития-8 (ЦУР) под названием «Достойная работа и экономический рост» [1]. Неоспоримо, что стабильность и устойчивость экономического роста способствуют прогрессу, и это не ограничивается только успешным бизнесом и конкурентоспособностью производства. В настоящих условиях это также включает создание достойных рабочих условий и зарплаты, обеспечивающих высокое качество товаров и услуг. Понятно, что если компания или организация стабильно развивается и демонстрирует устойчивый рост своих количественных и качественных показателей, значит, здесь предоставляются хорошие условия труда и коллектив заинтересован в достижении целей компании. Однако, COVID-19 не только повлиял на нашу повседневную жизнь и привычки, но и изменил подходы к бизнесу, управлению странами и мировой экономике. Прогнозы Международного валютного фонда (МВФ) говорят о том, что глобальный экономический спад, вызванный COVID-19, будет таким же серьезным, как в 2008-2009 годах [2]. Уровень жизни населения во всем мире снижается, и многие оказываются на грани выживания. Экономические и финансовые последствия, связанные с COVID-19, такие как нарушение промышленного производства или его полная остановка, падение цен на сырье, нестабильность финансового рынка и повышение рисков, подрывают достижения последних десяти лет и создают новые вызовы.

С точки зрения общественного восприятия понятия доступности финансовых услуг, имеется предположение, что на определенном наборе показателей (в зависимости от создателя/хранителя методологии расчета) обычно осуществляется анализ конкретных финансовых услуг для определенной группы населения. Согласно принципам методики расчетов (описанным в Руководстве МВФ по монетарной и финансовой статистике, Руководстве по составлению документации и Определению и инструкции FAS) [3], расчеты проводятся с учетом занятого населения и выражены в показателях на 100,0 тыс. человек. Особую важность этому вопросу придала запущенная в 2009 году МВФ постоянная программа по изучению доступности финансовых услуг, известная как «Financial Access Survey» [4]. В настоящее время в этой программе участвуют Центральные банки и главные финансовые регуляторы 190 стран, которые предоставляют данные по 213 показателям финансового характера. При рассмотрении целей устойчивого развития ООН, особую значимость имеет восьмая цель, и ключевыми критериями оценки в рамках нее являются количество банкоматов на 100,0 тыс. человек взрослого населения и количество филиалов коммерческих банков на 100,0 тыс. человек взрослого населения.

Современное глобальное, цифровое общество не может существовать без финансовых услуг. Их использование стало повседневной необходимостью для жизнедеятельности человека. Мировая пандемия COVID-19 показала, как важен финтех, который обеспечивает доступность финансовых услуг и поддерживает уровень предпринимательства. Благодаря высокому уровню цифрового банкинга, крупные бизнесы и государственные организации могут осуществлять платежи и сохранять рабочее состояние даже в сложные времена.

Финансовые услуги, такие как сбережения, страхование, денежные платежи, переводы и кредиты, являются неотъемлемой частью управления жизнью людей. Они позволяют планировать расходы, развивать бизнес и улучшать общее благосостояние. Банки остаются ключевым институтом доступа к формальным финансовым услугам, и наличие доступной банковской инфраструктуры является важной исходной точкой доступа к таким услугам.

Финтех, хоть и является цифровым финансовым решением, пока не может полностью заменить физически существующие банки. Отделения банков дополняются другими

важными точками доступа, такими как банкоматы всех официальных финансовых учреждений и POS-терминалы. Они обеспечивают предоставление финансовых услуг в отдаленных местах.

При расчете показателей для обеспечения их сравнимости все значения сопоставляются на основе 100 000 взрослых. При этом, при сборе данных, количество филиалов учитывается только для коммерческих банков, а количество банкоматов рассчитывается как число банкоматов в стране по всем типам учреждений, таких как коммерческие банки, некоммерческие организации, занимающиеся микрофинансированием, депозитные микрофинансовые учреждения, кредитные союзы и финансовые кооперативы.

В течение последних трех лет наблюдается рост спроса на мобильные деньги в Казахстане, что является характерной тенденцией не только для нашей страны, но и для всего мира. Данный вид платежей и переводов составляет значительный объем в некоторых странах, достигая от 70% до 90% ВВП. Однако, на фоне этого роста спроса, малый и средний бизнес, влиянием текущей пандемии, сталкивается со снижением доступности финансовых услуг. Согласно данным Всемирного банка, малый и средний бизнес составляет 90% всех предприятий и обеспечивает 50% занятости в мире, а также вносит до 40% национального дохода в странах с развивающейся экономикой. Тем не менее, ожидается, что меры по изоляции и социальному дистанцированию будут значительно влиять на МСБ в настоящих условиях. Исследование, проведенное в 132 странах, показало, что около двух третей микро- и малых предприятий подверглись влиянию экономического кризиса, вызванного COVID-19, а пятая часть из них столкнулась с риском навсегда прекратить свою деятельность в течение трех месяцев. В разных странах введены государственные меры поддержки для МСБ, которые группировались Всемирным банком следующим образом: 1) мораторий на погашение долга, предоставляющий временное отсрочку выплаты долга (3-6 месяцев), такие как в Австрии, Бразилии, Ботсване, Китае, Кипре, Ираке, Ирландии, Марокко; 2) кредитные гарантии, которые стимулируют банки предоставлять кредиты МСБ, примеры таких мер включают Аргентину, Бразилию, Болгарию, Чили, Финляндию, Францию и Германию. Например, в Албании запущена программа гарантирования ссуд предприятиям, в которой государство выделено около 100 миллионов долларов США в качестве государственной гарантии по кредиту для выплаты заработной платы, а также около 140 миллионов долларов США для кредитов на оборотный капитал.

Снижение процентных ставок и налоговые льготы являются основными инструментами, которые применяются различными странами во время пандемии COVID-19 для поддержки малых и средних бизнесов (МСБ). К примеру, в Египте процентная ставка по кредитам для МСБ снизилась с 10% до 8%, в то время как в России Центральный банк уменьшил процентную ставку по кредитам для поддержки МСБ с 4,0% до 3,5%.

Однако не только снижение процентных ставок, но и налоговые льготы также являются эффективными средствами поддержки бизнеса. Различные страны, включая Албанию, Чад, Кипр, Эсватини, Литву, Перу и Таиланд, предоставляют налоговые льготы, такие как понижение налоговых ставок, отсрочка подачи налоговой декларации и возмещение налогов. Например, в Сингапуре правительство готово возместить налоги до 5 миллионов долларов США для МСБ, которые выполнили налоговые обязательства, наняли сотрудников и продолжали платить им во время пандемии.

Финансовая помощь также предоставляется многим странам для поддержки МСБ. Например, Армения предоставляет гранты предпринимателям и единовременные выплаты физическим лицам, включая работников МСБ, которые остались без работы после вспышки COVID-19. Другие страны, такие как Болгария, Германия, Индонезия, Ирак, Израиль и Литва, также оказывают финансовую помощь для поддержки малых и средних бизнесов во время пандемии.

Все эти меры направлены на смягчение финансовых трудностей, с которыми сталкиваются МСБ во время пандемии COVID-19. Снижение процентных ставок, налоговые

льготы и финансовая помощь помогают поддержать бизнесы и снизить их финансовые затраты во время этого трудного периода.

Каждый из рассмотренных показателей требует отдельного анализа. Например, исследование показало, что в Казахстане 53% населения имеют депозитные счета в банке, однако только один из пяти человек указывает на то, что это их основной источник покрытия чрезвычайных расходов. В Литве же восемь из десяти людей имеют депозитные счета, причем каждый второй из них рассматривает их как свои основные сбережения "на черный день". Самая высокая разница между этими показателями была обнаружена в Молдове: только 4 из 10 человек имеют депозиты в банке, но три из них, то есть 75%, используют их как кубышку.

Важный фактор, который объясняет эти различия - показатель платежной активности. В 2014 году разница между этим показателем и долей взрослого населения, имеющего текущие счета в финансовых организациях, составляла от 3 до 19%. Это означает, что большинство населения в отдельных странах использует свои счета для платежных операций (например, в Узбекистане, Молдове и Эстонии). Однако данные за 2014 год также показывают, что в странах, таких как Грузия, Казахстан и Россия, от 14 до 19% взрослого населения используют средства с текущих счетов для открытия депозитов.

Тем не менее, к 2019 году ситуация в целом выровнялась, и разрыв между этими показателями, отражающий сберегательный потенциал, составлял 1,5-8%. Анализ показал, что в 2019 году Грузия, Армения, Россия и Казахстан продолжали быть лидерами среди рассмотренных стран. В то же время, страны, население которых полностью использует свои счета для платежей, остаются в том же тренде. Возможно, это связано с высоким уровнем трудовой миграции взрослого населения из этих стран.

Анализ динамики среднемесячных показателей в Казахстане позволил выявить несколько интересных тенденций. В отличие от абсолютных значений, динамика показателей, рассчитанных на душу занятого населения и учитывающих корректировку на среднемесячное значение, демонстрирует плавный рост.

Были рассчитаны такие показатели, как потенциал заемщика, потенциал вкладчика и чистый потенциал доступа к финансовым услугам. Каждый из них показал, что среднестатистический гражданин Казахстана, в возрасте 18+, при совпадении среднемесячной заработной платы со своими расходами, имеет положительный потенциал увеличения доступа к услугам финансовых организаций.

Интересно отметить, что потенциал заемщика оказался выше потенциала вкладчика, что может указывать на предпочтение казахстанского населения открытию депозитов. Это свидетельствует о доверии к банкам в качестве депозитных институтов, а также о высокой стоимости банковских займов.

Также были рассчитаны коэффициенты покрытия, потенциала и предпочтения. Коэффициент покрытия показал, что просроченные займы, полученные физическими лицами, имеют достаточное покрытие для их погашения, и за исследуемый период этот коэффициент возрос в два раза.

Анализ коэффициента потенциала показал, что среднестатистический гражданин из категории взрослого населения в Казахстане может еще получить финансовые услуги. Динамика показала, что потенциал увеличился с 20% в 2016 году, до 28% к 2020 году, что соответствует динамике роста среднемесячной заработной платы. Это говорит о том, что используемый в исследовании подход является приемлемым.

Анализ коэффициента предпочтения, характеризующего динамику потенциала вкладчика и потенциала заемщика, показал снижение за последние пять лет. Это свидетельствует о том, что глобальная пандемия оказала влияние на предпочтения населения, снизив предпочтение кредитов и увеличив предпочтение откладывать средства.

По данным оценки доступности финансовых услуг, проводимой международными организациями, можно судить о реализации Целей устойчивого развития, которые служат

ориентиром для формирования благополучного общества, основанного на здоровье, экологии и социальной ориентации.

Одним из показателей приверженности государств к реализации Целей устойчивого развития является доступность финансовых услуг, поскольку она позволяет оценить развитие и использование потенциала, а также извлечение положительного опыта на основе общих показателей. Анализ доступности финансовых услуг в постсоветских странах показал, что Казахстан находится в топ-5 стран данной группы. У нас высокие показатели в области наличия банкоматов, доли населения с банковскими счетами и использования их для платежей и переводов, а также рассмотрения банковских счетов как основного источника покрытия неотложных расходов. Однако по другим показателям, таким как количество филиалов коммерческих банков, доступность займов, финансовая активность населения, мы отстаем от России и прибалтийских государств.

Это означает, что не все финансовые ресурсы, находящиеся в обращении, активно задействованы в развитии национальной экономики через финансовых посредников. Это также свидетельствует о необходимости поиска новых перспективных направлений для задействования финансовых ресурсов населения и повышения доступности финансовых услуг для него.

Список литературы

1. Ma Y. Financial Sustainable Growth of SUNING Based on the Network Economy Service Platform // *Advances in Intelligent Systems and Computing*. – 2020. – Vol. 1233. – P. 169–174.
2. Доклад о Целях в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // Организация объединенных наций [web-сайт]. – 2020. – 68 с. – URL: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020-Russian.pdf>
3. IMF Data: Access to Macroeconomic & Financial Data [Электронный ресурс] // International Monetary Fund [web-сайт]. – URL: <https://data.imf.org/?sk=E5DCAB7E-A5CA-4892-A6EA-598B5463A34C&sId=1390030341854>.
4. Financial Access Survey. 2020 Trends and Developments [Электронный ресурс] // International Monetary Fund [web-сайт]. – URL: <https://data.imf.org/?sk=E5DCAB7E-A5CA-4892-A6EA-598B5463A34C>
5. Global Findex 2017 [Электронный ресурс] // The World Bank [web-сайт]. – URL: <https://globalfindex.worldbank.org>
6. Atlas of Sustainable Development Goals 2020 from Development Indicators [Электронный ресурс] // The World Bank [web-сайт]. – URL: <https://datatopics.worldbank.org/sdgoalatlas/>
7. Борьба с COVID-19: Доклад Всемирного Банка об экономике региона Европы и Центральной Азии. – Вашингтон: Международный банк реконструкции и развития / Всемирный банк, 2020. – 49 с.
8. Статистика: показатели финансового сектора: банковский сектор [Электронный ресурс] // Агентство Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка [web-сайт]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/documents/details/87882?lang=ru>
9. Статистика: показатели финансового сектора: текущее состояние банковского сектора [Электронный ресурс] // Агентство Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка [web-сайт]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/documents/details/69837?lang=ru>
10. Статистический бюллетень №1(302) Қантар/Январь 2020. Национальный банк Республики Казахстан [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Казахстан [web-сайт]. – URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/statisticheskii-byulleten/rubrics/1556>
11. Статистический бюллетень №10(311) Қазан/Октябрь 2020. Национальный банк Республики Казахстан [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Казахстан [web-сайт]. – URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

12. Статистика: показатели финансового сектора: страховой сектор [Электронный ресурс] // Агентство Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка [web-сайт]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/documents/details/92013?lang=ru>
13. Статистика: показатели финансового сектора: текущее состояние страхового сектора [Электронный ресурс] // Агентство Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка [web-сайт]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/ardfm/documents/1?directions=847&lang=ru>
14. Основные социально-экономические показатели Республики Казахстан [Электронный ресурс] // Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [web-сайт]. – 2020. – URL: <https://stat.gov.kz/official/dynamic>
15. Мониторинг целей устойчивого развития до 2030 года [Электронный ресурс] // Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [web-сайт]. – 2020. – URL: https://stat.gov.kz/official/sustainable_development_goals.

Инклюзивті экономикалық өсу жүйесіндегі адами капиталды басқару

Б.С.Тусупбаева¹, Г.М. Боранқұлова²

¹Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы

²Педагогика факультетінің 3 курс студенті

Darinaika167@mail.ru, gulim-2302@mail.ru

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Қазақстанның индустриялық-инновациялық дамудағы және адами капиталды басқару тұрғысынан экономикалық өсудің жаңа моделіне көшу жолдарын іздеудегі тәжірибесі жинақталды. Қызметкерлердің біліктілік деңгейін арттыру, еңбек қауіпсіздігіне қол жеткізу, персоналды дамытуда әлеуметтік бағдарлауды тереңдету бойынша мемлекет қабылдайтын қадамдар талданады. Мақалада адами капиталдың орта мерзімді кезеңдегі экономиканы трансформациялауға қатысуын қозғайтын негізгі ұлттық индикаторлар келтірілген. Инклюзивті экономикалық өсу жүйесіндегі адами капиталдың экономикалық өсу мен экономикалық дамуға әсері талданады. Адами капиталмен байланысты "білім экономикасы" және оның әлеуметтік-экономикалық құрамға енуіне әсері айтылады. Адами капиталды дамытуды қолдау үшін арнайы институттар құру арқылы экономикалық жүйелерде инклюзивтілікке қол жеткізу мүмкіндіктері қарастырылады.

Кілт сөздер: адами капитал, сапалы экономикалық өсу, инклюзивті экономикалық өсу, әлеуметтік-экономикалық институттар, экономикалық даму.

Экономикалық өсудің жоғары қарқынына қол жеткізу кез келген мемлекеттің әлеуметтік экономикалық дамуының басымдықтарының бірі болып табылады. Сондықтан экономиканың тиімді өсуі және оған тұрақты сипат беру мәселесі барлық дерлік елдер үшін өте өзекті болып көрінеді. Экономикалық өсу мен постиндустриалды қоғамды зерттеуге теориялық көзқарастарды жүйелеу, эмпирикалық мәліметтер мен қазіргі экономикалық өсу бойынша ғылыми әзірлемелердің нәтижелерін қорытындылау негізінде авторлар ғылыми-зерттеу институтында экономикалық өсудің маңызды сипаттамалары экономикалық және әлеуметтік қатынастардың өзгеруімен айқындалатынын анықтады.

Адами капиталдағы тиісті өзгерістермен білім экономикасының қалыптасуына және дамуына байланысты қазіргі Қазақстан экономикасына тән өзгерістер құрылатын нарықтық органы трансформациялаудың міндетті шарттары және тәуекелді жағдайлардың бір мезгілде туындауы болып табылады. Құлдырауға ықпал ететін тұрақсыз экономикалық өсу

экономикадағы төлем қабілеттілігі және жоғары өнімді еңбекке сұраныстың төмендеуі нарықтық қажеттіліктер мен еңбек ұсыныстарына жауап беретін жаңа салалардың пайда болуына ықпал етеді.

Қазақстанның ұлттық басымдығы болып табылатын адам капиталы болашақ экономикалық прогрестің табысының іргелі факторы болып саналады [1-3]. Қазақстанның негізгі міндеттері экономиканы әртараптандыруға және тұрақты өсімге қол жеткізуге, ресурстық экономикалық модельден білім экономикасына көшуді жүзеге асыруға, адами капиталдың құнын арттыруға бағытталған.

Мамандар адами капиталды басқаруды мемлекеттік реттеудің маңыздылығын атап өтіп, көп бағытты факторлардың халықтың нәтижелі жұмыспен қамтылуына әсер етуінің әртүрлі мәселелерін зерделеудің қажеттілігіне назар аударады.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің өсуі, әлемдік және жергілікті деңгейде қосылған құн тізбегіне бірігу әрекеттері қызметкерлердің еңбек қауіпсіздігі мәселелеріне ерекше назар аударуды талап етеді [4].

Авторлар 2010 жылдан бастап жүзеге асырылып жатқан индустриялық саясат және 2025 жылға қарай салу жоспарланған әртараптандырылған экономикалық өсудің жаңа моделі аясындағы Қазақстанның реформалау үдерістерін қарастырады [5,6].

Мақаланың мақсаты: бәсекеге қабілетті кадрларды қалыптастыру процесінің маңызды құрамдас бөлігі ретінде екі нарық – еңбек және білім беру қызметтері арасындағы өзара әрекеттесу процестерін зерттеу.

Зерттеудің әдіснамалық негізі диалектикалық әдіс болып табылады, оның негізінде әлеуметтік-экономикалық процестер қарастырылады. Ғылыми-әдістемелік аппаратқа адами капиталды басқарудың себеп-салдарлық және ағымдағы бағасы кіреді, ол адами капиталды мемлекеттік реттеуде әртүрлі құралдарды қолдану ерекшеліктерін толығырақ зерттеуге мүмкіндік береді. Зерттеудің ақпараттық-талдамалық базасы мыналар болып табылады: Қазақстан Республикасының заңнамалық және нормативтік құқықтық актілері, Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің деректері.

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы, ашық баспасөзде жарияланған ғылыми-зерттеу материалдары.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізуі және оның нарықтағы позициясын нығайту көбінесе кадрлардың ауысуына байланысты. Кадрлардың тұрақсыздығы проблемасы оның өсуі барлық жағдайда теріс фактор ретінде түсіндірілмейтіндігімен шиеленісе түседі. Керісінше, кейде бұл кәсіпорындағы кадрлардың жаңаруын көрсететін оң факторды көрсетеді. Жалпы Қазақстан үшін кадрлардың тұрақсыздығы жағдайы өзекті болып қала береді (1-кесте).

Кесте 1

Қазақстандағы жұмысқа орналасу динамикасы

Көрсеткіш	2018ж.	2019ж.	2020ж.	2021ж.	2022ж.
Қызметкерлер қабылданды:					
барлығы, мың адам.	707,1	764,2	784,9	806,4	803,7
өсім, %	-27,0	8,1	2,7	2,7	-0,3
Қызметкерлер шықты:					
барлығы, мың адам.	736,8	753,4	764,6	769,3	804,1
өсім, %	-18,8	2,3	1,5	0,6	4,5

Дереккөз: ҚР Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті

Жұмыскерлердің ең көп айналымы негізінен екі қаладағы – Алматы мен Нұр-Сұлтандағы ірі және орта кәсіпорындарға әсер етті. Қабылданған және жұмыстан шығарылған қызметкерлердің ең көп саны, өнеркәсіпте, саудада және құрылыста байқалады.

Қазақстан қуатты энергетикаға ие болғанына қарамастан соңғы жылдары Қазақстанның электр энергиясы нарығында негізгі қорлардың жоғары тозуымен қатар (орта есеппен 60%-ға дейін) кадрлармен жүйелі проблема шиеленісе түсті, персоналдың сабақтастығы жоқ [7].

2021 жылғы 1 сәуірден бастап жылу электр станцияларының шекті тарифтерінің оларды жаңғырту мақсатында орта есеппен 15%-ға өсуіне қарамастан, тұтынушылардың жағдайы, керісінше, нашарлады, түбегейлі білікті жұмысшылардың болмауы мәселесі ешқашан шешілмеді [8].

Адами капиталды зерттеумен байланысты ең маңызды проблемалық аспектілердің бірі еңбек қауіпсіздігіне қол жеткізу болып табылады. Осы бағытта ілгерілеуге, Қазақстанның өнеркәсіптік кәсіпорындары кәсіптік тәуекелдерді бағалаумен қатар, олардың нәтижелерін еңбек жағдайларын жақсарту жөніндегі одан әрі жұмыста пайдалану жөніндегі нақты талаптарды белгілеуге мүмкіндік беретін тәуекелге бағдарланған тәсілді енгізуде [9,10].

Дегенмен, өнеркәсіптік кәсіпорындардағы жағдай қазіргі уақытта айтарлықтай шиеленісіп тұр: әрбір төртінші қызметкер қолайсыз еңбек жағдайында жұмыс істейді, ал әрбір екінші қызметкердің дерлік жұмыс орнындағы шу мен діріл деңгейінің жоғарылағаны анықталды.

Айта кету керек, жер қойнауын пайдаланушылар қажетті біліктілігі бар кадрларды даярлау және қайта даярлауды қаржыландыру бойынша басқа салалар арасында көшбасшылар қатарында [11]. Адами капиталды дамытудың ең маңызды критерийі жоғары білім деңгейі болып қала береді. Қазақстан экономикасында жүзеге асырылатын әлеуметтік-экономикалық өзгерістердің қазіргі кезеңінде экономиканың дамудың инновациялық жолына өтуіне байланысты міндеттерді шешуге ерекше назар аударылды. Жоғарыда аталғандар кәсіпкерлік субъектілерінің негізгі стратегиялық ресурсы, жаңа білім мен озық технологияларды тасымалдаушы ретінде кәсіпорын қызметкерлерінің біліктілігі мен кәсіби деңгейіне ерекше талаптар қояды. Адами капиталдың барлық компоненттерінің ішінде бұл кәсіпорындардың персоналды кәсіби даярлау мен қайта даярлауға салған инвестициясы ең маңызды болып саналады. 2020 жылы Адами капитал индексындағы Қазақстан көрсеткіштерінің нашарлау себептерінің бірі (51-ші орын, 2019 жылы – 50-ші орын) білім берудің жеткіліксіз дамуы, оның инвестициялық тартымдылығын жоғалту болып табылады. Білім беру жүйесіне түбегейлі өзгерістер енгізу қажеттілігін жұмыс берушілердің жоғары білім сапасына тек 32% қанағаттанғандығы дәлелдейді [12].

2015-2019 жылдары елдің ЖІӨ-нен білім алуға арналған мемлекеттік бюджет шығыстарының үлесі 3,3-3,4% шегінде өзгерді, бұл әлемнің көптеген елдерінен төмен және ЮНЕСКО ұсынымдарына сәйкес келмейді (ЖІӨ-ге 5-7%). 2020 жылы білім беру сегментіне бағытталған инвестициялар елдегі жиынтық салымдардың 2,4% құрайды.

2021 жылы ел ішіндегі білім беру қызметтеріне сұранысты арттыруға, отандық және шетелдік инвесторлар үшін ұлттық жоғары білім беру жүйесінің инвестициялық тартымдылығын арттыруға, интернационалдандыруды ұлғайтуға және ұлттық жоғары оқу орындарының әлемдік рейтингтердегі позицияларын нығайтуға бағытталған жаңа бастамалар қабылданды. Атап айтқанда, 20 отандық жоғары оқу орны өңірлік өсу нүктесіне айналады, 2025 жылға дейін жетекші шетелдік жоғары оқу орындарының 5 кампусы ашылады деп жоспарлануда. Қазақстанның жаңа технологиялық құрылымға көшуі тақырыптың қолданыстағы экономикалық жүйесін түбегейлі қайта құрумен, қарқынды өзгеріп отыратын еңбек нарығында персоналмен жұмыс істеу моделін түбегейлі қайта қарастырумен қатар жүреді.

Ұлттық біліктілік жүйесі шеңберінде біліктіліктің сегіз деңгейін қамтитын және маманның қандай деңгейде, жалпы кәсіби құзыреттіліктер мен білім деңгейіне ие болу керектігін анықтайтын ұлттық біліктілік шеңбері белгіленеді. Қызметкерлердің бір деңгейінің біліктілігін арттыру үшін 6000 кәсіп пен жоғары оқу орындарының білім беру салаларын есепке алу көзделеді, жұмыс берушілердің 580 салалық кәсіптік стандарттарды әзірлеуге қатысуы, олардың негізінде кейіннен электрондық еңбек биржасында орналастырылатын дағдылар банкі қалыптастырылады және өзектендіріледі. Халықаралық озық тәжірибені пайдалану, өсіп келе жатқан рөл зияткерлік меншік институтын қолдаудағы мемлекеттік саясат [13] таяудағы онжылдықтағы еңбек нарығының қалыптасып келе жатқан трендтерін, Қазақстанның жетекші өнеркәсіп салаларының цифрлық трансформациясын

негізге ала отырып, жаңа кәсіптер мен құзыреттер атласы әзірленді. Атлас жақын болашақта өзектілігін Жоғалтатын, мамандықтар мен мамандықтарды жоғалтатын немесе өзгертін, сондай-ақ жақын болашақта сұраныс күтілетін жаңаларын қамтиды.

Қазақстандық еңбек нарығының елеулі құрылымдық түзетулеріне қарамастан, білікті жұмыс күшіне өсіп келе жатқан сұраныс, ақпараттық технологиялар нарығын тиімді дамытудың шұғыл қажеттілігі, кәсіпорындардың сұранысқа ие бизнес-бағыт бойынша технологиялық құзыреттерін арттыру және бизнес-пайдаланушыларды жеделдетілген автоматтандыруға бағдарлау Қазақстан экономикасы үшін IT-мамандарды даярлау мәселелерін өзектендіреді.

Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласында салалық бәсекелестіктің әлсіздігіне байланысты кәсіби кадрлардың кетуі байқалады, жергілікті бағдарламашылар, әзірлеушілер мен әзірлеушілер шетелде жұмыс істегенді жөн көреді. Сонымен қатар, жергілікті нарыққа жергілікті бизнесті ілгерілету процестерін едәуір қиындататын шетелдік ақпараттық компаниялар келеді. Қазақстанда кадрлық әлеуетті құру және қызметкерлерді даярлау мақсатында құрылған кадрларды кәсіби дамыту және олардың құзыреттерін арттыру институттарының бірі экожүйе үшін халықаралық деңгейдегі (үздіксіз кәсіби даму бойынша озық әлемдік тәжірибелерді пайдалана отырып, халықаралық кәсіби сертификаттау) "Астана" халықаралық қаржы орталығы үздіксіз кәсіби даму бюросы болып табылады (BCPD Ltd.).

Бюро қазірдің өзінде жұмыс істейтін мамандардың біліктілігін арттырудың жеке бағдарламаларын әзірлейді және қаржылық және инвестициялық сауаттылықты арттыру үшін кәсіби іс-шаралар өткізеді. 5 мыңнан астам адам біліктілігін арттырудан өтті. 25 түрлі тренингтік бағдарламалар, соның ішінде Цифрлық экономика арқылы. Кадр резервіне 12 мыңнан астам кәсіпқой, оның ішінде IT-мамандар енгізілді. Бюро QWANT жоғары технологиялар мектебінің базасында Цифрлық өнімдер нарығы үшін кадрлар дайындайды, жоғары оқу орындарына білім беру саласында көмек көрсетеді, жұмыс берушілер мен салалық мамандардың қатысуымен кәсіби стандарттарға сәйкес қайта өңделетін IT-мамандарды даярлау бойынша білім беру бағдарламаларын әзірлеу. Қазіргі уақытта Қазақстанда 2689 кәсіп және экономикалық қызмет түрлерінің 27% - ы кәсіби стандарттармен қамтылған, 2025 жылға қарай экономикалық қызмет түрлерінің 70% - ы қамтылған жаңа кәсіби стандарттарды жаңарту және әзірлеу жоспарланған [14,15]. Жоғары оқу орындарында IT-дағдылары бар салалық мамандарды даярлау үшін IT-мамандықтарды бейіндік өндірістермен ұштастыру бойынша жұмыс күшейтіледі.

Банк индустриясы мен білім берудің өзара іс-қимылының мысалы ретінде Орталық Азияның ірі қаржы институты – Nalyk Bank, Қазақстан-Британ техникалық университеті және Microsoft қатысатын жоба болып табылады, оның шеңберінде банк өз клиенттері үшін жоғары технологиялық цифрлық сервистерді ілгерілетте отырып, Microsoft корпорациясының Azure бұлтты платформасы арқылы бағдарламалау тілдері мен технологияларды меңгеретін бәсекеге қабілетті IT-мамандарды дайындайды. Осылайша, қызметкерлердің біліктілік деңгейін арттыру және кадрларды қайта даярлау бойынша қабылданған қадамдар ұзақ мерзімді кезеңде әзірленіп жатқан кәсіптік білім беру ЖОО бағдарламаларының сапасын арттыруға, білім беру мекемелерінің бизнеспен және өнеркәсіптік кәсіпорындармен нәтижелі өзара тиімді байланыстарын жолға қоюға мүмкіндік береді.

Соңғы жылдары Қазақстан экономикасы геосаяси шиеленістің өсуі, негізгі сауда әріптес елдердегі өсуді бәсеңдеткен коронавирус пандемиясының әсері, мұнай мен металдарға әлемдік бағалардың төмендеуі, негізгі экспорттық баптарға жоғары тәуелділік жағдайында дамыды. Қазақстанның еңбек нарығындағы теңгерімсіздік және адами капиталды басқарудағы жинақталған проблемалар тұтастай алғанда әлемдік экономикада көрініс тапқан негізгі құрылымдық факторға [16, 17] жатады, бұл Қазақстан экономикасының экономикалық өсуінің баяулауына, әлемдік экономикалық дамуда пайда болған жаңа трендтерге бейімделу қиындықтарына әкелді. Нарықтық трансформацияда ішкі маңызды рөл атқарды, олардың ішінде факторлар, ең алдымен, кәсіпорындардың еңбек ресурстарын

басқару тұжырымдамасын әзірлеудегі, жүйелік көзқарасты қалыптастырудағы және персоналдың әлеуметтік бағдарланған дамуына, оны тиімді пайдалануға бағытталған саясатты іске асырудағы проблемаларын бөліп көрсетеді. Орта мерзімді кезеңдегі Қазақстанның позициясына де, экономиканың сыртқы күйзелістер алдындағы осалдығынан басқа, Қытай мен Ресей тарапынан сыртқы сұранысқа, Қазақстанның негізгі сауда әріптестеріне; мұнайға жаһандық сұраныс пен бағаға тәуелділіктен басқа, ішкі инвестициялық белсенділік пен азаматтық халықтың адами капиталды басқарудың жүргізіліп жатқан мемлекеттік саясатына сенімі шешуші әсер етеді. Орта мерзімді перспективада әзірленген, адами капиталдың дамуын ескеретін, қол жеткізуге жауаптылығы мемлекеттік органдарға жүктелген ұлттық индикаторлар "БҰҰ-ның Орнықты даму мақсаттарына" сәйкес келеді, Қазақстанның белгіленген кезеңге қол жеткізген индикаторларын индустриалды дамыған елдердегі ахуалмен салыстыруды қамтамасыз етеді [18]. Қорытындылай келе, Covid-19 пандемиясынан туындаған Қазақстан экономикасындағы дағдарыстық құбылыстар адами капиталды басқарудың проблемалық аспектілерін шиеленістіріп, олардың әлеуметтік маңыздылығын тереңдеткенін атап өтеміз. Қазақстанның карантиндік шектеулерді әлсіретуге көшуіне қарай адами капиталды басқаруды жетілдірудегі мемлекеттің ролін күшейтудің объективті қажеттілігі артып келеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 13 ноября 2018 года № 746 Об утверждении Государственной программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 04.06.2021 г.)
2. Об утверждении Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2025». Постановление Правительства Республики Казахстана от 24 декабря 2019 года № 968
3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 8 июля 2021 года № 471 «Об утверждении Концепции обучения в течение всей жизни (непрерывное образование)».
4. Панова Т.В. Здоровье работающего населения – важнейшее условие качеств и производительности труда // Экономические науки. – 2018 – № 161 – С. 39–41.
5. Об утверждении Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2020 –2025 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 декабря 2019 года № 1050
6. О дальнейших мерах по стабилизации экономики. Указ Президента Республики Казахстан от 16 марта 2020 года № 287
7. Темнота: казахстанские электросети работают на износ [Электрон. ресурс]. URL: https://www.korem.kz/rus/press-centr/novosti_otrasli/?cid=0&rid=9624
8. В Казахстане пересмотрены тарифы на производство электрической энергии [Электрон.ресурс]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/energo/press/news/details/179242?lang=ru>
9. Правила управления профессиональными рисками. Утверждены приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстана от 11 сентября 2020 года № 363
10. Постановление Правительства Республики Казахстан от 17 июня 2021 года № 419 Об утверждении Плана действий по обеспечению безопасного труда в Республике Казахстан до 2025 года
11. Об утверждении Правил финансирования обучения казахстанских кадров в размере одного процента от расходов на добычу, понесенных недропользователем в предыдущем году. Совместный приказ Министра по инвестициям и развитию
12. Республики Казахстан от 16 мая 2018 года № 333 и Министра образования и науки Республики Казахстан от 22 мая 2018 года № 217

13. Занятость населения: тенденции настоящего и профессии будущего [Электронный ресурс]. URL: <https://businessmir.kz/2020/06/01/zanyatost-naseleniya-tendentsii-nastoyashhego-i-professii-budushhego/>
14. Ильина С.А. Институт интеллектуальной собственности как инструмент реагирования на вызовы COVID-19: российский опыт // Вопросы инновационной экономики. – 2021 – Том 11 – № 4
15. Национальная система квалификаций: непрерывное образование и профстандарты. [Электронный ресурс]. URL: <https://strategy2050.kz/ru/news/natsionalnaya-sistema-kvalifikatsiy-nepneryvnoe-obrazovanie-i-profstandarty>
16. Об утверждении Государственной программы развития образования и науки Республики Казахстан на 2020-2025 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 декабря 2019 года №988.
17. Дробот Е.В. Влияние пандемии COVID-19 на рынок труда США // Экономика труда. – 2020 – Том 7 – № 7 – С. 577-588.
18. Нехода Е.В., Пань Ли Трансформация рынка труда и занятости в цифровую эпоху // Экономика труда. – 2021 – Том 8 – № 9. С. 897-916.
19. Об утверждении Концепции развития государственного управления в Республике Казахстан до 2030 года. Указ Президента Республики Казахстан от 26 февраля 2021 года № 522

Развитие социального предпринимательства в РСО-Алания

Токаева А.Б.¹, Кокоева А.В.²

¹кандидат исторических наук, доцент кафедры педагогического образования

²Магистрант 1 к. направление 44.04.02 Психолого-педагогическое образование

to.alb@yandex.ru, korolinag@inbox.ru

^{1,2}Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова, Владикавказ, Россия

Аннотация: В статье рассмотрены состояние и проблемы развития социального предпринимательства в РСО-Алания. Проведен анализ ряда основных показателей социально-экономического развития РСО-Алания, а также показателей, характеризующих предпринимательский сектор экономики региона, что позволило выявить ряд основных проблем развития предпринимательства в республике. Предлагается формирование кластеров современных технологичных производств и обеспечивающих соединение усилий и действенное внедрение на взаимовыгодной базе имеющегося потенциала промышленности, науки, малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательство, малый и средний бизнес, регион, государственная поддержка

СКФО входит в список приоритетных регионов развития малого и среднего предпринимательства. Многие ученые, специалисты, бизнесмены обсуждают трудности в сфере малого и среднего бизнеса СКФО, вырабатывают предложения по обеспечению эффективного участия малых и средних предприятий региона в процессе модернизации экономики СКФО посредством разработки и внедрения инноваций, привлечения инвестиций, выхода на межрегиональные и международные рынки с инновационной и конкурентной продукцией. Развитие социального предпринимательства напрямую связано с деятельностью инфраструктурами поддержки малого и среднего предпринимательства в РСО-Алания. Республика старается осуществлять поддержку субъектов

предпринимательства в наиболее приоритетных сферах, что и обусловило реализацию новых видов и мероприятий поддержки, которые являются новыми не только в республике, но и в Российской Федерации.

Социальное предпринимательство стало важной областью исследований и практики как подотрасль исследований в области предпринимательства. Параллельно с этим расширились масштабы исследований социальных проблем, что в значительной степени способствовало развитию теории социального предпринимательства. Большинство известных экономистов (К.В.Островитянов, Дж.Кейнс, Р.Г. Коуз, Я.А.Кронрод, Л.М. Гатовский, С.Г.Струмилин и т.д.) считали, что проблемы в социально-экономической политике экономически возникают в силу множества несоответствий, имеющих место в системе распределительных отношений. Приведем сравнительный анализ развития социального предпринимательства в некоторых регионах СКФО по статистическим данным.

В конце 2019г. было законодательно закреплено, какое именно предприятие может считаться социальным. Таких критериев всего два, и необходимо соответствовать хотя бы одному из них[1]. Первое, более 50% работников должны быть из социально незащищенных категорий (лица с ограниченными возможностями, малоимущие, инвалиды, матери-одиночки, пенсионеры, лица предпенсионного возраста и др.) Второе - это если сфера деятельности направлена на производство товаров и услуг для вышеобозначенных категорий граждан. Сегодня поменялся механизм определения социального предпринимательства. С 2021г. федеральной налоговой службой формируется специальный реестр, и чтобы в него попасть, нужно до 1 апреля сдать документы в Фонд поддержки предпринимательства (центр «Мой бизнес»), в составе которого есть профильная структура – Центр инноваций социальной сферы[2].

Республика Северная Осетия-Алания – субъект Российской Федерации, входящий в состав Северо - Кавказского федерального округа (далее – СКФО), состоящий из 1 города республиканского подчинения и 8 муниципальных районов. Административный центр РСО-Алания – муниципальное образование город Владикавказ с численностью населения около 312,2 тыс. чел. РСО-Алания является одним из самых густо - населённых субъектов Российской Федерации. По состоянию на 1 января 2023г. средняя плотность населения в регионе составила 85,230 чел./кв. км, занимая пятое место в стране по этому показателю. Изложенный в «Прогнозе долгосрочного социально – экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» от 11 ноября 2015 г. №1218-р. современный подход к региональной политике отмечает, что «государственная региональная политика должна быть направлена на обеспечение сбалансированного социально- экономического развития субъектов РФ, сокращение межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов и качестве жизни»[3].

Поддержка объектов хозяйствующих субъектов однозначно является действенным способом по улучшению экономического состояния региона[4]. Объем инвестиций в экономику и социальную сферу Северной Осетии за счет всех источников финансирования прогнозируют на уровне 47,7 млрд. руб., что на 3% больше показателя 2022г. В 2024г. ожидаются инвестиции в размере 50 млрд. руб. По сравнению с 2023г. рост показателя может составить 2,3%.[4] Отмечается, что значительные объемы инвестиций будут направлены на развитие сельского хозяйства, транспортной инфраструктуры, туризма и социальной сферы, в том числе на реализацию мероприятий государственных программ и национальных проектов.

По данным министерства, в 2024–2026 гг. инвестиции в экономику и социальную сферу республики превысят уровень 2023 года на 8,5%. Напомним, что в 2022 году инвестиции в экономику и социальную сферу РСО-Алания за счет всех источников финансирования составили 43,3 млрд. руб., в 2021 году — 34,6 млрд. руб.

Как сообщал РБК Кавказ, инвестиции в экономику и социальную сферу Северной Осетии в первом полугодии 2023 года составили 11,7 млрд. руб. Это на 24,1% больше по сравнению с аналогичным периодом 2022 года. Это объясняется ростом объемов инвестиций

за счет собственных средств республики в обрабатывающих отраслях, информации, связи на 33,1%, а также — приростом объемов бюджетных средств на 60,5% за счет реализации мероприятий национальных проектов в здравоохранении, культуре и коммунальном хозяйстве. Социальный комплекс Республики Северная Осетия-Алания формирует 18% выпуска продукции всей региональной экономики, 20% добавленной стоимости. На социальный комплекс республики приходится 12% инвестиционных вложений, 28% налоговых выплат, 20% численности занятых с производительностью труда 0,351 млн. руб./чел. Социальный комплекс Республики Северная Осетия-Алания представлен следующими видами деятельности: государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование; здравоохранение и предоставление социальных услуг; предоставление прочих социальных и персональных услуг [4]. Несмотря на заметные успехи, ситуация не лишена и ряда проблем. Сложности с финансированием, барьеры для развития и выход за рамки региона, бюрократические сложности и рыночная конкуренция сохраняются, требуя стратегических и продуманных решений[5].

Например, комитет по занятости населения РСО - Алания неоднократно информировал о необходимости регулирования социально - трудовых отношений, спроса и предложения на привлечение инвалидов в профессионально - квалификационном разрезе. В рамках «Дней работодателя» и «Дней работников кадровой службы» представители службы занятости затрагивали алгоритм реализации создания рабочих мест для инвалидов при финансовой поддержке органов службы занятости (см. рис. 1).

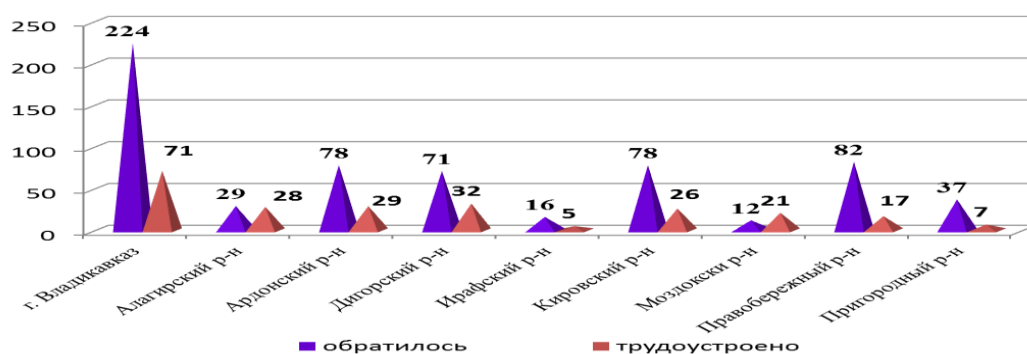


Рисунок 1 Доля трудоустроенных инвалидов в численности обратившихся инвалидов в целях поиска подходящей работы в 1 полугодии 2022 г.

Для стимулирования субъектов предпринимательства осуществляющих социальную предпринимательскую деятельность с 2020г. в республике реализовывались специальные мероприятия государственной поддержки предпринимательства, в рамках которого финансовую поддержку получили 36 субъектов предпринимательства.

В частности, уже в 2012 году республика стала одним из пилотных субъектов РФ, где реализовывалась программа по поддержке предпринимателей осуществляющих поддержку в сфере народных художественных промыслов. Благодаря указанной программе удалось оказать финансовую поддержку таким организациям как «Изольда», «Фандыр» и многим мастерам зарегистрированным как индивидуальные предприниматели.. Несомненно, предпринимательская деятельность, это не только систематическое извлечение прибыли, но определенная социальная ответственность и социальная нагрузка[6].

Деятельность республики в сфере поддержки предпринимательства направлена на организацию такой парадигмы поддержки предпринимателя, при которой ему будет оказываться поддержка на всех стадиях его деятельности, начиная с оформления бизнес-идеи в соответствующий бизнес-проект, содействия в государственной регистрации и заканчивая помощью в экспорте производимых им товаров за пределы РФ.

Экономика СКФО имеет большой задел для развития, прежде всего, в таких сферах как туризм и АПК. Активный рост ряда показателей показывает Чеченская Республика. Так, например за последний год увеличение числа предпринимателей составило 16,5%, достигнув

значения 20 тысяч субъектов МСП. В Общественной палате КЧР состоялось обсуждение такого направления бизнеса, как социальное предпринимательство. Участие в нем приняли парламентарии, представители министерств, ведомств, служб, имеющих отношение к данному направлению, а также общественных организаций. В Кабардино-Балкарии, по данным на 1 ноября 2023 года, осуществляют деятельность 20618 субъектов МСП (темп роста с начала 2023 года – 106,4 %), в том числе 5474 юридических лица (темп роста с начала текущего года – 104,5 %) и 15144 индивидуальных предпринимателя (темп роста с начала текущего года – 107,1 %)[7].

Для устойчивого развития экономики необходимо постоянное стимулирование инвестиционной деятельности. Рассматривая ситуацию в Республике Северная Осетия – Алания можно сделать вывод, что за последние три г. наша республика является одним из наиболее динамично развивающихся регионов Северо-Кавказского федерального округа. Тем не менее, комплексное исследование социально-экономического развития РСО-Алания показало, что представленные данные позволяют сделать вывод о том, существует неравномерность социально-экономического развития республики (по экономическим показателям в целом выше, чем по социальным показателям), зависимость экономических и социальных процессов на региональном уровне от тенденций в развитии экономики страны.

Экономика основана на инновациях. Предприниматели играют ключевую роль в росте экономики СКФО и РСО-Алания с 19 века. Они стимулируют отраслевые преобразования, создают совершенно новые рынки и помогают создавать устойчивой развитие социально-экономической сферы. Сегодня важно выстраивать партнерство с некоммерческими организациями, муниципальными и государственными учреждениями. Благодаря этому открывается возможность увидеть весь калейдоскоп услуг, предоставляемых социальными предпринимателями, и включать в него свои проекты.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" в части закрепления понятий "социальное предпринимательство", "социальное предприятие"
2. Девять важных изменений для малого бизнеса в 2021 году URL:<https://media.mts.ru/business/197335-izmeneniya-dlya-biznesa-v-2021-godu/>(дата обращения 16.10.23)
3. Прогнозе долгосрочного социально – экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года URL: <http://static.government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf>(дата обращения 23.11.23)
4. В Северной Осетии прогнозируют рост инвестиций в экономику в 2023 году — РБК URL <https://kavkaz.rbc.ru/kavkaz/freenews/655e213b9a7947308ed6e9eb>(дата обращения 23.11.23)
5. Шакулов А.А. Новые технологии и их влияние на традиционные сектора экономики цифровой экономики в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2022 № 2 (139). С. 215-217
6. Токаева Б.Б., Токаева А.Б. Инновации в среднем и малом предпринимательстве //Фундаментальные исследования. 2015 № 11-4 . С. 820-823.
7. В Кабардино-Балкарии растёт число субъектов МСП и самозанятых URL <https://kbpravda.ru/node/36725>(дата обращения 23.11.23)

Қаржылық сауаттылықты басқару: қаржылық модельдеудің маңызы және оны жоспарлау

Б.С.Тусупбаева¹, А.Жумаадан²

¹Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы,

²Педагогика факультетінің 3-курс студенті

Darinaika167@mail.ru, azhumadan@gmail.com

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ

Түйіндеме: Бұл мақалада қаржылық сауаттылықтың маңызы оны басқару үшін қолданылатын қаржылық модельдеу түсінігі мен түрлері қарастырылған. Қаржыны жоспарлай білу қазіргі бизнес әлемінде ең маңызды өзекті мәселеге айналып отыр. Қаржыны тиімді басқару үшін модельдеудің стратегиялық құрылымы принциптері қарастырылған. Көрсеткіштерді анықтау үшін әдістеме көрсетіліп, модельдеудің ерекшеліктері туралы ақпарат берілген. Қаржылық тәуекелдердің болуы әсерінен болашақты дұрыс болжау үшін қаржылық модельдің атқаратын рөлі орасан зор. Құрастырылған қаржылық модельдер талдаудың ең тиімді түрі.

Кілт сөздер: стартап, қаржылық сауаттылық, басқару, қаржылық модельдеу, қаржыны жоспарлау.

Қазіргі заман- жаңа технологиялар мен жаңалықтардың заманы екені анық. Күн сайын әр түрлі бизнес – жобалар, стартаптар дайындалып қолданысқа енгізілуде. Бизнес әлемі кеңіп, бәсекелестер де артуда. Осындай бәсекеге толы заманда бәсекеге қабілетті болу үшін, қаржылық сауаттылықтың болуы өте маңызды. Ендеше қаржылық сауаттылықтың бизнеске берер әсері мен бизнесті болжауда қолданылатын стратегиялар қандай? Оларды не үшін, қалай қолдану керек? Қаржылық модельдеудің түрлері мен пайдасы неде?

Қаржылық сауаттылық- тек бизнесте ғана емес, қарапайым адамдардың өмірінде болу керек маңызды түсінік. Қаржылық сауаттылық түсінігі қаржы саласындағы ықтимал құрал-саймандарды практикада қалай сәтті пайдалануға болатындығын түсіндіруге мүмкіндік беретін білім мен машықтың жиынтығын білдіреді. Соның арқасында адам табысты жинауды, бюджетті сауатты жоспарлауды және шығындарды рационалды жаратуды үйренеді. Экономикада тұрақсыздық болған кезде бұл болашаққа сенімділікпен қарауды үйретеді.

Бюджетті тиімді басқарған жағдайда барлық болатын немесе болуы мүмкін келеңсіз жағдайларда тұрақтылықты сақтап қалуға болады. Ол үшін тиімді қаржылық модельдеу стратегиясын пайдаланған дұрыс.

Модельдеу - кейбір нысандар мен құбылыстарды, физикалық табиғаты дәл сондай олардың модельдерімен алмастыра отырып зерттеу. Модельдеу- әлемді тану мен өзгертудің әдістерінің бірі. Ол сол әдістердің жаңа қызметтерін ашатын (макро-, микро-, мега әлемнің процестері мен құбылыстары, кибернетикалық және имитациялық модельдерді жасау, жүйелік техниканың тууы т.б.) модельдердің жаңа типтерін жасауға негіз болған ғылымның дамуымен байланысты кең тарайды. Модельдер дегеніміз құрудың және оларды сәйкес құбылыстар, процестер объектілер жүйесі негізінде оқып білу әдістерінің жиыны.[1]

Қаржылық модельдердің құрылымы мен түрі стартаптың өмірлік циклінің кезеңіне сәйкес болуы тиіс.[2]

Қаржылық модельдеу туралы айтпас бұрын, өмірлік циклдар ұғымын талдайтын боламыз. Жобаның өмірлік циклдары оның жоспарынан, дамуы мен тұрақты жұмыс істеуі арқылы оның аяқталуына дейінгі негізгі сатылардан тұрады. Осындай идеяны жүзеге асыру барысында жобаның өмірлік циклінің келесі кезеңдерін бөліп көрсетуге болады:

1. Бастама- идеяны ұсыну, жобалық құжаттарды дайындау.
2. Жоспарлау- бизнес-модельін қалыптастыру.
3. Орындау- жоспарлау бекітілгеннен кейін бірден басталады.

4. Аяқтау- нәтиже шығару және бағалаудан тұрады.

Мұндай бөлу тек теориялық тұрғыдан ғана емес, сонымен қатар практикалық тұрғыдан да маңызды, өйткені бұл бизнес- процесстерді жақсы басқаруға мүмкіндік береді. Жобаның өмірлік циклін қарастырдық, ендігі сұрақ қаржылық модельдеу туралы.

Қаржылық модельдеу- бұл компанияның шығындары мен табыстарының қысқаша мазмұнын электрондық кесте түрінде құру, оны болашақ оқиғаның немесе шешімнің әсерін есептеу үшін қолдануға болатын процесс. Қаржы моделі компания басшылары үшін көптеген қолданыстарға ие. Қаржы сарапшылары оны көбінесе болашақ оқиғалар немесе атқарушы шешімдер компанияның акцияларының жұмысына қалай әсер етуі мүмкін екендігін талдау және болжау үшін пайдаланады.[3]

Қаржылық модельдеу- бұл компания қызметінің кейбір немесе барлық аспектілерінің сандарында ұсыну.

Қаржылық модельдер бизнесті бағалауды бағалау үшін немесе бизнесті саладағы құрдастарымен салыстыру үшін қолданылады.

Жалпы модельдеуде әр түрлі нәтижелер беруі мүмкін әр түрлі модельдер бар. Модель сонымен қатар оған кіретін мәліметтер мен болжамдардан тұрады.

Қаржылық модельдеу- бұл компанияның өткен, қазіргі және болжамды болашақтағы операцияларының санымен көрінісі [4]. Мұндай модельдер шешім қабылдау құралы ретінде пайдалануға арналған. Компанияның басшылары оларды шығындарды бағалау және кірісті жобалау үшін қолдана алады.

Қаржы сарапшылары оларды ішкі факторлардың, мысалы, стратегияны немесе бизнес моделді өзгерту сияқты экономикалық факторлардан экономикалық саясатқа немесе реттеуді өзгерту сияқты сыртқы факторларға дейінгі оқиғалардың компания акцияларына әсерін түсіндіру немесе болжау үшін пайдаланады. Қаржылық модельдер бизнесті бағалауды бағалау үшін немесе бизнесті саладағы құрдастарымен салыстыру үшін қолданылады. Олар әртүрлі сценарийлерді сынау, жаңа жобалардың құнын есептеу, бюджеттер туралы шешім қабылдау және корпоративті ресурстарды бөлу үшін стратегиялық жоспарлауда қолданылады. Қаржы модельдерінің мысалдары дисконтталған ақша ағындарын талдау, сезімталдықты талдау немесе терең бағалауды қамтуы мүмкін. Қаржылық сауаттылықтың алғашқы баспалдағы есеп жүргізу.

Түскен ақша мен жұмсалған ақшаның есебін жүргізіп отыру – қаржылай сауатты адамның пайдалы әдеті. Бір айдан кейін ақ сіз ақшаны қалай жұмсап отырғаныңызды көретін боласыз. Ол үшін әр түрлі мақсатта қолданатын қаржыны есептеп алу керек.

Мәселен, барлық шығындарды бағыт бойынша тіркей бастаңыз. Мысал ретінде төмендегідей топтарға жіктеуге болады:

1-топ – ағымдағы шығындар: сізге күнделікті қажет болатын азық-түлік пен тауарларды сатып алу.

2-топ – міндетті төлемдер: несиелер, коммуналдық қызметтер, ұялы байланыс.

3-топ – ойын-сауықтар: кино, бар, әріптестердің туған күндері.

4-топ – ірі мөлшерде сауда жасау.

5-топ – автокөлікке қатысты, сонымен бірге сақтандыру мен жанармайға қатысты шығындар.

Жобалық қаржыландырудың ерекшеліктеріне байланысты жобаны қарау/сараптау кезінде және іске асыру кезінде тәуекелдерді басқарудың негізгі құралдарының бірі – қаржылық модель екені белгілі. Ал енді қаржылық модельдің ерекшеліктерін ашып көрсетсек:

1.Жобаларды өтеудің ұзақ мерзімі.

Кейбір жағдайларда жобалардың өтелу мерзімі 15-20 жыл немесе оданда көп болуы мүмкін. Мұндай жобаларды егжей тегжейлі талдау үшін шығыстар мен кірістер болжамдары жеткіліксіз, сол үшін ұзақ мерзімді қаржылық модель қажет.

2.Шектеулі регрессия және тәуекелдерді бөлу.

Олар дәстүрлі корпоративтік қаржыландырумен салыстырғанда жоба бастамашысының міндеттемелерін азайтады.

Қаржылық менеджмент мыналарды қамтамасыз етуі керек:

- Корпорация активтерінің сақталуын бақылау;
- Қаражатты кешенді және тиімді басқару
- Салық құжаттамасын жүргізу және барлық салық міндеттемелерін төлеу;
- Осы стратегияларды тиімді орындаудың нәтижесінде, компания өз акционерлеріне жоғары кіріс береді.

Стратегияларды талдау үшін біз бухгалтерлік емес, қаржылық аналитикалық модельден шығуымыз керек. Бухгалтерлік есеп тек кіріспе есепке айналады ал қаржылық аналитикалық модельді белсенді түрде қолдануымыз керек.

Компанияның стратегиясын іске асыруда және оны әзірлеу процесінде барлығы өзара байланысты болуы керек: ресурстарды бөлу, баламаларды талдау, тиімділікті бағалау және менеджерлерді ынталандыру принциптері. VBM арсеналында құндылық тәсілі және экономикалық психологиясы пайда болып, басқару жүйесіне айналады. Шығындарды басқару тұжырымдамаларын дамытудың алдыңғы тәжірибесін біріктіре отырып, құндылық тәсілі басқару шешімдерін қабылдау мен бағалаудағы сапалы өзгерісті көрсетеді [5].

Басқарушылық ғылымды дамытудың қазіргі кезеңінде отандық және шетелдік авторлардың қаржылық модельдеу мәселесіне деген қызығушылығы артып келеді. Бұл мәселеге В.В.Ковалев, К.В.Щиборщ, В.И.Стражев, В.П.Астахов, М.И.Баканов, А.Д.Шеремет, И.Т.Балабанов, В.Л.Быкадоров, П.Д.Алексеев, Р.С.Сайфулин, т.б. өз үлестерін қосты.

Қаржылық модельдердің түрлері:

- Федотованың моделі, оның көмегімен кәсіпорынның ағымдағы төлем қабілеттілігі және оған қарыз(несие) қаражаттарының әсері бағаланады.
- Сайфуллин мен Кадыков моделі, оның көмегімен кәсіпорынның барлық қаржылық көрсеткіштері бағаланады, бірақ ел экономикасының жекелеген секторларының салалық ерекшеліктері ескеріле бермейді.[6]

Осы сияқты қаржылық модельдердің көптеген түрлері бар. Бірақ осы мақалада екі түрі қарастырады.

1. Үш есепті модельдеу- модельдеудің үш негізде жасалған түрі. Яғни, аты айтып тұрғандай бұл модельдің нәтижесі үш есеп болады: кірістер мен шығыстар туралы есеп, бухгалтерлік баланс және соңғысы ақшалай қаражаттың қозғалысы. Бұл модельдеуді жасаған кезде үш есеп бір-бірімен өзара байланысты болуы шарт және бастапқыдағы дереккөздердің өзгерісі барлық модельдің өзгерісіне алып келеді. Модельді құру үшін бухгалтерлік білім мен қаржылық сауатыңыз болуы тиіс, сонымен қатар Excel де жұмыс істеу қабілетіңіз болуы керек.

2. Екінші модельдеу түрі – DCF (дисконтталған ақша ағыны). Модельдеудің бұл түрі де үш сатылы есептен тұрады, бірақ бұл модельдеудің басты мақсаты- таза есептеуге бағытталған. Болашақтағы ақша құны мен стартаптағы инвестицияның тиімділігін бағалауға бағытталған.[7]

Қаржылық модельдің маңызды екені түсінікті. Ал оның үлгісінің жасалу құрылымы төмендегідей болуы керек:

Қаржылық модельде қорытынды парақ болуы керек. Онда барлық болжамдық қазандықтар мен коэффициенттер ұсынылады.

Үлгілерді дайындаудағы негізгі талаптардың бірі- қаржылық модельдің ішкі есептеулерін оның логикасы мен функционалдығын жоғалтпай жеңілдетуге болады. Егер екіден көп кірістірілген функциялар болса, формулаларды жеңілдету қажет.

Жалпы кәсіпорынның қаржылық модельін құрған кезде оларды бөлек қарастыруға (іскерлік операциялық бюджеттер, ақшалай қаражат, кіріс-шығыс есебі) немесе осы модульдердің жалпы жиынтығы ретінде құруға болады. Көрсеткіштерді есептеу үшін төмендегідей әдіснамалық-принципті сақтау керек:

1. Барлық кіріс-шығысты есепке алу принцип. Толық емес есеп белгілі бер іс-шараның шығынын не тиімділігін анықтау кезінде дұрыс нәтиже бермейді.

2. Салыстырмалы принцип. Барлық жүйелер сияқты қаржылық модельдеу де салыстыруды қажет етеді.

3. Шығындар мен кірістерді жеткізудің принципі. Салыстырмалар нәтижелермен өзара сәйкес болуы керек. Мысалы, сапасы, көлемі, уақыт кезеңі және т.б параметрлермен сәйкесуі керек.

4. Әр түрлі уақыттардағы кіріс және шығыс есептерін бір уақытта беру принципі.

Қаржыны басқару үшін арнайы дайындықтың керегі жоқ. Тек дұрыс стратегия мен жоспар құрай алсаңыз болғаны. Мақалада қаржылық сауаттылық негіздері мен ерекшеліктері, қаржылық модельдеудің түрлері мен қағидалары қарастырылды. Болжам жасау және қаржылық модельдің әдіснамасын жасауға басты назар аударылды. Қаржылық стратегиялармен жұмыс жасау кезінде қаржылық модельдеуді құруға және жоспарлай білуге қатысты айтарлықтай тәжірибелер жинақталды. Еліміздегі және шет елдердегі қаржылық модельдеудің түрлі сипаты анықталып, жаңа тәсілдер дайындалуда. Экономиканың негізгі салаларында инвестициялық жобаларды табысты іске асыру және жобалардың операциялық қаржылық көрсеткіштеріндегі ауытқуларды уақытылы басқару үшін әдістемелік базаны жетілдіру бойынша жұмыс жасауды тоқтатпау керек.

1. Қаржылық модельдеуді жасамас бұрын мыналарды негізге алыңыз.

2. Өзіңіздің математикалық сауаттылығыңызды жақсартыңыз. Үлес және бөлшекпен жұмыс жасап үйреніңіз.

3. Алдағы уақытты алдын-ала объективті болжауды үйреніңіз. Ол үшін соңғы 3 жыл мен қазіргі уақыттағы кіріс-шығысты салыстырып, болашақта ненің құндылығы мен өнімділігі артып не төмендеуі мүмкін деген сұрақтың жауабын табыңыз.

4. Әр бөлімге мұқият қараныз. Тиянақты әрі дұрыс есептелмеген бір ғана есеп барлық қаржылық модельдеудің нәтижесіне әсер етуі мүмкін.

5. Қаржылық модельді белгілі бір кезең сайын талдап, салыстырып, тексеріп отыруды ұмытпаңыз.

Қаржыны басқару үшін қаржылық сауаттылықтың болуы керек. Ал, қаржылық сауаттылық- бизнестегі ең маңызды дағды. Бұл дағдының кілті- қаржылық есеп, қаржылық модельдеу екенін ұмытпаңыз.

Әдебиеттер тізімі

1. Орысша-қазақша түсіндірме сөздік: Педагогика/О 74 Жалпы редакциясын басқарған э.ғ.д., профессор Е.Арын – Павлодар: ҒӨФ. 2006. – 482 б.

2. Гаврилов В.В. Экономический анализ в разработке финансовой стратегии (учетно-аналитические показатели и модели) // Экономический анализ: теория и практика, 2009. №8. С. 2-10.

3. Қаржылық модельдеу/ Қаржы энциклопедиясы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kz7nesrakonk.ru/financialmodeling/> (дата обращения: 27.11.2023).

4. Теплова Т.В. Эффективный финансовый директор. М. Юрайт, 2011.- С. 234

5. Вахрушева В.О. Финансовая стратегия роста, ориентированная на максимизацию инвестиционной привлекательности организации, фев.2012г. – Комсомольск-на- Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2012. – С. 231-234.

6. Всяких М.В., Всяких Ю.В. Современные методы оценки кредитоспособности предприятия // Вестник Северного федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, 2015 №3.

7. Виды финансовых моделей // Masterplans. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.masterplans.ru/vidi-finansovih-modelei.html> (дата обращения: 29.11.2023.).

Управление талантами в образовании

Б.С Тусупбаева¹, М.С Ережепов²

¹Старший преподаватель кафедры Менеджмент

²Студент 3 курса факультета «Педагогика»

Darinaika167@mail.ru, mirzhanerezhepov71@gmail.com.

Университет Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: целью данной научной статьи является рассмотрение важности эффективного управления талантами в образовательной сфере. Исследование обозначает, что эффективное управление талантами может значительно повысить качество образования и способствовать развитию одаренных студентов. В статье представлен обзор актуальных теорий и практик управления талантами, а также проведен анализ эффективности этих подходов в контексте образования. Результаты исследования показывают, что эффективное управление талантами в образовании является одним из ключевых факторов успешности образовательной системы.

Ключевые слова: талант, управление, образование, знания, учитель, студент, связь, коммуникация, способность, развитие, наука.

Талант - это индивидуальная способность или натуральный склон к определенной сфере деятельности, которая выражается в высоком уровне успеха или достижений в данной области. Талант может проявляться в различных областях, таких как искусство, наука, спорт, музыка, технологии и другие. В образовании талант играет важную роль, поскольку каждый ученик имеет уникальные способности и потенциал, которые могут быть развиты и использованы в процессе обучения.

Образовательная система должна стремиться не только обеспечить базовые знания и навыки, но и создать условия для раскрытия талантов учащихся. Подход, ориентированный на развитие талантов, способствует индивидуальной адаптации образования к потребностям каждого ученика. Это означает, что учителя должны быть гибкими и уметь распознавать и развивать таланты учащихся в рамках стандартных учебных программ. Развитие талантов в образовании может осуществляться путем предоставления дополнительных возможностей для творческой самореализации и глубокого изучения интересующих ученика предметов.

Это может включать проведение специализированных программ, дополнительных курсов, конкурсов и проектов, а также организацию мероприятий и фестивалей, посвященных различным областям талантов. Таким образом, связь между образованием и талантом заключается в том, что образование должно быть направлено на развитие и раскрытие потенциала каждого ученика, помогая им открыть свои способности, развить навыки и достичь высоких результатов в выбранных ими областях. Это создает условия для успешной самореализации и будущего успеха учащихся.

Существует несколько теорий управления талантами в образовании, которые помогают эффективно развивать и поддерживать потенциал учащихся. Рассмотрим некоторые из них:

Теория многомерности талантов: Эта теория предполагает, что у каждого ученика есть уникальный комплекс талантов, который может включать в себя различные области, такие как академические знания, спортивные навыки, художественные способности и др. Поэтому важно идентифицировать и развивать все аспекты талантов каждого ученика, чтобы он мог достичь максимального потенциала.

Теория дифференциации обучения: Эта теория утверждает, что каждый ученик имеет уникальный стиль обучения, и эффективная образовательная практика должна адаптироваться к этим различиям. Путем предоставления индивидуального обучения и применения разнообразных методов и стратегий педагоги могут создать условия, при которых ученики смогут максимально развить свои способности и таланты.

Управление талантами в образовании включает ряд практических аспектов, которые помогают эффективно развивать и поддерживать потенциал учащихся. Рассмотрим некоторые из них:

Идентификация талантов: Одним из первых шагов является выявление талантов учащихся. Для этого можно проводить специальные тестирования, анкетирование, анализ результатов предыдущего обучения, наблюдения за деятельностью учащихся и так далее. Идентификация позволяет обнаружить и подтвердить уникальные способности и интересы ученика.

Индивидуальное обучение: Один из основных подходов в управлении талантами в образовании - это индивидуальное обучение. Педагоги должны учитывать индивидуальные потребности и способности каждого ученика, адаптировать учебный материал, методы обучения и оценку успеваемости, чтобы максимально развить таланты учащегося. Это может включать создание дифференцированных заданий и проектов, индивидуальные консультации и поддержку, а также использование разнообразных образовательных ресурсов.

Развитие менторства: Менторство является важным аспектом управления талантами в образовании. Назначение опытного и квалифицированного наставника помогает учащемуся развивать свои таланты, получать ценные советы и поддержку. Ментор может проводить индивидуальные занятия, участие в проектах или стажировке, а также помогать в преодолении трудностей и постановке целей.

Преимущества эффективного управления талантами в образовании включают:

Максимизация потенциала: Стратегии управления талантами в образовании направлены на определение и развитие индивидуальных способностей каждого учащегося. Это позволяет максимизировать их потенциал и способствует достижению отличных результатов.

Мотивация и вовлеченность: Успешное управление талантами способствует развитию мотивации и вовлеченности учащихся в учебный процесс. Предоставление им возможности проявить свои таланты и интересы вызывает у них позитивные эмоции и стимулирует их активность, что положительно сказывается на успехах в обучении.

Индивидуальная поддержка: Студенты с талантами требуют индивидуальной поддержки и руководства для достижения своих целей. Эффективное управление талантами включает создание индивидуальных образовательных планов, менторства, регулярного обратной связи и сопровождения, что помогает учащимся развиваться в своей области таланта.

Развитие критического мышления и творческого потенциала: Управление талантами в образовании способствует развитию критического мышления и творческого потенциала учащихся. Они получают возможность исследовать свои способности, решать сложные задачи, разрабатывать новые идеи и инновации, что является важным фактором для их будущего успеха.

Подготовка к высококвалифицированной работе: Эффективное управление талантами в образовании помогает готовить учащихся к высококвалифицированным профессиям. Они получают не только значимые знания и навыки в своей области интересов, но и развивают ключевые навыки, такие как коммуникация, лидерство и сотрудничество, которые являются востребованными на рынке труда.

В целом, эффективное управление талантами в образовании имеет множество положительных эффектов, которые способствуют развитию учащихся, формированию успешной карьеры и процветанию общества. Оно является важным компонентом образовательной системы и требует совместных усилий педагогов, родителей, администрации школы и общества в целом.

В заключение можно сказать, что управление талантами в образовании является важным и неотъемлемым аспектом развития современной образовательной системы. Правильное управление талантами позволяет выявить и развить потенциал каждого ученика, создавая условия для их успешного профессионального и личностного развития.

Одной из ключевых задач управления талантами в образовании является выявление талантливых и одаренных учащихся. Важно создать систему диагностики и оценки потенциала каждого ребенка, чтобы поддерживать его развитие в нужном направлении. Это поможет максимально использовать индивидуальные таланты и способности учеников.

Важным аспектом управления талантами в образовании является также создание благоприятной образовательной среды, способствующей развитию талантов. Это может включать в себя организацию разнообразных образовательных программ, мероприятий и конкурсов, направленных на развитие конкретных талантов. Также важно предоставить ученикам доступ к квалифицированным преподавателям и наставникам, которые смогут помочь им развить свои таланты и достичь успеха.

Управление талантами в образовании также требует постоянной поддержки и сотрудничества со стороны общества, родителей и школы. Все участники образовательного процесса должны осознавать свою ответственность за выявление и развитие талантов, а также поддержку талантливых учеников.

В заключение, управление талантами в образовании – это сложная и ответственная задача, но она является необходимой для того, чтобы каждый ученик мог достигнуть своего потенциала и реализовать свои таланты. Это взаимовыгодно для общества в целом, так как талантливые и одаренные люди способны внести значительный вклад в развитие науки, искусства и других сфер жизни.

Список литературы

1. Блинов, А. О. Теория менеджмента: учебник для бакалавров / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 298
2. Красильников, С. А. Менеджмент. Управление холдингом: учебное пособие для вузов / С. А. Красильников, А. С. Красильников; под редакцией С. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 169 с.
3. Егоршин, А. П. Основы менеджмента: учебник / А. П. Егоршин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 350
4. В поисках нового Стива Джобса: как найти, нанять, удержать и развить творческие таланты, Бушнелл, Н., 2014
5. Война за таланты, Майклз, Э., 2009
6. Технологии обучения и развития персонала в организации: учебник / под ред. М.В. Полевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 256 с.
7. Гуревич П. С. Психология и педагогика. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Учебник. М.: Юрайт, 2019. 430 с.
8. Есекешова М., Сагалиева Ж. Педагогика высшей школы. Учебное пособие. М.: Фолиант, 2018. 256 с.
9. Лукашевич В. В, Пронина Е.Н. Психология и педагогика. Учебник. М.: Юрайт, 2019. 296 с.
10. Бардышевская, М. К. Диагностика психического развития ребенка: учебное пособие для вузов / М. К. Бардышевская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 153 с.

Цифровизация экономики в РФ: вызовы и перспективы

В.В. Тадтаева¹, Э.А. Казанатов², Н.Б. Давлетбаева³

¹ к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент»

² бакалавр 3-го года обучения по специальности «Государственное и муниципальное управление»

³ к.э.н., профессор кафедры «Менеджмент»

validola@yandex.ru, eldar.k.03@mail.ru, n.davletbaeva74@mail.ru

Финансовый университет при Правительстве РФ (Владикавказский филиал), г. Владикавказ

Аннотация: Данная статья рассматривает роль цифровой экономики на современном этапе развития человечества. Также в ней указаны основные вызовы цифровой экономики, новые бизнес-модели, компании-разработчики новых цифровых технологий в Российской Федерации, основные направления разработок этих компаний, и конечно же были отражены перспективы и новые тренды цифровой экономики.

Ключевые слова: информация, цифровая экономика, бизнес-модели, инновации, вызовы, тренды.

На современном этапе развития экономики, как его называют современные специалисты – период цифровизации экономики, огромную роль играет информация. Именно она стала ключевым источником ресурсов для развития экономики и частного бизнеса. Нельзя так же не отметить, как люди научились хранить информацию, в отличие от наших предков, рукописи которых с трудом можно раздобыть сегодня. Современные технологии позволяют хранить, обрабатывать и передавать колоссальные объемы данных, но для этого необходимо современное технологичное оборудование, которому под силу эта работа. Главная цель цифровизации экономики – это внедрение информационно – коммуникационных технологий во все сферы экономики, для снижения стоимости услуг и затрат на различные блага, за счет внедрения инноваций, которые смогут заменить или же упростить человеческий труд.

Далее выделим основные вызовы цифровой экономики:

1. Формирование нормативно правовой базы цифровой среды

Нынешняя трансформация цифровой экономики процесс очень сложный, но самое трудное это контролировать данный процесс, так как этот этап предполагает внедрения новых технологий, которые выполняют свои функции на основе корпоративных или личных данных. Эта информация может быть похищена злоумышленниками, которых в цифровом поле предостаточно, а хищение личных данных полностью противоречит Законодательству Российской Федерации. Поэтому нашему государству необходима новая отрасль права, которая бы регулировала и определяла все аспекты деятельности в цифровом поле. Эта особая новая среда, которая требует к себе соответствующего подхода, совершенствование действующего законодательства конечно положительно влияет на ситуацию, но целесообразней будет разрабатывать принципиально новые законодательные акты, так как объекты и субъекты цифрового права имеют свои особенности если сравнивать их с другими отраслями права. Примером можно привести законодательные акты, которые разрабатываются при осуществлении Федерального проекта «Нормативное регулирование цифровой среды»

2. Формирование цифровой инфраструктуры.

Цифровая экономика позволит создать новую особую инновационную среду, на основе которой можно будет построить предприятия и организации нового вида. Необходимость создания новой инфраструктуры обусловлена с изменениями в глобальной экономике. Каждая отрасль пытается применять новые технологии цифровизации для снижения издержек и повышения эффективности выполняемой работы с огромными объемами информации, с чем легко могут справиться нейросети и искусственный интеллект. Они в

свою очередь требуют лишь правильной настройки выборки для наблюдения и анализа данных, на основе которых уже будут поступать указания.

3. Формирование цифрового суверенитета.

Цифровой суверенитет – это политика государства, направленная на обеспечение независимости национального пространства страны. Крупные бизнесы, банки, и главные государственные органы ежедневно подвергаются хакерским атакам для похищения ценной информации, такие атаки позволяют зарубежным странам контролировать планы и действия своих конкурентов. Для этого каждое государство пытается максимально быстро развивать свои технологии именно в цифровой безопасности, так как на данный момент это поле менее всех защищено международной и локальной нормативно правовой базой государств. Таким образом развитый цифровой суверенитет позволит: контролировать утечки данных, защищать от киберугроз и кибератак, развивать и использовать передовые технологии для конкурентоспособности с другими державами.

4. Изменение бизнес-моделей

Классическая модель построения бизнеса весьма устаревшая и не актуальная, на наш взгляд, система [6]. Изменения бизнес-моделей происходят на основе цифровой трансформации бизнеса, которая предполагает изменение отдельных процессов организации с применением современных технологий. Насколько оптимизировать производство решает каждый сам, но не каждая фирма обладает такими технологиями и оснащённостью современной техникой, чтобы сразу реструктуризировать основные этапы производства.

Рассмотрим бизнес-модели цифровой экономики:

- Цифровые платформы – позволяют поставщикам и потребителям проводить процессы купли продажи онлайн, в зависимости от специфики данного рынка платформа может быть социальной, поисковой, сервисной, шеринговой и так далее.

- Сервисные бизнес-модели – основаны на сервисных контрактах, которые позволяют использовать ресурс в обмен на владение им.

- Краудсорсинговые бизнес-модели – основаны на привлечение внешних ресурсов, для реализации определённых коммерческих проектов.

- Бизнес-модели монетизирующие персональные данные – разрабатываются определённые бесплатные сервисы, которыми пользуются люди, и происходит дальнейшая монетизация данных пользователей на другие потребительские сегменты, конечно же с их согласия.

5. Клиентоориентированная стратегия

Клиентоориентированность является очень важной сферой в экономике бизнеса, а внедрение новых технологий позволяют создать условия для каждого человека индивидуально, анализировать все предпочтения клиента и в итоге удовлетворить наибольшее количество потребителей.

На рынке Российской Федерации можно выделить 3 компании которые активно разрабатывают цифровые технологии в экономике:

- 1) «Яндекс» - российская транснациональная компания в отрасли информационных технологий, владеющая системой поиска в интернете, интернет-порталом и веб службами.

- 2) «Лаборатория Касперского» - международная компания, специализирующаяся на разработке систем защиты от компьютерных вирусов, спама, хакерских атак.

- 3) «Сбербанк-Технологии» - российская ИТ-компания, оказывающая услуги по разработке и внедрению программного обеспечения.

Основные направления разработки цифровых технологий российских компаний:

- 1) Телекоммуникации

- 2) Цифровые облака

- 3) Коммуникационные технологии нового вида

- 4) Информационные технологии в менеджменте

- 5) Полупроводники

В Российской Федерации ключевыми целями цифровой экономики является автоматизация основных производственных механизмов не только для субъектов крупного бизнеса, но и для малого и среднего предпринимательства. Если сравнивать с другими мировыми державами на пути цифровизации экономики, то можно сделать выводы о том, что США делают акцент на открытости и неограниченности доступа к интернету, в Китае уделяют должное внимание совместному использованию данных государственными и коммерческими организациями, которые находятся на цифровых платформах, Израиль выделяет использование киберпространства в качестве двигателя экономического роста страны.

Перспективы у цифровой экономики в России очень хорошие, так как на данный момент необходимо улучшать внутренний рынок государства, а цифровая экономика полностью направлена на ускорение темпов развития экономики. Так же нельзя не отметить национальную программу «Цифровая экономика РФ», которая предполагает полный охват всех секторов экономики.

Говоря о перспективах, нельзя не отметить главные цифровые тренды 2024 года, которые еще не до конца доработаны, но используются некоторыми субъектами рынка:

1. Концепция low-code и no-code – предполагает предоставление сервисов, которые смогут по определённым запросам создавать информационные платформы или сервисы пользователям которым не обязательно разбираться в кодировании, low-code предполагает знание кодировки на низком уровне, а no-code не требует знаний вообще.

2. Суперприложения – приложения с расширенным набором функций, которые будут использоваться в пределах одной инфо-системы организации или государственной структуры.

3. Цифровые двойники – это копия физического объекта в цифровом облике.

4. Автономные системы, нейросети, искусственный интеллект – программные обеспечения, которые можно настроить под необходимые цели, основой для анализа или наблюдения служит выборка, которую составил пользователь.

Список литературы

1. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», в рамках реализации Указов Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»

2. Баукин А.О. [и др.]; под редакцией Бут Н.Д., Тихомирова Ю.А. / Обеспечение законности в сфере цифровой экономики: учебное пособие для вузов — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 250 с.

3. Горелов Н.А., Кораблева О.Н. / Развитие информационного общества: цифровая экономика: учебное пособие для вузов — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 241 с.

4. Конягина М.Н. [и др.]; ответственный редактор М. Н. Конягина / Основы цифровой экономики: учебник и практикум для вузов — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 235 с.

5. Сергеев Л.И., Сергеев Д.Л., Юданова А.Л.; под редакцией Л. И. Сергеева / Цифровая экономика: учебник для вузов — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 437 с.

6. Тадтаева В.В., Абисалова Л.М. Развитие бизнеса в цифровой экономике // Вестник Академии знаний. 2023. № 3 (56). С. 213-216.

Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау үрдісі

Б.С.Тусупбаева,¹ А.С.Абдрахманова¹

¹Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы

²«Педагогика» факультетінің 3 курс студенті

Darinaika167@mail.ru, abdr.02@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ

Түйіндеме: Мақалада қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау үрдісі қарастырылған. Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау қазіргі таңда өзекті мәселеге айналып отыр. Қаржылық инклюзияны дұрыс басқара отырып, жоспарлау мәселесі қозғалған. Сапалы қаржы өнімдері мен қызметтерінің қолжетімділігін арттыру және оларды пайдалану жалпыға бірдей экономикалық өсудің және халықтың әл-ауқаты мен өмір сүру сапасын арттырудың шарттарының бірі болып табылады. Қаржылық инклюзивтілік қоғамның әлеуметтік-экономикалық дамуының бөлігі болып табылады.

Кілт сөздер: қаржылық инклюзивтілік, қаржылық сауаттылық, қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау.

Қаржы әлемі күн сайын өзгеріп отыр. Ақшаны ұтымды пайдаланып, сол әлемде жол табу үшін өзіңіздің қаржылық сауаттылығыңыздың деңгейін үнемі арттырып отыру қажет, сондай-ақ ақпараттық технологиялар саласы мен құқық аясындағы біліміңізді көтеруіңіз қажет.

Қаржылық қызметтердің қол жетімділігі, қаржыландыруды тарту мүмкіндігі және қаржылық қызметтерді оңтайландыру ағындар экономиканың дамуына ықпал етеді. Дүниежүзілік банк тобы қаржылық инклюзивтіліктің дамуын кедейлік деңгейін төмендету мен әл-ауқатты жақсартудың негізгі факторы ретінде қарастырады. Қазіргі таңда қаржылық инклюзия басты мәселеге айналып отыр. Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау не үшін қажет

Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлауды білетін адам мынаны біледі:

-өзіне және жақындарына күтпеген жағдайларға арнап (ауру, экономикалық дағдарыс және т.б.) қаржылай қорғауды қамтамасыз ету;

-тұрақты жұмыс болмағанның өзінде әдеттегі тіршілік деңгейін сақтап отыру;

-ақшаны жинақтап және арттырып отыру;

-қосымша табыс көздерін тауып отыру;

-алаяқтық қаржылық сұлбаларды тану;

-жұмыс берушіге, зейнеткерлік реформаға, елдегі экономикалық жағдайға тәуелді болмау және өзінің күші мен мүмкіндіктеріне ұмтылу.

Қаржыны сауатты басқару дегеніміз - шығындар кірістен аспайды, ал бос қаражаттың барлығы "жұмыс істейді", яғни пайда әкеліп отырады. Көпшілігіне мұндай ауқаттылық деңгейі қол жетімсіз болып көрінеді: жалақыдан жалақыға дейін өмір сүріп отырсаң, бос ақшаны қайдан аламын? Шындығында, әркім үнемдеуге, инвестициялауға, пассивті кіріс алуға және қаржылық сауатты бола алады. Мұны істеу үшін Сіз бюджетті бөлудің негіздерін түсініп, ақша әдеттеріңізді біртіндеп өзгерте бастауыңыз керек. Қажетсіз заттарға импульсивті шығындарды бақылау үшін, кем дегенде, кірістер мен шығыстардың есебін жүргізіп отыру қажет.

Қаржылық инклюзия – дәлдік ғылым; материалдық жағдайыңызды жақсарту үшін оның заңдарымен танысып және оларды практика жүзінде қолдансаңыз жеткілікті.

Қаржылық инклюзия мәселелерін көптеген ғалымдар зерттеді, олардың арасында: Тюльпенева М.С, Махкамова Г.М, Няргинен В.А, Шихалиева Д.С, Голова Е.Е., Баетова Д.Р, Поляев А.С.[1]

Қаржылық инклюзия – ең алдымен өз ақшаңызды сауатты пайдалана білу. Қаржылық инклюзия азаматтардың әл-ауқатын және өмір сүру деңгейін жақсартуға жол ашады,

тұтынушыларға арналған ақпаратқа қолжетімділікті арттырады, сондай-ақ халықтың қаржылық қызметтерді көбірек қамтуын және оларға қол жеткізуін қамтамасыз етеді.

Қаржылық инклюзия экономикалық өсуге, жұмысшыларды құруға ықпал ететін фактор болып табылады. Қаржылық қызметтерге қол жеткізу және оларды пайдалану шағын отбасылар мен иелеріне көмектеседі бизнес табыс табу, тұрақты емес ақша ағындарын басқару, мүмкіндіктерге инвестиция салу, экономикалық құлдырауға төзімділікті арттыру және кедейлік жағдайынан шығу.

Бүгінгі таңда халықаралық деңгейде "қаржылық инклюзия" әмбебап анықтамасы жоқ. Алайда, көптеген халықаралық ұйымдар мен бастамалар ұқсас анықтамаларды қолданады, мәні жалпы алғанда, әркімнің қаржылық мүмкіндіктерге қол жеткізу мүмкіндігінің болуы.

Қаржылық инклюзия бұл- жинақтаулар депозит, сақтандыру, төлемдер және ақшалай аударымдар, қол жетімді несие, банктік шот, қаржылық кеңес беру. Дүниежүзілік банк қаржылық қызметтерге қол жеткізу адамдардың күнделікті өмірін жеңілдетеді, отбасылар мен бизнеске ұзақ мерзімді мақсаттардан бастап күтпеген жағдайларға дейін жоспарлауға көмектеседі деп мәлімдейді. Қаржы ұйымдарына қол жеткізе отырып, тұтынушылар несие беру, білім беру мен өз денсаулығына инвестиция салу арқылы пайдаланылатын қаржылық қызметтердің тізімін кеңейтеді, осылайша жалпы өмір сапасын жақсартады.

Қаржылық жоспарлау – адамның адаспауына және мақсатына жетуіне көмектесетін өте күшті құрал. Егер сіз өзіңіздің қаржылық жағдайыңызды жақсартқыңыз келсе, мысалы, жаңа үй, автокөлік сатып алуға немесе балалардың білім алуына ақша жинау мақсатында армандап жүрген тілектеріңізді жүзеге асырғыңыз келсе, болашаққа жоспар жасаудан бастауыңыз керек. Мұндай жоспарлар межелі жерге жеткізетін карта сияқты. Қаржылық жоспарлаумен айналыса отырып, Сіз өзіңіздің қаржылық жағдайыңыздың толық көрінісін көре аласыз және шығындар мен кірістердің қандай баптарын түзету қажет екенін мұқият бағалай аласыз.

Қаржылық мақсаттарға жету жолында парасатты болу керек, аяқ астынан жоспарсыз ақша жұмсауға немесе кредит ала салуға болмайды. Ақшаны үнемі үнемдеуді ұмытпаңыз, әркімнің өз қаржылық қауіпсіздік жастықшасы – қол сұғылмайтын қоры болуы керек.

Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлаудың төрт түрін қарастырайық

Сауаттылықтың 4 деңгейі бар:

1-деңгей – жеке қаржыны басқару туралы білімінің мүлде болмауы,

2-деңгей – бастапқы білімі,

3-деңгей – анықтамаларды білу және инвестициялаудың негізгі құралдарын қолдана білу;

4-деңгей – қаржы саласындағы терең білімі бар, заманауи банкілік және инвестициялық аспаптарды барынша қолдану. [2]

Қаржылық сауаттылықты шартты түрде үш «кит» деп аталатын үш санатқа бөлуге болады.

Бірінші – бұл қаржы ұйымдарының мобильдік қосымшаларын, интернет-банкингті пайдалану үшін, кибералаяқтарға қарсы іс-қимыл және т.с.с. үшін қажетті техникалық білім.

Екінші – заң тұрғысынан сауаттылық. Қаржылық қызметтерді тұтынушы ретіндегі өз құқықтарыңды білу, қаржы ұйымдарымен жасалған шарттарды оқи және түсіне білу, заңнаманы білу сізді болашақтағы көптеген кездейсоқ жағдайлардан сақтандырады.

Соңғысы, негіздерді негізі – бұл қаржылық жоспарлау. Үшінші «кит» – жеке қаржыны жүргізе білу, жеке немесе отбасылық бюджетті басқару бойынша дұрыс және сараланған шешім қабылдай білу.

Қаржылық сауаттылығы төмен адам, әдетте, ақшаның кепіліне айналады және келесі үлгілердің бірімен әрекет етеді:

-тапқан ақшасын түгелдей жұмсаумен, қаржылық қауіпсіздік жастығын жинамайды,

-тапқан табысынан артық ақша жұмсаумен, қарызға батып отырады,

-болашағына алаңдаумен, ақша жұмсауға қорқады, осылайша барлық жағдайларда тартынып отырады,

-бос қаражаттан пайда табу үшін банкілік немесе инвестициялық аспаптарды қолданбайды,

-перспективалық ой толғамайды және зейнетке шыққаннан кейінгі өмірге арнап қор жинамайды,

-табысын арттыру мүмкіндігін іздестірмейді,

-экономикалық жүйені өзінің қиыншылықтары үшін кінәлау арқылы теріс ойлайды.

Әлбетте, бұл сценарийлердің толық тізімі емес және сіз айналаңыздан осындай қаржыға деген қате көзқарастың әлі көптеген мысалдарын табасыз. Өзгелердің қателерінен сабақ алып және өзіңіздің қалыптасқан әдеттеріңізді бақылап отырыңыз: ақшаға тәуелділіктен, негізсіз қорқыныштардан, ойланбастан ақша жұмсау әдетінен құтылыңыз.

Барынша тиімді стратегия – ақшаға деген тұтынушылық көзқарасты басқарушылық іс-қимылдың анағұрлым сауатты үлгісімен алмастыру қажет.

Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлауды білмейтін адамның негізгі қателіктері:

-Кіріс пен шығыстың есебін жүргізбеу. Жеке бухгалтерия кез келген ауқаттылық деңгейінде қажет емес, айырмашылығы шығыстардың егжей-тегжейінің көрсетілу дәрежесінде ғана болуда.

-Қаржылық мақсаттарды отбасында талқыламау. Сіз белгілеген басымдықты өзіне отбасылық бюджет байланысты болатын адамдардың барлығының қолдап отырғанына көз жеткізіңіз.

-Бір ғана категория шеңберінде ой толғап отыру: тек сауда белгісіне бола қымбат смартфон сатып алу, төмен бағасына бола сапасыз сервиске келісім беру. Бірден бірнеше категориялар бойынша талдап отырыңыз: мысалы бағасын емес, баға мен сапа қатынасы тұрғысынан бағалап отырыңыз.

-Ақша жинақтамау. Табысыңыз мұқтажсыз күн көруге жеткен жағдайдың өзінде форс-мажор жағдайына арнап ақшалай қордың болғаны маңызды. [3]

Тиімсіз үнем – өз бюджетін пайдалана білмейтін адамның тағы бір белгісі. Қауіпсіз және табысты келешектің кепілі болып табылғандықтан өз ақшасына тұрарлық заттар болады. Оларға өмірді сақтандыру, денсаулықты күту, уақытында медициналық көмекке жүгініп отыру, автокөлік пен техниканы жөндеу, білім алу мен өз-өзін дамытуға ақша жұмсау жатады. Бір сәттік пайдаға алданбаңыз, сатып алып отырған өнімнің немесе көрсетілетін қызметтің әлеуетін бағалап отырыңыз.

Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлай алмаған жандар, жиған тергенін қаржылық пирамидаларға салып, алданып қалып жатқан жандар аз емес. Қаржылық пирамида – бұл қалтағы түсудің түрлі жолын тапқан айлакерлердің табыс көзі, кәсібі. Пирамида екенін басында бірден аңғару қиын. Себебі, алаяқтар инвестициялық пирамиданы уақыт бедеріне қарай бейімдеп, түрлендіріп келеді. Әйтсе де, өзгермейтін бір жүйе ол көпті құрғақ уәдесіне сендіріп, қолындағы қаржысын қымқырып кету. Өзіңіз байланыс орнатқан ұйымның оңай пайданы көздеген мекеме емес екеніне былай көз жеткізуге болады. [4]

Бұл мәселені шешу арқылы нәтижеге қол жеткізе аламыз:

-Мектеп қабырғасынан бастап қаржылық білім беру (арнайы пән ретінде оқыту немесе факультеттік курстарға қатысуы және т.б.)

- Қаржылық инклюзияның басқару және дамыту курс, вебинар, тренинг қатысуы

-Қаржылық инклюзияны басқару жайында ақпараттар көзін күн сайын жаңартылуда, сондықтан үнемі ізденісте болу

- Өзінің кірістері мен шығыстарын жоспарлай білу;

-Ұзақ мерзімді жинақтар және күтпеген мән-жайларға қаржылық "қауіпсіздік жастығын" қалыптастыру;

-Қаржылық жаңалықтардан хабардар болу және қажетті қаржылық ақпаратты пайдалана білу;

-Қаржылық көрсетілетін қызметтер мен өнімдерді ұтымды тандай білу;

-Кредиттеумен байланысты мәселелерге жауапкершілікпен қарау;

-Қаржылық көрсетілетін қызметтерді тұтынушы ретінде өзінің заңды құқықтарын білу және мүдделерін қорғай алу;

-Қаржылық алаяқтық белгілерін танып-білу;

-Қаржылық қызметтер нарығындағы тәуекелдерді білу;

-Қаржы өнімдері мен құралдарының ерекшеліктерін білу және өзі үшін ең үздігін таңдай білу;

-Қаржылық көрсетілетін қызметтер шарттарын жасаған кезде назар аудару қажет шарттық қарым-қатынастардың негізгі аспектілерін және түйінді тармақтарын білу. [5]

Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлауға жетудегі 5 саты:

-Төлем қабілеттілігі

-Тұрақтылық

-Сенімділік

-Тәуелсіздік

-Молшылық

Қорытынды. Қаржылық инклюзия деңгейін жоғарылату экономикалық, әлеуметтік және қаржылық көрсетілетін қызметтерге қолжетілділікті кеңейтеді және әлемдік практикада болашақтағы дағдарыстардың алдын алуға бағытталған қаржылық реформалардың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Тұтастай алғанда, қаржылық инклюзия мәселелерінде көптеген елдердегі әлеуметтік топтар мен нысаналы аудиториялардың басым бөлігінде қаржылық білімі мен құзыреттіліктің жетіспеуіне байланысты біртекті проблемалар байқалады.

Халықтың қаржылық инклюзия деңгейінің жоғары болуы азаматтардың тұрмыс деңгейін жоғарылатуға, жеке инвесторлар қаражатының ел экономикасына құйылуына, қаржы нарықтарында бәсекелестіктің дамуына, қаржылық тұрақтылықты нығайтуға және қоғамның әл-ауқатын арттыруға ықпал етеді.

Осылайша, Қаржылық инклюзия арттыру тұжырымдамасын әзірлеу халықтың білімді әрі хабардар болуы есебінен оның экономикалық тұрғыдан ұтымды әрекетін ынталандыру үшін өзекті әрі қажетті шара болып табылады, соның нәтижесінде қаржы нарығының көрсетілетін қызметтерін пайдалану арқылы да оның әл-ауқаты мен тұрмыс сапасы артады. Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау арқылы өз құқықтарыңыз бен мүдделеріңізді қорғай алады.

Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау арқылы білімді, сауатты, өз-өзіне есеп бере алатын, болашағы жарқын, әл-ауқаты дамыған, өмір сүру сапасын жақсарта отырып, дамыған елдердің қатарынан табылатынымыз анық.

Есіңізде болсын, қаржылық инклюзия – бұл Сіздің қаржылық мақсаттарға жетуіңіздің кілті!

1. Аса мұқтаждық болып жатпаса, тұтынушылық кредиттерді алмаңыз. Бұл шынымен қажет заттар болса ғана тәуекелге бел бууға болады. (Мысалы, балаларды қашықтықтан оқытуға арналған компьютер, машинаға арналған қысқы шиналар және т.б.). Басқа жағдайларда жеке бюджетке қосымша жүктемеден бас тартқан дұрыс.

2. Қаржылық қызметті таңдау кезінде нарықты мұқият зерттеп, мониторинг жасаңыз, өзіңіз үшін ең тиімді талаптарды іздеңіз.

3. Резерв жасаңыз. Бюджетті жүргізу, кірістер мен шығыстарды есепке алу, жинақтау Сізге ұқыпты болуға, банктердің немесе басқа қарыз берушілердің көмегіне жүгінбеуге себін тигізеді.

4. Қаржыңызды күмәнді ұйымдарға сеніп тапсырмаңыз. Сіз қаржы алаяқтары мен қаржы пирамидаларының тұзағына түсіп қалуыңыз мүмкін.

5. Инвестициялауды үйреніңіз. Ақшаны үнемдеңіз, Сіз қаражатты көбейте білуіңіз керек. Шын мәнінде қаржылық тұрғыдан тәуелсіз адам болу үшін инвестициялау өнерін үйрену қажет. Әртараптандыру бұл мәселеде де маңызды – қарапайым сөзбен айтқанда, «жұмыртқаның бәрін бір себетте» сақтамаңыз. «Теңге тиыннан құралады» деп бекер айтылмаған. Ақша Сізге қызмет етуі керек.

Әдебиеттер тізімі

1. Данилов Ю.А. Современное состояние глобальной научной дискуссии в области финансового развития // Вопросы экономики. 2019. №3. С:29-47
2. Поляев А.С. Подходы к определению финансовой инклюзии // Via scientiarum - Дорога знаний. – 2020. – № 4. – с. 131-136.
3. Нестеренко Ю.Н., Веригина Г.М. К вопросу о становлении и развитии финансовой инклюзии в России// Инновации в экономике, управлении, образовании: коллективная монография/ Под ред. В.Д. Байрамова, И.Л. Литвиненко. М: Московский государственный гуманитарно-экономический университет, 2019. С. 166-178
4. Птащенко Е. В., Кошарная В. В. Сущность финансовой инклюзии при клиентоориентированном подходе на рынке банковских услуг // Бизнес информ. 2019. № 7 (498). С. 299-304
5. Тюльпенева М. С. Финансовая инклюзия: содержание, оценка, социально-экономическое значение// Научное образование. 2020. № 2 (7) С. 351-354

Бухгалтерский учет как основа контроля за финансовым состоянием предприятия

Б.Б.Токаева¹, И.Р.Мокаев², А.Т.Токаев³

¹кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и налогообложения

²Студент 2 курса направление 38.03.01 Экономика

³Студент 5 курса специальность 38.05.01 Экономическая безопасность
bel.to@yandex.ru, I.makoev@yandex.ru, makoeva79@list.ru

^{1,2,3}Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова, Владикавказ, Россия

Аннотация: Обеспечение эффективного функционирования предприятий является одной из актуальных задач данного этапа экономического развития. Для выявления причин финансовых проблем, угроз финансовой несостоятельности необходимо регулярно проводить диагностику финансового состояния и, исходя из полученных результатов, корректировать тактику функционирования компании. В статье рассматриваются основные положения бухгалтерского учета как основы мониторинга финансового состояния предприятия. Даны рекомендации по снижению вероятности попадания предприятия в категорию неплатежеспособных, что особенно актуально в сложных экономических условиях.

Ключевые слова: диагностика финансового состояния, банкротство, контроль, финансовое состояние

На сегодняшний день важнейшим финансовым органом предприятия как хозяйствующего субъекта является его бухгалтерия. Она концентрирует всю наиболее важную документацию и информацию, имеет в своем составе высокопрофессиональный персонал и практически отвечает за принятие важных решений или выдачу рекомендаций по их принятию.

Поскольку финансовое состояние предприятия характеризуется группой показателей, отражающих состояние капитала в процессе обращения, то способность предприятия финансировать свою деятельность в течение определенного периода времени зависит от результатов производственной, финансовой и коммерческой деятельности. Безусловно, это положительно скажется на финансовых результатах финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта, если задачи, поставленные в перечне мероприятий, будут

успешно выполнены. Определим финансовую устойчивость организации, что является одной из важнейших задач.

Бухгалтерский учет, являясь единственным поставщиком документированной и системно защищенной экономической информации о фактическом наличии и использовании имущества и ресурсов организации, о бизнес-процессах и результатах деятельности, о долговых обязательствах, расчетах и претензиях является основой контроля для организаций, поскольку предоставляет информацию о финансовом положении, результативности и активности предприятия[4]. Учет позволяет фиксировать и регистрировать все финансовые операции, обеспечивая точность и достоверность данных, а также помогает контролировать бюджет организации, предупреждать об излишествах в расходах и недостатках в доходах. Учет обеспечивает своевременное обнаружение финансовых нарушений и предотвращение мошенничества.

Через бухгалтерский учет регулярно проводятся аудиты, которые позволяют проверить соответствие финансовых операций нормативным требованиям и политике организации. В результате аудита могут быть выявлены потенциальные ошибки или мошеннические схемы.

Бухгалтерский учет также является основой для отчетности организации, которая предоставляется внешним стейкхолдерам, таким как налоговые органы, инвесторы и кредиторы. Эти отчеты позволяют контролировать финансовую деятельность организации и принимать обоснованные решения. Для того чтобы фирма выжила в текущих условиях, менеджерам необходимо уметь оценивать экономическое положение не только своей компании, но и возможных конкурентов. Финансовое состояние является важной оценкой финансовой деятельности компании, определяет конкурентоспособность компании, ее возможности в деловом сотрудничестве.

Основной целью бухгалтерского учета как информационной системы является предоставление полезной информации заинтересованной группе пользователей, как внешних, так и внутренних. Необходимая информация, особенно в случае внешних пользователей, предоставляется в форме финансовых отчетов, а именно отчета о финансовых результатах и баланса. Цели бухгалтерского учета представим на рисунке 1.

Основными моментами необходимости бухгалтерского учета являются следующие:

1. Потребность акционеров в бухгалтерской информации. Владельцы заинтересованы в финансовой информации, в том, чтобы знать о сохранности вложенной суммы и доходности вложенной суммы.

2. Информация о финансовых результатах и финансовом положении помогает менеджерам эффективно и бесперебойно управлять коммерческой организацией.

3. Анализируя информацию, представленную бухгалтерскими записями, потенциальные инвесторы могут прийти к решению о доходности и риске, связанных с инвестированием в конкретную коммерческую организацию.

4. Кредиторы и финансовые учреждения должны иметь информацию о платежеспособности, кредитоспособности предприятия выдаваемому кредит, заем и т.д. Требуемая информация может быть получена путем анализа и интерпретации финансовой отчетности коммерческой организации.

5. Сбор налогов также основан на бухгалтерских записях.

6. Клиенты, которые проявили лояльность к бизнесу, безусловно, заинтересованы в продолжение бизнеса. Они, безусловно, хотят знать о будущих направлениях деятельности организации, с которой они себя связывают. Путь к информации об организации лежит через ее финансовую отчетность.

7. Члены некоммерческих организаций, таких как школы, колледжи, больницы, клубы, благотворительные учреждения, хотят знать, как используются внесенные ими средства, и убедиться, заслуживает ли организация дальнейшей поддержки или поддержка должна быть отозвана с учетом плохих результатов, отраженных в бухгалтерской информации, и перенаправлена другой организации. При знании результатов деятельности таких

организаций критерием будет не полученная прибыль, а главным критерием будут услуги, предоставляемые обществу.

Вышеупомянутые аспекты необходимости бухгалтерского учета и бухгалтерской информации не являются исчерпывающими. Любой человек, проявляющий интерес к бизнесу предприятия, может использовать информацию для принятия решений.

Основной целью финансового контроля является подтверждение достоверности бухгалтерского учета и отчетности учреждения, соблюдение действующего законодательства РФ, регулирующего порядок осуществления финансово-хозяйственной деятельности. Система внутреннего контроля призвана обеспечить: точность и полноту документации бухгалтерского учета; своевременность подготовки достоверной бухгалтерской отчетности; предотвращение ошибок и искажений; исполнение приказов и распоряжений руководителя учреждения; выполнение планов финансово-хозяйственной деятельности учреждения; сохранность имущества учреждения.



Рисунок 1. Цели бухгалтерского учета

Финансовое состояние является одним из решающих факторов, влияющих на долгосрочные темпы экономического развития предприятия, и зависит от степени реализации бизнес-планов, правильного использования собственных оборотных средств и других средств, соблюдения режима сбережений, получения необходимого дохода и накопления сбережений, а также от расчетно - платежной дисциплины [1].

Положительное финансовое положение является одним из важных требований для непрерывной и эффективной работы любой компании. Каждое предприятие должно обеспечивать стабильную платежеспособность, высокую ликвидность баланса, экономическую независимость, прибыльность и значительную экономическую эффективность

Основой для разработки стратегии и тактики развития предприятия является диагностика. Бухгалтерскую (финансовую) отчетность предприятия принято рассматривать как источник информации для диагностики и анализа, а результатом исследования является перечень рекомендаций для дальнейшей работы [2].

Диагностика финансового состояния проводится в несколько этапов. Сначала проводится предварительная оценка компании и основных показателей ее деятельности. Затем мы анализируем все основные показатели, которые, так или иначе, влияют на

финансовую устойчивость предприятия. А именно, оценивается платежеспособность, кредитоспособность, ликвидность баланса, оборачиваемость активов, финансовые показатели, а также проводится анализ.

Финансовое состояние предприятия анализируется с использованием набора методов и приемов работы, позволяющих структурировать и выявить взаимосвязь основных показателей. Организация диагностики финансового состояния предприятия основана на соблюдении определенных стандартов, таких как:

- выявление различных взаимозависимостей и факторов (сложность);
- диагностика проводится регулярно через определенное время, независимо от того, каковы результаты деятельности, что помогает устранить существующие трудности, а также закрепить достигнутые успехи (регулярность);
- объективность (подразумевает, что результаты диагностики должны отражать фактическое состояние и давать ему трезвую оценку). Диагностика финансового состояния - это обширное исследование финансовых отношений организации, оно также включает отслеживание движения денежных средств предприятия и оценку достигнутых результатов.

Таким образом, бухгалтерский учет является неотъемлемой частью контроля в организации, обеспечивая достоверную информацию о финансовых операциях и помогая контролировать бюджет, предотвращать мошенничество и принимать обоснованные решения на основе этих данных. [3]. Для того чтобы компания выжила в нынешних условиях, менеджеры должны уметь оценивать экономическое положение не только своей компании, но и возможных конкурентов.

Список литературы

1. Барбашова С.А., Хальметова М.Х., Кочерова О.Д. Значение финансового контроля для предприятия // Наука: общество, экономика, право. 2020. № 2. С. 6-10.
2. Самарина Н.С., Литвинова Е.С. Диагностика финансового состояния предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 4 (29). С. 260-262.
3. Тенякова В.А. Направления улучшения финансового состояния предприятия: теория и практика В сборнике: 79-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета. Материалы конференции. В 3-х частях. Минск, 2023. С. 794-796
4. Токаева Б.Б. Внутренний контроль и внутренний аудит в системе внутреннего контроля // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 6. № 11. С. 90-95.

Менеджменттің шығу тарихы және қоғамдағы рөлі

Б.С.Тусупбаева¹, Г.Б.Қожанияз²
Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы
«Педагогика» факультетінің 3 курс студенті
Qpop95@gmail.com.

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды

Түйіндеме: Бұл мақалада біз басқару ғылымының пәндері мен әдістері, даму тарихы және тиісті жүйелерді құру реті туралы айтатын боламыз. Бұл менеджментті дамыту, менеджментті дамытудың бірнеше көзқарастарын талдау туралы. Қазіргі уақытта төрт әкімшілік мектептің толық сипаттамасы берілген, олардың әрқайсысы өз принциптері мен тәсілдеріне негізделген, төрт әкімшілік мектепті ажыратуға мүмкіндік беретін төрт сала.

Кілт сөздер: Менеджмент, классикалық мектеп, ғылыми басқару мектебі, менеджмент жүйесі, мінез-құлық ғылымының мектебі.

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, бұл өзгерістің маңызды бөлігі – менеджмент ғылымы мен өнерін меңгеру. Бүгінгі таңда Қазақстанда менеджментті теориялық және практикалық игеруде әлі де айтарлықтай жетістіктерге қол жеткізілмеген. Сондықтан менеджмент дегеніміз не және ол өз бастауын қайдан алады деген мәселе өте өзекті. Жалпы менеджмент дегеніміз не? Менеджмент ұғымы қалай пайда болды?

Менеджмент ғылым ретінде 19 ғасырдың аяғымен 20 ғасырдың басында пайда болып, өзінің дамуында бірнеше кезеңді бастан кешірді. Экономикалық әдебиеттерде басқару ойының алғашқы қарқыны «тейлоризм» ағымымен байланысты екені айтылады.

Алғаш рет ғылыми менеджмент мектебінің негізін қалаған америка инженері Фредерок Тейлор /1859-1915/. Ол өндірісті ғылым басқаруға болады деген пікір айтты. Кезінде ғажайып жаналық болған бұл құбылысты кейін өзінің еңбектерінде ғылыми жағынан жан-жақты дәлелдеді. Ф.Тейлор кәсіп орынды басқару ісін өнер ретінде қарастыра келіп менеджер «нені жасауды дәл білуі және соны арзан, әрі ең тиімді тәсілмен қалай жасау болатынын» нысан етті. Басқа да бірқатар факторлар түрткі болған. Соның ішінде елдің демократиялық, азаматтардың еңбек сүйгіштігін, білім алудың жоғары мәртебесін, сондай ақ мемлекеттің экономикаға араласпайтындығын атап өткен жөн. Ел ескіліктің керітатпаларыда болған. Ал монополияларды құру оларды басқарудың күрделуіне әкеп соқтырды. Осындай жағдайларда бизнес қажеттіліктеріне әкеп соқтырды. Осындай жағдайларда бизнес қажеттіліктерінен жауап ретінде ғылыми менеджмент пайда болған. Ғылыми басқару ұғымын тұңғыш рет 1910 жылы теміржол компаниялармен жанжал кезінде жүк жіберуші фирмалардың мүддесін қорғаған Луис Брайндейс болды.

Басқарушылық ойдың жаңа даму дәуірі (1950-1960) қазіргі сандық әдіс негізінде басқарудың математикамен компьютерді қолдану арқылы шешумен байланысты. Сөйтіп «басқару ғылымы немесе сандық ықпал» мектебі өмірге келді. Бұл мектептің негізгі өкілдері - американдық ғалымдар С. Черчмен Джеймс Марч, Герберт Саймон, Райт Джей Форрестер, Х Райфа.

Басқару теориясы мектептерінің пада болуын зерттеушілер сол уақытта қалыптасқан белгілі себептермен, жағдайлармен байланыстырады. Мысалы, басқару теориясының «классикалық мектебі» мыналардың әсеріне қалыптасты - «ұйымдар санының өсуі, тауар мен қызмет көрсету нарығының өсуі, бірінші дүниежүзілік соғыс, 1929-1933 жылғы дағдарыс және постиндустриалды революцияның басталуы.

Ғылымда нарық жағдайындағы басқару Менеджмент атауын алды. Менеджменттің айрықша ерекшеліктері фирмаларды нарықтың қажеттілігін қанағаттандыруға өндірістің тиімділігін тұрақты арттыруға (ең аз шығынмен оңтайлы нәтижелер алу), шешімдер қабылдау бостандығына, стратегиялық мақсаттар мен бағдарламаларды әзірлеуге және нарықтың жағдайына байланысты оларды тұрақты түзетуге бағыттайды.

Менеджмент-бұл мақсаттарға жету қабілеті: жұмыс, интеллект, басқа адамдардың мінез-құлқының себептері.

Басқару жүйелері-бұл принциптер, функциялар, басқару әдістері, ақпараттық қолдау технологиялары, техникалық қолдау және құқықтық қолдау.

Басқару процесі өзара төрт байланысты функциялардан тұрады: жоспарлау, ұйымдастыру, ынталандыру және басқару.

Менеджменттің даму кезеңдері			
1 кезең-ежелгі кезең	2 кезең- индустрияның даму кезеңі (1776-1890жж)	3 кезең- басқаруды бір жүйеге келтіру кезеңі (1856-1960жж)	4 кезең- ақпараттар кезеңі (1960ж-қазіргі уақытқа дейін).
Алғашқы қауымдастыру басшысының, қауымдық	Бұл кезеңде мемлекеттік басқарудағы еңбек бөлінісінің әртүрлі	Басқару ғылымы үнемі даму үстінде. Сондықтан басқару бағыттары,	Басқарудың дамыған мерзімінде математика мен компьютерді,

<p>жетекшінің көмегімен, басшылығымен бірігіп тіршілік еткен Б.э.д басқару принципіннің жан-жақттылығын зерттеп сипаттама берген адам Сократ (470-439жж) болды. Платон (б.э дейінгі 428-348жж) мемлекеттік басқарудың түрлерін талдаумен бірге басқару органдарының функцияларын анықтаған, ал Александр Македонский (б.э. д 356-323жж) әскерді басқарудың теориясы мен практикасын дамытты.</p>	<p>формаларын анықтап, мемлекет басшысының міндеттеріне сипаттама берген ғалым-Адам Смит.</p>	<p>мектептері өзгеріп, жетіліп отырды. Қазіргі менеджмент 21 ғасырдағы өнеркәсіп революциясы кезінде туындаған. Өндірістің алғашқы түрлерінде, фабрикаларда адамдарды жұмыспен қамту және оларды біріктіріп, жұмысқа бағыттау қажеттілігі туындаған. Міне сондай жағдайда қабілетті жұмысшыны үйретіп, оқытып, кәсіпорын иесінің мақсатын орындау үшін пайдаланған. Олар- алғашқы менеджерлер болатын.</p>	<p>электронды есептеу техникасын кеңінен қолдану арқылы басқаруды жетілдіруде мүмкіндік туды.</p>
--	---	--	---

20-шы ғасырдың 60-шы жылдарында менеджментте жаңа бағыт қалыптасты. Ол «ситуациялық әдіс» деп аталды. Әр түрлі жағдайды қарастырудың басты ерекшелігі әрбір ұйымдық - басқарушылық мәселені шешуді нақты қалыптасу жағдаймен байланыстыруды талап етеді. Өзінің зерттеуіне бұл мектеп кәсіпорын, ұйымның жұмыстарын қарастыруын, олардың белгілі нақты жағдайда жұмыс атқаруын ескереді. Осы кәсіпорынның қызмет жасауына қандай ішкі және сыртқы факторлардың ықпалы бар және осы бірнеше варианттардан, мүмкін шешімнің біреуі қабылданып, қалыптасқан мәселенің бір ғана шешімі алынады.

Қазіргі заманғы кәсіби менеджерді даярлау менеджменттің даму тарихын білмей мүмкін емес. Менеджмент ғасырлар бойы білім, ғылым саласына айналғанға дейін дамыды.

Егер біз басқару ғылымын болжамды деп санасақ, онда бұл тұжырымдаманың бірден пайда болмағанын көреміз.

Алайда менеджмент қызмет түрі ретінде және менеджмент қазіргі ғылым ретінде бірден пайда болған жоқ. Менеджмент тарихы арнайы ғылыми білім мен қызметтің біртүрі ретінде менеджменттің пайда болуы "Тарихқа дейінгі" (ежелгі өркениеттерден қазіргі тарихқа дейін) басталады.

Менеджменттің даму кезеңдері мен тұжырымдамалары экономикалық қатынастардың, өндірістің, сауданың және жалпы өмірдің ажырамас бөлігі ретінде менеджменттің қалыптасуының біртұтас күрделі процесін білдіреді. Басқару идеясы табиғат мәселелері және әділ басқару принциптері ғасырлар бойы ойшылдарды толғандырды, бірақ бұл біз бүгін көріп отырған нәрсе емес.

Қазақстанда менеджментті дамыту

Басқару туралы сөз болғанда, Мен бірінші кезекте Әбу Насыр Әл-Фарабиді еске аламын. Әбу Насыр Әл-Фараби (870-950)-ғылымның әртүрлі салаларында маңызды және құнды пікірлермен қорытындылар қалдырған ұлы ғалым, ұлы ойшыл және энциклопедист.

Ұлы ойшыл басқарудың екі түрі бар деп тұжырымдады: "егер басқару іс-әрекетті, іс-әрекетті, еркектік көзқарасты нығайтса және әділеттілікке жетелесе, онда бұл жақсы басқару. "Оған жұмыс ұсынатын қалалар менелдер- жақсы қалалар менелдер",- дейді ол. Менеджмент, ұлы ойшылдардың пікірінше, бұл қағидаға сәйкес келмейді, тек қиялдағы бақытқа әкеледі. Бұл шынымен бақытты бола алмайды. Мұндай басқару надан басқару болып саналады, өйткені ол қаланың жағымсыз мінез-құлқы мен жаман қасиеттерін күшейтеді. Әбу Насыр Әл-Фараби өзінің азаматтық ғылымындағы жұмысында саясат пен этика арасындағы тығыз байланысты талдап, саясаткерлердің мақсаттарын жүзеге асыруда және әл-ауқатқа жету үшін қажетті жағдайларды жасауда көрінетін "басқару өнеріне" назар аударды.

Қазақстанда менеджмент негіздеріне арналған оқу құралын ең бірінші 1992 жылы ағылшын ғалымдарының теориясын негізге ала отырып, Орал ауылшаруашылығы институтының профессоры К.Ф.Ахметов жазып шығарды. Осыдан кейін басқару академиясының профессоры К.Б.Бердалиевтің басшылығымен «Басқару негіздері» оқулығы баспадан шықты.

Республиканың нарықтық экономикаға көшуіне байланысты барлық кәсіпорындарда "менеджердің" қызметі пайда болады, жұмыс істемейтін басшы, менеджер, ол тек жоғарыдан алдыңғы бұйрықтарға сәйкес тапсырмаларды орындайды, бірақ іс жүзінде болып жатқан оқиғаларды талдай отырып, шешім қабылдайтын маман, қызметкер, ұйымның барлық деңгейлеріндегі іс-әрекеттерге қаныққан және іске асырушы олар. Бұл болады. Мұндай қызметкерлер менеджменттің негіздерін толық білуі керек, менеджменттің талаптарын нақты білуі керек, менеджментте қол жетімді теориялар мен шектелмеуі керек, жоғары көк жиекке ие болуы керек, жанашыл болуы керек, тығырықтан шығуы керек, тапқыр және жедел шешім қабылдауға қабілетті болуы керек.

Ғылыми менеджмент мектебі

Қазіргі басқару ғылымының пайда болуы 20 ғасырдың басына жатады. Және Ф.В.Тейлор, Фрэнк және Лириан Гилбрет және Генри Ганттың есімдерімен байланысты. Бұл мектептің маңызды артықшылығы-экономикалық, техникалық және әлеуметтік эксперименттерге, басқару процесінің құбылыстары мен фактілерін ғылыми талдауға және оны жалпылауға сүйене отырып, "ғылыми" басқаруға болады.

Тейлордың зерттеу әдісі-қол ең бегі процесін оның құрамдас бөліктеріне бөлу (атқарушы және әкімшілік-шаруашылық жұмыс) және осы компоненттерді кейіннен талдау. Тейлордың мақсаты эксперименттік мәліметтерге және физикалық еңбек процестері мен оны ұйымдастыруға негізделген ғылыми еңбекті ұйымдастыру жүйесін құру болды.

Тейлордың маңызды үлесі әкімшілік жұмыстың белгілі бір мамандық екенін мойындау болды. Ол Тейлор жүйесінің басты міндеті-кәсіпорынның барлық қызметкерлерінің мүдделерін біріктіру деп есептеді.

Классикалық (әкімшілік) менеджмент мектебі

Бұл мектептің негізін қалаушы-Анри Файол, Француз тау кен инженері және тәжірибелі менеджер, менеджмент теориясының негізін қалаушылардың бірі.

Негізінен жекелеген жұмысшылардың еңбегін ұтымды ұйымдастырумен және өндіріс тиімділігін арттырумен айналысатын ғылыми менеджмент мектебінен айырмашылығы, классикалық мектеп өкілдері бүкіл ұйымды басқаруды жетілдіру тәсілдерін әзірлеумен айналысты.

Классикалық мектептің мақсаты басқарудың әмбебап принципінің құру болды. Файоль және басқалары ұйымның басшылығына жатады, сондықтан оларды классикалық менеджмент мектебі деп атайды. Файольдің еңбегі-ол барлық басқару функцияларын, кез-келген қызмет саласына қатысты және өнер кәсіптік кәсіпорындарды басқарумен тікелей байланысты нақты функцияларды атап өтті.

Файольдың еңбегін ары қарай жалғыстарған Линдал Урвик, Л.Гьюлик,М. Вебер, Д. Муни, П. Слоун және Г.Черч секілді ғалымдар.

Файольмен оның ізбасарларының әзірлемелері негізінде 4 негізгі қағидаға негізделген ұйымның классикалық моделі құрылды:

*Нақты функционалды еңбек бөлінісі;

*Командалар мен тапсырыстарды жоғарыдан төменге жіберу;

*Қуат бірлігі (ешкім бірнеше бастықтар мен жұмыс істемейді);

*"Бақылау ауқымын"сақтау (бағыныштылардың шектеулі санын басқару);

Психология және қарым-қатынас мектебі

Ғылыми менеджмент мектебімен классикалық мектептің кемшіліктерінің бірі-ұйым тиімділігінің маңызды құрамдас бөлігі болып табылатын адам факторының рөлі мен мәнін толық түсінбеушілік.Сондықтан классикалық мектептің кемшіліктерін жойған Психология және адами қатынастар мектебі көбінесе неоклассикалық мектеп деп аталады. Психоанализдің өндірістік жұмысқа қолданудың алғашқы әрекеті АҚШ-тағы Гарвард университетінің қызметкері профессор Мюнстерберг қабылдады.

Біздің ғасырдың 20-30 жылдарында адамдар арасындағы қарым-қатынас мектебі пайда болды.Психология және адами қарым-қатынас мектебінің басты ерекшеліктерінің бірі-бихевиоризмді,яғни адамның мінез-құлық теориясын енгізу.Психология және адами қатынастар мектебінің негізін қалаушылардың бірі-Гарвард бизнес мектебінің профессоры Элтон Майо.Психология және адами қарым-қатынас мектебіне іргелес ғалымдардың зерттеулерінде адамдардың ұйымдағы мотивациясы туралы мәселе үлкен орын алады.

Менеджмент ғылыми мектебі (сандық мектеп)

Менеджменттің ғылыми мектебінің қалыптасуы математика, статистика,инженерлік ғылымдар және басқа да байланысты салалардағы білімнің дамуымен байланысты. Бұл мектептің ең танымал өкілдері- Р.Акофф, Л.Берталанфи,С.Бир, А.Гольдбергер,Д.Фосрестер,Р. Люс, Л.Клейн,Н.Джорджеску-Реган.

Менеджменттің ғылыми мектебі 50-ші жылдардың басында құрылды және қазір штаттық режимде жұмыс істейді. Басқару ғылымдары мектебінің 2 негізгі бағыты бар:

1. Жүйелік,процестік және ситуациялық тәсілді қолдана отырып,біз өндірісті"әлеуметтік жүйе"ретінде қарастырамыз.

2.Жүйелік талдау және кибернетикалық тәсілдерді қолдану,соның ішінде математикалық әдістермен компьютерлерді қолдану негізінде басқару мәселелерін зерттеу.

Менеджмент мектебінің еңбегі ұйымға әсер ететін негізгі ішкі және сыртқы айнымалыларды (факторларды)анықтау мүмкіндігі болды.Екінші бағыт жаратылыстану ғылымдары мектебінің, негізінен математика,басқару ғылымдарының дамуымен байланысты. Қазіргі жағдайда көптеген ғалымдар бұл бағытты жаңа мектеп деп атайды.19 ғасыр.Экономикалық зерттеулерде математикалық әдістерді қолдануды француз экономисі бастадыА.Каунот есімімен байланысты(1801-1877) . Осылайша,менеджмент шамамен 7000жыл бұрын пайда болды, бірақ ХІХ ғасырдың аяғынан бастап, әсіресе ХХ ғасырда,әлеуметтік нарықтық экономиканың дамуымен менеджмент тәуелсіз білім салаларына-ғылымға бөлінді.

20 ғасыр басқарушылық идеялардың дамуындағы жаңа кезеңнің қалыптасуымен сипатталады. Алдыңғы кезеңде ұсынылған идеяларды жалпылау негізінде зерттеушілер басқарудың кешенді тәсілінің қажеттілігін түсінді.Сонымен қатар,менеджмент тек ғылым ғана емес, сонымен қатар өнер деген пікір болды.

Батыс менеджменті-бұл ең алдымен өзіндік құндылықтары,нормалары мен заңдары бар ерекше субмәдениет. Екінші жағынан, бұл мақсаттардың, жоспарлардың, ұйымдастырудың, мотивацияның, нақты басқару әрекеттерінің жиынтығына жету үшін қажетті техникалық процедуралармен әдістердің жиынтығы.

Бүгінгі таңда нарықтық экономика тиісті басқару жүйесін қажеттеді, ол жалпы қоғаммен бірге түбегейлі өзгерістерге ұшырауы керек.Нарықтық қатынастарға көшу

жағдайында табыстың маңызды факторы басқару теориясы мен практикасын үнемі жетілдіру болып табылады.

Шетелдік менеджменттің озық және прогрессивті тәжірибесін зерттеу және оны жылжымайтын мүлікті басқару мәселелерін талдауда қолдану үлкен маңызға ие. Сондықтан шетелдік менеджмент теориясы мен практикасының даму тарихын зерттеу өте өзекті.

Нарықтық қатынастарға негізделген экономиканы трансформациялаудың қазіргі жағдайында оның басым бағыттарының бірі-отанды құйымдардың практикалық қызметінде менеджментті қолданудың негізгі теориясы, ал басқарушылық ойдың басты ерекшелігі-басқару жүйесін жетілдірудің жаңа нақты әдістерімен әдістерін іздеу, позицияларды дамыту. нарықтық жағдайларға байланысты және шығармашылық түсінуге негізделген әртүрлі басқару мәселелері озық шетелдік тәжірибе.

Әдебиеттер тізімі

1. Белоусов В.М. История развития концепций менеджмента. – М.: Знание, 2001. <https://moluch.ru/archive/230/53754/>

2. Семенова И.И. История менеджмента: учебное пособие для вузов. – М.: Юнити- Дана, 2000. – 222 с. <https://pptcloud.ru/managers/227199> 3. Менеджменттің даму тарихы және оның қоғамдағы рөлі https://www.yaneuch.ru/cat_68/menedzhmentt-shyu_tarihy/335999.2483000.page1.html.

3. Менеджменттің қалыптасып дамуының тарихы. <https://infourok.ru/menedzhment-prezentaciya-menedzhmenti-aliptasip-damuini-tarihi-1352784.html>

Құзыреттілік негізінде коммерциялық банктің персоналын басқару

Б.С. Тусупбаева¹, А.Әдіхан², Д.Н.Болатбекова³

¹Менеджмент кафедрасының аға оқытушысы

² «Менеджмент» ББ 4 курс студенті

³ «Радиоэлектроника» ББ 2 курс студент

Darinaika167@mail.ru

^{1,2} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

³ Әбілқас Сағынов атындағы Қарағанды техникалық университеті

Түйіндеме: Банктің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін коммерциялық банктің персоналды басқару жүйесінде құзыреттілік тәсілді қолдану мүмкіндіктері қарастырылады.

Кілт сөздер: қызметкердің құзыреттілігі, құзыреттілігі, персонал құзыретінің моделі, банк персоналының негізгі құзыреттері.

Қазіргі жағдайда қызметкерлер ұйымның негізгі ресурсы ретінде қарастырылады. Персоналды шығындар ретінде анықтайтын теория [1-3] ауыстырылды, оны ең алдымен қысқарту керек, адам ресурстарын басқару теориясы келді. Осы теорияға сәйкес персонал ұйымның негізгі ресурстарының бірі болып табылады, оны сауатты басқару, оны дамыту үшін оңтайлы жағдайлар жасау, оған қажетті қаражат салу қажет [4].

Ұйымның персоналды басқару жүйесінің заманауи интеграциясының ең қызықты және нәтижелі теориялық және әдіснамалық негіздерінің бірі-бұл құзыреттілік тәсілі, ол қызметкерлердің құзыреттіліктерін бөлуді, содан кейін оларды құзыреттілік моделіне біріктіруді көздейді. Қызметкердің құзыреті деп қызметкердің мінез-құлқының тиімділігіне ұйымның сұраныстарына қарамастан, оның сипаттамаларын (дағдылары, дағдылары, көзқарастары, бағдарлары, мотивтері және т.б.) түсінуге болады. Бүгінгі таңда "қызметкердің құзыреті" ұғымын анықтаудың екі тәсілін ажыратуға болады:

- американдық тәсіл, оған сәйкес құзыреттер қызметкердің жұмыста жоғары нәтижелерге қол жеткізе алатын мінез-құлқын сипаттау ретінде қарастырылады.

Құзыреттілікті зерттеу қызметкердің мүмкін болатын табысының негізгі факторларын анықтау үшін осы тәсілде қолданылады;

- еуропалық тәсіл құзыреттерді жұмыс міндеттерін немесе күтілетін жұмыс нәтижелерін сипаттау ретінде қарастырады. Бұл тәсілде баса назар ұйымға ауысады және құзыреттілік қызметкердің ұйым стандарттарына сәйкес әрекет ету қабілетін білдіреді.

Бұл екі тәсілді бір монетаның екі жағы ретінде салыстыруға болады: бір жағынан - стандартты анықтауға бағытталған еуропалық тәсіл-жұмысшының мінез - құлқының минимумы, екінші жағынан-ең жоғары тиімділікке жету жолдары мен тәсілдерін анықтайтын американдық тәсіл[5].

Құзыреттер ретінде корпоративтік құзыреттер, басқару құзыреттері және персоналдың кәсіби құзыреттері пайдаланылуы мүмкін [6].

Қызметкерлердің корпоративтік құзыреттері: банктің барлық қызметкерлеріне корпоративтік талаптарды белгілейді және Банктің стратегиялық міндеттеріне сәйкес қызметкерге өзінің лауазымдық міндеттерін табысты орындау үшін қажетті жеке қасиеттері мен қабілеттерін, сондай-ақ кәсіби білімі мен дағдыларын сипаттайды.

Персоналдың басқару құзыреттері: банктің құрылымдық бөлімшесінің табысты басшысы үшін қажетті басқару дағдылары мен дағдыларын сипаттайды.

Қызметкерлердің кәсіби құзыреттілігі: белгілі бір жұмыс орнында қажетті арнайы білім мен дағдыларды анықтайды.

Құзыреттілік моделі компанияда "персоналды басқару" стратегиясын құрудың негізі ретінде пайдаланылады, персоналды басқару функциялары мен компания қызметінің нақты нәтижелері арасындағы қажетті байланысты қамтамасыз етеді (кесте. 1) [4].

Кесте 1

Банк қызметкерінің құзыреттері

Құзыреттері	Талаптар
Жетістікке бағдарлау	Орындалуын өлшейді Нәтижелерді жақсартады Қиын мақсаттар қояды Жаңасын енгізеді
Әсер ету және әсер ету	Тікелей сенімділікті, фактілерді, сандарды қолданады Кәсіби беделге қамқорлық көрсетеді
Аналитикалық ойлау	Кедергілерді болжайды Мәселелерді жүйелі түрде бөліктерге бөледі Логикалық қорытынды жасайды Салдарын көреді
Инициатива	Мәселелерді шешуді талап етеді Ол сұралмай тұрып проблемаларға жүгінеді
Өзіне деген сенімділік	Өз пайымдауларына сенімділік білдіреді Қиындықтар мен тәуелсіздікті іздейді
Тұлғааралық түсінік	Басқалардың қарым-қатынасын, мүдделерін, қажеттіліктерін түсінеді
Тәртіп туралы қамқорлық	Рөлдер мен ақпараттың анықтығына ұмтылады Жұмыс және ақпарат сапасын тексереді Жазбаларды жүргізеді
Ақпаратты іздеу	Көптеген әртүрлі көздермен байланысады
Клиенттерге қызмет көрсетуге бағытталған	Жасырын қажеттіліктерді табады және қанағаттандырады
Қарым-қатынас құру	Өзара түсіністікті оңай орнату Әлеуметтік өзара әрекеттеседі
Өзін-өзі бақылау	Стресске қарсы тұру Арандатушылыққа икемсіздік

Икемділік	Жағдайға сәйкес мінез-құлықты немесе көзқарасты өзгертеді Кез келген жағдайда оңай бейімделеді
-----------	---

Персоналды басқару жүйесінде құзыреттілік моделін қолданудың артықшылықтары. Құзыреттілік моделі қаржы саласындағы прогрестің сәйкес келмеуі және персоналмен жұмыс істеу технологияларының артта қалуы мәселесін шешуге мүмкіндік береді. Оны персоналды басқару жүйесінде қолданудың артықшылықтары келесідей [6].

Персоналды тарту және іріктеу саласында:

- іріктеудің нақты критерийлерінің (құзыреттерінің) болуы және осы критерийлер бойынша дәл бағалау мүмкіндігі (мінез-құлық индикаторларының көмегімен) жауапты тұлғалардың кандидаттарды бағалауының субъективтілігін айтарлықтай төмендетеді;

- барлық кандидаттарды құзыреттердің бірыңғай моделі бойынша бағалау Нақты құзыреттердің айқындылық дәрежесі негізінде кандидаттарды бір-бірімен барабар салыстыруға мүмкіндік береді;

- бос лауазымдарға ішкі және сыртқы кандидаттарды объективті салыстыру мүмкіндігі.

Персоналды бейімдеу саласында:

- жаңа қызметкерді өз лауазымының құзыреттілік моделі бойынша бағалау негізінде негізгі (яғни компанияның барлық қызметкерлері үшін қажетті) құзыреттердің дамуын анықтауға және қажет болған жағдайда қосымша оқыту / тренингтер өткізуге болады.

Әрине, идеалды жағдайда жаңа қызметкер құзыреттілік моделіне бірден толық сәйкес келуі керек, бірақ іс жүзінде мінсіз үміткерді табу мүмкін емес.

Персоналды бағалау және дамыту саласында:

- осы лауазымның құзыреттілік моделі негізінде қызметкердің атқаратын лауазымына сәйкестігін нақты және объективті бағалау мүмкіндігі;

- белгілі бір қызметкердің белгілі бір құзыреттілігінің қажетті және нақты көрінісі арасындағы айырмашылықты талдау негізінде қызметкерлерді қосымша оқытудың тиімді жүйесін құру мүмкіндігі;

- қызметкерлердің мансаптық өсу жоспарларын жоғары лауазымдардың құзыреттілік модельдері бойынша бағалау негізінде құру мүмкіндігі.

Қызметкерлердің еңбегін ынталандыру және ынталандыру саласында:

- компания үшін белгілі бір құзыреттердің маңыздылығын бағалау негізінде өтемақы деңгейлері бойынша лауазымдарды саралау (грейдерлеу) мүмкіндігі.

Мотивация және ынталандыру жүйесінде құзыреттілік моделін қолдану мүмкіндіктері өте үлкен. Қызметкерлердің еңбек мінез-құлқының негізінде жатқан мотивтері қызметкердің құзыреттілігін қалыптастыру және көрсету үшін негіз болып табылады. Қызметкерлердің құзыреттерін бағалау жүйесін ынталандыру жүйесіне енгізе отырып, біз банк үшін неғұрлым айқын, маңызды құзыреттері бар персоналды марапаттаудың барабар тетігін ала аламыз. Сонымен қатар, құзыреттерді бағалау ынталандыру жүйесімен бірге ұйымның мақсаттарын жеке қызметкердің мақсаттарымен тікелей байланыстырады, өйткені қызметкерлердің құзыреттерін лауазымдық құзыреттер жиынтығымен салыстыру мүмкіндік береді:

А) әр қызметкерді түсіну:

- қандай құзыреттерге және олардың даму деңгейіне ие болу керек;

- ол бүгін қандай жалақы мөлшеріне сене алады;

- өз қызметінде жақсы жетістіктерге жету үшін қандай құзыреттерді дамыту керек және сәйкесінше еңбекақының үлкен мөлшері.

Б) ұйымға құрал беріңіз:

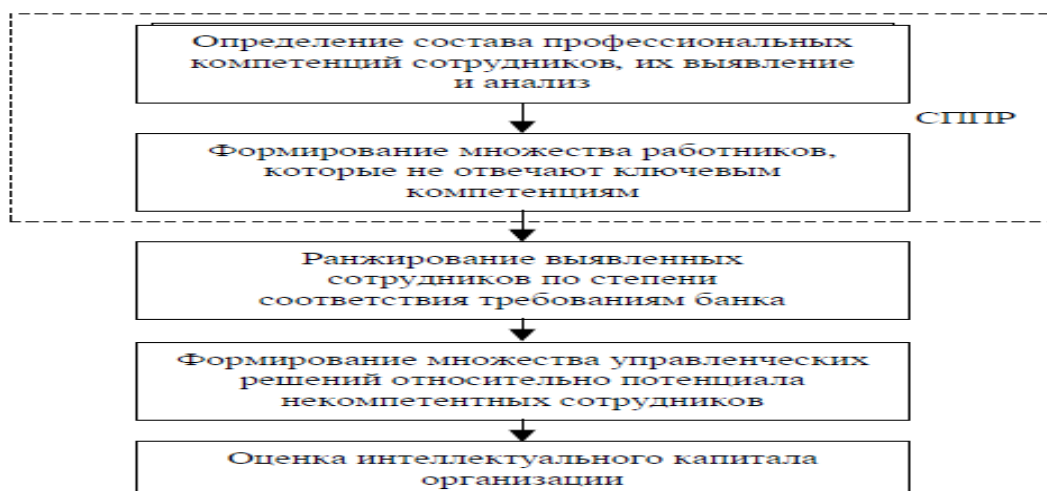
- банктің бизнес-міндеттерін шешу үшін маңызды қызметкерлердің негізгі дағдылары мен құзыреттерінің ағымдағы және әлеуетті деңгейін бағалау;

- қызметкерлер мен басшылардың өзара түсіністігін күшейту және мінез-құлық пен жұмыс стандарттарын қалыптастыру.

Осылайша, құзыреттілік модельдері персоналды басқару жүйесінің "қаңқасы" ретінде әрекет ете алады, оған нақты функционалды бағыттардың "бұлшықеттері" құрылады. Яғни,

ұйым құзыреттілік моделі бойынша адамды мерзімді бағалау негізінде оның қандай позицияға жалдауға болатындығын, оның жұмысы қалай марапатталуы керектігін (әзірленген ынталандыру жүйесі кезінде), қызметкердің жұмысының тиімділігін қалай бағалау керектігін, оған қандай қосымша оқыту қажет екенін және т. б. ынталандыру жүйесінде құзыреттілік моделін қолдану қызметкер мен банктің мақсаттарын біріктіруге мүмкіндік береді - қызметкерлердің құзыреттерін үнемі дамыту объективі арқылы.

Демек, персоналды тиімді басқару тұжырымдамасы Банктің бәсекеге қабілеттілігін арттыру факторы ретінде қызметкерлердің кәсіби құзыреттіліктерін зерттеуге және дамытуға негізделуі керек, мысалы, шешімдерді қолдау жүйесі (SPPR), "FINROSTBANK" ЖШС банкте енгізілген "ФРБ-Персонал" (сурет 1).



Сурет1. Персоналды басқару тұжырымдамасы

Ұйымның персоналды басқару жүйесіне құзыреттілік моделін енгізу, ең алдымен, ұйымның мақсаттарына жету үшін қажетті құзыреттерді дәл анықтауды қамтиды. Әр түрлі ұйымдарда құзыреттілік модельдері әр түрлі, бірақ олардың арасында жалпы және олардың белгілі бір салаға жарамдылығын анықтауға болады. Сонымен қатар, егер банк саласы туралы айтатын болсақ, қазірдің өзінде бірнеше банктер енгізілгенін атап өтуге болады.

Қызметкерлермен жұмыс тәжірибесінде құзыреттерді пайдалану. Ресей Федерациясының ірі банктерінің мысалында несиелік ұйымдарда қолданылатын құзыреттілік модельдерін қарастырыңыз. Айталық, персоналдың құзыреттілігін бағалау жүйелері ірі ресейлік банктер арасында, атап айтқанда "Сбербанк" ААҚ және "Банк ВТБ" ААҚ-да енгізілген. Сбербанкте "PricewaterhouseCoopers" компаниясы әзірлеген модель енгізілді. Қызметкерлердің негізгі корпоративтік құзыреттерінің ішінде мыналар бөлінді: клиентке бағдарлану, топтық жұмыс, инновация, өзін-өзі дамыту, нәтижеге бағдарлау.

ВТБ Банкінде қолданылатын құзыреттілік моделі оны екі деңгейге бөлуді көздейді: "қызметкер" деңгейі (оған мыналар кіреді: нәтижеге бағдарлау, кәсібилік, тиімді коммуникация, клиентке бағдарлану) және "Көшбасшы" деңгейі Бизнесінің стратегиялық көзқарасын, команданы басқаруды, орындауды басқаруды, билікке ұмтылуды көздейді. Клиенттік сатумен айналысатын персонал санаттары үшін сату дағдылары сияқты қосымша кәсіби құзыреттілік ерекшеленеді - сату технологиясының дағдыларын көрсетеді. ВТБ Банкіндегі барлық құзыреттер келесі мәндер бойынша 5 балдық шкала бойынша бағаланады [4]:

- * "талаптарға сәйкес келмейді" - 1;
- * "кейбір талаптарға сәйкес келеді" - 2;
- * "талаптарға толық сәйкес келеді" - 3;
- * "кейбір талаптардан асып түседі" - 4;
- * "талаптардан әлдеқайда жоғары" - 5.

Әрине, оң нәтижеге жету үшін көп жұмыс қажет. Сонымен қатар, жұмыс әр түрлі, өйткені әр қызметкер жеке және ерекше қасиеттерге ие және біреу үшін жаңа білімге көбірек көңіл бөлінеді, ал біреу үшін командада өзара әрекеттесу оңайырақ. Бұл міндетті түрде ескереді персоналды дамытудың сапалы жүйесі банк саласында қолданылуы керек құзыреттілік тәсілге негізделген [7].

Тұтастай алғанда, құзыреттілік моделі оның қызметкерлерінің кәсіби әлеуетін барынша толық және тиімді пайдалану мақсатында банк персоналын басқарудың бүкіл жүйесін тиімді құру үшін сенімді негіз болып табылады деген қорытынды жасауға болады. Ол әр банктің ғана емес, әр ұйымның персоналды басқару жүйесінде қолданылуы керек.

Әдебиеттер тізімі

1. Глазов М.М. Управление персоналом: анализ и диагностика: Учебник / М.М. Глазов. – Спб.: ООО «Андреевский издательский дом», 2007. – 351 с.
2. Коул Дж. Управление персоналом в современных организациях / Дж. Коул. – М.: ООО «Вершина», 2004. – 352 с.
3. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учебник для вузов / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремина. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 560 с.
4. Останкова Л.А., Шевченко Н.Ю., Кузьмина Е.Ю. Поддержка принятия решений в сфере управления персоналом банка // Экономика промышленности. 2010. №1 (49). – [Электронный ресурс]-Режим доступа: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/podderzhka-prinyatiya-resheniy-v-sfere-upravleniya-personalom-banka> (дата обращения: 10.04.2017).
5. Долженко Р.А. Формирование системы материального неденежного стимулирования персонала коммерческого банка // Известия АлтГУ. 2011. №2-1. [Электронный ресурс]-Режим доступа: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-sistemy-materialnogo-nedenezhnogo-stimulirovaniya-personala-kommercheskogo-banka> (дата обращения: 13.04.2017).
6. White R. W. Motivation Reconsidered: The Concept of Competence// Psychological Review. — 1959. — № 66.
7. Барыло И.В. Особенности применения целевого подхода к развитию персонала в банковской сфере // Синергия. 2016. №4. [Электронный ресурс]-Режим доступа: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-primeneniya-tselevogo-podhoda-k-razvitiyu-personala-v-bankovskoy-sfere> (дата обращения: 13.04.2017).

Мотивация персонала предприятия в условиях цифровой трансформации

Ж.Г. Шугаипова¹, В. С. Васильченко²

¹доктор PhD, ассоциированный профессор кафедры «Менеджмент»

²студентка 4-го курса по специальности «Менеджмент»

Zhanna.Shugaipova@mail.ru, vasilchenko.veronika@rambler.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В цифровой экономике информация и знания становятся ключевыми факторами производства, а люди — основными носителями этой информации. Цифровая трансформация означает не только внедрение цифровых технологий в работу организации, но и переосмысление и переориентацию ее деятельности для быстрой адаптации к новым вызовам и условиям.

В таких условиях важную роль играет мотивация персонала. Ведь для успешной адаптации и инноваций необходимо, чтобы сотрудники были мотивированы и готовы внести свои знания и идеи в работу организации.

В статье рассматривается понятие мотивации, определяется ее роль на современных предприятиях в условиях цифровой трансформации.

Ключевые слова: мотивация, цифровая трансформация, персонал, интернет-технологии.

Цифровая трансформация привела к появлению нового поколения людей, которые прекрасно осваиваются в виртуальном мире и успешно выполняют свои задачи с использованием информационно-телекоммуникационных и интернет-технологий. При этом мотивация персонала играет особую роль в условиях цифровой трансформации. Такие сотрудники имеют широкий круг потребностей и запросов в работе.

Итак, мотивация персонала – один из важнейших элементов управления, механизм, с помощью которого руководитель воздействует на работников с целью получения максимальной производительности сотрудников и, вследствие, достижения целей организации. Однако, на современном этапе развития человечества имеет большое значение имеет тот факт, что работа должна приносить не только результат труда, но и удовольствие работнику. Для этого и существуют инструменты мотивации персонала. В данном контексте достигнуть высокой эффективности в труде можно только поощрением и признанием заслуг работника.

В настоящее время существует множество теорий, благодаря которым можно прогнозировать и интерпретировать поведение сотрудников в тех или иных ситуациях. Среди них наиболее известными являются теория потребностей Маслоу, двухфакторная теория Герцберга, теория повышения результативности труда МакКлелланда и теория ожиданий Виктора Врума.

Последние времена принесли с собой значительные изменения в нашу жизнь. Все больше людей переходят на дистанционное обучение и работу, все больше людей начинают осознавать преимущества онлайн-покупок и увеличивается потребление видео- и аудиослуг. Также необходимо отметить, что сейчас широко распространено и признано дистанционное оказание государственных услуг. Это означает, что граждане имеют возможность получать необходимые государственные услуги, не выходя из дома.

Цифровая трансформация приносит бизнесу множество преимуществ. Приспособляемость и ускорение бизнес-процессов позволяют компаниям адаптироваться к меняющимся потребностям рынка и быстро реагировать на новые возможности, что может привести к увеличению прибыли и повышению конкурентоспособности. Снижение производственных затрат также является важным преимуществом цифровой трансформации, поскольку внедрение автоматизации и использование современных технологий позволяют оптимизировать процессы, исключить лишние затраты и повысить эффективность работы предприятия. Кроме того, еще одним немаловажным преимуществом цифровой трансформации является возможность использовать новые технологии. Это связано с тем, что благодаря разработке и использованию искусственного интеллекта, анализа данных и многих других современных решений компании могут получать новые знания, оптимизировать свою деятельность и создавать уникальные предложения для своих клиентов.

Цифровая трансформация организаций требует не только технической подготовки, но и развития цифровых компетенций у персонала. Создание гибкой системы коммуникаций, учитывающей интересы и потребности современных сотрудников, является важным фактором достижения целей.

Анализируя систему мотивации персонала, можно выделить несколько принципов, на которых она строится. Первый принцип – персонализированный подход, который подразумевает то, что каждый член команды имеет уникальные потребности и интересы, поэтому важно учитывать их индивидуальность. Второй принцип – прозрачность, ведь обеспечение ясности в коммуникациях и процессах позволяет сотрудникам понять, как их вклад вписывается в общую картину и достижение целей организации. Третий принцип – открытость, так как очень важно создать атмосферу, где сотрудники могут свободно выражать свои идеи и мнения, участвуя в развитии предприятия. Четвертый принцип -

доверительные отношения между руководством и сотрудниками, что способствует более эффективному обмену информацией и сотрудничеству. Непрерывная обратная связь – пятый и один из ключевых принципов, который помогает сотрудникам получать регулярные оценки и эффективные отзывы о своей работе, что позволяет им лучше понять свои сильные стороны и определить области для совершенствования. Шестой принцип – командная работа, который также является важным принципом мотивации сотрудников в процессе цифровой трансформации. Это помогает сотрудникам сплотиться, учиться друг у друга, поскольку у каждого имеется свой опыт и определенные уникальные навыки, а также данный принцип способствует развитию креативности, ведь когда разные идеи объединяются в команде, возникают новые и неожиданные решения. Все вышеперечисленные принципы помогают создать динамичную систему, которая мотивирует сотрудников развивать цифровые навыки и адаптироваться к потребностям современного трудового мира.

Все существующие механизмы трудовой мотивации на данный момент претерпевают изменения, которым способствуют современные ИТ-ресурсы. Автоматизация и использование новейших систем оценки результатов деятельности и постановки целей позволяют более эффективно управлять процессом и обеспечивать обратную связь в режиме реального времени. Для этих целей, например, используются мобильные приложения, которые играют важную роль в упрощении процедуры согласования и уменьшении времени, затрачиваемого на этот процесс. Они позволяют быстро и удобно согласовывать документы и получать информацию о работе сотрудников в любое время и из любого места.

В связи с этим можно выделить несколько преимуществ применения цифровизации при мотивации сотрудников:

— вовлечение сотрудников. Цифровые инструменты помогают вовлечь сотрудников в процесс разработки целей компании, позволяя им активно участвовать в создании и формировании стратегии, что ведет к укреплению чувства принадлежности к производственному процессу, соответственно это будет являться непосредственной мотивацией;

— повышение самооценки и отдачи. Цифровизация может помочь сотрудникам отслеживать свой личный прогресс и достижения. Использование цифровых платформ для установки и отслеживания целей позволяет им видеть свои успехи и развиваться, что повышает их самооценку и мотивацию для достижения лучших результатов;

— эффективная генерация идей. Цифровые инструменты обеспечивают удобные платформы для обмена идеями и сотрудничества между сотрудниками. Они могут легко общаться, делиться знаниями и строить новые концепции, что помогает более эффективной генерации идей и инноваций;

— скорость. Цифровые технологии позволяют сократить время выполнения задач и улучшить процессы коммуникации;

— структурированность и непрерывность коммуникации. Благодаря чатам, видеоконференциям и электронным платформам, сотрудники могут легко общаться, с помощью чего формируется структурированная коммуникация и поддерживается непрерывный поток информации.

На сегодняшний день цифровизация имеет место во всех сферах человеческой жизни, что говорит о развитии цифровых навыков, создании цифровой культуры и т.д. В связи с этим повышение мотивации персонала действительно становится ключевой задачей. Для этого необходимо создать гибкую систему коммуникаций, которая будет основываться на индивидуальном и творческом подходе к каждому сотруднику. Крайне важно раскрыть личностный потенциал работника, его креативное мышление и способность работать в команде. Данных целей можно достичь при помощи поощрения самовыражения и предоставления возможности для реализации идей. Кроме того, очень важно поддерживать постоянный профессиональный и личностный рост сотрудников, посредством предоставления им доступа к образовательным программам и тренингам.

Мотивация сотрудников действительно играет важную роль в управлении и повышении производительности. Существует множество методов, которые руководители могут использовать для стимулирования своих команд к работе с повышенной самоотдачей. Некоторые из них включают поощрение достижений, создание вдохновляющей рабочей среды, предоставление возможностей для профессионального развития и роста, а также установление ясных целей и ожиданий.

Кроме того, мотивация сотрудников может быть индивидуальной и коллективной. Важно понимать, что каждый человек уникален и может быть мотивирован различными факторами. Некоторым людям важно чувствовать признание и получать похвалу за свои достижения, в то время как другие могут быть более мотивированы конкретными вознаграждениями или возможностью развиваться в своей карьере.

Список литературы

1. Амелин С.В., Щетинина И.В. Организация производства в условиях цифровой экономики / С.В. Амелин, И.В. Щетинина // Организатор производства. – 2018. – С. 718.
2. Аубакирова Г. Цифровая трансформация экономики Казахстана // Проблемы теории и практики управления. 2019. – С. 26.
3. Бакирова Г. Х. Психология развития и мотивации персонала // Юнити-Дана – Москва. – 2013. – С. 440.
4. Зарубина Е. В. Мотивация человеческих ресурсов: понятие, сущность, структура // Аграрное образование и наука. – 2017. – 34 с.
5. Современные тенденции процесса цифровизации в Казахстане. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/kostanai-sarykol-audany-akimat/press/article/details/104699?lang=ru>
6. К. Муратова, Е. Нургалиев. Рынок труда Казахстана: на пути к цифровой реальности. URL: <https://ztgzt.kz/rynok-truda-kazahstana-na-puti-k-czifrovoj-realnosti/>

Қазақстан Республикасы денсаулық сақтау саласындағы қызмет көрсету сапасының жағдайы

Ж.Г. Шугаипова,¹ А.Е. Максимова²

¹Менеджмент кафедрасының PhD, асс.профессоры

²Менеджмент мамандығы бойынша 4 курс студенті
zhanna.shugaipova@mail.ru, amina_maksimova_03@mail.ru

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Мақалада Қазақстан Республикасы денсаулық сақтау саласындағы қызмет көрсету сапасының жағдайы қарастырылған. Сапалы медициналық көмектің негізгі сипаттамалары, оларға түсініктемелері жекелей талданған. Медициналық сақтандыру, сапалы медициналық көмекке анықтамалар берілген. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының анықтамасы бойынша, медициналық көмектің сапасы – бұл жеке адамдар мен халықтарға көрсетілетін медициналық қызметтердің денсаулық сақтаудың қалаған нәтижелеріне жету ықтималдығын арттыратын және дәлелді білімге сәйкес келетін дәрежесі талданған.

Кілт сөздер: медицина, денсаулық сақтау, сақтандыру, медициналық көмек, сапа, медициналық қызмет, қызмет көрсету сапасы.

Кез келген мемлекетте денсаулық сақтау жүйесінің негізгі міндеті – еліміздің әр тұрғынына дені сау, ұзақ та нәтижелі өмір сүруге кепілді мүмкіндік беру. Яғни, бірінші кезекте сапалы медициналық көмек көрсету мәселесі тұруы тиіс.

Кейінгі жылдары халыққа сапалы әрі қолжетімді медициналық көмек көрсетіліп, денсаулық сақтау саласы біршама жүйеленгенін білеміз. Міндетті «әлеуметтік медициналық

сақтандыру» енгізілгелі сала мамандарының жауапкершілігі артқаны байқалады. Өйткені сақтандыру қорына ай сайын жарнасын аударып отырған азаматтардың медициналық көмектің сапасына қатысты талап қоюы қалыпты жағдайға айналып келеді.

Міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру жүйесінің тиімді тұсы медициналық көмектің сапалы әрі қолжетімді болуында еді. Әрине, бұрын ақылы болған МРТ, КТ сынды басқа да диагностикалық зерттеулер ендігі сақтандыру пакетінде қамтылған соң, оң өзгеріске көпшілік риза болысты. Соған қарамастан емханада кезегін күтіп, сапалы медициналық көмекке қолы жетпей отырған ел-жұрттың уәжін ара-тұра еститіміз бар. Саладағы қайшылықтарды басы ауырып, балтыры сыздаған соң дәрігерге жүгінуді ойлаған жұрт айтуындай айтып-ақ жатыр. Әрине, еліміздің барлық өңіріндегі аурухананы бақылау оңай шаруа емес. Бірақ кейбір жайттарды емхана басшылары қаперге алып, қызмет көрсету сапасын реттеуге, жүйелеуге басымдық беруге болатын шығар. Бұл – біздің емес, өңірлерде қолжетімді медициналық көмектің шарапатын көрмей отырған тұрғындар көкейіндегі ой.

Медициналық қызметкерлерге қанағаттану дәрежесі мен науқастың білім деңгейі мен денсаулық жағдайының арасында байланыс жатыр. Медициналық қызметкерлермен жақсы қарым-қатынаста болу, науқастың медициналық көмекпен қанағаттануына зор ықпалын тигізетіні рас. Қанағаттану деңгейін бағалау мақсатында түрлі әдістер қолданылады. Науқастарға анкета жүргізу арқылы медициналық көмектің жеткіліктілігін, медициналық қызметкерлерінің сыпайылығын, білімін бағалауға, науқастың мекемеге деген қанағаттылығының деңгейін растауға көмектеседі.

Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 18 қыркүйектегі «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» №193-IV Кодексінде: «Медициналық көмектің сапасы – көрсетілген көмектің уәкілетті орган бекіткен және медициналық ғылым мен технологияның қазіргі заманғы даму деңгейі негізінде белгіленген стандарттарға сәйкестік деңгейі» - деген анықтама берілген.

Сапалы медициналық көмек – бұл білікті медициналық қызметкерлер көрсететін, нормативтік-құқықтық актілерге, медициналық көмек көрсету стандарттарына (ауруларға хаттама толтыру), келісім шарттарына немесе әдетте ұсынылатын талаптарға сәйкес келетін уақтылы медициналық көмек.

Жыл сайын Қазақстан Республикасында халықтың денсаулығын сақтау үшін денсаулық сақтау саласының қажеттілігіне жұмсалатын мемлекет шығыны артып келеді. Бірақ, бұл шығындарды дамыған мемлекеттердегі шығын мөлшерімен салыстыруға келмейді. Мәселен, Еуроодақ елдерінде қоғамға ашық түрде сапалы медициналық көмекке баға беру жүйесі жолға қойылған. Жыл сайын медициналық мекемелердің ұпай бойынша рейтингі құрылады және ол қызметін тұтынатындар үшін денсаулық сақтаудың ұлттық жүйесінің ашықтық дәрежесі туралы баға беруге мүмкіндік береді. Мұнымен бірге, емдеу сапасы емделушінің мүддесіне – ауыр сырқаттан кейінгі сауығуына сәйкес бағаланады. Сонымен қатар, сапа белгісіне нәресте өлімі, ана өлімі, аурухана ішіндегі жұқпалы індеттер саны, т.б. жатады. Бұдан басқа, Еуроодақ елдерінде «Медициналық қызметті тұтынушылардың ынталы тобы» қоғамдық ұйымы бар, ол емделушілер көзқарасы бойынша денсаулық сақтау жүйесінің жұмысын бағалайды.

Сапалы медициналық көмектің негізгі сипаттамасы:

1, Медициналық көмектің нәтижелігі – емделуші дәлелді медицина принциптеріне негізделген емді қабылдауы тиіс. Яғни, көрсетілген медициналық көмек белгілі бір шарттарға арналған оптималдық нәтижеге сәйкес келуі қажет.

2. Емдеу процесінің қауіпсіздігі – оған зиян келтіру емес, көмектесуге арналған емдеу барысында оған залал келтірілмеуі тиіс. Медициналық көмек көрсету барысында белгіленген ережелер мен стандарттарға сәйкес әдістер, медикаменттер, медициналық жабдықтар қолданылуы міндетті.

3. Емделушіге бағытталу – емделушінің спецификалық қажеттіліктерін ескеру қажет және емделушіні емге икемдемей, емделушіге арнап ем тағайындаған жөн. Мұнымен бірге, емделушілер тек сапалы медициналық көмекке ғана емес, медициналық қызметкерлердің

мұқият болуына, кішіпейілділік танытуына да құқылы, оның ішіне емделушілердің басқа да құқықтары сақталына отырып, медициналық тұрғыдан араласуға келісім бергені туралы ақпарат кіреді.

4. Медициналық көмектің уақтылығы – қажеттілігіне қарай медициналық көмек көрсету, яғни медициналық көрсеткіштер бойынша жылдам және кезек күтусіз.

5. Сауығып кетуін қиындататын немесе емделушінің сырқатының асқынып кету қаупін арттыратын, сонымен қатар, жаңа ауру туындау қаупін жоғарылататын дәрігерлік қателіктің болмауы (аз болуы) тиіс. Бұл дәрігердің дайындалу деңгейіне, заманауи диагностикалық және емдеу технологияларын пайдалануға, сонымен қатар, нақты жұмыс орында біліктілік белгілерін орнатуға байланысты.

6. Жеткіліктілік – медициналық көмек көрсетудің сапасы денсаулық сақтау қорларының жеткіліксіздігінен ғана емес, оны артығымен пайдаланғандықтан да төмендеуі мүмкін, бұл емдеу бағасының қымбаттауына және денсаулық сақтау шығынының артуына әкеп соқтырады.

7. Медициналық көмектің қол жетімділігі (тең құқықтық) – ұсынылған медициналық көмектің сапасына қарай емделушінің жынысы, жасы, ұлты, тұрғылықты жері, әлеуметтік-экономикалық статусы, діни сеніміне байланысты айырмашылығы болмауы тиіс. Денсаулық сақтау жүйесі белгілі бір топқа ғана емес, барлық адамға бірдей көмек көрсетуге арналған. Медициналық көмекке қол жеткізу құқығын айтарлықтай деңгейде жүзеге асыратын механизм оның стандарттығы болып табылады. Медициналық стандарттар (ауруларға хаттама толтыру) әртүрлі емдеуалдын алу ұйымдарында көмек көрсету ерекшеліктері мен қаражаттың шектелуін түсіне отырып құрылады, сондықтан оған қажетті көмектің төменгі деңгейі кіреді (кесте 1).

Кесте 1

Сапалы медициналық көмектің негізгі сипаттамалары мен оған жетудің шарттары

Сапалы медициналық көмектің негізгі сипаттамасы	Медициналық көмектің нәтижелігі
	Емдеу процесінің қауіпсіздігі
	Емдеу процесінің қауіпсіздігі
	Емделушіге бағытталу
	Медициналық көмектің уақтылығы
	Дәрігерлік қателіктің болмауы
	Жеткіліктілік
Медициналық көмектің жоғары сапалылығына жету үшін мынадай шарттарды орындау міндетті	Медициналық көмектің қолжетімділігі
	Жоғары білікті кадрлар
	Жоғары технологиялық ем мен диагностика түрлерін қолдану
	Басқарушылық есеп негізінде емдеу-диагностикалық үрдісті ақпаратпен қамтамасыз ету
	Қолма-қол автоматтандырылған ақпаратты-техникалық кешеннің болуы (аймақтық ақпаратты-сараптау орталығы);
	Емделіп шыққандар үшін өркениетті (нақтылы) тарифтердің болуы

Медициналық сақтандыру – медициналық көмек сапасы мен қолжетімділігінің кепілі – сарапшысы.

Медициналық сақтандыру – қорланған қаражат есебінен азаматтардың тегін медициналық көмек алуына кепілдік беруді көздейтін халық денсаулығын қорғау жүйесі. Ол, медициналық жәрдемнің сапасын бақылауды қарастырады, оның мақсаты – міндетті медициналық сақтандырудың базалық бағдарламасымен және медициналық жәрдемнің

қолданыстағы стандарттарымен кепілденілген көлемде, сапада және шарттарда медициналық жәрдем алуға азаматтардың (сақтандырылған) құқықтарын қамтамасыз ету.

Әріптестер арасындағы жақсы қарым-қатынас олардың жұмыс жасайтын ұжымының жақсы белестерге, соның ішінде тікелей науқас қанағатына зор ықпалын тигізеді. Кейбір кәсіби ұжымдар өзінің қиндықтарын қызметпен байланыстырса, дәрігерлер өз қиындықтарын науқастарға жүктейтіні көрініс тауып жатады. Нәтижесі науқастың тағайындаған диагностикалық зерттеулерге сенімсіздікпен қарап, ем үрдісіне уайымдай бастауымен сипатталады. Ал бұл болса, науқас тарапынан емге деген немқұрайлы көзқарастың орнауының не болмаса, дәрігерге деген сенімсіздік туындауының алғы да басты себептері екені анық. Сондықтан да дәрігерге қойылатын талаптардың бірі ретінде науқастармен қатынасу ерекшеліктерін ескере білуі қарастырылады. Оның егде адамдармен, бүлдіршіндермен, әңгіме ұштасуы орын алады. Бұндай жағдайда, дәрігер кәсіптік этиканы сақтай отырып, өз білімділігін көрсетіп, орнаған жайды қалыпқа келтіру мақсатында оған дерттің болжамы жайлы, терапияның маңыздылығы жайында толықтай ақпараттандыру арқылы, жанашырлығын білдіріп, науқастың сенімін оятуы қажет.

2022 жылдың бірінші жартыжылдығында Қазақстан денсаулық сақтау саласы бойынша Numbeo рейтингінде 96 елдің ішінде 58-ші орынға ие болды. Қазақстанның денсаулық сақтау индексі 59,89 болды. Ескерту: индекс неғұрлым жоғары болса, денсаулық сақтау сапасы соғұрлым жоғары болады. Бұл деректерді firpmom.kz 2022 жылғы 3 тамызда келтіреді.

Өкінішке орай, қазір медициналық қызметтердің ойдан шығарылған қолжетімділігіне қарамастан, әлемдік медицина жетістіктерінен жүйелі түрде артта қалуымыз анық.

Қазақстан Республикасы денсаулық сақтау жүйесінің барлық бар проблемалары, атап айтқанда ескірген материалдық-техникалық базасы, білікті кадрлардың жетіспеушілігі, медициналық қызмет көрсету сапасының төмендігі, ең бастысы – сапаны жақсартуға мотивацияның төмендігі, медицина қызметкерлерінің төмен жалақысы және т.б. бір экономикалық тенденцияның нәтижесі – Қазақстан Республикасының денсаулық сақтау жүйесі ұлттық экономикаға интеграцияланбаған, субсидиялануда, ал нарықтық экономикасы бар елдерде денсаулық сақтау мекемелері субсидияланбайды, бірақ табысты.

Соңғы онжылдықтарда сапаның көптеген элементтері тұжырымдалған. Сапалы медициналық қызметтер келесідей болуы керек екендігі туралы нақты консенсус бар:

- мұқтаж адамдарға дәлелді медициналық қызмет көрсету арқылы тиімді;
- медициналық көмек тағайындалған адамдарға зиян келтірместен қауіпсіз түрде;
- адамдардың қажеттіліктері төңірегінде ұйымдастырылған медициналық қызметтер арқылы жеке қалауларға, қажеттіліктерге және құндылықтарға сәйкес медициналық көмек көрсету арқылы адамдарға бағытталған;
- медициналық көмек алатындарға да, оны көрсететіндерге де зиян келтіретін күту уақытын және кейде кідірістерді қысқарту арқылы уақтылы;
- жасына, жынысына, жынысына, нәсіліне, этникалық тегіне, географиялық орналасуына, дініне, әлеуметтік-экономикалық жағдайына, тілдік немесе саяси қатыстылығына қарамастан бірдей сапалы күтімді қамтамасыз ету арқылы әділетті;
- барлық деңгейлер мен провайдерлер арасында үйлестірілген және өмір бойы медициналық қызметтердің толық спектріне қол жеткізуді қамтамасыз ететін көмек көрсету арқылы біріктірілген; және қолда бар ресурстардың пайдасын барынша арттыру және уақыт пен ақшаны ысырап етпеу арқылы тиімді.

Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының мәліметі бойынша, табысы төмен және орташа елдерде (LMIC) жыл сайынғы 5,7-ден 8,4 миллионға дейінгі өлім-жітім осы елдердегі жалпы өлім-жітімнің 15%-ын құрайтын сапасыз медициналық көмекке байланысты. LMIC елдеріндегі денсаулық сақтау жағдайларынан болатын өлім-жітімнің 60 пайызы медициналық көмектің сапасыздығынан, ал қалған өлім-жітім денсаулық сақтау жүйесін толық пайдаланбаудан болады.

Өкінішке орай, халықтың медициналық қызмет көрсету сапасына қанағаттанушылық деңгейі 2020 жылы 53,3%-ға дейін төмендеді (болжамдық мән 2022 жылы 69,6%) және

«Әрбір азаматқа сапалы және қолжетімді денсаулық сақтау – «Салауатты ұлт» ұлттық жобасының мақсаттарының бірі. 2025 жылы оны 80%-ға дейін арттыру.

Қазақстан Республикасының «Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы» кодексінде медициналық қызметтердің сапасына сараптама жүргізуге ерекше көңіл бөлінген, ол сыртқы және ішкі болып бөлінеді. Сараптама медициналық қызметтер сапасының деңгейін, оларды көрсетудің толықтығы мен негізділігін, стандарттар мен клиникалық хаттамаларға сәйкестігін, олардың тиімділігі мен уақтылығын, медициналық араласудан кейінгі асқынулардың болмауын немесе дамуын бағалауға мүмкіндік береді. Әрбір критерийдің өзіндік көрсеткіштері бар.

Медициналық қызметтердің сапасын арттыру саласындағы тағы бір құрал – көрсетілетін медициналық қызметтердің денсаулық сақтау саласындағы белгіленген талаптар мен стандарттарға сәйкестігін тану мақсатында медициналық ұйымдарды аккредиттеу. Медициналық ұйымдарды аккредиттеу екі кезеңнен тұрады: өзін-өзі бағалау және сыртқы кешенді бағалау, оны арнайы сараптама комиссиясы жүргізеді. Аккредиттеу туралы шешім қабылдау кезінде медициналық ұйымдарға келесі санаттар бөлінеді:

екінші санат – егер 1-разряд стандарттарына сәйкестік кемінде 60% болса, 2-разряд стандарттарына кемінде 60%, 3-разряд стандарттарына кемінде 60%;

бірінші санат - егер 1-разряд стандарттарына сәйкестік кемінде 70% болса, 2-разряд стандарттары - кемінде 65%, 3-разряд стандарттары - кемінде 60%;

жоғары санат – 1-разрядтың эталоны 90%-дан кем емес болса, 2-разрядтың эталондары 80%-дан кем емес, 3-разрядтың эталондары 70%-дан кем емес.

Сапалы медициналық көмек – бұл білікті медициналық қызметкерлер көрсететін, нормативтік-құқықтық актілерге, медициналық көмек көрсету стандарттарына (ауруларға хаттама толтыру), келісім шарттарына немесе әдетте ұсынылатын талаптарға сәйкес келетін уақтылы медициналық көмек.

Жыл сайын Қазақстан Республикасында халықтың денсаулығын сақтау үшін денсаулық сақтау саласының қажеттілігіне жұмсалатын мемлекет шығыны артып келеді. Бірақ, бұл шығындарды дамыған мемлекеттердегі шығын мөлшерімен салыстыруға келмейді. Мәселен, Еуроодақ елдерінде қоғамға ашық түрде сапалы медициналық көмекке баға беру жүйесі жолға қойылған. Жыл сайын медициналық мекемелердің ұпай бойынша рейтингі құрылады және ол қызметін тұтынатындар үшін денсаулық сақтаудың ұлттық жүйесінің ашықтық дәрежесі туралы баға беруге мүмкіндік береді. Мұнымен бірге, емдеу сапасы емделушінің мүддесіне – ауыр сырқаттан кейінгі сауығуына сәйкес бағаланады. Сонымен қатар, сапа белгісіне нәресте өлімі, ана өлімі, аурухана ішіндегі жұқпалы індеттер саны, т.б. жатады. Бұдан басқа, Еуроодақ елдерінде «Медициналық қызметті тұтынушылардың ынталы тобы» қоғамдық ұйымы бар, ол емделушілер көзқарасы бойынша денсаулық сақтау жүйесінің жұмысын бағалайды.

Әдебиеттер тізімі

1. Денсаулық сақтау жүйесі туралы 2003 жылғы 4 маусымдағы N 430-II Қазақстан Республикасының Заңы
2. Купреев Е. «Дәрігер парызы» 1998ж.
3. Сәуле Елеусізова «Қарым-қатынас психологиясы» Алматы 1995ж.
4. Г.А.Оразбекова, А.Н.Сексенали «Дәрігердің коммуникативтік дағдылары», Алматы-2009
5. <http://ru.wikipedia.org>
6. www.prav.ru
7. Разалия Ілешева «Медициналық психология» Алматы «Санат» 1994

Роль налоговых поступлений в структуре доходов федерального бюджета

А. Р. Цирихова¹, Ф. С. Агузарова²

¹студент 3 курса, факультет экономики и управления,

²кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и налогообложения

agunda061003@yandex.ru, aguzarus@yandex.ru

^{1,2}Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л.Хетагурова, г.Владикавказ

Аннотация: В статье рассматриваются федеральные налоги и сборы. Подчеркивается, что главным источником доходов федерального бюджета выступают налоговые поступления. Проводится анализ удельного веса налоговых поступлений в структуре доходов федерального бюджета за 2019-2021 гг. На основе проведенного исследования выявлено то, что в целом все виды доходов федерального бюджета имеют тенденцию к росту.

Ключевые слова: федеральный бюджет, доходы федерального бюджета, федеральные налоги и сборы.

К доходам федерального бюджета следует относить:

- налоговые доходы;
- неналоговые доходы;
- безвозмездные поступления.

Согласно НК РФ к федеральным налогам и сборам относятся:

1. налог на добавленную стоимость;
2. акцизы;
3. налог на доходы физических лиц;
4. налог на прибыль организаций;
5. налог на добычу полезных ископаемых;
6. водный налог;
7. сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов;
8. государственная пошлина;
9. налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья.

В федеральный бюджет зачисляются доходы от уплаты всех перечисленных налогов и сборов. С 2023 года к ним добавился еще налог, взимаемый в связи с применением специального налогового режима «Автоматизированная упрощенная система налогообложения».

Главным источником доходов федерального бюджета выступают налоговые поступления.

Важно отметить, что федеральный бюджет – важнейшее звено бюджетов бюджетной системы РФ. Это финансовый план на финансовый год, который имеет силу закона после его утверждения.

Проведем анализ удельного веса налоговых поступлений в структуре доходов федерального бюджета за 2019-2021 гг. (Таблица 1)

Таблица 1

Анализ удельного веса налоговых поступлений в структуре доходов федерального бюджета за 2019-2021 гг.

Наименование показателя	2019 год		2020 год		2021 год	
	Факт., млрд.руб.	Уд.вес, %	Факт., млрд.руб.	Уд.вес, %	Факт., млрд.руб.	Уд.вес, %
Доходы бюджета – всего	20188,8	100,0	18719,1	100,0	25286,4	100,0

в том числе:						
Налоговые доходы	15167,9	75,1	13576,1	72,5	19111,6	75,6
Неналоговые доходы	4947,7	24,5	4015,0	21,5	5874,8	23,2
Безвозмездные поступления	73,2	0,4	1128,0	6,0	300,0	1,2

Источник: <https://roskazna.gov.ru/>, <https://budget.gov.ru/>

По данным таблицы 1 видно, что в 2019 году доходы федерального бюджета выполнены в размере 20188,8 млрд.руб., из них налоговым поступления принадлежит 15167,9 млрд.руб. или 75,1% в общей сумме доходов. Менее значительны показатели исполнения неналоговых поступлений - 4947,7 млрд.руб. или 24,5 % в доходах бюджета. Незначительны безвозмездные поступления – 73,2 млрд.руб. или 0,4 % в сумме доходов.

В 2020 году доходы федерального бюджета снизились до 18719,1 млрд.руб., из которых 13576,1 млрд.руб. налоговая составляющая. Удельный вес налоговых поступлений в доходах федерального бюджета составил 72,5%. Показатели исполнения неналоговых поступлений также снизились по отношению к предыдущему периоду, а безвозмездных перечислений, повысились.

В 2021 году доходы федерального бюджета выросли до 25286,4 млрд.руб. В том числе выросли налоговые поступления - 24986,4 млрд.руб. Их удельный вес равен 75,6% в общей сумме доходов федерального бюджета. Показатели исполнения неналоговых поступлений выросли. Незначительны безвозмездные поступления – 300,0 млрд.руб. или 1,2 % в сумме доходов.

Таким образом, за 2019-2021 гг. показатели исполнения доходов федерального бюджета выросли. Наиболее значительны по объему поступлений налоговые доходы. На втором месте по объему поступлений неналоговые доходы. Безвозмездные поступления увеличились.

На рисунке 1 изобразим динамику налоговых поступлений в структуре доходов федерального бюджета за 2019-2021 гг. (Рис.1).

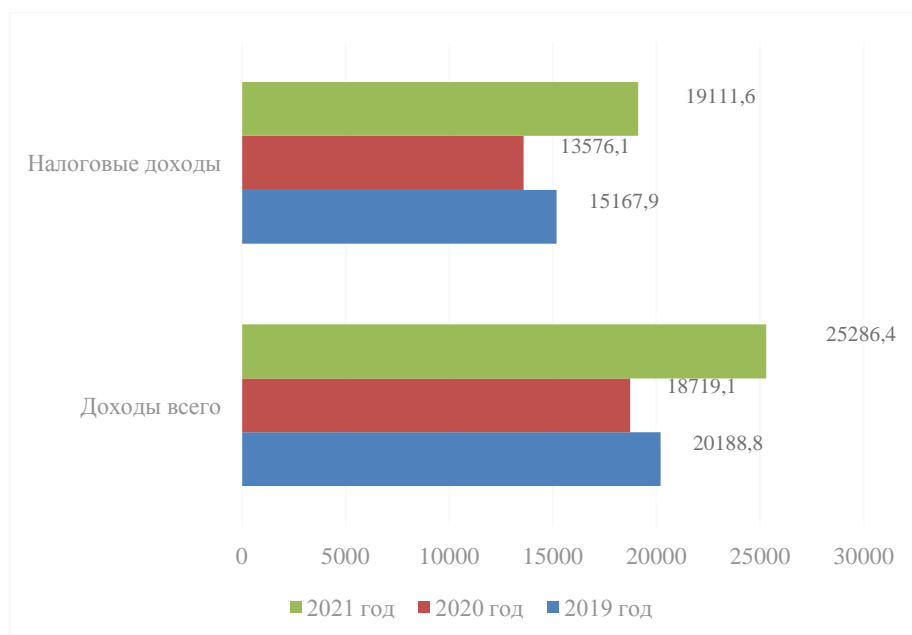


Рис.1. Динамика налоговых поступлений в структуре доходов федерального бюджета Российской Федерации за 2019-2021 гг. (млрд.руб.)

На рисунке 1 наглядно видно, что за 2019-2021 гг. в федеральном бюджете наиболее благоприятным периодом является 2021 год, поскольку доходы, в том числе налоговые,

повысились – с 20188,8 млрд.руб. до 25286,4 млрд.руб., из них налоговые - с 15167,9 млрд.руб. до 19111,6 млрд.руб. Отметим, что из 25286,4 млрд.руб. налоговым доходам принадлежит 19111,6 млрд.руб. В 2020 году доходы федерального бюджета, в том числе налоговые, сокращаются. Вместе с тем, показатели 2021 года превысили аналогичные показатели 2019 года.

Изобразим динамику доходов федерального бюджета Российской Федерации за 2019-2021 гг. (Рис.2).

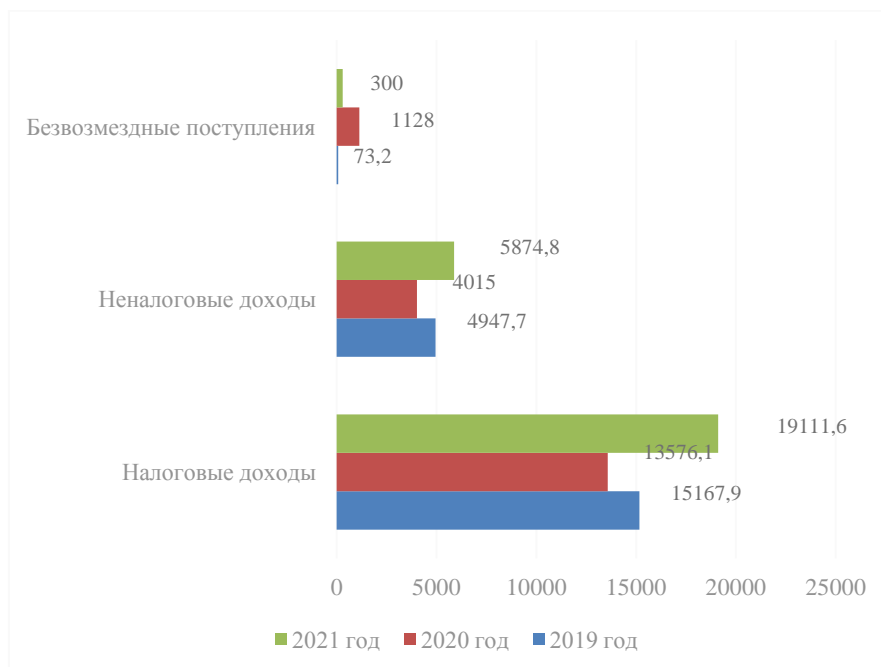


Рис.2. Динамика доходов федерального бюджета Российской Федерации за 2019-2021 гг. (млрд.руб.)

На рисунке 2 видно, что за 2019-2021 гг. наиболее значительны по объему поступлений налоговые доходы федерального бюджета. По всем, без исключения, видам доходов федерального бюджета поступления характеризуются как нестабильные. Но они превышают показатели 2019 года, что означает положительную тенденцию, то есть по всем источникам доходов федерального бюджета имеется тенденция к росту.

Таким образом, проведенный анализ поступлений доходов в федеральный бюджет за 2019-2021 гг. показал, что наибольший удельный вес в их числе принадлежит налоговым поступлениям. На втором месте по значимости стоят неналоговые доходы. Менее значительны безвозмездные поступления. Так, удельный вес налоговых доходов повысился к 2021 году по отношению к аналогичному показателю 2019 года. Доля неналоговых поступлений в общей сумме доходов федерального бюджета сократилась с 24,5% до 23,2%. Удельный вес по безвозмездным поступлениям вырос до 1,2% с 0,4%.

В целом все виды доходов федерального бюджета имеют тенденцию к росту. Так, если доходы федерального бюджета увеличились на 5097,6 млрд.руб., то налоговым поступлениям в их числе принадлежит 3943,7 млрд.руб.

Список литературы

1. Абсалямова Д.Э., Серых Н.А. Актуальные проблемы и пути совершенствования налоговой системы Российской Федерации в современных условиях // Студенческий. 2022. № 20-11 (190). С. 45-49.
2. Агузарова Л.А., Агузарова Ф.С. Формы и методы налогового контроля в Российской Федерации. - Владикавказ, 2019.

3. Агузарова Ф.С. Прямые налоги и сборы Российской Федерации: роль, проблемы и перспективы развития // Российская юстиция. 2016. № 5. С. 63-66.
4. Агузарова Ф.С., Татрова Э.Т. Влияние нефтегазовых доходов на формирование федерального бюджета Российской Федерации // Налоги и налогообложение. 2013. № 9. С. 643-653.
5. Агузарова Ф.С., Цирихова А.Р. Налоговая система Российской Федерации: понятие, принципы и структура // Экономика и управление: проблемы, решения. 2021. Т. 2. № 9 (117). С. 43-46.
6. Адживелиев А.Р. Проблемы налоговой системы и пути ее совершенствования // Студенческий вестник. 2022. № 14-8 (206). С. 25-26.
7. Брянцева Т.А., Никитина Е.А. Проблемы функционирования современной налоговой системы Российской Федерации // Белгородский экономический вестник. 2022. № 1 (105). С. 73-77.
8. Лисова Е.А., Гревцева Е.В. Проблемы и ограничения развития современной налоговой системы РФ // В сборнике: Российская наука в современном мире. Сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. Москва, 2022. С. 179-180.
9. Моденов А.К., Прокофьева В.В. Налоговая составляющая экономической безопасности // Актуальные исследования. 2023. № 1 (131). С. 62-64.
10. Староверова О.В. Цифровые технологии в налогообложении // Вестник Московского университета МВД России. 2022. № 5. С. 339-342.
11. Токаева С.К., Агузарова Ф.С. Налоговые доходы бюджетной системы Российской Федерации: особенности формирования на всех уровнях власти. - Владикавказ, 2018.
12. Чанышева А.М. Налоговая система РФ: проблемы и пути решения // Академическая публицистика. 2022. № 4-2. С. 79-83.
13. Отчетные данные единого портала бюджетной системы РФ за 2021 г. <https://budget.gov.ru/>
14. Отчетные данные консолидированного бюджета РФ за 2019-2020 гг. <https://roskazna.gov.ru/>
15. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_435045

**Экономиканы цифрландыру контекстінде есепті, аудитті,
талдауды және бағалауды үйлестіру**

**Гармонизация учета, аудита, анализа и оценки в контексте
цифровизации экономики**

**Harmonization of accounting, audit, analysis and evaluation in the
context of digitalization of the economy**

Развитие криптовалюты в современной экономике Казахстана: факторы и показатели

Д.М. Ақынов¹, А.К. Атабаева², Р. М Ахмадиев³

¹магистр экономических наук, ²PhD, ассистент профессора,

³студент 2-года обучения по специальности «Учет и аудит»

dosim.kz@mail.ru, atabaeva@list.ru, kyper.yaniz@gmail.com

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: в современных условиях цифровизации в обществе сформировались новые виртуальные объекты. Современные термины «криптовалюта», «цифровой кошелек» известны почти каждому человеку. «Криптовалюта» она известна тем, что без труда способна превратить ваши реальные деньги в виртуальные деньги, при этом обеспечить их надежность и целостность, кто нельзя сказать про реальные деньги, и анонимность совершения транзакции или валютных операций, современная система обмена средств на базе BlockChain славится своей анонимностью для всех пользователей ее системы.

Современные термин «криптовалюты» - цифровая валюта, существующая лишь виртуальным мире, которая децентрализованная и работает в системе BlockChain. Криптовалюта неподвластна любому государству в мире, имеет физический носитель виде переносного флеш-накопителя. Способна приносить прибыль от инвестиций в более 10% ежемесячных. При всех ее достоинствах криптовалюта способна к большему обращению со стороны заинтересованных государств, на чье благосостояние криптовалюта в будущем окажет большое влияние, при условии пользования ею большей частью населения страны.

Ключевые слова: криптовалюта, мотивация, инвестирование, цифровая экономика, предпринимательство.

В работе рассматривается влияние Bitcoin'a на другие криптовалюты. К материалу прилагаются статистические данные, свидетельствующие об высоком потенциале криптовалюты за несколько лет. Рассмотрим устойчивые криптовалюты с безупречной репутацией которые на рынке уже более пяти лет. Несмотря и на небольшой процент людей в Казахстане которые действительно вкладываются в ценные бумаги, акции, дивиденды и.т.д, материал в данной статье сможет мотивировать большую группу людей для инвестирования в крипто-валюту. В данной работе также обсуждается как «принятие» крипто-валюты в Казахстане повлияет на текущую экономику. Как большой приток инвестиций скажется на благосостоянии народа, увеличении ВВП, повышением потребительского спроса, увеличением экономического блага. Несмотря на недостаточную группу людей инвестирующих в крипто-валюту, они так или иначе, сталкиваются, контактируют в современном мире, ощущают ее влияние по «отклику» мировой экономике, тем самым такое общество помогает перерасти в большую предпринимательскую структуру.

При работе с криптовалютами действительно существует высокая волатильность, которая, как правило, ухудшает производительность управляющего активами. В среднем, длинная позиция в 1 доллар США в CRIX может быть хеджирован, если сократить 0,9 доллара США на BTC (0,6 доллара США на ETH). Оптимальный вес криптовалют в портфеле инвесторов варьируется от 60% до 120% для Bitcoin (-20% до 45% для ETH). Эффективность хеджирования измеряется снижением дисперсии для любого хеджирования портфеля (BTC или ETH) по сравнению с нехеджированием портфелем (CRIX). Такая стратегия хеджирования предполагает, что включение BTC в портфель CRIX обеспечивает в среднем 37% снижение дисперсии. Чтобы минимизировать риск при сохранении той же ожидаемой доходности, мы обнаружили, что инвестор должен держать больше биткойнов, чем Ethereum. Более высокие портфельные владения в отношении Bitcoin и Ethereum подтверждаются последним решением генерального директора Binance о конвертации чрезвычайных средств в BTC, ETH и BNB после краха USDC, а также краха Silvergate

Capital, First Republic Bank и Silicon Valley Bank. Проверки надежности включают в себя прыжковые тесты в высокочастотных данных BTC/ETH (до 25%), а также последующую оценку высокопроизводительных оценок реализованной волатильности для BTC и ETH. Для прыжков, как видно из графиков, мы показали сходство во всех оценках jump- мощных.

С введением блокчейна в современном мире появилась очередная перспектива заработка на криптовалюте, для многих людей криптовалюта применительно как способ оплаты, обмена валюты или по-другому ее называют Digital currency. В 2018 году стремительный рост Bitcoin / Ethereum стремительно повлиял на потребительский сектор, в основе зарубежные аналитики предполагали скорый крах криптовалюты, но прогноз не оправдался и сегодня Bitcoin / Ethereum являются самыми высокодоходными и дорогостоящими активами в XXI веке.

Для того чтобы разобраться в значимости криптоактивов на внутреннюю экономику, проведем корреляционно / регрессионный анализ, который будет включать в себя капитализацию криптовалюты, пятилетний период и изменения цены за 1 кол-во на дату.

Таблица 1

Корреляционно / регрессионный анализ

Дата	Цена за 1 Ethereum	Капитализация \$
02.01.2019	771,15	9,400,260,663,00
02.01.2020	313,64	4,289,287,759,00
02.01.2021	434,22	6,527,492,315,00
02.01.2022	972,95	156,441,622,845,00
02.01.2023	13791,60	231,350,986,890,00

Таблица 2

Расчет показателей

Дата	Параметр				
	X(i)	y(i)	x(i) ²	y(i) ²	x(i) *y(i)
02.01.2019	771,15	940026,00	594672,32	88364900,00	7249011,00
02.01.2020	313,64	428928,00	98370,05	1839798,00	1345292,00
02.01.2021	434,22	652749,00	88547,01	4260815,00	2834367,00
02.01.2022	972,95	156441,00	946631,70	2447398,00	1522098,00
02.01.2023	13791,60	231350,00	190208,00	53523279,00	3190700,00
Итого:	16283,56	4080096,00	1920364,00	7814663,00	3354338,00

Таким образом, коэффициент регрессии $b = 14571849,03$.

Так как $b > 0$, то существует прямая связь между параметрами x и y .

$r = \frac{2025568893867220,00}{$

$2496940973337300,00$

$$r = 0,81$$

Таким образом можем сделать вывод что с повышением спроса суррогата на единицу 1 криптовалюты приходится «пороговая» цена, рыночная капитализация. С точки зрения сравнения по капитализации Bitcoin является самой дорогостоящей криптовалютой за последнее десятилетие. Bitcoin занимает лидирующее положение по сравнению с другими криптовалютами по всем общими показателями.

Показатели корреляции описали прямую зависимость Ethereum'а к лидирующей криптовалюте - Bitcoin поскольку показатели расчетов, блокчейн, способности и функции у этих криптовалют одинаковы. Основная функция деления криптоактивов на разные подтипы заключается в создании - дополнительных «cryptocoin» в экономической экосистеме. Тем самым можем сделать вывод, что с ростом Bitcoin'а, следовательно за ним будет расти цена и на криптовалюте Ethereum.

Вступление финансовых учреждений говорит мелким инвесторам, что инвестиции в биткойн разумны. Также стоит отметить, что система Bitcoin является беспрецедентным загрязнителем. Во-первых, он потребляет энергию в масштабах всей экономики. По оценкам, добыча биткойнов потребляет электроэнергию в год, сопоставимую с Австрией. Во-вторых, он производит горы отходов оборудования. Одна биткойн-транзакция потребляет аппаратное обеспечение, сравнимое с аппаратным обеспечением двух смартфонов. Вся система Bitcoin генерирует столько же электронных отходов, сколько и все Нидерланды. Эта неэффективность системы является не недостатком, а особенностью. Это одна из особенностей, чтобы гарантировать целостность полностью децентрализованной системы.

Поскольку Биткойн, по-видимому, не подходит ни в качестве платежной системы, ни в качестве формы инвестиций, он не должен рассматриваться как ни в нормативном плане и, следовательно, не должен быть узаконен. Аналогичным образом, финансовая индустрия должна опасаться долгосрочного ущерба, нанесенного продвижению инвестиций в биткойны, несмотря на краткосрочную прибыль, которую они могут получить. Негативное влияние на отношения с клиентами и репутационный ущерб для всей отрасли могут быть огромными, как только инвесторы в биткойны понесут дальнейшие убытки.

Список литературы

1. Agrawal, Pankaj, Faye W. Gilbert, and Jason Harkins. 2022. Time dependence of capm betas on the choice of interval frequency and return timeframes: Is there an optimum. *Journal of Risk and Financial Management* 15: 520.
2. Dynamics of the bitcoin exchange rate. URL: <https://quotes/60003.html> (05.01.2018). CGAP Advancing financial inclusion to improve the lives of the poor //Bitcoin Electronic Money.
3. Cryptocurrency Market Capitalizations. URL: <https://coinmarketcap.com>
4. График курса биткоина за все время. URL: http://hyipstat.top/coin_chart.php?t=all&id_coin=1. 2020
5. Рыночная капитализация криптовалют. URL: <http://elitetrader.ru/index.php?newsid=36939>. 2019
6. Gargasas A., Mugiene I. Evolution of consumption value concept // *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. URL: <https://doi.org/10.15544/mts.2017.03>. 2018
7. Бонато, Маттео. 2019. Реализованные корреляции, бета-версии и волатильность на рынке сельскохозяйственных товаров: что изменилось? *Журнал международных финансовых рынков, институтов и денег* 62: 184–202.
8. Boudt, Kris, Jonathan Cornelissen, Scott Payseur, Giang Nguyen, Onno Kleen и Emil Sjoerup. 2022 год. Инструменты для высокочастотного анализа данных. Репозиторий R CRAN. Доступно онлайн: <https://cran.r-project.org/> (доступно 15 января 2023 года).

Цифрлық экономика жағдайында бухгалтерлік есепке алуды трансформациялау

С.Б.Альдешова¹, А.Жолдасова²

¹ Қаржы және есеп кафедрасының аға оқытушысы, магистр

² Қаржы және аналитика ББ 3-курс студенті

aldeshova.s@asu.edu.kz

^{1,2} Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университеті КеАҚ, Атырау қ.

Түйіндеме: Қазақстан экономикасын цифрландыру жақын болашақта маңызды мемлекеттік міндеттердің бірі ретінде анықталды, ал цифрландыру процесінің өзі Қазақстан үшін өзекті және маңызды мәселелердің бірі болып табылады, өйткені бұл салада ашық сұрақтар бар, ол өзінің жаңалығына байланысты жеткілікті зерттелмеген күйінде қалып отыр, бұл тақырыпқа ғылыми қызығушылықты анықтайды.

Кілт сөздер: цифрлық трансформация, адам ресурстары, цифрлық экономика, бухгалтерлік есеп, бақылау.

Қазақстан экономикасын цифрландыру жақын болашақта маңызды мемлекеттік міндеттердің бірі ретінде анықталды, ал цифрландыру процесінің өзі Қазақстан үшін өзекті және маңызды мәселелердің бірі болып табылады, өйткені бұл салада ашық сұрақтар бар, ол өзінің жаңалығына байланысты жеткілікті зерттелмеген күйінде қалып отыр, бұл тақырыпқа ғылыми қызығушылықты анықтайды. Цифрлық деректер өндіріс саласы мен әлеуметтік-экономикалық орта үшін дамудың негізгі факторларын анықтайды. Цифрландыру процесі адам ресурстарының трансформациясына алып келеді, нәтижесінде білім экономикасы пайда болды, бұл сөзсіз қоғамдық қатынастарда, экономикалық салада, еңбек нарығында, жалпы білім беру жүйесінде және кәсіптік білім беруде, сондай-ақ цифрландыруды жаһандық процесс ретінде сипаттайтын барлық басқа салаларда одан әрі елеулі өзгерістерге әкеледі (ел ішінде, әлемде).

Цифрлық трансформация әлемдік экономикадағы басты үрдістердің бірі болып табылады. Жетекші елдер бизнесті жүргізу мен мемлекеттік басқарудың стандартты әдістерінен алыстауға мүмкіндік беретін бірқатар құралдарды әзірледі, олар қазіргі уақытта оларды сәтті қолдануда. Бүгінгі таңда «цифрлық экономика» сияқты бағыт талқылау үшін өзекті тақырып болып табылады. Біздің еліміз көптеген ғасырлар бойы өмір сүру деңгейін көтеру және өмірімізді амортизациялау үшін әртүрлі жағдайларды дамытып, қалыптастырып келеді. «Цифрлық экономика» дегеніміз не? Цифрлық экономика - бұл барлық деректерді сандық түрде бейнелеу. Бұл ұйымдарда жасалған көрсеткіштер мен жазбаларды жылдам шарлауға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, сандық түрде қажетті ақпаратты, статистикалық көрсеткіштерді және т.б. табу оңайырақ. Әлемдік экономиканың қазіргі дамуы негізгі ресурс ақпарат болған кезде цифрлық технологияларды қолдануға көшумен сипатталады. Бұл жағдайда ақпарат компанияның материалдық емес активі ретінде әрекет етеді және экономикалық субъектілер үшін ерекше қызығушылық тудырады. Ақпараттың жинақталуы нәтижесінде объектінің жай-күйі туралы толық суретті көруге болады, сондықтан цифрлық экономика идеясының өзі тұтынушы өндірушіге айналған кезде тауарды қандай да бір жетілдірілген немесе қосымша бөліктермен қосымша жабдықтауды құруда көрінеді, өйткені ол тұтынылатын өнімді құру процесіне толық қатысады.

Алдымен өмірде интернет пайда болды. Оның арқасында адамдар өздеріне қызықты ақпаратты таба алады. Барлық қажетті деректерді енді жаңа технологиялардың көмегімен табуға болады және кітапханаға барудың қажеті жоқ. Енді үйден шықпай-ақ кез-келген затты сатып алуға, тіпті өнімдерге тапсырыс беруге болады. Мұны істеу үшін тек қосымшаны орнату немесе қажетті сайтты ашу және адамды қызықтыратын нәрсеге тапсырыс беру қажет. Басқаша айтқанда, экономика осында кіре бастайды. «Цифрлық экономиканың» негізгі құрамдас бөліктері [1] болып табылады:

- техникалық құралдарды, ақпаратты сақтау, өңдеу және түрлендіру орталықтарын, ақпаратты беру орталықтарын, бағдарламалық қамтамасыз етуді, телекоммуникация құралдарын және т.б. қамтитын инфрақұрылым;

- заң шығарушы және атқарушы мемлекеттік билік және басқару органдарының электрондық қызметтері;

- электрондық коммерция қазіргі уақытта «цифрлық экономиканың» ең ірі сегменттерінің бірі болып табылады;

- нарық субъектілері арасындағы виртуалды өзара іс-қимыл жағдайында компьютерлік желілер арқылы шаруашылық жүргізуші субъектілердің бизнес-процестері.

Барлық жерде цифрландыру бухгалтерлік есеп пен аудитке де әсер ете алмады. Өйткені, қазіргі экономист-бұл экономика саласындағы сарапшы ғана емес, оның негізгі міндеті-қаржылық есептіліктің деректерін «оқуға» және түсіндіруге қабілетті, алға қойылған мақсаттарға жету үшін компания қызметін экономикалық талдаудың әдістері мен әдістерін қолдану дағдысы. Ол белгілі бір ақпараттық – коммуникациялық құзыреттерге ие болуы керек, олардың арқасында инновацияларды енгізуге негізделген басқарушылық шешімдерді тиімді қабылдау мүмкін болады [2]. Компаниялардың қызметін есепке алу мен бақылауды жеңілдету үшін ақпараттық технологиялар негізінде әртүрлі инновациялық құралдар әзірленіп, енгізілуде, соның арқасында өнімділікті арттыруға, бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттыруға, басқарудың ішкі және сыртқы ортасын жетілдіруге болады. Ақпараттық технологияларды енгізудің арқасында ірі бизнес иелері кәсіпорын қызметі туралы деректерді цифрландыруды, яғни ақпаратты цифрлық жүйеге түрлендіруді, негізгі міндеттердің бірін және басты басымдықтардың бірін қоятындығын да атап өтуге болмайды. Осылайша, цифрлық экономика жағдайында есепке алу және бақылау жүйесін трансформациялау процесін зерттеу қазіргі уақытта өзекті болып табылады.

Ақпараттық технологияларды қолдану нәтижесінде экономикалық субъектілер өз шығындарын едәуір азайта алады, өйткені қолда бар ақпаратты өңдеу жылдамдығы артады, ол қаржылық есептіліктің сыртқы және ішкі пайдаланушылары үшін өте қажет болатын жоғары сапалы және ашық болады. Есепке алу және бақылау жүйесінде цифрлық технологияларды пайдаланудың бірнеше негізгі артықшылықтарын атап өтуге болады:

- деректерді ыңғайлы және тез жинауға, өңдеуге және беруге болатын платформаларды оңтайландыру және жетілдіру;

- еңбек өнімділігін арттыру (жұмысты орындауға уақытты қысқарту, көп еңбекті қажет ететін міндеттерді цифрлық кеңістікке көшіру);

- бизнесті жүргізу стратегиясын әзірлеуді жеңілдету әр түрлі технологияларды қолдану (BigData, Blockchain және т.б.);

- адам факторы бұдан былай үлкен рөл атқармайды, өйткені есептеу техникасы деректерді автоматты түрде санайды [3].

Цифрлық технологиялардың дамуы бір орында тұрмайды, олар үнемі жетілдіріліп отырады және оларды қалай өзгертуге болады:

- техниканы дамыту, техникалық базаны қалыптастыру, жаңа бағдарламалық қамтамасыз етуді құру, бухгалтерлік есеп пен есептілікті пайдаланушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін жаңа технологияларды анықтау;

- жинауды, өңдеуді және сақтауды автоматтандырумен байланысты жүйелерді жетілдіру ақпарат-автоматтандырылған ақпараттық жүйелер.

Тағы бір жаңалық-блокчейн технологиясын қолдану. Бұл жағдайда блокчейн-бұл ешкім өзгерте алмайтын жалпы мәліметтер базасы. Бұл технологияның негізгі қолданылуы криптовалюта саласына тән, бірақ жақында сақтандыру, есеп және аудит кезінде белсенді қолданылады. Қаржылық есептілікте блокчейнді пайдаланудың артықшылығы-деректер мен активтерді беру тиімділігін арттыру (транзакциялық шығындарды және жалпы технологияны азайту арқылы), құпиялылық пен қауіпсіздікті арттыру және көп уақытты қажет ететін тапсырмаларды орындау мүмкіндігі.

2021 жылы басталған пандемия жағдайында көптеген компаниялар жабылуға немесе қашықтан жұмыс істеуге мәжбүр болды. Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, экономикалық субъектілердің үлкен үлесі бухгалтерлік есепті цифрландыруды дамытудың көптеген бағдарламаларының арқасында дағдарыстық жағдайдан шыға алды. Алайда, отандық компаниялар бірқатар себептерге байланысты мұндай күрт өзгерістерге дайын болмады: - компаниялардың техникалық жабдықталуының әлсіздігі; - қызметкерлердің цифрлық сауаттылығының жеткіліксіз деңгейі; - тиісті кәсіби қасиеттерге ие IT-мамандардың жеткілікті санының болмауы. Есепке алу және бақылау жүйесін цифрландыруды дамытудың негізгі бағыты блокчейн технологиясы болып табылады. Блокчейн-бұл ақпаратты тиімді таратуға және оны қол жетімді етуге мүмкіндік беретін өзара байланысты блоктардан немесе модульдерден тұратын кейбір мәліметтер базасы. Блокчейннің дамуымен қатар бағдарламалық жасақтама мен платформалар да дамиды, мысалы, «1С: Кәсіпорын» бұл бастапқы құжаттаманы есепке алуды ұйымдастыруға, экономикалық операцияларды ұйымдастыруға мүмкіндік береді.

Кәсіпорында бухгалтерлік есеп пен бақылаудың тиімділігін арттыру үшін келесі үрдістерді анықтау және дамыту қажет: - онлайн режимінде деректер жүйесіне үздіксіз қол жетімділікті қамтамасыз ету; - электрондық форматта жасалған деректермен жедел алмасу; - үлкен деректерді (BigData) олардың дәлдігі үшін талдау; - техникалық жабдықтау деңгейін жетілдіру [4].

Алайда, цифрлық экономика жағдайында бухгалтерлік есеп пен бақылау жүйесін дамытудың барлық артықшылықтарына қарамастан, белгілі бір проблемалар бар: Бухгалтерлік есеп пен бақылау жүйесін автоматтандыру бухгалтерлерге тез бейімделуге және жаңа Бухгалтерлік есеп шарттарын үйренуге немесе жұмысынан айырылуға мәжбүр болған кезде жоғары талаптар қояды. Барлық салалардағы экономиканы цифрландырудың тағы бір проблемасы-деректерді сақтаудың сенімділігін қамтамасыз ету мәселесі. Бұлтты технологиялар мен деректерді құру, сақтау және пайдаланудың заманауи қызметтерінің арқасында оны жеңуге болады.

Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, Цифрлық экономика жағдайында есеп пен бақылау жүйесін өзгерту көптеген қиындықтарға тап болады деген қорытындыға келуге болады, бірақ олардың барлығы жойылады және технологияны қолданудың артықшылығы әлдеқайда көп.

Қорытындылай келе, әлем «цифрлық экономикамен» ақылға қонымды бола бастағанын атап өткім келеді және бұл жалпы қоғамға және әсіресе бизнесті жүргізуге қатты әсер етеді. Компаниялар өнімді әзірлеуден бастап тұтынушыларға қызмет көрсетуге дейін барлығын өзгерту үшін үлкен деректер мен жаңа технологияларды пайдалана алады.

Әдебиеттер тізімі

1. Демьянова, О., Ахметшина, Э. Цифрландырудың кадр саясатына әсері [Текст]: басқару теориясы мен практикасының мәселелері. – 2018. – № 4. – 117-122 б.
2. Воробьев А.Д., Семин А.С. Цифровая трансформация бухгалтерского учета: российский и зарубежный опыт // «Хроноэкономика». 2021. № 6(34). С. 4-8.
3. Халевинская А.Б. Трансформация систем учета и контроля в условиях цифровой экономики. // Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам. Сборник научных статей. – 2017. – С.314-317.
4. Чайковская Л.А. Бухгалтерский учет в условиях цифровой экономики // Высокие технологии, наука и образование: актуальные вопросы, достижения инноваций: сборник статей IV Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.91-94.

Проблемы и перспективы государственных закупок в Казахстане

А.Ж. Амангельдин¹, М.С.Кириченко², Г.А. Шакирова³

¹студент 4-го курса обучения по образовательной программе «Учет и аудит»

²студент 4-го курса обучения по образовательной программе «Учет и аудит»

³м.э.н., ст. преподаватель кафедры бухгалтерский учет и аудит

Amangeldin.adliar56@mail.ru, maks02042003@mail.ru, gulia72.kargu@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: Статья проводит анализ актуальных проблем в сфере государственных закупок в Казахстане и предлагает перспективные пути их решения. Авторы выделяют три ключевые проблемы: недостаточную прозрачность, ограниченную конкуренцию и недостаточный контроль после завершения закупок. В статье представлены перспективы улучшения системы, такие как внедрение цифровых технологий для повышения прозрачности, расширение пула поставщиков для стимулирования конкуренции, и внедрение риск-ориентированного аудита для более эффективного контроля. Заключение подчеркивает необходимость системного подхода для создания более эффективной и устойчивой системы государственных закупок, способствуя развитию страны.

Ключевые слова: государственные закупки, риск-ориентированный аудит, конкуренция, прозрачность, цифровые технологии, эффективность, коррупция.

Государственные закупки представляют собой один из ключевых элементов финансово-экономической системы Республики Казахстан. Они служат механизмом реализации стратегических национальных инициатив, обеспечивая социальное и экономическое развитие страны. От прозрачности, эффективности и законности процесса государственных закупок зависит доверие населения к государственным институтам, благополучие экономики и репутация страны на международной арене.

Однако, несмотря на их стратегическое значение, система госзакупок сталкивается с несколькими значительными проблемами, влияющими на ее эффективность и прозрачность.

Проблема 1: Недостаточная прозрачность

Прозрачность в системе государственных закупок остается серьезной проблемой. Отсутствие ясной и доступной информации о том, как проходит процесс закупок, кто участвует, и какие решения принимаются, создает благоприятные условия для коррупции и недоверия со стороны бизнес-сообщества и общественности.

Перспективы: Внедрение Цифровых Платформ, Рамки применения законодательных норм.

Повышение уровня прозрачности можно достичь через активное внедрение цифровых платформ, предоставляющих открытый доступ к информации о государственных закупках. Создание единой электронной системы, где можно отслеживать каждый этап закупок, участвовать в тендерах и оценивать результаты, повысит доверие к системе и обеспечит более широкий контроль.

Рамки применения законодательных норм: охват Закона о государственных закупках (ЗГЗ) имеет свои ограничения, и, по всей видимости, недостаток стандартизации и универсальности в правовом регулировании не способствует устойчивости и экономии в процессе закупок. Таким образом, исключение из законодательной базы закупок определенных предприятий с участием государства требует пересмотра в последующем этапе реформирования. Целью является расширение сферы действия ЗГЗ или применение отдельного унифицированного специализированного законодательства для максимального числа исключённых категорий.

Проблема 2: Недостаточная Конкуренция

Ограниченная конкуренция в сфере госзакупок становится преградой для эффективного использования бюджетных средств. Часто, из-за сложных процедур отбора и ограниченного

доступа, закупки ограничиваются узким кругом поставщиков, что может привести к завышенным ценам и снижению качества услуг.

Перспективы: Расширение Пула Поставщиков

Решением проблемы недостаточной конкуренции может стать активное расширение пула поставщиков. Упрощение процедур регистрации и ясное определение критериев участия сделают государственные закупки более доступными для новых участников. Это также стимулирует здоровую конкуренцию, что благоприятно сказывается на ценах и качестве.

Стоит рассмотреть возможность внесения изменений в законодательную основу с целью обеспечения того, чтобы различные методы закупок применялись в соответствии с их целью, гарантируя наилучшее соотношение цены и качества, а также значительные преимущества при предоставлении услуг. Предполагаемые корректировки могут включать в себя: (а) установление открытого конкурса как основного метода закупок; (б) более детальное уточнение условий применения каждого метода закупок; (с) дополнительное уменьшение случаев, когда допустимы закупки из единственного источника; и (d) внедрение рамочных договоров.

Проблема 3: Недостаточный Контроль и Аудит

Отсутствие эффективного мониторинга и аудита после завершения госзакупок может привести к злоупотреблению средствами и коррупционным схемам. Необходимо более строгое соблюдение контрактов и более детальный аудит, чтобы обеспечить правильное использование бюджетных ресурсов.

Перспективы: Внедрение Риск-Ориентированного Аудита

Риск-ориентированный подход — это метод управления, который сосредотачивает ресурсы и внимание на наиболее значимых и вероятных рисках, связанных с выполнением определенной деятельности или достижением целей организации. В основе этого подхода лежит идентификация, оценка и управление рисками, чтобы максимизировать вероятность достижения установленных целей и минимизировать потенциальные убытки.

Внедрение риск-ориентированного аудита может стать эффективным механизмом контроля за государственными закупками. Этот метод позволяет более точно выявлять потенциальные риски и предотвращать негативные последствия до их возникновения.

Этот подход основан на принципах идентификации, оценки и управления рисками. Вместо того чтобы проводить всесторонний аудит каждого проекта, внимание сосредотачивается на областях с наибольшим потенциальным риском нарушений или неэффективности.

Целью риск-ориентированного подхода является максимизация эффективности процесса аудита, путем оптимального распределения ресурсов и внимания к тем областям, где вероятность нарушений или потерь наиболее высока. Этот метод позволяет не только быстрее и эффективнее выявлять проблемные моменты, но и укрепляет доверие к системе государственных закупок в целом.

Тем не менее, как и любой инновационный подход, риск-ориентированный аудит предъявляет свои специфические требования к квалификации аудиторов, системе сбора и анализа данных, а также процессу принятия решений на различных этапах контроля.

Применительно к различным сферам деятельности риск-ориентированный подход может включать в себя следующие основные этапы:

Идентификация рисков: Определение потенциальных угроз и возможностей, которые могут повлиять на достижение целей.

Оценка рисков: Оценка вероятности возникновения каждого риска и его возможного влияния на организацию или проект. Это может включать в себя количественные и качественные методы оценки.

Управление рисками: Разработка стратегий для управления идентифицированными рисками. Это может включать в себя избегание риска, снижение его вероятности или воздействия, передачу риска (например, через страхование) или принятие риска.

Мониторинг и пересмотр: Регулярное отслеживание и пересмотр идентифицированных рисков и эффективности принятых мер по их управлению.

Заключение

Государственные закупки в Казахстане нуждаются в системном подходе к решению проблем. Посредством цифровой трансформации, расширения конкуренции и улучшенного мониторинга, страна может создать более прозрачную, эффективную и доверенную систему государственных закупок, способствуя устойчивому экономическому развитию.

Список литературы

1. <https://gz.mcfr.kz/news/2689-izmeneniya-v-pravilah-goszakupok>
2. Закон РК «О государственном аудите и финансовом контроле» от 12.11.2015 № 392-V;
3. Закон РК «О государственных закупках» от 4.12.2015 года № 434-V.
4. <https://kz.kursiv.media/2023-10-06/tksh-audit-goszakupki/>
5. <https://kapital.kz/finance/119750/narusheniya-na-194-mlrd-tenge-vyyavili-po-itogam-audita-goszakupok.html>

Еңбекақы төлеу бойынша персоналмен есеп айырысуды есепке алуды автоматтандыру

М.Б. Амиркулова¹, Ж.Б. Кошмаганбетова², А.Е. Аманбекова³

¹Э.ғ.м., «Бухгалтерлік есеп және аудит» кафедрасының аға оқытушысы

²Э.ғ.м., «Кәсіпорын экономикасы және менеджменті» кафедрасының аға оқытушысы

³«Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті

maral_1970@mail.ru, zhanar_kosh@mail.ru, amanbekova.anel@mail.ru

^{1,3} Қарағанды Бөкетов университеті

²Әбілқас Сағынов атындағы Қарағанды техникалық университеті

Түйіндеме. Тақырыптың өзектілігі - еңбекақы бойынша персоналмен есеп айырысуды есепке алу кез-келген ұйымның тиімді жұмыс істеуінің ажырамас бөлігі болып табылатындығында. Бүгінгі таңда ұйымның басшылары, жалдамалы жұмысшылар, салық органдары және міндетті сақтандыру қорлары еңбекақы төлеу мәселелеріне қызығушылық танытуда. Тараптардың әрқайсысы үшін еңбекақының мәні әр түрлі бағаланады, бірақ есептеу және ұстап қалу әркімнің мүдделеріне әсер етеді. Осыған байланысты автоматтандыру жағдайында қызметкерлермен еңбекақы бойынша есеп айырысуды дұрыс ұйымдастыру кез-келген ұйымның қызмет процесінде маңызды рөл атқарады.

Кілт сөздер: есепке алу, персоналмен есеп айырысу, есепке алуды автоматтандыру, еңбекақы төлеу, «1С: Қазақстан үшін Бухгалтерия» конфигурациясы.

Ұйымда еңбекті есепке алу және оған ақы төлеу басты орынды алады, бұл бухгалтерлік есептің ең көп еңбекті қажет ететін және жауапты салаларының бірі. Ол ұйымдағы еңбектің уақтылы және сенімді бастапқы есебін, еңбекақының дұрыс және сенімді есептелуін, одан ұстап қалуды қамтамасыз етуге, сондай-ақ еңбекақы қорына уақтылы есептеуге, есептелген еңбекақы сомасын қызметкерлерге аударуға және тиісті мерзімде салықтарды төлеуге мүмкіндік беруі керек. Бұл процестің әрбір құрамдас бөлігі құрылымдалған және ұйымшылдықтың жоғары деңгейіне ие болуы керек, өйткені еңбекақы бойынша қызметкерлермен есеп айырысуларды есепке алу процесінде жіберілген қателер есептелген салықтар сомасын жете бағаламауға немесе асыра бағалауға әкелуі мүмкін және нәтижесінде салық органдарының айыппұлдары.

Еңбекақының мәнін түсіну үшін оның қоғамдық ұдайы өндіріс процесінде атқаратын қызметтерімен танысу қажет:

1) әлеуметтік функция - еңбекақы негізгі табыс көзі ретінде адамға келесі әлеуметтік жеңілдіктерді пайдалануға мүмкіндік беруі керек: медициналық қызметтер, білім алу, сапалы

демалу, мектепке дейінгі білім беру жүйесінде балаларды тәрбиелеу, сондай-ақ зейнеткерлік жаста жұмыс істейтін жайлы өмір сүруді қамтамасыз ету;

2) ынталандырушы функция компания басшылығы тұрғысынан маңызды: қызметкерді еңбек қызметіне, барынша қайтарымға, еңбек тиімділігін арттыруға ынталандыру қажет. Бұл мақсатқа әр жұмыс нәтижесіне байланысты еңбекақы мөлшерін белгілеу ықпал етеді;

3) реттеу функциясы - бұл еңбек нарығы мен фирманың табыстылығын реттеу. Әрине, бәрі тең болған жағдайда, қызметкер көп төлейтін кәсіпорынға жұмысқа жалданады. Бірақ тағы бір нәрсе кәсіпорынға тым көп ақша төлеу тиімсіз, әйтпесе оның кірістілігі төмендейді. Кәсіпорындар жұмысшыларды жалдайды, ал жұмысшылар еңбек нарығында өз жұмыстарын ұсынады. Кез-келген басқа нарық сияқты, еңбек нарығында да жұмыс күшіне баға белгілеу заңдары бар[1].

Еңбекақы саласындағы ақпараттық технологиялар бухгалтерлердің кәсіби білімін тікелей жұмыс орнында ақпаратты электронды өңдеудің артықшылықтарымен ұштастыра отырып, еңбек өнімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Еңбекке ақы төлеу процесін жетілдіру мәселелері ақпараттық технологиялардың дамуымен және кәсіпорынды басқару функцияларының барлық спектрін қамтитын автоматтандырылған ақпараттық жүйелерді құрумен тікелей байланысты. Ұйымда қызметкерлердің еңбекақысын есепке алуды автоматтандыру маңызды рөл атқарады

Автоматтандырылған бағдарламаларды пайдалана отырып, бухгалтер ең аз уақытпен есептеулер мен еңбекақы есептеулерін жасай алады.

Заманауи ұйымдар есептерді «1С: Бухгалтерия 8 Қазақстан үшін» конфигурациясының көмегімен жүргізеді.

Конфигурациядағы қызметкерлердің сыйақысын есепке алу өзара байланысты бірнеше кезеңдерден өтеді:

- персоналды есепке алу;
- қызметкер туралы, оның кәсіпорындағы лауазымының өзгеруі (жұмысқа қабылдау, жұмыстан босату, басқа жерге ауыстыру, еңбекақы төлеу) туралы ақпарат, ол есептеулерді жүргізу кезінде пайдаланылады;
- талап етілетін жарналарды және басқа да аударымдарды есептей отырып, жалақыны есептеу;
- салық және бухгалтерлік есепте жалақыны көрсету;
- еңбекақы төлеу.

«1С: Бухгалтерия 8 Қазақстан үшін» конфигурациясында еңбекақы екі кезеңде төленеді:

- әрбір қызметкерге төленетін еңбекақы сомасын және жарналар немесе салықтар, аударымдар сомасын жазатын еңбекақы ведомостарын құру;
- қызметкерлерге еңбекақы төлеу және еңбекақыдан жарналар мен салықтарды аудару үшін төлем құжаттарын дайындау.

Айта кету керек, көптеген бухгалтерлік бағдарламаларда персоналды есепке алуды жүргізу мүмкіндіктері айтарлықтай шектеулі, өйткені барлық бағдарламалар кадрлық есептерді толық көлемде жүргізу мүмкіндігін қарастырмайды.

«1С: Бухгалтерия 8 Қазақстан үшін» конфигурациясында толыққанды кадрлық есептерді жүргізе алу мүмкін. Төменгі 1-кестеде бағдарламадағы негізгі персонал операцияларын құжаттау үшін қолданылатын құжаттар көрсетілген.

Кесте 1

«1С: Бухгалтерия 8 Қазақстан үшін» бағдарламасындағы негізгі персонал операцияларын құжаттау үшін қолданылатын құжаттар

Операция	Конфигурация құжаты
Жаңа қызметкерлерді тіркеу	«Жұмысқа қабылдау» - еңбекақыны есепке алуды орнатуға арналған.
Қызметкерді басқа бөлімге ауыстыру, лауазымын өзгерту, персонал санын өзгерту, еңбекақының есептік мөлшерін	«Кадрлық қозғалыс» - еңбекақыны есептеулерін қадағалау параметрлерін орнатуға немесе өзгертуге арналған.

өзгерту	
Қызметкерлердің іссапарлары	«Іссапарлар» - іссапар куәлігінің бланкісін басып шығару үшін қолданылады.
Жұмыстан шығару	«Жұмыстан босату» - қызметкерлердің жұмыстан босатылуын тіркейді және қызметкерге еңбекақыны есептеуді тоқтатады.
Ескерту - [2] әдебиеттер негізінде автормен жасалған.	

«1С: Бухгалтерия 8 Қазақстан үшін» бағдарламалық өнімі:

- персоналға қойылатын талаптарды жоспарлау;
- қызметкерлерді аттестаттауды, оқытуды және қаржылық ынталандыруды басқару;
- персоналды жұмыспен қамтуды тиімді жоспарлау;
- персоналды есепке алуды жүргізу және персоналды талдау;
- кәсіпорынның штаттық кестесін жүргізу;
- персоналдың еңбекақысын есептеу;
- заңмен реттелетін салықтарды, еңбекақыдан аударымдарды және еңбекақы төлеу қорына алымдарды есептеу;
- персоналмен ақшалай есеп айырысуларды, оның ішінде депонеттеуді басқару;
- санаттарға, бөлімшелерге және басқа да сипаттамаларға бөлу арқылы әртүрлі критерийлер бойынша тапсырыс ақпараты бар төлем ведомостарын жасау;
- бұрынғы есеп айырысу кезеңдерінің деректері бойынша орташа табысқа негізделген еңбек демалысын, еңбек демалысын, төлемді есептеу;
- салық органы үшін стандартты есептерді жасау;
- әсіпорын қызметкерлері туралы статистикалық ақпаратты алу;
- тиісті есептерді құра отырып, қызметкерлердің кадрлық қозғалысын және олардың жоғарылауын тіркеу және т.б.

Жүйе автоматты түрде есептелетін есептеулерді (шегерімдерді), еңбек шығындарын көрсетуді, әлеуметтік қорларға аударымдарды бухгалтерлік және салықтық есепте есептеуді конфигурациялайды. Есептік кезеңнің соңында жеке тұлғалар үшін реттелетін есептерді, қорларға есептерді, статистикалық есептілікті және т.б. автоматты түрде жасай алуға мүмкіндік бар.

Осылайша, компьютерлік технологияларды қолдану есеп процесін айтарлықтай жеңілдетіп қана қоймайды, сонымен қатар басқару мәдениетін арттырады. Ақпараттың сенімділігі мен сенімділік дәрежесін, оның тиімділігін арттырады, жойылудан да, рұқсат етілмегендіктен де тиімді қорғай отырып, оны сақтау және қайта пайдалану шарттарын жақсартады. Ал кәсіпорын басшылары мұндай ақпаратқа ие бола отырып, өндіріс шығындарын азайту арқылы ең үлкен нәтиже алу үшін өндірістік қызметке қажетті түзетулерді жылдам енгізеді. Сонымен бірге компьютерлендірілген есеп пен бақылау жүйесінің тиімділігі осы жүйенің жұмыс істеу нәтижелерін және оны құру мен дамытуға қажетті ресурстардың барлық түрлерінің шығындарын салыстыру арқылы анықталады, ол үшін білікті кадрларды даярлау мен қайта даярлауды талап етеді.

Еңбекақы есебін одан әрі жетілдіру үшін кәсіпорындарды қазіргі заманғы компьютерлік есеп құралдарымен қамтамасыз ету қажет. Бұл шығындарды тез және тиімді талдауға, кәсіпорын қызметкерлерінің еңбекақысын және міндетті төлемдерді есептеудің дұрыстығын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. Р.С. Әбдішүкіров, Б.С. Мырзалиев Бухгалтерлік есеп: Оқуқұралы /– Алматы: 2021. - 506б.
2. А.С. Баянова Автоматизация управления учета расчетов по оплате труда //Главный бухгалтер. - 2019. - №6. - С. 11-14

3. В. П. Проскурина. Бухгалтерский учет от азов до баланса. Практическое пособие. ЛЕМ (Лем), 2020 г. -340с.
4. А.В. Яковлев 1С:Академия ERP. Автоматизация раздельного учета. – [1С-Пабблишинг](#), 2020. – 254 с.
5. Л.Г. Власова, Д.И. Гончаров Основы оперативно-производственного планирования с использованием информационной системы «1С:ERP Управление предприятием» – М.: ООО «1С-Пабблишинг», 2020. – 420 с.
6. А.В. Гартвич 1С:Бухгалтерия 8 как на ладони. - М.: 1С, 2020. - 665 с
7. А. А. Гладкий 1С 8 Зарплата и кадры в вопросах и ответах. - М.: Феникс, 2019. - 344 с
8. Н. Рязанцева. 1С: Бухгалтерия 8.0. - М.: БХВ-Петербург, 2020. - 128 с.

Бухгалтерлік есеп үшін мобильді автоматтандыруды енгізу

М.Б.Амиркулова¹, Т.Е.Мади²

¹Бухгалтерлік есеп және аудит кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.,

²«Есеп және аудит» мамандығы бойынша 4 курс студенті

maral_1970@mail.ru, tomiris_madi@mail.ru

1,2 Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Тақырыптың өзектілігі – бухгалтерлік есепті мобильдік қосымшада автоматтандыру болып табылатындығында. Мобильдік бухгалтерия жүйесі сауда агенттерінің қызметін бақылауға және оны құрылымдауға ғана емес, сонымен қатар тапсырыстарды өңдеу жылдамдығы мен дәлдігін едәуір арттыруға, сондай-ақ тиімділіктің жалпы көрсеткішін арттыруға мүмкіндік береді. Бұл өте үлкен және перспективалы нарық. Қазіргі уақытта сауда кәсіпорындарын мобильді автоматтандыру нарығы қарқынды даму үдерісі маңызды рөл атқарады.

Кілт сөздер: «1С:мобильді бухгалтерия» қосымшасы, 1С:Фреш бұлтты, интерфейс, «Моби – С», қалталы дербес компьютер, 1С:Бухгалтерия, 1С:Кәсіпкер, 1С:Бизнес-Старт.

«1С: Бухгалтерлік есеп 8» – бұл бухгалтерлік есепті автоматтандыруды сапалы жаңа деңгейге шығаруға қабілетті ең танымал бухгалтерлік бағдарлама. Ыңғайлы өнім және оған қосылған қызметтер кез-келген бизнестің бухгалтерлік қызметінің міндеттерін тиімді шешуге мүмкіндік береді.

«1С» компаниясы пайдаланушылардың қажеттіліктері мен міндеттеріне сәйкес келетін бухгалтерлік есеп үшін заманауи және әмбебап шешімді ұсыну үшін бағдарлама мен қызметтерді үздіксіз жетілдіріп отырады [1].

Пайдаланушыларға ыңғайлы болу үшін «1С:Бухгалтерия 8» бағдарламасында Интернет арқылы — «1С:мобильді бухгалтерия» қосымшасында жұмыс істеу мүмкіндігі іске асырылды.

1С:мобильді бухгалтерия қосымшасын мобильді құрылғыда пайдалану үшін пайдаланушыда 1С:Фреш бұлтты қызметіне кіру үшін логин мен пароль болуы керек, ал жеке кабинетте 1С:Бухгалтерия, 1С:Кәсіпкер немесе 1С:Бизнес-Старт қосымшасы бар кем дегенде бір ақпараттық база қосылуы керек.

Мобильді қосымшаның интерфейсі әдеттегіден айтарлықтай ерекшеленеді, ал мобильді қосымшаның функционалдығы компьютерде жұмыс істеудің әдеттегі нұсқасымен салыстырғанда шектеулі.

Мобильді қосымшадан негізгі ақпараттар банктегі есеп айырысу шоттарындағы ақша қалдықтары және кассадағы қолма-қол ақша, қоймалардағы қалдықтар, контрагенттермен өзара есеп айырысу жағдайы қол жетімді.

1С:Бухгалтерияның мобильді нұсқасында бастапқы құжаттарды (төлем шоты, жүкқұжат, орындалған жұмыстар актісі, салыстыру актісі және т. б.) жазуға болады, ал құжаттарда

бұрыннан бар контрагентті таңдауға немесе СТН бойынша деректемелерді толтыру арқылы жаңасын жасауға, құжаттардың кестелік бөлігінде қажетті номенклатураны таңдауға, бағаны, санды және т. б. көрсетуге немесе түзетуге болады[2].

1С:Мобильді бухгалтерлік қосымшада басшыға арналған есептер, контрагенттің құжаттамасы және сауда жабдықтарын қосу бар.

1С: мобильді бухгалтерлік есеп ең алдымен менеджерлерге, сату менеджерлеріне, мобильді қызметкерлерге арналған. Мобильді нұсқада бухгалтермен толық жұмыс істеу қиын және өте ыңғайлы емес, бірақ сонымен бірге компьютерден қосылу мүмкіндігі болмаған кезде компанияның мобильді құрылғыдан жұмысының негізгі деректеріне жедел қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Кәсіпкерлерге, ұйымдарға және өзін-өзі жұмыспен қамтығандарға арналған «1С: мобильді бухгалтерия» келесілерге мүмкіндік береді:

- 1) Салықтарды есептейді және ЖСЖ (Жеңілдетілген салық жүйесі), сақтандыру жарналары мен патент, өзін-өзі жұмыспен қамтығандарға салынатын салық;
- 2) Төлемдерді тікелей банкке (DirectBank) дайындайды және жібереді;
- 3) Тапсыру туралы еске салады және 2021, 2022 ЖСЖ декларацияларын толтырады;
- 4) Клиентке шот, акт немесе шот-фактура жібереді;
- 5) Контрагенттерге өзара есеп айырысуларды салыстыру актісін жібереді;
- 6) Ең тиімді салық режимін таңдауға көмектеседі;
- 7) Өзін-өзі жұмыспен қамтығандар үшін чектер қалыптастырады;
- 8) Клиенттерге төлемдерін картамен төлеуге көмектеседі.

1С сервисінде жаңа орналастырылған 1С.link сервисі арқылы немесе басқа тәсілдермен жарияланған бухгалтерлік қызмет. Қалталы дербес компьютердегі (ҚДК) «Моби – С» - кәсіби деңгейдегі мобильдік сауда. Қазіргі таңда Қазақстанда әріптестік желіні дамыту бойынша жұмыс жүргізіліп жатыр.

Қазіргі уақытта сауда кәсіпорындарын автоматтандыру нарығы қарқынды дамып келеді: сауда кәсіпорындарының саны өсуде, бизнес ұлғайып келеді, нарықтағы бәсекелестік артып келеді, бұл бизнесті тиімдірек басқару қажеттілігіне әкеледі. Бұл өте үлкен және перспективалы нарық.

Мобильді сауданың барлық түрлерін «Моби-С» көмегімен сәтті автоматтандыруға болады. Бұл бақылау және деректерді жинау жүйесі мамандар мен сауда агенттерінің жұмысын жеделдетуге мүмкіндік береді. Әр түрлі сауда ақпаратын жедел өңдеу жұмысты ыңғайлы және тиімді етуге мүмкіндік береді[3].

«Моби-С» - ҚДК типті құрылғылардың көмегімен мобильді сауданы қолдауға арналған бірегей бағдарламалық кешен. Ол бөлшек саудадағы (pre-selling), «дөңгелектерден» сатудағы (van-selling) және саудадағы (merchandising) сауда өкілінің барлық негізгі жұмыс процестерін толық автоматтандыруға мүмкіндік береді.

Жүйе сауда агенттерінің қызметін бақылауға және оны құрылымдауға ғана емес, сонымен қатар тапсырыстарды өңдеу жылдамдығы мен дәлдігін едәуір арттыруға, сондай-ақ тиімділіктің жалпы көрсеткішін арттыруға мүмкіндік береді. «Моби-С» көптеген жұмыс тапсырмаларын автоматтандыру мүмкіндіктерін қамтиды, жоспарлау мен бақылауды жеңілдетуге мүмкіндік береді. Іске асырудың қарапайымдылығы және қол жетімді баға бағдарламалық жасақтама кешеніне ұқсас әзірлемелерден ерекшеленуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, жүйе үнемі жетілдіріліп отырады. Жаңа мүмкіндіктер мен пайдалы құралдар қосылады.

Сауда тиімділігі көрсеткішінің айтарлықтай өсуі «Моби-С» әр маманның өнімділігін арттырады, оған уақыт пен күштің бірдей шығындарымен айтарлықтай үлкен пайда алуға мүмкіндік береді.

Құжаттарды жүктеу жылдамдығы және шешім қабылдау уақытын азайту жұмысты қарапайым және тиімді процеске айналдыруға мүмкіндік береді. Сауда агенті өтінімдерді кеңсеге бір минут ішінде түсіре алады. Әр сауда нүктесінде болу және барлық мәселелерді шешу үшін уақыт үнемделеді. Барлық ақпарат маршрутқа байланысты. Сондықтан сату

тарихын, қарызды, ағымдағы қойма бірліктерін, тапсырыс лимиттерін, бағалар мен жеңілдіктерді және әр клиент үшін басқа да көптеген қажетті ақпаратты оңай білуге болады.

Сауданы автоматтандыру – бұл өтінімдерді енгізу операторларының санын азайтуға, кеңсе жабдықтарын пайдалану шығындарын, сондай-ақ шығын материалдарын азайтуға мүмкіндік беретін заманауи құрал. Көптеген құжаттарды (мысалы, преискуранттар, жоспарлар және бухгалтерлік құжаттар) басып шығару және тасымалдау қажеттілігі айтарлықтай төмендейді.

GPS координаттарын бекіту арқылы жүйе агенттердің қозғалыс ерекшеліктерін басқаруға мүмкіндік береді. Операциялар журналында сауда мамандарының жұмысының сапасын бағалауға мүмкіндік беретін барлық негізгі әрекеттері сақталады. Бақылау мүмкіндіктерінің арқасында мотивацияның барабар жүйесін жасауға, тәртіпті арттыруға және барлық қозғалыс пен сауда процестерінің ашықтығын қамтамасыз етуге болады.

Мобильді құрылғының көмегімен құжаттарды толтыру кезінде жүйе қателер санын және мүмкіндігін азайтуға мүмкіндік береді. Белгілі бір сауда ұйымының шектеулерін автоматты түрде бақылау және қолмен енгізудің болмауы құжатты бірнеше батырманы басу арқылы тез және оңай толтыруға мүмкіндік береді.

Автоматтандыру мүмкіндіктері процедуралардың барлық спектрін жеңілдету үшін қолданылады. Өтінімдерді жинау, мерчандайзинг рәсімдері, жоспарлау және маршруттау сауда маманы номенклатураның алуан түрлілігін тез бағдарлай алатындай және жолда да, сол жерге келген кезде де кез-келген міндеттерді жедел шеше алатындай етіп жүзеге асырылады.

«Моби-С» бағдарламалық кешені мүмкіншіліктері:

1) сауда деректерін, фото есептер мен сауалнамаларды өңдеуді және жинауды автоматтандыру;

2) тауарды жеткізу үшін өтінімдерді жинау рәсімін автоматтандыру (pre-selling);

3) мобильді қоймалардан (van-selling) өнімді өткізу рәсімін автоматтандыру;

4) контрагенттің сату жоспары мен тарихымен тиімді жұмыс істеу;

5) контрагент үшін өзекті өтінімді қалыптастыру және оны кәсіпорынның есеп жүйесіне жіберу;

6) конфигурацияны өзгертпестен жүйені 1С-пен толығымен біріктіру;

7) Windows Mobile және Android жүйелерінде коммуникаторлармен және планшеттік компьютерлермен жұмыс істеу;

8) кез келген есептерді тікелей ҚДК-ға қалыптастыру (қажет болған жағдайда-HTML форматында);

9) тауарлық және ассортименттік матрицаларды пайдалану;

10) кеңседе қажетті мәлімдемедегі операторлардың санын азайту;

11) бастапқы құжаттарды принтерде PDA-дан тікелей басып шығару;

12) Google Play-де демо нұсқасын жүктеп алу;

13) интернет арқылы жұмыс істеу кезінде трафиктің төмен құны.

«Моби-С» жүйесінің мүмкіндіктерінің арқасында бизнесті дамытуда айтарлықтай секіріс жасауға болады. Мобильді сауданы автоматтандыру енгізуге аз шығындармен айналымның өсуіне кең мүмкіндіктер береді[3].

Қолданбаның мобильді нұсқасының функционалдығын, интерфейсін және тарату шарттарын болашақта 1С фирмасы өзгерте алады.

Әдебиеттер тізімі

1. Алимбекова Г.А. Жунисова Г.Е. Бухгалтерлік есепті компьютерлендіру: оқу құралы / әл – Фараби атын. Қазақ ұлттық ун-ті. - Алматы : Қазақ университеті 2017 – 170 б.

2. Құдайбергенов Н.А., Жантаева А.А., Мурсалим М.О. Бухгалтерлік есепті 1С бухгалтерия программасында жүргізу: оқу құралы. - Алматы: Экономика, 2015. - 194 б.

3. Рыбалка В.В. Mobile 1С. Пример быстрой разработки мобильного приложения на платформе 1С:Предприятие 8.3. Версия 1, 1С-Публишинг, 2022

4. Картамысова Р.С. 1С:Предприятие 8. Бухгалтерия для Казахстана. Самоучитель, ЛЕМ, 2016. -120с.

5. Алексей Гладкий 1С: Бухгалтерия 8.3. 100 уроков для начинающих: - Москва, Эксмо, 2019 г.- 288 с.

Использование облачных платформ в бухгалтерском учете: сравнительный анализ «1С:Бухгалтерия» и «Херо»

А.К. Атабаева¹, Д.М. Ақынов², А.К. Кабдыбай³, И.А. Овчаренко⁴

¹ PhD, ассистент профессора, ² магистр экономических наук, ³ к.э.н., ассоц. профессор

⁴ бакалавр 2-го года обучения по специальности «Учет и аудит» atabaeva@list.ru,
dosim.kz@mail.ru, kabdybay@mail.ru, aaleir404@gmail.com

^{1,2,3,4} Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация:

Цель: Исследовать эффективность использования облачных платформ, таких как "1С:Бухгалтерия" и Херо в сфере бухгалтерского учета и сравнить количество и качество представленных инструментов.

Методы: В работе над статьей применялись общие методы научного познания: методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение, анализ, синтез (обобщение); методы теоретического исследования (восхождение от абстрактного к конкретному, от общего к частному и от явления к сущности, выделение отдельных частей объекта, выявление причинно-следственных связей); правила формальной логики; системный подход.

Результаты: В условиях развития и продвижения цифровых технологий во многих сферах деятельности, компании сталкиваются с новыми возможностями для автоматизации бухгалтерских процессов. Сравнение таких платформ в данной статье, как "1С:Бухгалтерия" и Херо, позволяет понять, какие инструменты наилучшим образом соответствуют современным требованиям бизнеса. Существует постоянная дилемма между использованием локальных и мировых платформ в бухгалтерии. Статья может помочь читателям понять, какая из рассматриваемых платформ лучше соответствуют их потребностям в зависимости от географического положения и специфики бизнеса.

Выводы: Херо привлекает своей простотой использования, интуитивно понятным интерфейсом и акцентом на мобильность. Это решение оптимально для малых и средних предприятий, где ценят гибкость, легкость в освоении и доступность в облаке. Приоритетом для Херо являются регулярные обновления, инновации и активное внедрение новых технологий. С другой стороны, 1С:Бухгалтерия 8 для Казахстана предоставляет обширные функциональные возможности, модульность и адаптацию к местным требованиям. Это решение более подходит для крупных предприятий, где необходим комплексный учет и готовность к адаптации к специфике отрасли и законодательства. Окончательный выбор зависит от конкретных потребностей предприятия. Если акцент делается на простоте использования, мобильности и гибкости, Херо может быть предпочтительным вариантом. В случае, когда важны обширные функциональные возможности и адаптация к местным требованиям, 1С:Бухгалтерия 8 представляет собой более подходящий инструмент.

Ключевые слова: "1С:Бухгалтерия", Херо, бухгалтерский учет, автоматизация бухгалтерских процессов, интеграция программ, облачные технологии, отчетность и аналитика, эффективность учета.

В контексте сравнительного анализа бухгалтерских программ Херо и 1С, привлекательно выделить ключевые характеристики каждого из рассматриваемых продуктов. Эти характеристики включают в себя функциональность, интерфейс и удобство использования,

целевую аудиторию, развитие и инновации, локализацию, тарифы и стоимость, интеграцию, безопасность данных, гибкость в использовании, а также сообщество и поддержку.

Таблица 1 представляет собой сравнительную матрицу, обобщая характеристики для лучшего визуального понимания различий между Xero и 1С. Эта матрица обеспечивает комплексное представление о ключевых особенностях обеих бухгалтерских программ.

Таблица 1
Сравнительный анализ

Область сравнения	Xero	1С
Функциональность	Упор на простоту использования, основные бухгалтерские функции, фокус на облачных и легких для восприятия решениях.	Обширные возможности, модульность, предназначена для разных видов бизнеса, включая производство и торговлю.
Интерфейс и Удобство использования:	Интуитивно понятный, прост в освоении, частые обновления с улучшением интерфейса.	Многофункциональный, но может быть сложен для новых пользователей; локализованный интерфейс.
Целевая аудитория:	Ориентирована на глобальный рынок, используется в различных странах, преимущественно в малых и средних предприятиях.	Основная аудитория - компании в постсоветском пространстве, широко используемая в странах СНГ.
Развитие и Инновации:	Активное внедрение новых технологий и функций, более гибкое внедрение инноваций.	Регулярные обновления, активное развитие в соответствии с изменениями в законодательстве.
Локализация	Глобальная, может потребовать дополнительной адаптации в зависимости от местных требований.	Хорошая локализация, соответствие местному законодательству в странах СНГ.
Тарифы и Стоимость	Облачное решение с относительно низкими ежемесячными платежами, что может быть более привлекательным для малых предприятий.	Часто требует значительных затрат на лицензии, обновления и обслуживание.
Интеграция	Обширные интеграции с приложениями и сервисами, создавая гибкость для бизнес-процессов.	Предоставляет интеграцию с различными системами, но может потребовать дополнительных настроек.
Безопасность данных:	Облачное решение, обеспечивает высокий уровень безопасности данных.	Работающая на локальных серверах, безопасность зависит от внутренних мер предосторожности компании.
Гибкость в использовании	Определенное ограничение функционала может сделать его менее гибким для крупных предприятий.	Модульная структура обеспечивает гибкость в выборе необходимых

		компонентов.
Сообщество и Поддержка:	Активная поддержка, обучение и регулярные вебинары для пользователей.	Обширное сообществ пользователей и разработчиков.

Проанализировав сильные и слабые стороны бухгалтерских программ - 1С и Xero, можно перейти к таблице 2, представляющей SWOT-анализ обеих систем, раскрывающей ключевые аспекты каждой из них. Этот анализ поможет бизнес-пользователям более глубоко понять преимущества и недостатки каждой программы, а также рассмотреть возможности для их дальнейшего развития, улучшения и достижения конкурентных преимуществ. Учитывая полученные данные SWOT-анализа, предпринимателям станет проще принимать обоснованные решения при выборе бухгалтерского программного обеспечения, с учетом особенностей и потребностей своего бизнеса. Этот анализ также способствует более стратегическому подходу к использованию программ, повышая эффективность и уровень адаптации к переменным условиям рынка.

Таблица 2

SWOT-анализ программных продуктов

1С	
<p>Strengths (Сильные стороны):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обширные возможности: 1С предоставляет широкий спектр функций, от бухгалтерии и управления складом до управления персоналом, что позволяет пользователям эффективно вести учет и управлять бизнесом. • Адаптация к местным требованиям: Программы 1С локализованы и адаптированы к местным бухгалтерским и налоговым требованиям, что облегчает соблюдение законодательства. • Широкое распространение: используется множеством компаний, что создает возможность обмена опытом и легкости в поиске квалифицированных специалистов. • Регулярные обновления: 1С активно обновляется, что позволяет пользователям быть в курсе последних изменений в законодательстве и использовать новые возможности. 	<p>Weaknesses (Слабые стороны):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сложность использования: для новых пользователей 1С может быть сложным для освоения из-за большого количества функций и настроек. • Зависимость от квалификации персонала: эффективное использование 1С требует обучения и квалификации бухгалтеров и пользователей. • Стоимость обновлений: обновления и поддержка могут быть затратными, что может создавать дополнительные расходы для пользователей.

<p>Opportunities (Возможности):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развитие облачных решений: возможность использования облачных версий программы может предоставить большую гибкость и доступность для пользователей. • Интеграция с другими системами: расширение возможностей интеграции с другими системами может облегчить процессы и повысить эффективность использования. • Улучшение интерфейса и опыта пользователя: улучшение пользовательского интерфейса и опыта работы с программой может сделать ее более доступной для широкого круга пользователей. 	<p>Threats (Угрозы):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Конкуренция от облачных решений: растущая популярность облачных бухгалтерских решений может представлять конкуренцию для традиционных программ, включая 1С. • Серьезные изменения в законодательстве: быстрые и радикальные изменения в налоговом или бухгалтерском законодательстве могут потребовать быстрой адаптации программы. • Безопасность данных: возможные угрозы в области кибербезопасности могут повлиять на доверие пользователей к безопасности и конфиденциальности их данных.
Xero	
<p>Strengths (Сильные стороны):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Простота использования: Xero славится своим интуитивно понятным интерфейсом, что делает его легким в освоении и использовании для пользователей без специальных знаний в бухгалтерии. • Доступность в облаке: поскольку Xero - облачное решение, пользователи имеют гибкий доступ к своим данным из любого места с подключением к интернету, что особенно важно для мобильных бизнес-пользователей. <p>Интеграция: Xero предлагает широкий спектр интеграций с другими приложениями и сервисами, что обеспечивает более гладкую работу с другими инструментами, используемыми бизнесом.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обновления и инновации: пользователи могут рассчитывать на регулярные обновления и внедрение новых функций, что способствует актуальности и конкурентоспособности. 	<p>Weaknesses (Слабые стороны):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ограниченный функционал для крупных предприятий: в сравнении с некоторыми другими решениями, Xero может оказаться менее подходящим для крупных компаний с более сложными бухгалтерскими требованиями. • Недостаточная локализация: в некоторых странах, где местное законодательство требует специфичных настроек, Xero может не предоставлять достаточной локализации.
<p>Opportunities (Возможности):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Расширение функционала: внедрение новых функций и улучшение существующих может сделать Xero еще более привлекательным для пользователей. • Глобальное расширение: увеличение глобального присутствия и адаптация к различным региональным особенностям может привести к новым возможностям для пользователей. • Больше количество интеграций: дополнительные интеграции с приложениями и сервисами, шире соответствующими потребностям бизнеса, могут улучшить пользовательский опыт. 	<p>Threats (Угрозы):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Конкуренция: в сфере облачных бухгалтерских решений конкуренция может быть интенсивной, что создает риск потери пользователей в пользу других платформ, в зависимости от локализации. • Безопасность данных: вопросы кибербезопасности могут представлять угрозу для доверия пользователей к хранению своих финансовых данных в облаке.

В контексте сравнения с платформой 1С для бухгалтерии в Казахстане, обе системы предоставляют обширный функционал и соответствуют местным требованиям. Организации, стремящиеся к глобальной доступности и облачным решениям, могут отдать предпочтение

Херо, в то время как компании, работающие в странах СНГ и ценящие обширные функциональные возможности, могут предпочесть 1С.

Выбор между Херо и 1С зависит от конкретных потребностей компании, бизнес-модели, стратегии и особенностей работы. Вот несколько сценариев, когда стоит рассмотреть каждую из платформ:

При каких критериях стоит выбрать облачную платформу Херо:

- Глобальная деятельность: если бизнес имеет международный характер и требует глобального доступа, Херо, ориентированный на мировой рынок, может быть предпочтительным вариантом.
- Малое или среднее предприятие: Херо часто выбирают предприятия малого и среднего размера, благодаря своей простоте использования и относительной доступности.
- Облачные технологии: если бизнес активно использует облачные технологии, Херо, как облачное решение, может интегрироваться более гладко в вашу бизнес-инфраструктуру.
- Интуитивный интерфейс: интуитивный и легкий в использовании интерфейс Херо делает анализ финансов более доступным для широкого круга пользователей, включая тех, кто не обладает специализированными навыками в области бухгалтерии.
- Гибкость и мобильность: Херо, как облачное решение, предоставляет гибкий доступ из любого места с подключением к интернету. Это особенно важно для компаний, где мобильность играет решающую роль.
- Интеграция с приложениями: Херо предлагает обширные возможности интеграции с другими приложениями, что позволяет собирать и анализировать данные из различных источников для более глубокого понимания финансового состояния.
- Низкие затраты на начальном этапе: Херо предлагает относительно низкие ежемесячные платежи за использование облачного сервиса, что может быть более привлекательным для малых предприятий с ограниченным бюджетом.
- Глобальная команда или удаленная работа: если в компании команда распределена глобально или частично работает удаленно, Херо обеспечивает легкий доступ и совместную работу в режиме реального времени.
- Регулярные обновления и инновации: Херо активно обновляется, внедряя новые технологии и функции, что обеспечивает актуальность инструментов для анализа и прогнозирования.

При выборе 1С стоит учесть следующие факторы:

- Крупное предприятие или специфические требования: если компания крупная, имеет сложные бухгалтерские процессы или специфические требования, 1С с его обширным функционалом и модульной структурой может быть более подходящим выбором.
- Наличие квалифицированных специалистов: использование 1С может быть более эффективным, если у компании уже есть квалифицированные специалисты, знакомые с этой системой.
- Регулярные изменения в законодательстве: если бизнес подвержен частым изменениям в законодательстве, 1С, с регулярными обновлениями и адаптацией к законодательным изменениям, может обеспечить актуальной информацией.
- Требования по обработке данных на месте: Если компании или законы страны требуют хранения и обработку данных на месте (не в облаке), 1С, работающая на локальных серверах, может быть более подходящей.
- Предпочтение стандартным решениям: Если бизнес предпочитает использовать стандартные решения, широко принятые в регионе, 1С может быть лучшим выбором в странах СНГ.
- Сложные бизнес-процессы: Если компания занимается сложными бизнес-процессами, требующими высокой степени настройки и индивидуализации, 1С с его модульностью и гибкостью может более эффективно поддерживать эти процессы.

- Модульность: Система 1С модульна, что означает, что можно выбирать и настраивать только те компоненты, которые необходимы для данного бизнеса, что полезно для более точного анализа.

- Локализация: Если бизнес действует в странах СНГ, где 1С широко используется, локализован и соответствует местным требованиям, что улучшает точность анализа в соответствии с местным законодательством.

После внимательного анализа облачной бухгалтерской платформы Херо и программного обеспечения 1С:Бухгалтерия 8 для Казахстана можно выделить ключевые моменты:

Херо отличается простотой использования, интуитивно понятным интерфейсом и мобильностью. Это подходит для малых и средних предприятий, где важны гибкость, легкость в освоении и доступность в облаке. Приоритет у Херо – обновления, инновации и активное внедрение новых технологий.

1С:Бухгалтерия 8 для Казахстана предоставляет обширные функциональные возможности, модульность и адаптацию к местным требованиям. Она подходит для крупных предприятий, требующих комплексного учета и готовых адаптироваться к специфике отрасли и законодательства.

Рекомендации зависят от конкретных потребностей. Если акцент на простоте использования, мобильности и гибкости – Херо может быть предпочтительным. Для компаний, где важны обширные возможности и адаптация к местным требованиям, 1С:Бухгалтерия 8 – более подходящий вариант.

Итоговый выбор следует делать, оценивая размер компании, доступные ресурсы и стратегические цели. Проведение тестового использования и консультация с профессионалами помогут сделать информированный выбор, соответствующий уникальным потребностям бизнеса.

Список литературы

1. Херо: Annual Report 2023.
2. Официальный сайт фирмы 1С <https://1c.ru/>

Влияние цифровизации на мировой рынок труда

А.К. Атабаева¹, Д.М. Ақынов², А.К. Кабдыбай³, В.А. Рыбина⁴

¹ PhD, ассистент профессора,

² магистр экономических наук, ³ к.э.н., ассоц. профессор

⁴ студент 2 –года обучения по специальности «Учет и аудит»

atabaeva@list.ru, dosim.kz@mail.ru, kabdybay@mail.ru, valleery@gmail.com

^{1,2,3,4} Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: В современном мире цифровизация стала неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, проникая во все сферы жизни общества и экономики. Одним из ключевых аспектов, на которые влияет растущая цифровая трансформация, является рынок труда.

Влияние цифровизации на производственные отношения и занятость выходит за рамки простого внедрения технологии: оно касается как отдельных лиц, так и структуры рынка труда в целом. С развитием новых технологий, таких как искусственный интеллект и автоматизация, меняются требования к квалификации работников и характер выполняемых работ. Происходит переход от традиционных видов занятости к новым формам работы, таким как удаленная работа и самозанятость.

В этом контексте важно учитывать, как цифровизация создает новые возможности для рынка труда, но также создает вызовы и проблемы, связанные с адаптацией рабочей силы к быстро меняющимся условиям.

Ключевые слова: цифровизация, занятость, рынок труда.

Цифровизация и глобализация экономики оказывает воздействие на структуру рабочих процессов всего мира, требуя от работников высокой гибкости и непрерывного обучения. Некоторые традиционные виды занятости подвергаются риску автоматизации, что может привести к изменениям в распределении рабочих мест и неравенству в доступе к новым возможностям.

Влияние цифровизации на рынок труда очень большое. Сама задача изучения данного сегмента экономики должна быть многоуровневая и многообразная. Чтобы изучить и попытаться спрогнозировать дальнейшее развитие нужно изучить, как и технологии что уже были внедрены и внедряют прямо сейчас. Так же как эти технологии влияют на социальные аспекты нашего общества.

На данный момент уже можно перечислить основные тенденции развития рынка труда:

- снижение занятости «традиционных» профессий, связанных с внедрением современных технологий.

- повышение занятости «современных» профессий, которые появляются в связи необходимостью обслуживания новых технологий, их обслуживание и разработкой

- повышение требований к квалификации среднестатистического рабочего, что связано с изменением роли и значимости образования, включая профессиональное обучение, а также

Тем не менее следует упомянуть, что некоторые традиционные профессии все еще актуальны. Хотя и это зависит от уровня развития страны, но в разные сегменты сферы труда в различных странах развиваются по-разному. Хотя и можно провести их совместную аналитику, результаты данной статьи нужно интерпретировать осторожно.

Оттоки и так же притоки относятся к темпам перераспределения работников и рабочих мест. Безусловно, больше всего любого человека волнуют оттоки рабочих мест. Этот фактор значительно влияет на жизнь обычного человека, так и на современные проблемы предприятий.

Согласно отчету «Будущее рабочих мест» [1], в течении следующих пяти лет ожидаются серьезные перемены на рынке труда. Уже сейчас некоторые профессии становятся не актуальными, а некоторые лишь понемногу теряют актуальность в Европе и западных странах. Пятилетний структурный отток оценивается для каждой вакансии путем суммирования абсолютных величин изменений доли рабочей силы с настоящего момента по 2027 год, о которых сообщили респонденты в опросе "Будущее рабочих мест", и деления на суммарную долю рабочей силы на сегодняшний день.

Согласно данному отчёту, можно заключить, что средний прогнозируемый структурный отток с рынка труда для компаний, опрошенных в различных секторах и странах, составит 23% в течение следующих пяти лет. Это означает, что предполагаемая динамика перемещения рабочих мест, включая создание новых позиций и ликвидацию существующих, составит 23% от текущего числа работников. Эти данные помогают понять, что нас может ждать в будущем на рынке труда и как это повлияет на нашу жизнь

Ожидания специалистов по поводу оттока в течении следующих 5 лет могут способствовать структурной перестройки рынков труда. Отток в период с 2023 по 2027 год в цепочке поставок, транспорте, медиа, индустрии развлечений и спорта, где, по оценкам, структурный пятилетний отток составит 29% и 32% соответственно, но ниже среднего в сфере размещения, питания и досуга; обрабатывающей промышленности и Розничная торговля; и оптовая торговля потребительскими товарами.

Относительно высокий отток также прогнозируется в сфере телекоммуникаций и средств массовой информации, развлечений и спорта, финансовых услуг и рынков капитала, а также в сфере информационных и технологических услуг, что частично отражает

изменения в сфере занятости, обусловленные технологиями [2]. Это объясняется тем что, к ИТ-профессиям с каждым днем предъявляются наиболее высокие требования.

Растущие и сокращающиеся рабочие места можно оценивать также, как и отток персонала. Профессии, как ранее были охарактеризованы «современные», по искусственному интеллекту и машинному обучению стоят на первых местах в списках самых быстрорастущих профессий по всему миру, за ними стоят специалисты по устойчивому развитию и бизнес-аналитики.

Мы связываем это с тем, что такие быстрорастущими профессиями являются те, которые имеют самую лучшую коммерческую выгоду сейчас или принесёт ее в будущем. ИТ-программисты, AI-специалисты сейчас являются самыми необходимыми. Они те, кто прямо сейчас двигает прогресс технического развития всего мира.

Большинство наиболее быстро сокращающихся должностей - это канцелярские или секретарские должности, при этом ожидается, что быстрее всего сократятся банковские кассиры и связанные с ними клерки, служащие почтовой службы, а также кассиры и билетные кассиры. Это произойдет просто в связи с автоматизации их профессий. Больше технологий-меньше затрат.

Не будь технологии более выгодными и легкодоступными, не было бы такого масштаба цифровизации. Многие отрасли сферы труда по всему миру очень обеспокоены данными тенденциями развития, ведь в новом мире придётся переучиваться на наиболее современные профессии. Зачастую, это долгое и сложное обучение, особенно уже для взрослых и сформировавшихся людей.

В целом, анализ показывает, что будет создано 69 миллионов рабочих мест и уничтожено 83 миллиона рабочих мест, что приведет к сокращению глобальных рынков труда на 14 миллионов рабочих мест в ближайшие пять лет при нынешних темпах изменений, хотя эта цифра не может быть полностью достоверной. Как показала пандемия и все прочие мировые волнения, сфера труда сильно от них зависит.

Так что все расчеты, связанные с прогнозированием, лишь приблизительные и не претендуют на единственную верную истину. Сумма этих изменений дает приблизительный общий структурный отток на рынке труда в размере 23% от текущей глобальной рабочей силы, которую могут охватить данные.

Рабочие места с цифровым доступом и цифровой торговлей

86% респондентов ожидают, что расширение доступа к цифровым технологиям преобразит их организацию, при этом 52% ожидают, что это приведет к росту числа рабочих мест, а 19% ожидают в результате сокращения. В сочетании с данными о тенденциях в сфере занятости это, по-видимому, стимулирует ожидания роста числа рабочих мест на рабочих местах, связанных с цифровой торговлей, и сокращения ролей, где более цифровое глобальное взаимодействие приводит к тому, что аспекты личных услуг и ведения учета становятся менее необходимыми.

Например, прогнозируется рост числа экспертов в области электронной коммерции, цифровой трансформации, цифрового маркетинга и стратегии на 25-35%, что приведет к созданию дополнительных 2 миллионов рабочих мест. [3]. Однако эти ожидания роста неодинаковы в разных регионах: в Южной Азии ожидается, что эти роли будут расти быстрее всего - более чем на 30%, а в странах Африки к югу от Сахары - медленнее всего - на 15%. Респонденты ожидают, что этот рост в среднем будет более быстрым для специалистов по цифровой трансформации в Китае (32%) и более медленным в Японии (23%).

Если рассматривать наиболее конкретно, то ожидается снижение спроса на фонде труда на кассирам и билетным рабочим (25-35%); рабочим во вводу данных; работников по бухгалтерскому учету и расчету заработной платы и секретарей.

Конечно, в зависимости от стран, потребность этих профессий рознится, однако тенденции к набору конкретно этих профессий особенно выражена в Бразилии (46%) и несколько менее распространена в некоторых странах с высоким уровнем дохода, таких как

Германия, Соединенные Штаты, Сингапур и Соединенное Королевство, где она составляет около 25%. Как и в случае с бухгалтерией и расчетными службами, эта тенденция носит глобальный характер, но особенно ярко выражена в Японии, Италии и Соединенных Штатах. Поскольку в настоящее время это популярные профессии, эти ожидания могут привести к сокращению 26 миллионов рабочих мест во всем мире [4].

Быстрый рост также ожидается в сфере возобновляемой энергии и в сфере смягчения последствий изменения климата. Эта сфера сейчас очень актуальна. Переход всех стран мира к «Зеленой» экономике необходим, так как проблема загрязнения и разрушения нашей планеты стоит остро. Человечество обязана беспокоиться о сохранности, в первую очередь, собственных жизней. Рост населения, загрязнения атмосферы, проблема с пластиком, а так же поиск наименее загрязняющих источников энергии – все это часть «зеленой» экономики. Инвестиции в эту сферу, а также постоянное извещение населения способствует привлечение людей в эту сферу. Создание рабочих мест и специального образования необходимо.

"Зеленые" рабочие места и рабочая сила, обладающая необходимыми навыками, необходимы для достижения климатических целей. По данным, предоставленных LinkedIn, в отчете "Будущее рабочих мест", «зеленые» места лишь растут с каждым годом. Доля рабочей силы с 2015 года выросла на 40% (с 9% до 13%). Это говорит о том, что работодатели хотят и вводят «зеленые» рабочие места. Уже с 2019 года рост рабочих мест в этой сфере значительно увеличился. Это привело к тому, что это сфера вошла в тройку самых быстроразвивающихся должностей на платформе LinkedIn.

Пример наиболее развитых стран в переходе на «зеленую» экономику заразителен. Постановка проблем и их активное обсуждение способствует развитию этой сферы и более быстрому переходу, а также показывает другим странам свой пример. Развиваются «зеленые» навыки не только у специалистов данной сферы, но и населения стран мира. Сортировка мусора, правильная переработка. Все это также стимулирует рынок труда.

Рабочие места в сфере передовых технологий

Внедрение передовых технологий также способствует росту числа рабочих мест в трех группах профессий, в которых в настоящее время занято не так много людей:

Ожидается, что спрос на специалистов по искусственному интеллекту и машинному обучению вырастет на 40%, или на 1 миллион рабочих мест, поскольку использование искусственного интеллекта и машинного обучения способствует продолжающейся трансформации отрасли. Недавние исследования генеративного искусственного интеллекта показывают, что он может влиять на значительную долю общих задач работников.⁴⁹ Однако это не делает различия между расширяемыми задачами и автоматизированными. Это исследование также показывает, что это, скорее всего, повлияет на должности с более высокой заработной платой и рабочие места с более высокими барьерами для входа [5].

Спрос на аналитиков по информационной безопасности увеличился на 31%, что привело к созданию 0,2 миллиона дополнительных рабочих мест. Это обусловлено более широким внедрением шифрования и кибербезопасности.

Киберпреступность – обратная сторона цифровизации. Переход всех структур экономики влечет в себе опасность быть взломанными. Такой риск должен как минимум быть оправдан, а также нужно пытаться его предотвратить. Профессии, связанные с кибербезопасностью так же необходимы, хоть в настоящее время в мире ощущается нехватка 3 миллионов специалистов по кибербезопасности [6].

Рабочие места в сфере образования

Ожидается, что число рабочих мест в сфере образования вырастет примерно на 10% в период 2023-2027 годов. Учитывая, что на этих должностях занято много людей, этот рост может привести к созданию 3 миллионов дополнительных рабочих мест для преподавателей профессионального образования, а также преподавателей университетов и высших учебных заведений в период 2023-2027 годов [7].

По итогу исследования можно сказать:

– Ожидается, что к 2027 году изменится около 23% рабочих мест: будет создано 69 миллионов новых рабочих мест и ликвидировано 83 миллиона.

– Зеленый переход и локализация цепочек поставок приведут к чистому росту рабочих мест.

– Внедрение технологий и расширение доступа к цифровым технологиям также создадут чистый рост рабочих мест, но с большей компенсацией потерь; замедление экономического роста, дефицит предложения и инфляция представляют наибольшие риски для рабочих мест.

– Наиболее быстрорастущими должностями являются специалисты по искусственному интеллекту и машинному обучению, специалисты по устойчивому развитию, аналитики бизнес-аналитики и специалисты по информационной безопасности; наибольший абсолютный рост ожидается в сфере образования, сельского хозяйства и цифровой коммерции [8].

Наиболее быстро растущие роли обусловлены технологиями и цифровизацией. Большие данные занимают первое место среди технологий, создающих рабочие места: 65% респондентов ожидают роста числа рабочих мест на смежных должностях. Ожидается, что к 2027 году занятость аналитиков данных и ученых, специалистов по большим данным, специалистов по машинному обучению ИИ и специалистов по кибербезопасности вырастет в среднем на 30%.

Обучение работников использованию ИИ и больших данных будет отдаваться приоритету 42% опрошенных компаний в следующие пять лет, уступая по важности аналитическому мышлению (48%) и творческому мышлению (43%). Цифровая коммерция приведет к наибольшему абсолютному увеличению числа рабочих мест: ожидается около 2 миллионов новых должностей с использованием цифровых технологий, таких как специалисты по электронной коммерции, специалисты по цифровой трансформации, а также специалисты по цифровому маркетингу и стратегии.

В то же время, наиболее быстрое сокращение должностей также обусловлено технологиями и цифровизацией, причем ожидается, что быстрее всего будут сокращаться должности канцелярских или секретарских должностей, включая банковских кассиров, кассиров и клерков по вводу данных [9].

Внедрение ИИ значительно повлияет на трудовую сферу, ожидается, приведет к высокому оттоку сотрудников: 50% организаций ожидают, что он создаст рост рабочих мест, а 25% ожидают, что он создаст потерю работы [10].

Список литературы

1. Всемирный экономический форум «Отчет о будущем рабочих мест 2023, аналитический отчет» 294 с // https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf

2. Всемирный экономический форум «Годовой отчет 2022-2023» // https://www3.weforum.org/docs/WEF_Annual_Report_2022-23.pdf

3. Ишметова Шахида Хасановна Влияние цифровизации на международное разделение труда // Universum: экономика и юриспруденция. 2023. №2 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovizatsii-na-mezhdunarodnoe-razdelenie-truda> (дата обращения: 26.11.2023).

4. Б.П Дейнека , Е.И Козлова - «Направления изменений на рынке труда в условиях цифровизации» // <https://www.stu.lipetsk.ru/activities/science/materialyi-nauchnyix-konf/sbornik-czifrovyie-texnologii.pdf#page=389-399c>

5. Свистунов В.М., Лобачев В.В. Влияние глобальной цифровизации на структуру мирового и национального рынков труда // УПИРР. 2023. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-globalnoy-tsifrovizatsii-na-strukturu-mirovogo-i-natsionalnogo-rynkov-truda> (дата обращения: 26.11.2023).

6. Тулегенова А.У – «Цифровизация экономики и ее влияние на рынок труда» // https://wkitu.kz/wp-content/uploads/2023/11/sbornik-vestnik-2023-novyj_compressed.pdf#page=435

7. Р. В. Саяхетдинова, В. С. Карнакова, З. З. Сабирова. «Основные направления и преимущества цифровизации экономики» // <https://phsreda.com/e-articles/10478/Action10478-105605.pdf>

8. Aleksandr Ključnikov, Elena G. Popkova, Bruno S. Sergi, - Global labour markets and workplaces in the age of intelligent machines, Journal of Innovation & Knowledge, 2023, // <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X23001038>

9. Sascha Kraus, Alberto Ferraris, Alberto Bertello, - The future of work: How innovation and digitalization re-shape the workplace, Journal of Innovation & Knowledge, 2023, // <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X23001336>

Yongzhang Peng, Changqi Tao, - Can digital transformation promote enterprise performance? —From the perspective of public policy and innovation, Journal of Innovation & Knowledge, 2022, // <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X22000385>

Трансформация бухгалтерского учета и анализа деятельности предприятий в контексте цифровизации экономики

А.К. Атабаева¹, Э.Ж.Сыздыкова², А.В. Батаев³

¹PhD, ассистент профессора, ²к.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита,
³студент 3-го курса специальности «Учет и аудит»

atabaeva@list.ru, elmira5as@mail.ru, Bataev_arsan@gmail.com

^{1,2,3} Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

В настоящее время экономика практически всех стран мира находится в процессе перемен, приводя к изменениям в бухгалтерский учет и анализ на основе цифровых технологий. Цифровизация вносит существенные изменения в бизнес-процессы, организационную и культурную среду, создавая уникальные возможности по оптимизации и улучшению учетных процессов.

Данная статья исследует вопросы внедрения цифровизации и изменения подходов к автоматизации бухгалтерского учета и аналитики. Наряду с этим рассматриваются вызовы, риски и проблемы, которые могут возникнуть в связи с процессами цифровизации.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, анализ, блокчейн, цифровизация, трансформация

Облачные технологии, искусственный интеллект, а также большие данные в корпоративной среде создают новые возможности для эффективного управления финансами, принятие обоснованных стратегий и достижение конкурентного преимущества. В этой связи, совместная работа по цифровизации бухгалтерского учета и анализа деятельности предприятий становится важной стратегической задачей для компаний, которые стремятся адаптироваться в быстро меняющемся бизнес - сообществе и быть на передовой позиции.

Цель данной статьи – рассмотреть и изучить ключевые моменты трансформации учёта и анализа в условиях цифровой экономики. Выявить тенденции, вызовы возможностям для успешной адаптации предприятий к новым условиям. В настоящей статье мы разберем фундаментальные изменения, которые внедряет цифровизация в область бухгалтерского учета и анализа. Также покажем практикующие подходы с наилучшими результатами для успешной реализации этих изменений. При этом цифровая трансформация обладает свойством не только предоставлять компаниям возможность выживать в новой реальности, но и процветать. Рассмотрим, как цифровизация учета и анализа может стать основополагающим инструментом для достижения успеха.

Цифровизация и изменение подходов к бухгалтерскому учету.

Развитие цифровых технологий вносит радикальные изменения в традиционные методы ведения бухгалтерского учета. Одним из ключевых элементов этого процесса является переход на облачные технологии. Облачные вычисления позволяют компаниям повысить доступность и гибкость своих систем бухгалтерского учета. Вместо того чтобы полагаться на ограниченное количество локальных серверов, компании могут хранить и обрабатывать свои данные в облаке, что повышает эффективность и масштабируемость. В то же время технологии блокчейна начинают проникать в сферу бухгалтерского учета, предоставляя надежные и безопасные механизмы для регистрации и проверки транзакций. Эта децентрализованная система обеспечивает неизменность данных, значительно снижая риск манипуляций и фальсификации. Таким образом, блокчейн решает вопросы аутентичности и обеспечивает прозрачность финансовых операций. В мировой практике данная область является наиболее инвестируемой. Например, в США в 2021 году в развитие блокчейн индустрии было вложено порядка 6,6 млрд. долларов (рисунок 1).

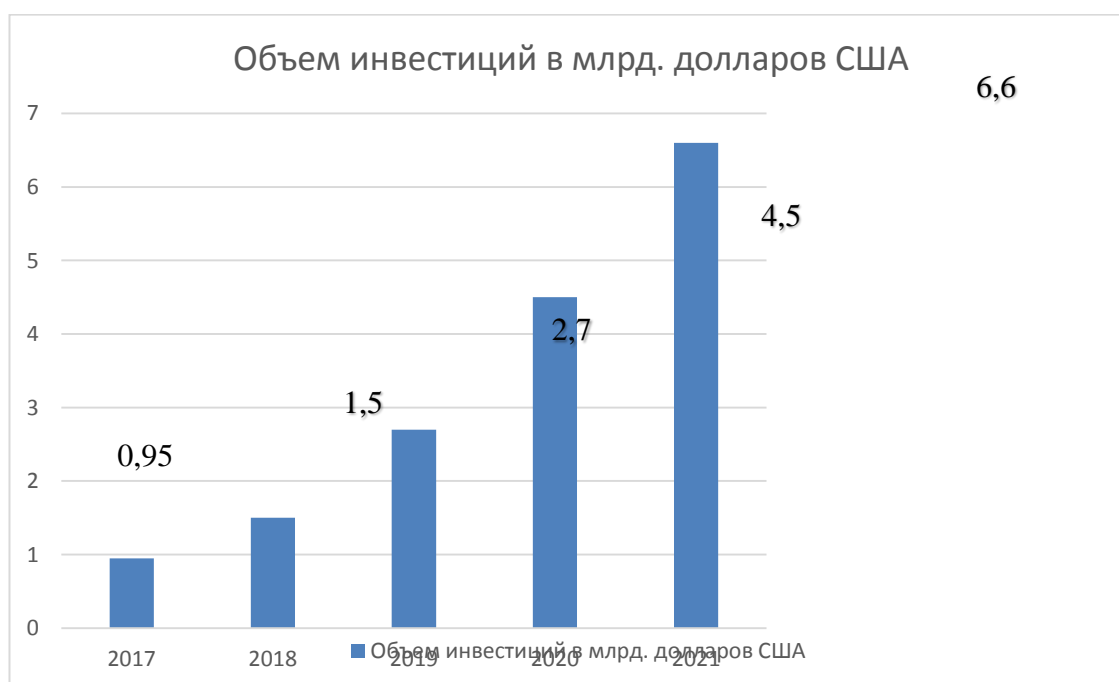


Рисунок1. Динамика объема инвестиций в блокчейн-проекты с 2017-2021 гг.
Примечание – источник [1]

Как показывает рисунок 1, в США за пять лет объем инвестиций в блокчейн-проекты вырос почти в 7 раз. Это говорит о том, что данная сфера имеет прогрессивный рост, технология блокчейн является революционной и имеет перспективы у бизнеса, вовлеченного в эту индустрию.

Данный факт подтверждается количеством поданных заявок на патенты в области блокчейн-технологий во всем мире (рисунок 2).

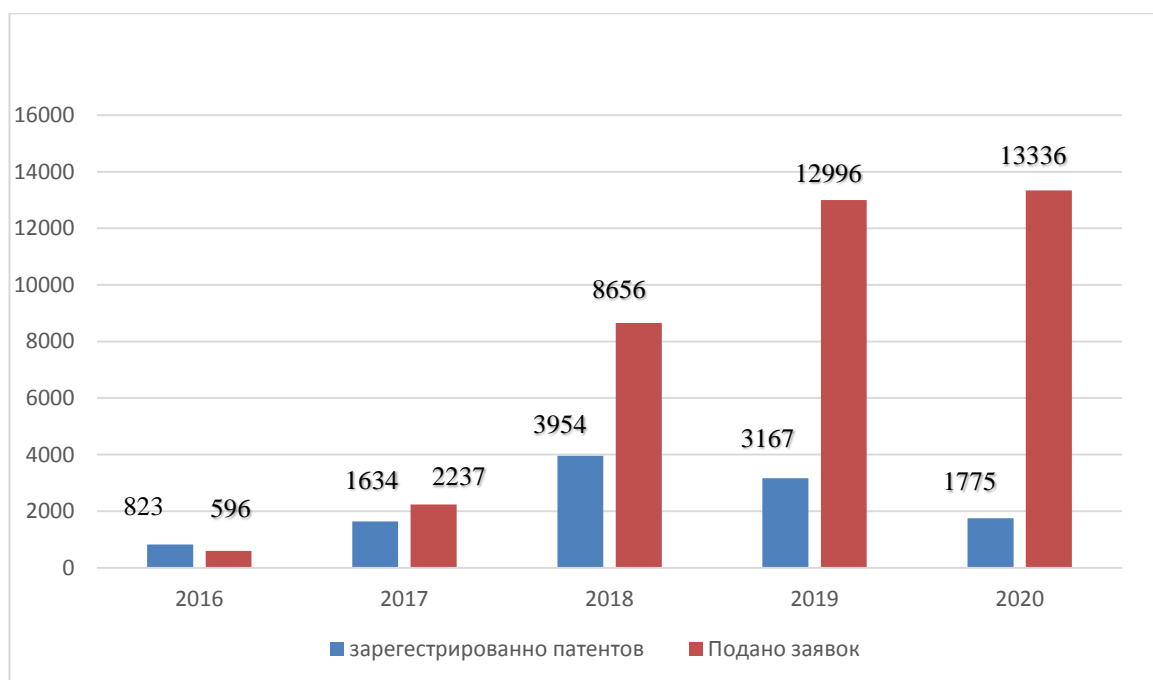


Рисунок 2. Патентная деятельность в мире в области блокчейн-технологий
Примечание – источник [2]

В Казахстане также развивается блокчейн индустрия. Создана Национальная ассоциация развития блокчейн и криптотехнологий. Запущены несколько пилотных проекта, одним из которых является Информационная система «НДС Blockchain». Но несмотря на популярность и развитие технологии блокчейн в Казахстане, наша страна намного отстает по патентной деятельности от стран мира (рисунок 3).

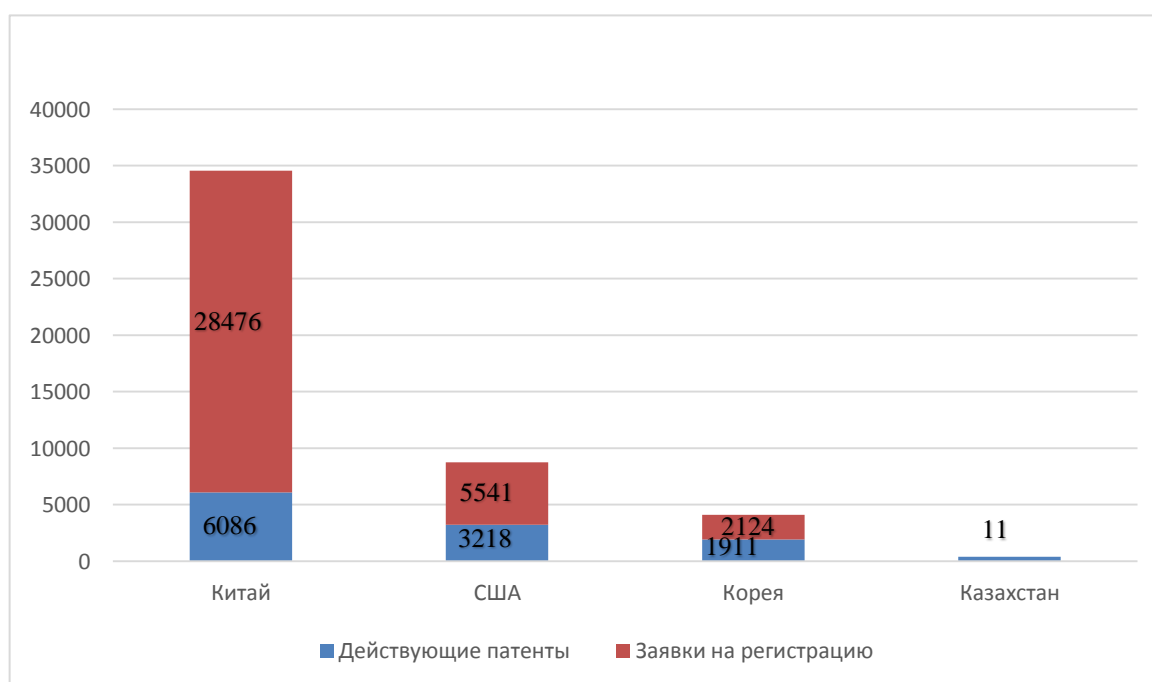


Рисунок 3. Динамика патентной деятельности в области блокчейн-технологий в разрезе отдельных стран на конец 2020г

Примечание – источник [2]

Новые подходы к ведению бухгалтерского учета также включают немало важную роль искусственного интеллекта (ИИ). Интеграция искусственного интеллекта в бухгалтерские системы позволяет автоматизировать рутинные задачи, снижая вероятность ошибок и освобождая время для анализа данных. Алгоритмы машинного обучения, работающие с большими объемами данных, помогают выявлять скрытые закономерности и тенденции, значительно повышая точность анализа. Другим ключевым аспектом изменения подходов к бухгалтерскому учету является переход к цифровой экономике, когда активы компании переводятся в цифровую форму. Электронные документы, цифровые контракты и виртуальные валюты становятся неотъемлемой частью бизнес-процессов. Это требует не только новых технологических решений, но и обновления нормативно-правовой базы для эффективного управления цифровыми активами. В заключение, цифровизация не только меняет инструменты бухгалтерского учета, но и требует переоценки бизнес-моделей. Компании, успешно адаптирующиеся к этим изменениям, могут не только повысить эффективность своей деятельности, но и открыть новые возможности для инноваций и роста.

Интеграция и автоматизация аналитики.

С наступлением эры цифровых технологий компании сталкиваются с огромным количеством данных, и ключевым вопросом становится, как правильно их анализировать для принятия обоснованных решений. В этом контексте интеграция и автоматизация аналитики играют важную роль в успешных стратегиях управления. Важнейшим аспектом этого процесса является внедрение технологий больших данных. Доступность больших объемов данных открывает компаниям новые возможности для анализа поведения клиентов, тенденций рынка и внутренних процессов. Аналитика больших данных не только дает компаниям более глубокое понимание своих клиентов, но и позволяет им прогнозировать тенденции и принимать решения, основанные на фактах. Еще одним важным элементом интеграции аналитики является использование инструментов анализа данных. Специализированные программные решения позволяют компаниям обрабатывать, анализировать и визуализировать данные, значительно упрощая процесс принятия решений. Автоматизированные аналитические системы не только ускоряют процессы, но и снижают вероятность человеческих ошибок, что особенно важно в быстро меняющейся бизнес-среде. Передовые алгоритмы машинного обучения также интегрируются в аналитические процессы. Эти алгоритмы могут самообучаться на основе данных и выявлять скрытые закономерности. Такие технологии не только уменьшают необходимость ручной настройки параметров анализа, но и позволяют выявлять новые возможности для оптимизации бизнес-процессов. Важным компонентом автоматизации аналитики является внедрение систем управления производительностью. Эти системы предоставляют компаниям инструменты для мониторинга и оценки результатов, а также определения областей для улучшения. Это позволяет компаниям быстро реагировать на изменения в окружающей среде и адаптироваться к новым вызовам. В заключение отметим, что интеграция и автоматизация аналитики становятся ключевыми стратегическими инструментами в эпоху цифровых технологий. Компании, успешно использующие эти технологии, не только повышают свою конкурентоспособность, но и закладывают основу для инноваций и устойчивого роста.

Вызовы и риски цифровизации.

Несмотря на многочисленные преимущества, которые приносят современные технологии в сферу бухгалтерского учета и аналитики, этот процесс не лишен своих проблем и рисков. Понимание этих аспектов и активное управление ими становятся критически важными для успешной адаптации компаний к новым технологическим и организационным реалиям. Одна из первых проблем связана с кибербезопасностью. С развитием цифровых технологий и увеличением объемов данных компании становятся более уязвимыми для кибератак. Бухгалтерский учет и аналитика, основанные на цифровых технологиях, требуют высокого уровня защиты для предотвращения несанкционированного доступа к конфиденциальной информации и минимизации риска утечки данных. Кроме того, вопросы конфиденциальности данных становятся все более актуальными. Сбор, хранение и анализ

больших объемов бухгалтерских данных, вызывают вопросы о том, как обеспечить соблюдение нормативных требований и защитить личную информацию клиентов и партнеров. Несоблюдение законодательства может привести к значительным правовым последствиям и нанести ущерб репутации компании.

Другой проблемой является необходимость обучения сотрудников. Внедрение новых цифровых систем учета и аналитики требует не только технических навыков, но и понимания новых рабочих процессов. Отсутствие надлежащего обучения сотрудников может препятствовать эффективному использованию новых технологий.

Обеспечение совместимости между различными системами и платформами также является важным аспектом. Многие компании сталкиваются с проблемой интеграции новых технологий с существующими ИТ-системами. Недостаточная совместимость может привести к проблемам обмена данными и ограничить весь потенциал цифровизации.

Одним из рисков является завышенная оценка данных. В погоне за новыми технологиями и большими данными компании могут упускать из виду ключевые аспекты своего бизнеса, становясь слишком сосредоточенными на объемах данных. Важно не только собирать информацию, но и стратегически использовать ее для достижения целей компании.

Подводя итоги, можно отметить, хотя цифровизация бухгалтерского учета и аналитики открывает новые возможности, компании должны тщательно подходить к решению проблем и рисков, связанных с этим процессом. Эффективное управление этими аспектами станет ключевым элементом в создании устойчивой и успешной цифровой стратегии предприятий.

Список литературы

1. Worldwide spending on blockchain solutions from 2017 to 2024 // <https://www.statista.com/statistics/800426/worldwide-blockchain>. 26.01.2021.
2. Titans of Technology: Blockchain / The Top Companies in Blockchain Patents 2021 // <https://harrityllp.com/titans-of-technology-blockchain-the-top-companies-in-blockchain-patents-2021>.

Өндірісті цифрландыру және бухгалтерлік есептің тиімділігін арттыру жолдары

Әбіл А.Е¹, Шакенова Г.А².

¹«Бухгалтерлік есеп және аудит» кафедрасының 4 курс студенті

²«Бухгалтерлік есеп және аудит» кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.,

aitolkynabil03@mail.ru, guli_w.a@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Сандық экономиканың жағдайында бухгалтерлік саланы трансформациялау экономиканың кез-келген субъектісі туралы ақпарат, ең жоғары құнды ресурс болып табылатын жағдайдағы басымдыққа айналады. Мақалада тек төрт сала қарастырылады, онда бірінші кезекте бухгалтерлік саладағы салалар арасындағы сәйкестікті қамтамасыз ету қажет: виртуалды операцияларға көзқарас; ықтималдық көрсеткіштерді қолдану саласы; терминология; толық есеп туралы ақпарат. Сондай-ақ, цифрлы экономикадағы (бухгалтерлік салаға интеграцияланған есеп беруді қосу арқылы) бухгалтерлік есептің, аудиттің және талдаудың бірыңғай тұжырымдамасын әзірлеу ұсынылады. Мұндай тұжырымдама әртүрлі ақпарат көздері мен BigDate процесін тез арада байланыстыруға мүмкіндік беретін сандық технологиялардың мүмкіндіктеріне негізделуі керек. Бірыңғай есеп тұжырымдамасының мақсаты - жеке экономикалық субъектілерге де, олардың топтарына да, сондай-ақ басқа да жаңа құрылымдарға және олардың барлық мүдделі пайдаланушылары үшін өзара әрекеттесу нысандарына қатысты білім (ақпараттық ресурс) жасау. Цифрлық экономикадағы есептік саланы дамытуды қажет ететін үш қағида ұсынылады: ақпараттық қауіпсіздік; бухгалтерлік

саладағы экономиканың басқа салаларымен үздіксіз өзара іс-қимыл; білімнің визуализациясы. Бұл үш қағида цифрлық экономикадағы бухгалтерлік саланы дамыту бойынша одан әрі зерттеулер үшін басым бағыттарды құрайды.

Кілт сөздер: бухгалтерлік есеп, аудит, процесс, ақпарат, цифрлық экономика.

Соңғы онжылдықтарда әлем жаңа типтегі экономикаға бет бұруда, мұнда цифрлық технологиялар оны қалыптастырудың негізгі құралына айналуда.

Жетекші әлемдік сарапшылардың болжамы бойынша, 2050 жылға қарай әлемдік экономиканың 50% - ы цифрлы болады және мемлекетке, бизнеске және қоғамға тиімді өзара іс-қимыл жасауға мүмкіндік беретін экономиканы цифрландыру технологияларын енгізу барған сайын артып келеді және бұл еліміз үшін ауқымды және динамикалық процесс болып табылады.

Қазақстанның Үкіметі мен мемлекеттік органдары қоғамды ақпараттандырудың және цифрлық технологияларды дамытудың ұзақ мерзімді экономикалық өсуді айқындаудағы маңыздылығын түсіне отырып, мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттарының бірі ретінде осы саланы дамытуға белсенді қатысады.

Техникалық прогресс тоқтаусыз, ол өмірдің барлық салаларына енеді, қарым-қатынас пен еңбекті ұйымдастыру тәсілдерін, оқыту мен бос уақытты жаңа бағытқа өзгертеді. Электрондық пошта, іздеу жүйелері және әлеуметтік желілері бар қарапайым интернеттен кейін "заттар интернеті" келеді, ол бір желіге тек тұрмыстық техниканы ғана емес, сонымен қатар өндірістегі автоматты құрылғыларды да біріктіреді. Сауда, БАҚ, ойын-сауық және туризм сияқты салаларда ең маңызды өзгерістер орын алады. Online- биржалар, news-порталдар, streaming-арналар мен жылжымайтын мүлікті жалға беру платформалары дәстүрлі бизнес-модельдерді өзгертті. Қазір қайта құру қаржы саласында жүріп жатыр. Fintechs және InsurTechs – банк ісі және сақтандыру саласындағы заманауи технологиялары бар инновациялық жас кәсіпорындар пайда болуы нарықта бұрыннан жұмыс істеп келе жатқан дәстүрлі кәсіпорындарға қарсы тұруда. Шынында да, бұл терминнің әртүрлі анықтамалары бар. Біреу бұл электрондық бизнес пен электрондық коммерция шығаратын электрондық тауарлар мен қызметтер туралы деп санайды. Маған кеңірек анықтама – цифрлық ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолдануға негізделген экономикалық қатынастар жүйесі жақынырақ.

Цифрлық экономиканың көптеген артықшылықтары бар. Бұл төлемдердің құнын төмендетеді және жаңа табыс көздерін ашуға ықпал жасайды. Интернетте қызметтердің құны дәстүрлі экономикаға қарағанда төмен (ең алдымен жылжыту шығындарын азайту арқылы), ал мемлекеттік және коммерциялық қызметтердің өздері – қол жетімді. Сонымен қатар, цифрлық әлемдегі тауарлар мен қызметтер жаһандық нарыққа тез еніп, әлемнің кез келген жерінде адамдарға қол жетімді бола алады. Ұсынылатын өнімді тұтынушының жаңа үміттері немесе қажеттіліктері үшін бірден жетілдіруге болады. Цифрлық экономика әлдеқайда әртүрлі ақпараттық, білім беру, ғылыми, ойын-сауық мазмұнын ұсынуда қолжетімді, жылдам, жақсырақ және ыңғайлы.

Цифрлық экономиканың өсуі үшін ұлттық IT-секторды дамыту, инновациялық технологияларды құруды ынталандыру, оларды халықаралық деңгейде дамыту үшін ынтымақтасу қажет. Жас талантты мамандар елден кетуді тоқтатып қана қоймай, қайтып орала бастауы үшін жағдай жасалу қажет. Осы саладағы инвестициялар мен кәсіпкерлік белсенділікті ынталандыру қажет. Қоғамның барлық бөліктері-мемлекет те, жеке сектор да, азаматтық қоғам да цифрлық экономикалық қызметке қатысуы керек. Қоғамның цифрлық экономикаға сенімін қамтамасыз ететін ақпараттық және инновациялық технологиялардың ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету де маңызды құрамдас болып табылады. Сандық экономика тұрғысынан ең дамыған елдердің бірі, менің ойымша, Сингапур. Ең алдымен, үкіметтің экономиканы цифрландыру мәселелеріне елеулі қатысуы есебінен. Ақпараттық технологиялар барлық салаларда белсенді енгізілуде, барлық мемлекеттік қызметтер электрондық форматқа ауыстырылған, және де Сингапур білім беру жүйесінде онлайн оқытуды белсенді қолданады және т. б.

Дамыған цифрлық экономиканың тағы бір жарқын мысалы – қолайлы іскерлік және инновациялық орта тұрғысынан өте дамыған және ІТ секторы нәтижесінде ең дамыған АҚШ. Саудада, қаржы секторында, мемлекеттік басқаруда оңай және айқын әсер етеді. Алайда, егер біз айналамызға қарасақ, цифрлық өзгерістерге әсер етпейтін салалар аз. Біз күнделікті қолданатын көлік, құрылыс, медицина. Бұл процеске барлық дерлік салалар қатысады.

Менің ойымша, сандық бизнес-процестердің көпшілігін желіге көшіруге тырысатын компанияны атауға болады. Бұл компанияның барлық негізгі бизнес-процестерін басқару, бақылау және талдау – шарттарды онлайн келісу, бухгалтерлік есеп, логистикалық процестер, мәмілелерді тіркеу, сатып алу, қызметкерлерді оқыту, серіктестермен және клиенттермен қарым-қатынасты бақылау, техникалық қолдау және т.б. Ақпараттық жүйелерден басқа, компанияда тиісті мәдениетті енгізу қажет. Бұл кешенде компанияны "цифрлық" етеді, оның тиімділігін, өнімділігін және бизнестің өсу әлеуетін қамтамасыз етеді, және қазір өте қажет бәсекелестіктегі артықшылықтардың бірі болып саналады. Біз өз компаниямызды цифрлық деп санаймыз, бірақ бұл бағытта әлі де өсетін жер бар. Ең бастысы, жаңа технологияларға көшу сөзсіз екенін түсіну. Қазіргі заманғы технологияларды күнделікті жұмысымыз бен бизнес-процестерімізге біріктіру қажеттілігін қаншалықты тез түсінетініміз осы қайта құрудың жылдамдығы мен сәттілігіне байланысты. Компаниялар мұны шындық ретінде түсінуі, форматты өзгертуі, жаңа цифрлық сервистер сияқты жұмыс істей бастауы, персоналды бизнесті дамыту үшін енгізілуі қажет жаңа технологиялармен жұмыс істеуге үйретуі, жаңа технологияларды меңгерген қызметкерлерді көтермелеуді енгізуі цифрладыруға көшудегі бірден бір қадамдардың бірі.

Дамытылатын негізгі құзыреттілік – бұл үнемі білім алу қабілеті, жаңа пайда болған технологиялар бойынша үнемі жаңа білімді игеруге дайын болу. Бұл қазіргі цифрлық әлемде табысты кәсіби өсудің негізгі факторы деп айтуға болады.

Бізде АКТ саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі байқалады. Бұл мәселені оқу орындары деңгейінде (мектептер мен жоғары оқу орындарындағы білім беру курстары), компаниялар деңгейінде (корпоративтік оқыту) және мемлекет деңгейінде (АКТ саласындағы білім беруді дамытудың мемлекеттік бағдарламалары) шешу қажет.

Қолайсыз экономикалық жағдай компаниялардың негізгі құралдарға, соның ішінде жаңа технологияларды сатып алуға және енгізуге инвестицияларына әсер етеді.

Цифрландырудың немесе цифрландырудың негізгі міндеті - еңбек өнімділігін арттыру және барлық процестерді барынша автоматтандыру, бұл сайып келгенде өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттырады. Болашақта цифрлық шешімдер интеграцияланған нақты және виртуалды жүйелерді құру және жаңа бизнес модельдерін құру үшін қолданылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Цифрлық экономика және Индустрия 4.0: жаңа сын-қатерлер: халықаралық қатысумен ғылыми-практикалық конференция материалдары / ред.а. в. Бабкина. Санкт-Петербург.: Политехникалық басылым. ун-та, 2018. 573 Б.
2. Головина Т.А., Полянин а. в., Рудакова О. в. цифрлық экономиканың жаңа моделінің мүмкіндіктері негізінде кәсіпкерлік құрылымдарды мемлекеттік стратегиялық басқару жүйесін дамыту // Воронеж мемлекеттік университетінің хабаршысы. Серия: Экономика және басқару. 2017.№ 2. 13-18 ББ.
3. Вертакова Ю.В., Толстой Т. О., Шкарупета Е. В., Дмитриева В. В. экономиканы цифрландырудың әсерінен басқару жүйелерінің трансформациясы: монография. Курск: ЮЗГУ баспасы, 2017. 156 б.
4. Плотников В. А., Койда С. П. ақпараттық инфрақұрылым және оның бизнестің инновациялық дамуын қамтамасыз етудегі рөлі // Экономика және басқару. 2014. № 1 (99). 30-35 бет.
5. Birchler U., BütlerM. Information Economics. N. Y.: Routledge, 2007. 462 б.
6. Цифрландыру, заттардың өнеркәсіптік интернеті және Индустрия 4.0. [Электрондық ресурс]. Кіру режимі: https://neftegaz.ru/tech_library/view/5098-

Анализ и оценка влияния инвестиций в основной капитал на объемы производства промышленности в Республике Казахстан

И.В. Баранова¹, Э.Ж.Сыздыкова², Д.А. Хамитова³

¹к.э.н., доцент кафедры экономики, бухгалтерского учёта и финансового контроля

²к.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита

³м.э.н., старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета и аудита

elmira5as@mail.ru, danialk@mail.ru

¹Омский государственный университет имени П.А. Столыпина, г. Омск

^{2,3}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В данной статье проанализирована динамика инвестиции в основной капитал в промышленном секторе экономики и объема производства промышленности в Казахстане за предшествующие девять лет. Выявлена зависимость объема производства промышленности от инвестиций в основной капитал в промышленном секторе экономики.

Ключевые слова: промышленность, инвестиции, инновации, основной капитал, объем производства.

Предполагаемая гипотеза заключается в том, что объемы производства промышленных предприятий напрямую связаны с инвестициями в основной капитал в Республике Казахстан и эта связь очень тесная.

Рассмотрим, как влияют инвестиции в основной капитал по отрасли “Промышленность” на объем производства промышленной продукции в Республике Казахстан за последние девять лет. Данные об инвестициях в основной капитал по отрасли “Промышленность” и объеме производства промышленной продукции представлены в таблице 1.

Таблица 1

Инвестиции в основной капитал по отрасли “Промышленность” на объем производства промышленной продукции в Республике Казахстан

	Инвестиции в основной капитал, млн. тенге	Объем производства, млн. тенге
2013	3069814	17 833 994
2014	3508871	18 529 225
2015	3863090	14 931 378
2016	4320393	19 026 781
2017	4 769 589	22 790 209
2018	6 567 367	27 218 063
2019	7 786 271	29 380 342
2020	6 203 260	27 028 506
2021	6 500 085	37 606 243

Примечание – Составлено авторами по данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [1].

Объем производства промышленной продукции в Республике Казахстан имеет ежегодный абсолютный прирост 2471531,13 млн. тенге. Инвестиции в основной капитал по отрасли “Промышленность” ежегодно увеличиваются на 428783,88 млн. тенге. Темпы прироста соответственно составляют 11,27% и 10,92%.

Расчет коэффициента корреляции между данными показателями, равный 0,84, говорит о тесной связи между изучаемыми показателями.

R-квадрат в рассчитываемой модели равен 70%. Это означает, что расчетные параметры модели на 70% объясняют зависимость между изучаемыми параметрами. То есть модель можно считать качественной. И анализ можно считать резонным.

Переменная X_1 составляет 3,7 и показывает весомость факторной переменной на результирующий показатель. То есть Инвестиции в основной капитал в пределах данной модели влияет на Объем производства в Республике Казахстан с весом 3,7.

Рассчитаем коэффициент эластичности как важный инструмент анализа, который позволяет определить, насколько изменение одной переменной влияет на изменение другой переменной. В нашем случае коэффициент эластичности позволяет измерить зависимость между изменением объема инвестиций и изменением объема производства. Коэффициент эластичности равен 0,9, это указывает на практически единичную эластичность переменных, что означает, что они изменяются почти в одинаковой пропорции.

Данный анализ показывает, что предприятиям промышленности Казахстана надо переходить от количественных показателей к качественным. Авторы считают, что переход экономики на более качественный уровень в Казахстане не должен останавливаться на простых инвестициях, требуется инновационный путь развития. На данном этапе считаем, что необходимо не только знать потребности страны в инвестициях, но и проводить вложения с учетом инновационной потребности.

В настоящее время одним из основных путей устойчивого развития страны и ее предприятий является их инновационная активность. Одной из задач предприятий обрабатывающей промышленности в Республике Казахстан является воплощение в производственной деятельности передовых технологий и продуктов, которые создаются в ходе производственной деятельности.

Внедрение инноваций имеет большую значимость для реального сектора экономики. Большинство стран разрабатывают программы развития инновационной деятельности предприятий.

Предприятия обрабатывающей промышленности, осуществляющие инновационную деятельность, отличаются тем, что производят сложную продукцию и вносят наибольший вклад в создание добавленной стоимости, данные предприятия по сравнению с другими предъявляют наибольший спрос на инновации. Такая особенность данного сектора как многообразие технологических процессов обуславливает необходимость создания и внедрения инноваций во всем производственном процессе, что, в свою очередь, привлекает научный и технический потенциал из различных сфер [2].

Использование инновационных технологий предполагает, со стороны предприятия, разработку научных и конструкторских стратегий обновления производственных процессов продукции, а со стороны государства - эффективные инструменты стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов.

Но, как показывают исследования в данном направлении, на некоторых предприятиях отсутствуют системы стимулирования инновационной активности менеджеров, хотя можно повысить инновационную активность руководителей предприятий. Поскольку необходимо стимулировать развитие регионального трудового потенциала [3].

По исследованию, 71% предприятий среднего размера (50-249 человек) и 64% небольших компаний (10-49 человек и до 9 человек) заявляют о внедрении инновационных решений, что доказывает, что инновации не ограничиваются крупными компаниями. Ответственный подход к ведению бизнеса может повлиять на конкурентоспособность и позитивное восприятие обществом. Внедрение инноваций должно увеличивать прибыль, улучшать имидж, повышать лояльность клиентов, открывать новые рынки. К проблемам можно отнести дополнительные затраты на реализацию мероприятий, недостаточные знания и осведомленность руководства и сотрудников, неясные нормативные акты и рыночные условия, а также необходимость адаптации организационной структуры и культуры [4].

Изучение развития инвестиционной деятельности в промышленности должно основываться на применении системного подхода, который предполагает учет особенностей данной деятельности на современном этапе.

Список литературы

1. Промышленность Республики Казахстан. – Астана. – Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. - 2022. - 232 стр.
2. Управление инновационной деятельностью в обрабатывающей промышленности: региональный аспект [Текст] : монография / В. Н. Маковеев, Е. С. Губанова. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2015. – 166 с.
3. Мазур Ю. Анализ государственных инструментов стимулирования инновационных технологий в условиях глобальной цифровизации. // Экономика промышленности. – 2020. - №4. – с. 91-117.
4. R. Wolniak, J. Sadłowska-Wrzesińska, I. Miciuła, H. Wojtaszek, M. Głuchowska-Wójcicka, K. Skelnik, R. Tylzanowski, Z. Nejman. The Prevalence and Impact of Innovative CSR Strategies in Manufacturing Enterprises in the Silesian Voivodeship: A Multifaceted Analysis of Benefits, Challenges, and Market Adaptability. // Sustainability. – 2023. - 15(22).

Жоғары оқу орындарындағы ішкі аудит жүйесі: мақсаты, даму тарихы, маңыздылығы

А.Қ. Бимағамбет

"Есеп және аудит" мамандығы бойынша 1 курс магистранты
bimagambet1907@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Ішкі аудит ұйымның ішкі процестерінің тиімділігін, сенімділігін және стандарттарына сәйкестігін қамтамасыз етуге бағытталған корпоративтік басқару жүйесінің ажырамас бөлігі болып табылады. Бұл мақалада жоғары оқу орындары контекстіндегі ішкі аудиттің рөлі қарастырылады, оның мақсаттары, эволюциясы және басқару жүйесіндегі ішкі аудиттің маңыздылығы талқыланады.

Кілт сөздер: аудит, ішкі аудит, ішкі аудиторлар институты (ПА), тәуекелдерді басқару, басқару тиімділігі, стратегиялық басқару.

Динамикалық өзгерістер мен даму қарқынына толы экономика кәсіпорындар мен ұйымдардың қызметіне тиімділікті, ашықтықты және сенімділікті қамтамасыз ететін дәл және сенімді бақылау тетігін талап етеді. Бұл тұрғыда аудит экономикалық әлемде тұрақтылықты қамтамасыз етуде шешуші рөл атқаратын ажырамас элементке айналады.

Аудит – Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес қаржылық есептілік және қаржылық есептілікке байланысты басқа да ақпарат туралы тәуелсіз пікір білдіру мақсатындағы тексеріс [1]. Ол аудит критерийлеріне сәйкестік дәрежесін белгілеу үшін объективті дәлелдер алу және оларды объективті бағалау үшін жүйелі, тәуелсіз және құжатталған процесс болып табылады. Кәсіпорындар мен ұйымдар сыртқы қаржылық есептілік стандарттарын қанағаттандырып қана қоймай, стратегиялық мақсаттарға жету үшін өздерінің ішкі процестерін белсенді басқаруды талап етеді. Бұл тұрғыда жалпы аудиттен ішкі аудитке баса назар аударылады, ол стратегиялық басқарудың ажырамас элементіне және ішкі бизнес-процестердің тиімділігін сақтау құралына айналады.

Ішкі аудит – тәуекелдерді басқару, бақылау және басқару процестерін бағалау мен тиімділігін арттыруға жүйелі тәсілді қолдану арқылы ұйымға өз мақсаттарына жетуге

көмектесетін, ұйымның операцияларының құндылығын арттыруға және жақсартуға бағытталған кепілдіктер мен кеңес берудің тәуелсіз, объективті қызметі.

Ішкі аудиттің даму тарихы қарапайым қаржылық бақылаудан басталып, тәуекелдерді басқарудың және ұйымдардың тиімділігін қамтамасыз етудің күрделі жүйесіне айналатын ұзақ жолға ие. Ішкі аудиттің даму тарихындағы негізгі кезеңдер мен оқиғалар төмендегі кестеде көрсетілген.

Кесте 1

Ішкі аудиттің даму тарихы

Кезеңдер	Орын алған оқиғалар
1900-1940 жж.	Ішкі аудит XX ғасырдың басында, ең алдымен қаржылық бақылау құралы ретінде қалыптасты. Бухгалтерлік жазбаларды тексеруге және қаржылық стандарттарды сақтауға баса назар аударылды.
1940-1950 жж.	1941 жылы АҚШ-та ішкі аудиторлар институты (ПА) кәсіби стандарттарды дамыту және ішкі аудиторларды қолдау қажеттілігінің артуына жауап ретінде құрылды.
1950-1970 жж.	Ішкі аудит басқару жүйелерінің, операциялық процестердің тиімділігін бағалауды және стандарттардың сақталуын қоса алғанда, өз рөлін кеңейте бастады.
1980-1990 жж.	Осы уақыт ішінде ішкі аудит алаяқтықтың алдын алу және тиімді басқаруды қамтамасыз ету үшін тәуекелдерді басқару және ішкі бақылау жүйелерін бағалау тәсілін белсенді түрде біріктіре бастады.
1990-2000 жж.	ПА ішкі аудиттің кәсіби тәжірибесінің негізгі принциптері мен нормаларын белгілейтін "ішкі аудит стандарттарының" бірінші нұсқасын жариялады.
2000-2010 жж.	2002 жылы Сарбанес-Оксли Заңының қабылдануы корпоративтік жанжалдардан кейін (мысалы, Enron, WorldCom) ішкі бақылау мен қаржылық есептілікке қойылатын талаптарды күшейтті.
2020 ж. – қ.уақыт	Ішкі аудит қазіргі уақытта деректерді талдау сияқты заманауи технологияларды белсенді түрде енгізуде және тиімділік пен дәлдікті арттыру үшін процестерді автоматтандыруда. Сондай-ақ, бизнес ортасының күрделенуі мен технологияның өзгеруі жағдайында ішкі аудит тұрақтылық пен жаңа қиындықтарға тез бейімделу қабілетіне бағытталған.
Ескерту – [2] әдебиет негізінде автормен жасалған	

Қазіргі уақытта ішкі аудит экономикалық қызметтің әртүрлі салаларында кең таралған. Оның мақсаты – белгілі бір уақыт аралығында ұйымдағы істердің нақты жағдайы туралы сараптамалық бағалау және басқару мен өндірістің барлық буындарын жүйелі талдау. Бұл жағдайда тұтастай алғанда жүйенің де, әр элементтің де ұтымдылығы, олардың арасындағы байланыс деңгейі талданады, ұйымның жұмысындағы әлсіз жақтар анықталады және бар кемшіліктерді жою бойынша ұсыныстар беріледі. Тиімділікті, ашықтықты және сәйкестікті қамтамасыз етуге арналған бұл тәжірибе жоғары білім контекстінде ерекше маңызға ие болады. Бірегей қиындықтарға тап болған ЖОО стратегиялық басқарудың негізгі құралы ретінде ішкі аудитке бет бұруда.

Жоғары оқу орындарындағы ішкі аудит – жоғары оқу орындарындағы ішкі операцияларды басқаруды, қаржылық және білім беру процестерін бағалау және тексеру процесі. Аудиттің бұл түрі ресурстарды тиімді пайдалануды, нормативтік талаптарды сақтауды, білім беру мен басқарудың сапасын арттыруды және қаржылық операциялардың ашықтығын қамтамасыз етуді қоса алғанда, әртүрлі мақсаттарда орындалады, яғни аудиттің ЖОО қойылған міндеттерді шешуге жауапты құрылымдық бөлімшелер мен әкімшілер қызметінің тиімділігін қамтамасыз ету мақсатында орындайды. Мұндай аудиттердің негізгі

мақсаттары ЖОО бөлімшелерінің білім беру қызметін жүзеге асыруға қойылатын бірыңғай ережелер мен талаптарды қалыптастыру, осы қызметтің нәтижесіне жауаптыларды анықтау, құжаттарды бірыңғай үлгі бойынша стандарттау болып табылады.

Білім берудегі ішкі аудит оқу орындары қызметінің әртүрлі салаларын қамтиды. Бұл бағыттар тек қаржылық және операциялық аспектілерді ғана емес, сонымен қатар білім беру сапасын қамтамасыз етуге, этикалық стандарттарды сақтауға және тәуекелдерді басқаруға қатысты аспектілерді қамтиды:

Академиялық процестер: оқу бағдарламаларының тиімділігін бағалау; оқытушылардың біліктілігі мен кәсібилігін тексеру; студенттердің оқу жетістіктерінің нәтижелерін талдау.

Қаржылық процестер: бухгалтерлік операциялар және қаржылық есептілік аудиті; бюджет қаражатының пайдаланылуын бақылау, қаржылық басқарудың тиімділігін бағалау.

Ресурстарды басқару: физикалық және адами ресурстарды пайдалануды бағалау; жабдықтар мен инфрақұрылымның стандарттарға сәйкестігін тексеру; персоналды басқару тиімділігін талдау.

Ақпараттық қауіпсіздік: ақпараттық жүйелердің қауіпсіздік деңгейін бағалау; дербес деректерді өндеудің нормативтерге сәйкестігін тексеру.

Жоғары оқу орындарында ішкі аудиттің қалыптасуының корпоративтік басқару қағидаттарының жалпы дамуымен және басқару және қаржы процестерін тиімді мониторингтеу қажеттілігімен байланысты өзіндік тарихы бар. Төменде жоғары оқу орындарында ішкі аудиттің жалпы дамуының кезеңдері келтірілген.

Бірінші кезең – дамудың қалыптасуы мен басталуы (XX ғасыр). Мақсаты: ЖОО-да қаржылық бақылау және ішкі процедураларды сақтау. Негізгі тұстары: қаржылық ашықтықты қамтамасыз етуге және алаяқтықтың алдын алуға баса назар аударылды.

Екінші кезең – өсіп келе жатқан талаптарға бейімделу (1990 – 2000 ж.). Мақсаты: ЖОО-ның функцияларын кеңейте отырып, аудит саласын кеңейту. Аудиторлар тек қаржылық аспектілерді ғана емес, сонымен қатар операциялық, әкімшілік және басқару процестерін де қамти бастады. Негізгі тұстары: ішкі аудит тәуекелдерді басқару, стандарттарға сәйкестік, бизнес-процестердің тиімділігі сияқты салаларды қамти бастады.

Үшінші кезең – тәуекелдер мен сапаны басқаруға назар аудару (2000–2010 жж.). Мақсаты: ЖОО-дардағы ішкі аудит тәуекелдерді басқаруға және білім беру қызметтерінің сапасын арттыруға белсенді қатысу. Негізгі тұстары: аудиторлар ЖОО қызметінің әртүрлі аспектілерімен байланысты тәуекелдерді белсенді түрде анықтап, бағалай бастады. Оқу процесінің сапасын қамтамасыз етуге және студенттердің қанағаттану дәрежесін бағалауға назар аударылады.

Төртінші кезең – технология мен аналитиканы қолдану (2010 ж. – қазіргі уақытқа дейін). Соңғы кезең деректерді талдау, цифрлық платформалар және автоматтандырылған жүйелер сияқты заманауи технологиялардың интеграциясымен сипатталады. Мақсаты: неғұрлым тиімді және дәл аудит үшін заманауи технологияларды енгізу. Негізгі тұстары: ауытқуларды анықтау, тиімділікті бағалау және шешім қабылдауды қолдау үшін автоматтандырылған жүйелерді, деректерді талдауды және машиналық оқыту алгоритмдерін пайдалану.

Бұл кезеңдер жоғары оқу орындарындағы ішкі аудиттің жоғары мамандандырылған функциялардан тәуекелдерді, сапаны және стратегиялық басқаруды қоса алғанда, кеңірек әсерге дейінгі эволюциясын, олардың құрылымындағы, функционалдылығындағы өзгерістерді және білім беру сапасын жақсартуға деген ұмтылысты көрсетеді. Бұл тұрғыда ішкі аудит қазіргі жоғары мектеп жағдайында тиімді басқарудың ажырамас элементіне айналып, қарапайым қаржылық бақылаудан асып түседі, ол басқарудың, тәуекелдерді бағалаудың және жоғары стандарттарға сәйкестікті қамтамасыз етудің қуатты құралына айналады.

Жоғары білім контекстіндегі ішкі аудит жүйесінің маңыздылығын көрсететін бірнеше аспектілерге тоқталатын болсақ:

1. Нормативтер мен стандарттарға сәйкестікті қамтамасыз ету: ішкі аудит ЖОО-ның жоғары білім саласындағы заңнамаға, нормативтер мен стандарттарға сәйкестігін

қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Бұл тек қаржылық аспектілерді ғана емес, сонымен қатар академиялық және этикалық стандарттарды сақтауды да қамтиды.

2. Ішкі аудит оқу бағдарламаларының, оқыту әдістерінің және оқу процесін басқарудың тиімділігін бағалауға мүмкіндік береді. Аудиторлар білім беру сапасын жақсартуға ықпал ете отырып, жақсартудың күшті жақтары мен бағыттарын белсенді түрде анықтайды.

3. ЖОО-ның қаржылық тұрақтылық аспектісі қаржы ресурстарының тұрақты мониторинг пен бағалауды талап етеді. Ішкі аудит қаржылық ресурстарды тиімді басқаруға, ықтимал қаржылық тәуекелдердің алдын алуға және бюджеттің ұтымды бөлінуін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

4. Тәуекелдерді басқару жүйелерін бағалау: ЖОО-да тәуекелдерді басқару ішкі аудиттің арқасында жүйелі және тиімді болады. Аудиторлар тәуекелдерді басқару жүйелерін, олардың тиімділігін белсенді түрде бағалайды және қажет болған жағдайда жетілдіру бойынша ұсыныстар жасайды.

5. Басқару сапасын арттыру: ЖОО-дағы ішкі аудит барлық деңгейлерде басқару сапасын арттыру құралына айналады. Бұл шешім қабылдау процестерін, ресурстарды бөлуді және құрылымдық бөлімшелердің өзара әрекеттесуін талдауды қамтиды.

6. Стратегиялық дамуға жәрдемдесу: ішкі аудит дамудың негізгі бағыттарын анықтауға, процестерді оңтайландыруға және ұзақ мерзімді перспективада тұрақтылықты қамтамасыз етуге көмектесетін ЖОО-ның стратегиялық дамуын қолдайды.

7. Мүдделі тараптардың сенімі: ЖОО-да ішкі аудит жүргізу студенттердің, ата-аналардың, қаржылық серіктестердің және жұртшылықтың сенімін қалыптастыруға ықпал етеді. Басқарудағы ашықтық және жоғары стандарттарға сәйкестік ЖОО-ның беделін арттырады.

8. Университеттегі ішкі аудит білім беру ортасындағы өзгерістерге белсенді бейімделуге мүмкіндік береді. Бұл жаңа технологияларды енгізуді, оқу бағдарламаларын өзгертуді және басқарудың заманауи әдістерін қамтиды.

Нәтижесінде, ЖОО-да ішкі аудит жүргізу стандарттар мен заңнамаға сәйкестікті қамтамасыз етіп қана қоймайды, сонымен қатар жоғары білім беру мақсаттарына қол жеткізу және жоғары білім берудің серпінді саласында ЖОО-ның тұрақты дамуы үшін қуатты құрал болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. «Аудиторлық қызмет туралы» Қазақстан Республикасының 1998 жылғы 20 қарашадағы №304-І Заңы. adilet.zan.kz

2. Internal auditing: history, evolution, and prospects. Sridhar Ramamoorti <https://ecommons.udayton.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1028&context=books>

3. Improvement of accounting and internal audit in higher education institutions. Shaimatova N.A. <https://eprajournals.com/IJR/article/10635/abstract>

Еңбек өнімділігі

Д.Қ.Боранбай¹, Е.Ғ.Досмағанбет², Д.М.Ақынов³

^{1,2} "Есеп және аудит" мамандығы бойыншы 2 курс бакалавриаты,

³Бухгалтерлік есеп және аудит кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.,

dosmaganbeterlan@gmail.com, darigaboranbai86@gmail.com, dosim.kz@mail.ru

^{1,2,3} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Экономикалық өсімнің негізгі көрсеткіші ол аз көлемде шығын шығарып, мол табыс табу. Ол үшін өнімді еңбек ету аса маңызды. Бұл мақалада еңбек өнімділігі туралы айтылады. Қазақстанды басқа елдердің еңбек өнімділігімен салыстырамыз.

Еңбек өнімділігін түсіндіру үшін 2 компанияны мысал етіп алайық. Екеуіде бірдей өнім жасап шығарады және бұл екі компаниянында шығарған тауар көлемі бірдей. Алайда, бірінші компанияда 50 жұмысшы, ал екінші компанияда 100 жұмысшы бар делік. Себебі бірінші компания жаңа технологиялармен жұмыс жасайды деп қарастырайық. Сонда бірінші компанияның еңбек өнімділігі, екіншісінен 2 есе жоғары болады. Бұл мысал ақылға сыймайды олай болуы мүмкін емес деп ойларсыз, алайда еңбек өнімділігі 2 есе емес 2000 есе артық болуы мүмкін. Мысалға, Африкада егіс алқабында мақта егіледі де, сол жердің жергілікті тұрғындары мақтаны қолмен тереді. Ал Америкалық фермер өз алқабындағы мақтаны комбайнмен жинайды. Ең қызығы бұл екі әр түрлі алқапта өсірілген мақталар әлемдік нарықта бірдей бағада сатылады. Әрине мұндай жағдайда Америкалық фермердің еңбек өнімділігі 2000 есе жоғары болады. Сонымен, еңбек өнімділігі - белгілі бір уақыт аралығында бір адамның өндірген өнім көлемі немесе тапқан табыс мөлшері.

Экономикада бір ерекше қағида бар. Ол қағидада былай делінеді "Қандайда бір нәтижені өлшеуге болатын болса, онда оны жақсартуға болады". Яғни, бағанағы Африкалықтар комбайн алып мақта теретін болса, онда еңбек өнімділігін арттыра алар еді. Дәл сол сияқты Америкалық фермерде әр адам бөлек-бөлек жүргізетін комбайндардың орнына, бір орталықтан спутникпен басқарылатын комбайндар алатын болса, онда еңбек өнімділігін арттыра алады.

Еңбек өнімділігі деген индустрияландыру екен ғой деп ойласаныз, жоқ сіздікі қате деп айта алмаймыз. Себебі еңбек өнімділігі индустрияландырумен тығыз байланысты.

Сесбебі тарихта еңбек өнімділігінің артуы дәл индустрияландырумен тұспа-тұс келеді. Анығырақ айтар болсақ, әлемдік деңгейде еңбек өнімділігінің артуы 18-ші ғасырдан ақ басталды. Ең алғаш индустрияландыру 18-ші ғасырдың аяғында Еуропада болған.

Ал бізде еңбек өнімділігі қарқынды түрде артқан кезең Кеңес одағында болған кезімізге тұспа-тұс келеді. Яғни өндірістік революция болған кезде еңбек өнімділігі артады. Алайда таяқтың екінші ұшы болатының ұмытпаған жөн. Себебі экономикада біреудің жеңісі, екінші біреудің жеңілісі. Қай кезеңде болмасын өндірістік революция болғанда еңбек өнімділігі артады да жұмыссыздық пайда болады.

Мысалы, Еуропада алғаш жіп иіретін станок пайда болып, бір еуропалық әйелдің 1 айда иіретін жібін 1 ақ күнде иіріп тастағанда, әрине жіптің бағасы арзандап кетті. Тіпті қолмен иіру тиімсіз болып қалды да көптеген табыс тапқан әйелдер жұмыссыз қалды.

Қазақстан қазба байлыққа өте бай ел ғой, неге біздің табысымыз төмен деп кей азаматтар басын қатырып жатады. Ия елімізде монополия бар, жемқорлықта бар. Алайда бұл сұрақтың экономикалық жауабы, елімізде еңбек өнімділігі төмен.

Қазақстанның еңбек өнімділігі еуропа елдерінен 11-12 есеге дейін төмен. Яғни Қазақстанда 11 адам жасайтын жұмысты Еуропада 1 ақ адам жасайды деген сөз.

11 адам 60 000 теңге жалақы алатын болса, Еуропада бұл жұмысты жалғыз өзі 1 адам жасап 660 000 теңге табыс тауып отыр деген сөз.

Неге? Себебі біз технологиялық тұрғыда артта қалдық. Әсіресе дәл осы технологиялық тоқырауымыз өндірістік саласымен ауыл шаруашылығы саласында қатты сезіледі.

Еңбек өнімділігін арттыру өндіргіш күштерін дамытумен тығыз байланысты және ол тұрғындардың тұрмыс дәрежесін жақсартуға әкеледі. Өйткені біз материалдық және мәдени игіліктерді неғұрлым көп әрі арзан, сапалы, өндіретін болсақ, оларды көп тұтына аламыз.

Өндіріс құрал-жабдықтарын жаңартып, жақсарту, жұмыскерлердің мәдени-техникалық деңгейін өсіру, олардың біліктілігін көтеру еңбек өнімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

Екінші жағынан, еңбек өнімділігін үздіксіз өсіру өндіргіш күштерін әрі қарай дамытудың көзі болып табылады. Ол өнеркәсіпті, ауыл шаруашылығын дамытуға, тұрғындарға қызмет көрсету салаларын – денсаулық сақтау, оқу-ағарту, коммуналдық-тұрмыстық шаруашылық, мәдениет, ғылым т.б. кеңейтуге ықпал етеді. Ең соңында тұрғындардың материалдық және мәдени, тұрмыс деңгейін үздіксіз көтеруге жағдайлар жасайды.

Еңбек өнімділігі-алынған өнім көлемінің оны дайындауға жұмсалған еңбекке қатынасы. Уақыт өлшемінде өндірілген өнімнің мөлшерімен немесе өнім өлшеміне жұмсалған уақыт шығынымен тұлғаланады. Жеке және қоғамдық еңбек өнімділігі түрлеріне бөлінеді. Біріншісі нақты еңбек шығының, екіншісі нақты және өткендегі еңбек шығының көрсетеді.

Өнімді өндіруге жұмсалған шығындар жанды еңбек шығындары мен өндіріс құрал-жабдықтарының шығындарынан тұрады. Ал соңғыларда өз уақытында соларды жасауға жұмсалған еңбек шығындары болып табылған. Сондықтан экономикалық теорияда өнімнің қандайына болмасын анды және зат түріндегі еңбек жұмсалады деп тұжырымдалады.

1. Еңбек өнімділігін арттыру еңбектің үнемделуін қамтамасыз етеді.

2. Еңбек өнімділігін арттыру ұлттық табыстың көбеюінің және өнеркәсіптік өнімнің өсуінің негізгі факторы болып табылады.

3. Еңбек өнімділігін өсіру жұмыс уақытын қысқартуға және жұмыскерлердің бос уақытын көбейтуге мүмкіндік береді.

4. Еңбек өнімділігі неғұрлым жоғары болса, әрбір адамның өмірі соғұрлым ауқатты да мазмұнды бола түседі, жасы ұлғайғандарды асырап – сақтауға, жас ұрпақты тәрбиелеу мен оқытуға жұмсалатын қаржыны соғұрлым көп бөлуге болады.

Жұмысшылардың еңбек өнімділігі кез-келген кәсіпорынның қызметінде маңызды рөл атқарады. Оның дамуына әртүрлі ішкі факторлар ықпал етеді, олардың негізгілері жұмыс режимі және еңбекке ақы төлеу формасы.

Еңбек өнімділігінің өсуі өндіріс бірлігін жасау үшін жұмыс уақытын үнемдеу немесе уақыт бірлігінде өндірілетін өнімнің қосымша мөлшерін қамтамасыз ету арқылы қамтамасыз етіледі, бұл өндіріс тиімділігінің артуына әкеледі. Бұл бірнеше факторлармен реттелетін жұмысшылардың жұмысының икемді және динамикалық көрсеткіші. Техникалық прогресс өнімділіктің өсу резервтеріне жауап береді: жаңа технологияны қолдану, машиналарды жетілдіру, интеграцияланған автоматика, байланыс, ғылыми зерттеулер мен озық технологияларды енгізу арқылы еңбек өнімділігі артады.

Жұмысшыларға еңбекақы төлеу жүйесін, жұмыс күшін ұдайы өндіруді жетілдіру және әлеуметтік мәселелерді шешу де еңбек өнімділігінің артуына әкеледі. Сонымен қатар, бұл факторлар өзара байланысты, сондықтан еңбек өнімділігінің артуына байланысты жалақының өсуіне қолайлы жағдайлар туындайды, керісінше жалақының өсуі өнімділікті жақсартады. Кәсіпорында өндіргіш күштің дамуына уақытылы болжам жасау жағымсыз жағдайлардың туындауына жол бермейді, оның ішінде банкроттық, тоқырау және т.б.

Әдебиеттер тізімі

1. Исабеков Б.Н., Мұхамбетова Л.Қ. Адами капитал-Эверо, 2017-2006.
2. Дейнека А.В. Управление человеческими ресурсами-2016-392 с.
3. Жұмабаев С.К. Адам ресурстарын басқару-Алматы:Қазақ университеті, 2011-234 б.
4. Жулькова Ю.Н. Еңбек өнімділігінің басқарылуы, 2015
5. <https://kk.m.wikipedia.org>
6. <https://stud.kz>

The role of digital technologies in the recovery of the economy of Ukraine

O.O. Borzenko

Chief of department of international financial research, Doctor of Economy, Professor
slozko2003@ukr.net

SI "Institute of economy and forecasting NAS Ukraine", Kyiv

Summary: Digitization - as the process of digital technologies entering social life - must be taken into account when restoring and reconstructing the economy of Ukraine. Given the fact that digitalization in Ukraine is developing due to the import of technologies and technical means, which increases our import dependence, and IT specialists largely work for developed countries, this holds back the prospects of digitalization of the economy. In addition, there are not enough specialists and there is a tendency for IT companies to change the Ukrainian jurisdiction to a foreign one. The listed factors collectively form challenges, the answer to which is primarily: formation of one's own technical base of digitization and ensuring the employment of IT specialists in Ukraine by involving them in the implementation of national programs with competitive wages; expansion of training of national personnel in IT technologies by selecting appropriate institutions of higher education and creating favorable conditions for training and employment prospects in Ukraine; creation of a favorable legal field for the work of IT companies in Ukraine by providing guarantees of protection and freedom of conducting IT business, as well as opportunities to carry out business activities in Ukraine for foreigners without the need for physical presence

Keywords: digitalization, IT, economy, Ukraine, war, technologies

Digitization – as the process of digital technologies entering social life - must be taken into account when restoring and reconstructing the economy of Ukraine. Given the fact that digitalization in Ukraine is developing due to the import of technologies and technical means, which increases our import dependence, and IT specialist slargely work for developed countries, this holds back the prospects of digitalization of the economy. In addition, the available specialists are not enough and there is a tendency for IT companies to change the Ukrainian jurisdiction to a foreign one. The listed factors collectively form challenges, the answer to which is primarily:

- formation of one's own technical base of digitization and ensuring the employment of IT specialists in Ukraine by involving them in the implementation of national programs with competitive wages;
- expansion of training of national personnel in IT technologies by selecting appropriate institutions of higher education and creating favorable conditions for training and employment prospects in Ukraine;
- creation of a favorable legal field for the work of IT companies in Ukraine by providing guarantees of protection and freedom of conducting IT business, as well as opportunities to carry out business activities in Ukraine for foreigners without the need for physical presence.

During 2010–2020, a sufficiently powerful IT sector was formed in Ukraine, which became one of the priority areas of the economy and received world recognition.

According to surveys of the European Business Association regarding digital transformation, in 2021 Ukraine achieved the best results in the field of public administration and digitalization of business. 44% of enterprise managers consider the level of digitalization of business high or very high, 47% moderate and only 9% low.

The main areas of activity of domestic IT companies are outsourcing of software and provision of IT services . Domestic IT companies provide software development services to morethan 100 Fortune 500 companiesinthe world.The main countries that consume the services of domestic IT service companies are the USA, Great Britain, Germany, Switzerland, the Netherlands and Canada.

Due to the large amounts of destruction during military operations, a significant part of the economy will have to be rebuilt, which will put the need forits accelerated digitalization on the basis of the widespread replacement or significant modification of "analog" technologies and

processes with digital ones in the first place. The practical implementation of such an approach should involve not only the use of new ICT technologies, but also changes in organizational, management and regulatory approaches and business models of enterprises.

The main areas of development of the national digital infrastructure during the period of economic recovery and the transition to a digital model of economic development should be:

- introduction of broadband Internet;
- use of 5G communication technology;
- creation of a national cloud system and a national system of distributed registers;
- development of Internet of Thingstechnologies, BigData, machine learning and artificial intelligence;
- wide use of "Industry 4.0" technology or its individual components;
- determination and periodic review of normative (basic) values of indicators of digital provision and development of the national digital infrastructure.

In the conditions of post-war reconstruction, it is necessary to ensure the wide use of the digital architecture of production systems built on the principles of "Industry 4.0", which will help to implement dynamic production management taking into account modern requirements , primarily in such industries aspharmaceutical, chemical and food industry, machine building, building materials industry, as well as in digital agriculture.

The use of "Industry 4.0" elements (robotics, 3D printing, artificial intelligence, digital doubles, augmented reality tools) in the defense sector by incorporating them into autonomous devices for military equipment.

The main task of the functioning and development of the national digital infrastructure during the period of post-war reconstruction is to strengthen its influence on the development of certain sectors of the economy and spheres of people's lives. Taking into account the European integration path of Ukraine, it is expedient to join the EU initiatives on the development of digital infrastructure, in particular, the Connecting mechanismEuropeFacility .

Data is a tool for improving the management of economic and social processes and, at the same time, an important intangible asset in modern conditions. According to the estimates of the Ministry of Digital Transformation of Ukraine, before the beginning of the full-scale invasion of the Russian Federation in Ukraine, the field of open data generated about 0.8–1.3% of the country's GDP, and about 7 million Ukrainians used open data services every month. The largest increase in added value and increase in the level of employment as a result of the use of open data was observed in industry, trade, finance, education, health care, transport, defense and public administration.

In Ukraine, the level of organization of work with data is relatively high. According to the Report on the state of open data in European countries (and Ukraine before it was included for the first time), in 2021 our country was included in the group of leading countries with a high level of openness and data availability.

In accordance with European approaches, the main areas of further improvement of mechanisms for working with open data in conditions of economic recovery should be the following:

- increasing the level of consolidation of ecosystems;
- improvement of cooperation between the government and local self-government bodies in the field of data collection, publication, monitoring and use;
- ensuring a high level of stability of the infrastructure supporting databases;
- improving the quality of data by increasing the number of tools available for use on the official portal;
- development of cooperation with separate national open data portals, non-governmental portals, IT companies, educational institutions and scientific institutions;
- improvement of indicators of measurement, monitoring and assessment of the impact of data on economic and social processes;
- improvement of models of financing work with data, involvement of a wide range of users in the discussion and improvement of programs for the formation and use of data;

- development and support of international cooperation in order to solve common problems.

In the context of improving the work of the Unified State Open Data Web Portal of Ukraine in the near future, it is necessary to:

– ensure harmonization of Ukrainian legislation on access to public information and open data with European legislation on free movement and use of personal data (General Data Protection Regulation GDPR) [1] ;

– to increase the number of sets of published data regarding information about the post-war reconstruction of Ukraine

– increase the number of services based on open data;

– to increase the number of civil servants and officials of local self-government bodies, whose functional duties are related to the publication of open data;

- provide training of civil servants and specialists of local self-government bodies in the Competence Center on the use of open data.

In the conditions of martial law, the process of regulating the use and exchange of not only open data, but also confidential or non-public data needs to be improved. First of all, this applies to data related to national security and defense, cybersecurity , commercial secrets, and intellectual property. The main areas of regulation of access, distribution and use of such data should be:

– definition of administrative measures, procedures and restrictions;

– determination of the terms of data exchange between the public and private sectors;

– use of data transfer mechanisms;

- conclusion of partnership agreements in the field of data use;

– support for cross-border transfer and data exchange mechanisms;

- stimulating the development of the data market and commercialization of their use.

In the conditions of martial law, the implementation of these tasks should provide for the strengthening of mechanisms for the disclosure and exchange of state geospatial data, which contain information about the geographical location and characteristics of certain objects and are widely used in security, geographic, agricultural, transport and environmental systems.

In connection with the military actions in Ukraine, the concept of "data of public interest" requires more active implementation, according to which in industries and spheres where public interests prevail (national security, defense, law enforcement, fight against epidemics), exchange data between the private and public sectors should be mandatory. For this, it is necessary to develop and approve a list of such data, based on the EU legislation on the rules of data exchange between the private and public sectors [2] and the experience of France.

In accordance with world experience, one of the areas of support for digitization processes is the need to develop a national data classifier and highlight the "Information and Communication Technologies Sector" section in official statistics in order to accumulate statistical information on the activities of the ICT sector and its use in various spheres of public administration.

References

1. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) / EU. 2016. URL: <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>

2. Towards a common European data space. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM (2018), 232, Final / European Commission. Brussels. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=COM:2018:0232:FIN>

Цифровизация учета: проблематика, возможности и перспективы

Н.В. Генералова¹, Д.М. Зайцева²

¹ к.э.н., доцент кафедры статистики, учета и аудита,

² магистрант 2-го года обучения по направлению «Экономика» программы «Учет, анализ, аудит»
n.v.generalova@spbu.ru, st068470@student.spbu.ru

^{1,2} Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Аннотация: В статье анализируется цифровизация бухгалтерского учета, приводится опыт российских компаний по цифровизации бизнес-процессов в целом. Особое внимание уделено эволюции технологий автоматизации и цифровизации, используемых при ведении учета и формировании финансовой отчетности. Приводятся результаты авторского исследования публичных отчетов крупнейших российских компаний, подтверждающее, что процент применения цифровых технологий анализируемых крупнейших российских компаний составляет от 50 до 85,7 процентов, что соответствует европейским трендам. Среди актуальных учетных вопросов, обусловленных развитием цифровых технологий авторы отмечают учет новых цифровых активов и несостоятельность финансовой отчетности технологических компаний, обусловленную не отражением нематериальных активов. Среди перспектив учета и отчетности авторы отмечают тренды на персонализацию и визуализацию корпоративной отчетности.

Ключевые слова: цифровые технологии, учет в России, цифровая экономика, финансовая отчетность, технологические компании

Цифровизация одна из широко и активно обсуждаемых тем в экономической и социальной жизни общества. Государства активно реализовывают программы по внедрению цифровых технологий и выделяют значительные бюджеты на это, ожидая роста ключевых показателей, и главным образом ВВП. Россия не стала исключением: в 2017 году принята Программа цифровой экономики на период 2017-2030 гг. Цифровая экономика в этом документе представлена тремя уровнями: рынки и отрасли экономики (сферы деятельности), на которых осуществляется взаимодействие конкретных субъектов (поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг); платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики (сфер деятельности); и среда, которая создает условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов рынков и отраслей экономики (сфер деятельности) и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность. На каждом из трех уровней достижение целей создания и развития цифровой экономики в России предполагает пять ключевых направлений: нормативное регулирование, информационная безопасность, информационная инфраструктура, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технологических заделов.

В данной статье фокус сделан на два ключевых вопроса: эволюция технологий бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики, включая анализ практики применения российскими компаниями и актуальные методологические учетные вопросы, обусловленные развитием цифровой экономики, в том числе проблематика финансовой отчетности технологических компаний.

Применительно к бухгалтерскому учету цифровизация во многом представляет собой развитие процессов автоматизированной системы управления (АСУ), которая разрабатывалась и внедрялась еще во времена СССР [1]. Еще несколько десятилетий назад в качестве «новых» технологий обсуждались такие как использование ЭВМ, далее электронные таблицы и базы данных, после стали создаваться специализированные учетные программные продукты (например, 1С), на смену которым пришли интегрированные продукты ERP-системы. Далее «новаторскими» выделялись электронные ресурсы для бизнеса в целом и бухгалтерии в частности: электронные системы документооборота, системы

электронной сдачи отчетности, электронная цифровая подпись и др. [2]. Цифровизация привнесла свой «новый» инструментарий. Набор цифровых технологий является предметом обсуждений, и их перечень постоянно дополняется. Например, в корпоративном документе Цифровая трансформация 2030, опубликованном ПАО «Россети» в 2018 году, перечислены следующие десять технологий: онтологические модели деятельности, цифровые двойники, промышленный интернет вещей, большие данные, машинное обучение, распределенные реестры, технологии визуального восприятия и принятия решений, технологии искусственного интеллекта, дистанционное сканирование для создания 3d моделей элементов сети, виртуальная реальность изображения или полноценной и среды и дополненная реальность [3]. Из этого перечня технологических приемов далеко не все нашли широкое применение в учете. Так, вышеназванная крупнейшая электросетевая компания отмечает, что для корпоративного бизнес-процесса «Финансы, экономика и бухгалтерский учет» предусмотрено использование лишь одной технологии - большие данные (Big Data). При этом отмечено, эффекта от ее использования ожидаются следующие эффекты: автоматизированное формирование отчетности, создание системы контроля за реализацией бизнес-планов и повышение адаптивности [3]. Данный пример подтверждает то, что несмотря на большой выбор цифровых технологий, их использование в учетной области в настоящее время не отличается большим разнообразием. При этом ситуация постепенно меняется, и такие технологии как блокчейн и искусственный интеллект уже находят применение [2, 4].

Проведенное исследование опубликованных отчетов по цифровизации крупнейших российских компаний (РЖД, ММК, Россети, Газпром-нефть, Лукойл, МТС, ГК Эталон, Мегафон, ДВМП, Мечел, ГАЗ, ИНГРАД, и Ресогарантия) подтверждает гипотезу о том, что российские компании по применяемым технологиям в бизнес-процессах находятся на одном уровне с европейскими компаниями; процент применения цифровых технологий у лидеров отраслевых рынка находится в диапазоне 50,0-85,7 процентов [5]. Наиболее применяемым цифровыми технологиями являются: большие данные, искусственный интеллект и машинное обучение.

Учетные вопросы, обусловленные развитием цифровизации экономики, требующие новых методологических подходов

Развитие процессов цифровизации привело к увеличению эффективности работы бухгалтерской службы (главным образом за счет многократного ускорения обработки данных), а также открыло новые возможности для представления и агрегации учетных показателей по заданным параметрам для принятия управленческих решений [6]. В тоже время, наряду с очевидными плюсами, развитие цифровых технологий в жизни общества поставило перед методологами бухгалтерского учета ряд вопросов. С одной стороны, это разработка учета новых объектов. Например, таких как, цифровые финансовые активы и обязательства. С другой стороны, цифровизация выявила «устаревшие» учетные подходы, которые нуждаются в пересмотре. В качестве примеров приведем парадигму представления и визуализации финансовой отчетности в целом, а также несостоятельность финансовой отчетности технологических компаний, поскольку она не выполняет своей цели – не обеспечивает полезной информацией инвесторов, ключевой категории пользователей в действующей парадигме финансовой отчетности, составляемой по МСФО.

Рассмотрим проблематику финансовой отчетности технологических компаний. Отличительной особенностью таких компаний является то, что конечный продукт бизнес-модели – это информационная или коммуникационная технология или услуга. Примерами технологических компаний на российском рынке могут быть компании Иви (IVI) ВКонтакте (VK), Касперский, Яндекс, Джет (Jet) и др. Целый ряд зарубежных исследований посвящены обсуждению того, действующая модель финансовой отчетности, строящаяся на МСФО как доминирующей системе стандартов, технологических компаний не обеспечивает информационных запросов пользователей, главным образом инвесторов, из-за того, что не представляет реального положения и потенциала таких компаний, а потому не пригодна для

принятия решений [7,8]. Так например, в статье Томаса Хакаби (Thomas Huckabee) приводятся данные эмпирического исследования, говорящие о том, что на данном этапе лишь 2,4% колебаний доходности акций можно объяснить с помощью анализа показателя прибыли (убытка) компании [7]. Ярким примером несостоятельности финансовой отчетности технологических компаний является кейс, когда компания Twitter, сообщила об убытках в размере 79 миллионов долларов за несколько месяцев до IPO, но при этом на дату IPO в 2013 году его оценка составила 24 миллиарда долларов; и далее в течение следующих четырех лет компания также продолжала сообщать о потерях, которые не снижали ее капитализацию. В тоже время, применительно к нетехнологической компании фондовый рынок реагирует иначе: цена акций промышленного гиганта компании General Electric, напротив, за 2017-2018 гг. снизилась на 44%, поскольку появились новости о его первых убытках за последние 50 лет.

Рассмотренная ситуация демонстрирует что, в настоящее время показатели финансовой отчетности технологических компаний практически не имеют значимости при рассмотрении инвесторами, поскольку применяемая модель финансового учета не отражает принцип создания ценности цифровых гигантов, который представляет собой взаимосвязь реального экономического результата и масштаба нематериальных инвестиций. Именно нематериальные активы – их создание, использование и распространение являются основой выстроенных в технологических компаниях бизнес-моделей. Они не только позволяют компаниям осуществлять собственную деятельность в цифровой сфере, извлекать прибыль, но и являются одним из наиболее сложных, неоднозначных объектов финансового учета. По причине использования большого количества нематериальных активов бухгалтерские балансы промышленных и цифровых компаний значительно отличаются. Как уже было отмечено, основой цифровой компании являются исследования и разработки, бренды, организационная стратегия, сети партнеров и поставщиков, выстроенные логистические цепочки, отношения с клиентами и социальные отношения, компьютеризированные данные и программное обеспечение, а также человеческий капитал. Данные виды нематериальных активов технологических компаний не капитализируются как активы; часть из них рассматривается как расходы периода, другая же вовсе не учитывается. Таким образом, чем больше цифровая компания инвестирует в построение своего будущего, тем выше ее расходы и заявленные убытки. Это приводит к тому, что у инвесторов нет другого выбора, кроме как игнорировать большую часть показателей финансовой отчетности в своих инвестиционных решениях, либо же выполнять значительные аналитические корректировки.

Приведенные размышления дают возможность указать на нематериальные активы, не только как на важнейшую особенность бизнес-моделей технологических компаний, но и как на первопричину проблемы несостоятельности их финансовой отчетности. Исходя из специфики бизнес-моделей IT-компаний необходимо отметить, что используемые нематериальные активы в большинстве своем не приобретаются отдельно, а также не являются полученные при объединении бизнеса, а создаются внутри компании. По действующим правилам МСФО, главным образом МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы» капитализация нематериальных активов весьма проблематична, и как следует из публикуемых отчетностей признание вчурисозданных нематериальных активов в отчетах технологических компаний не значительно. При этом рассматриваемые объекты являются основой деятельности в цифровой среде, на данном этапе информация о них не включается в финансовую отчетность (а рассматривается как расход периода, по причине невозможности оценить экономическую выгоду от использования в будущем).

Решение вопроса несостоятельности финансовой отчетности технологических компаний может быть достигнуто различными способами. Во-первых, это капитализация в финансовой отчетности в качестве активов (в том числе и нематериальных) понесенных расходов на исследования и разработки. У данного подхода есть масса недостатков, которые могут привести к еще большим сложностям с надежностью и нейтральностью показателей финансовой отчетности. Второй подход состоит во включении дополнительных показателей,

в том числе накопленных расходов на исследования и разработки, а также «неучтенных» нематериальных активов. Минусами такого подхода является то, что речь идет лишь о доработке текстовой части финансовой отчетности, без изменения подходов к отражению элементов финансовой отчетности: активов, обязательств, капитала, доходов и расходов. Третьим направлением решения рассматриваемой проблематики является поиск ответов в области интегрированной (нефинансовой) отчетности. Так, не имеет смысла менять состав финансовой отчетности и методы учета, наоборот существует необходимость в более подробном освещении нефинансовой аналитики компании и предоставлении инвесторам доступа к информации о: взаимоотношениях с клиентами и маркетинге; используемых информационных технологиях; данных о привлечении и обучении персонала; проводимых разработках и др. Перечисленные показатели потребуют разработки концепции представления с неизбежным использованием профессиональных суждений и оценок. Что в свою очередь ставит вопрос о сопоставимости индивидуализированных показателей между различными технологическими компаниями.

Появление и развитие технологических компаний является неотъемлемой частью развития экономики в XXI веке, колоссальные отличия в бизнес-моделях подобных компаний в отличии заставляют обратить пристальное внимание на состоятельность их финансовой отчетности. Предлагаемые варианты решения первоочередной проблемы финансовой отчетности, первопричиной которой являются «неучтенные нематериальные активы», путем предоставления большего количества информации о них в интегрированной отчетности, либо в виде дополнительной описательной отчетности хоть и не лишены недостатков, но могут стать основой для рассмотрения и исследования данной проблемы и ее решений в будущем.

Перспективы, которые открывают цифровые технологии в области учета и отчетности, по нашему мнению, огромны. Качественными изменениями по оценкам специалистов должна стать многомерная модель отчетности, которая будет формироваться по запросам конкретных пользователей, и это должны быть не только инвесторы, но иные заинтересованные. Визуализация и персонализация финансовой отчетности представляются неотъемлемыми атрибутами «нашего вероятное завтра» [9].

Список литературы

1. Китов А. И. Электронные вычислительные машины. М.: Знание, 1958. 34 с.
2. Гузов, Ю. Н. Бухгалтерский учет в XXI веке: монография / под ред. Ю. Н. Гузова, В. В. Ковалева, О. Л. Маргания. – Санкт-Петербург: Скифия-принт, 2021. – 250 с.
3. Генералова Н. В., Гузов Ю. Н., Соболева Г. В. Цифровизация учета и аудита: эволюция технологий, российский опыт и перспективы развития // Финансы и бизнес. 2021. Т. 17. № 4. С. 63- 80., DOI 10.31085/1814-4802-2021-17-4-112-63-80.
4. Николаев В.А., Селезнёв В.М. Блокчейн и цифровое будущее. Обещания новой технологии против реальности // Аудит. 2019. № 2. С. 38-42.
5. Генералова Н.В., Соболева Г.В., Куратник Л.Д. Цифровизация технологических и корпоративных бизнес-процессов: опыт российских компаний. // Финансы и бизнес. 2022. Т. 18. № 4. С. 40-56. – DOI 10.31085/1814-4802-2022-18-4-156-40-56.
6. Пятов М.Л. Бухгалтерский учет в нашей жизни: мифы и реальность учета. - М.: ООО «1С-Публишинг», 2021. – 509 с.
7. Thomas Huckabee. Inc : [site] / Thomas Huckabee. - San Diego, 2022. – URL: <https://tehspa.net/accounting-methods/do-financial-statements-really-work-for-digital-technology-startup-corporations/> (Date of application: 11.12.2022). - Access mode: free.
8. Harvard Business Publishing : [site] Harvard Business Review. – Boston, 2022.- URL: <https://hbr.org/2018/02/why-financial-statements-dont-work-for-digital-companies?autocomplete=true®istration=success> (Date of application: 11.12.2022). - Access mode: by subscription of HBR.

9. Пятов М.Л., Хорунжий Л.И. Постучет и метабухгалтеры. Станет ли бухгалтерия профессией будущего? Есть ли бухгалтеры в нашем вероятном «завтра»? Что ждет бухгалтерский учет в 2099 году?: научно-практическое издание. Москва: Институт профессиональных бухгалтеров и аудиторов России, 2023. – 208 с.

Преимущества и недостатки внутреннего аудита в организациях

А.К. Кабдыбай¹, А.С. Құлмағамбет²

¹к.э.н., ассоц. профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита,

²магистрант 2-го года обучения по образовательной программы «Учет и аудит»
kulmagambetas@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: в данной публикации представлен анализ преимуществ и недостатков внутреннего аудита в бизнес-структуре. В статье приведены положительные и отрицательные стороны внутреннего аудита, и как они влияют на работу предприятия.

Ключевые слова: внутренний аудит, руководство, бухгалтерский учет, преимущества, отчет, P&L.

На западе внутренний аудит развит уже давно, однако в Казахстане внутренний аудит нашел применение сравнительно недавно. Объясняется это тем, что в Казахстане малый и средний бизнес начал свое активное развитие в последнее десятилетие. Современные предприятия частично решают данную проблему используя услуги компаний, которые предоставляют сторонних аудиторов, либо обучают своих сотрудников для сокращения затрат [2.]

Внутренний аудит — это консультационная деятельность, связанная с консультированием организаций в том, как улучшить и достичь высоких показателей. Профессиональные аудиторы нанимаются компаниями или организациями для выполнения этих различных видов деятельности. Некоторые проверки могут затрагивать вопросы внутреннего контроля, надежность финансовой отчетности, расследование мошенничества или соблюдение законов и правил.

Проведя внутренний аудит, вы можете быть уверены, что в вашей компании будет внедрена правильная система бухгалтерского учета. В компаниях существует огромная потребность в упорядоченном расположении персонала, процедурах, формах, отчетности и т. д. для достижения положительного результата. Благодаря своевременной проверке предприятия лучше справляются с бизнесом, и аудитор может сказать вам, где слабые стороны в организации и что вы можете сделать, чтобы их улучшить. Внутренний аудит также может помочь сократить количество внешних аудитов компании, что в свою очередь значительно облегчит работу всей компании и поможет в управленческом учете компании.

Внедрение системы внутреннего аудита имеет ряд преимуществ таких как:

1. Помогает повысить эффективность операций. Самым значительным преимуществом внутреннего аудита является то, что он приводит к обнаружению ошибок. Поэтому при проведении внешнего аудита ошибки, обнаруженные в ходе внутреннего аудита, будут исправлены [1].

2. Помогает дать объективную информацию. Руководство может отслеживать прогресс посредством внутреннего аудита. Фактически, для достижения наилучших результатов руководству следует в значительной степени полагаться на внутренний аудит. Внутренние аудиты помогают контролировать всю деловую деятельность, что является функцией управления [1].

3. Помогает в оценке рисков и защищает активы. Ведь результаты аудита помогают руководителям и партнерам противостоять рискам и позволяет организовать работу предприятия [1].

4. Внутренний аудит обеспечивает соблюдение требований законодательства. Обычное проведение внутреннего аудита гарантирует соответствие всем применимым законам и нормам. Это также может помочь нам убедиться в том, что команда готова к следующему внешнему аудиту. Завоевание доверия клиентов и поддержание стратегической дистанции от непомерных штрафов, связанных с нарушением, делают внутренний аудит важным и полезным видом деятельности для организации [1].

Преимущества и недостатки непрерывного аудита также приносят как положительные, так и отрицательные стороны, поскольку иногда процедуру становится трудно внедрить, что приводит к ограничению внутреннего контроля.

Внутренний аудит иногда может оказаться не в состоянии проверить мошенничества. Руководство может использовать множество уловок, чтобы манипулировать счетами, чтобы скрыть неэффективность, нерентабельность предприятия. Если информация от руководства ложная, и проверяемые счета не всегда отражают правдивую и объективную картину, то проводимый аудит будет поверхностный. Исследования показывают, что менеджеры часто занижают расходы, чем завышают доходы компании. Это так же связано тем, что сотрудники отдела внутреннего аудита часто не обладают необходимыми способностями и навыками, поскольку в большинстве случаев они не дипломированные бухгалтеры и экономисты. В свою очередь внешний аудитор и налоговые органы сомневаются в результатах таких аудиторов, и не принимают отчет внутреннего аудита как полноценный показатель работы компании.

Но и компании, которые сотрудничают со сторонними организациями для проведения аудита тоже сталкиваются с трудностями. Внутренние отчеты компании могут быть не совсем понятны персоналу, проводящему аудит, и руководство затрачивает много времени для объяснения их аудитору. Так же компания несет дополнительные затраты, и руководители малого и среднего бизнеса не готовы закладывать в P&L данные расходы на постоянной основе.

Несмотря на внушительные аргументы в сторону преимуществ, проводимых аудитов, следующие недостатки дают задуматься над рациональностью внутренних проверок:

1. Не в достаточной мере выполняется принцип независимости аудитора.

2. Результаты и отчеты сформированные внутренними сотрудниками компании подвергаются сомнению как руководства, так и внешними аудиторами и налоговыми органами.

3. Одноразовые аудиторские услуги со стороны стоят дороже, чем постоянный контроль со стороны внутренних менеджеров организации.

Таковы некоторые ограничения системы внутреннего контроля при аудите. Но как показывает практика западных компании внутренний аудит проводимый компаниями помогает организациям быстрее достичь своих целей, держать контроль внутри компании и повышать эффективность управленческого учета. Функции и виды внутреннего аудита могут различаться в зависимости от масштаба компании, ее вида деятельности, однако все они направлены на одно — снижение рисков деятельности и увеличение эффективности конкретной организации [3].

В конце необходимо отметить, что сегодня акционеры ожидают от внутренних аудиторов не только проверки соблюдения установленных требований, но и консультаций по вопросам управления, помогающих руководству повышать эффективность и результативность деятельности организации.

Список литературы

1. <https://www.rcvacademy.com/advantages-and-disadvantages-of-internal-audit/>

2. <https://economy-ru.com/upravlenie-kachestvom-menedjment/dostoinstva-nedostatki-vnutrennego-audita-63047.html>
3. <https://www.iedunote.com/internal-audit>

Негізгі әрекеттен кірістер аудиті

Г.С.Касымханова¹, А.Б.Асылхан², Т.Ә.Төлегетай³

¹Э.Ф.М., «Бухгалтерлік есеп және аудит» кафедрасының оқытушысы

²«Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті

³«Есеп және аудит» мамандығының 4 курс студенті

guldana_705@mail.ru, aizhan.asylkhan.03@mail.ru, zhanerke.tolegetay@gmail.com

^{1,2,3}Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Қазіргі экономикадағы кәсіпорынның мақсаты пайда табу екені белгілі. Дәл осы жағдайда фирма тұрақты өмір сүре алады және өсу үшін негіз бола алады. Кәсіпорынның тұрақты пайдасы инвестицияланған капиталға дивиденд түрінде көрінеді, жаңа инвесторларды тартуға көмектеседі және сәйкесінше компанияның меншікті капиталын арттырады. Сондықтан компанияның табыстылығы мәселелеріне қызығушылық айқын болады.

Кілт сөздер: табыс, өнімді сату, кірістерді тану, есепке алу, негізгі әрекеттен кірістер аудиті.

Экономикалық әдебиеттерде кіріс негізгі категория ретінде қарастырылады, сол себепті кірістерді тану, бағалау, есепке алу, талдау, жіктеуге арналған зерттеулер жиі кездеседі.

Кәсіпорын қызметінің жиынтығында дайын өнімді (тауарларды, жұмыстарды, қызметтерді) сату процесіне неғұрлым маңызды орын беріледі. Дайын өнімді (тауарларды, жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) өткізу - сатылған өнімге, тауарлар көрсетілетін қызметтерге меншік құқығын өтеулі немесе өтеусіз негізде беру процесі.

Өнімді сату деп тек заттай нысаны бар өндірілген тауарларды сату ғана емес, сонымен қатар жұмыстарды орындау, Қызмет көрсету де түсініледі.

Өнімді өткізу нәтижесі ақшалай нысанды - өндірілген тауарларды, жұмыстарды, қызметтерді сатудан түсетін табыс нысанын қабылдайды.

Осылайша, өнімді (жұмыстарды, қызметтерді) сатудан түскен кіріс сатып алушыға жөнелтілген өнім үшін ағымдағы банктік шотқа немесе кәсіпорынның кассасына түскен ақша қаражаты деп аталады

Қазақстан Республикасының бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік туралы заңына сәйкес:

Кірістер – есепті кезең ішінде активтердің түсімі немесе өсімі немесе міндеттемелердің азаюы нысанында экономикалық пайданың ұлғаюы, олар капиталға қатысушы тұлғалардың жарнасымен байланысты ұлғаюдан өзгеше капиталдың ұлғаюына әкеп соғады [1].

18 ХҚЕС-да табыстардың келесі анықтамасы берілді:

«Кіріс - компанияның әдеттегі қызметі барысында, осындай ағын акционерлердің жарналары есебінен болатыннан өзге капиталдың ұлғаюына әкеліп соқтырғанда туындайтын кезең ішіндегі экономикалық пайданың жалпы ағыны» [2].

Қаржы есептілігін дайындау және таныстыру принциптерінде акционерлердің салымдарымен қатысы жоқ капиталдың көбеюіне әкеліп соқтырған есепті кезеңінің ішінде активтердің көбеюі немесе азаюы немесе міндеттемелердің азаюы нысанында табыс экономикалық пайданың ұлғаюы ретінде танылады. Табысқа компанияның түсімі де, басқа түсімдер де кіреді. Компанияның түсімі - олар қызметтің әдеттегі түрлерінен келіп түскен қаражаттың түсуі, олар әр түрлі аталады, оның ішінде сату, сыйақы, пайыздар, дивидендтер және лицензиялық төлемдер. Бұл стандарт бойынша табысқатек компаниямен алынған және

оның өз жеке шотына түсуі міндетті экономикалық түсімдер кіреді. Үшінші тараптың пайдасына түскен сатылым салығы, тауарлар және қызметтерден алынатын салық және қосымша құн салығы сияқты сомалар компанияға түсетін экономикалық пайда болып табылмайды, және жеке капиталдың өсуіне әкелмейді. Сондықтан олар түсімнен алынып тасталды. Агенттік қарым-қатынас кезінде тап осылай экономикалық пайданың жалпы ағыны компанияның өз капиталының ұлғаюына әкеліп соқтырмайтын принципал пайдасына жиналатын сомадан тұрады.

Қазақстан Республикасының Салық кодексіне сәйкес: «Жылдық жиынтық табыс, салық мерзімінің ішінде Қазақстан Республикасындағы және оның шекарасынан тыс жерлердегі заңды тұлғамен алуға жататын (алынған) табыстардан тұрады.

Кеулімжаев оқулығында табыстарға төмендегідей түсінік берілген: «Шаруашылық субъектісінің табыстары – есепті кезеңдегі активтердің көбеюін (ақша қаражаттарының, басқа да мүліктердің келіп түсуін, кіріске алынуын) және міндеттемелердің азаюы (өтелінуі) негізінде капиталдың көбеюін (үлес қосушылардың қосқан жарналарынан басқа) яғни экономикалық пайда табуды айтамыз»

Қоғам мүшелерінің табыс дәрежесі деңгейі олардың әл-ауқатының басты көрсеткіші, өйткені ол жеке адамның материалдық және рухани өмірін анықтап, демалуына, білім алуына, денсаулығын сақтауына, күнделікті тұтыну қажеттілігін өтеуге мүмкіндік береді. Халық табысының мөлшеріне тікелей әсер ететін факторлардың ішіне, жалақының көлемінен басқа бөлшек сауда бағасының динамикасы, тұтыну нарығын тауарлармен толтыру және т.б. бар.

Халық табысының деңгейі мен динамикасын сараптау үшін номиналды, қолдағы және нақтылы кірістердің көрсеткіштері қолданылды.

Кіріс – белгілі бір уақыт аралығында алатын және игілікпен қызметке ие болумен қатар, және тұтынуын қамтамасыз ететін ақша құрылымының сомасы [2].

Номиналды табыс – жекелеген адамдардың белгілі уақытта алған ақшасының саны.

Қолдағы табыс – жеке тұтынуға және жеке жинақтауға болатын табыс. Қолдағы бар табыс номиналды табыстан салық пен міндетті төлемдер сомасына кем болады.

Нақтылы табыс – белгілі бір уақытта қолдағы бар табысқа сатып алған қызмет пен тауарлардың саны, ол баға деңгейінің өзгеруімен түзетіліп отырады.

Халықтың нақтылы ақшалай табыстарының құрылымының бірнеше қайнар көздері бар, олардың негізгілері: факторлық табыстар, қоғамдық тұтыну қорларынан бірлесетін төлемдер мен жеңілдіктер, финансы жүйесі арқылы келетін (банктерден, жинақ қассаларынан, сақтандыру мекемелерінен және т.б.) және басқа түсімдер. Жалақы, кәсіпорындардағы, кооперативтердегі жалақы тектес табыстар, өз шаруашылығының табыстары және басқалар. Еңбек факторына ақы төлеудің тенденциясын талдау бұл табыс түрінің болашақта да жалпы ақша табыстарының көлемін құруда жетекші рөл атқаратынын көрсетеді.

Халық табысының құрылуына айтарлықтай әсер ететін жай қоғамдық тұтыну қорынан берілетін төлемдер мен жеңілдіктер немесе мемлекеттік көмектің бағдарламасы. Осылардан зейнеткерлерді қамсыздандыруға, уақытша жұмысқа жарамсыздарды қолдауға әр түрлі жәрдем ақыға (балаларды күтуге, дәрігерлік қамту, табысы аз отбасыларының балаларына, жұмыссыздарға жәрдем беру) қаржы бөлінеді.

Жалпы табыстар сомасындағы жалақының басым болуы кәсіпкерлік, жаңашылдық, іскерлік сияқты жақсы қасиеттерді қалыптастырады. Қоғамдық тұтыну қорынан берілетін төлемдерді күшейту (немесе мемлекеттің көмек бағдарламасын) өндірістік қызметке қатысу деңгейін төмендетіп, біреуге арқа сүйеушілік, масылдық психологияны тәрбиелейді.

Кәсіпорынның өндірістік-шаруашылық қызметі шикізат пен материалдарды дайындау, дайын өнімді шығару, оны тұтынушыларға сату, жалақы төлеу және т.б. бойынша жеке шаруашылық операциялардан тұрады. Алайда, олардың барлығы өзара байланысты және экономикалық біртұтас процестің құрамдас элементтері болып табылады.

Кәсіпорынның тиімділігімен тікелей байланысты экономикалық процестің элементі кірістер болып табылады.

Кәсіпорынның шаруашылық қызметі шикізат пен материалдарды дайындау бойынша жеке шаруашылық операциялардан тұрады

Кіріс – есепті кезең аралығындағы активтер ағымы немесе өсуі немесе банк қызметінің табыс алуға бағытталған және капиталды өзгерте алатын түрлерінің нәтижесінде орын алған, жалпы қабылданған есептілік қағидаларына сәйкес өлшенген және мойындалған несиелік қарыздың азаюы нысанындағы экономикалық пайданың ұлғаюы [3].

Кәсіпорындарындағы кірістер бухгалтерлік есепке алудың міндеттері мыналар болып табылады:

- категорияларға табыстар мен шығындарды есепке дұрыс жатқызу: негізгі және негізі емес қызметтен түскен табыстар;

- категориялар бойынша табыстар мен шығындарды есепке дұрыс жатқызу (негізгі және негізі емес қызметтен түскен табыстар мен шығындар);

- келесі мерзімдерде табыстар мен шығындарды есепке дұрыс жатқызу;

- таратылмаған табысты есепке дұрыс жатқызу (есеп беру мерзіміндегі және өткен жылдардағы);

- қорытынды табысын дұрыс анықтау;

- бюджеттің алдындағы барлық міндеттемелерді өтегеннен кейінгі кәсіпорын өкімінде қалған таза табысты дұрыс шығындауға бақылау жасау.

- корпорациялық табыс салығының сомаларын дұрыс анықтау.

Осылайша, кәсіпорындардағы табыстарды бухгалтерлік есепке алудың негізгі міндеттерінің бірі, табыстарды дұрыс анықтауда және жатқытуда, ұйымдардың барлық активтерін дұрыс және ұтымды қолдануда есепке алудың бақылаушы қызметтерін жүзеге асыру болып табылады.

Кіріс аудитін жүргізу кезінде аудиторлық дәлелдемелердің негізгі көздеріне ең алдымен бастапқы құжаттар, бухгалтерлік есеп регистрлері, бухгалтерлік есеп, салықтық және статистикалық есеп беру табылады [4]. Тексеру үшін ақпарат көздері келесі құжаттар болды:

Ұйымның ішкі құжаттары («Ұйымның есеп саясаты туралы» бұйрық, лауазымдық нұсқаулықтар, жауапкершілік туралы келісімдер).

Бастапқы құжаттар (жеткізу-сатып алу-сату шарттары, сенімхаттар, шот-фактуралар, жүкқұжаттар және т.б., шот-фактуралар, әмбебап аударым құжаттары, ұйымның анықтамасы және тауар сертификаттары, банк үзінділері, кассалық кіріс ордерлері, пайдаланылатын бастапқы құжаттардың басқа да нысандары) ұйымда болады [5].

Аналитикалық және синтетикалық есеп регистрлері:

- негізгі кітап;

- «Тауарлар», «Сатып алушылар және тапсырыс берушілермен есеп айырысу», «Басқа дебиторлармен және кредиторлармен есеп айырысу», «Сату», «Өзге кірістер» шоттары бойынша бухгалтерлік баланстар, бухгалтерлік карточкалар;

- сатып алу және сату кітабы.

- . Бухгалтерлік есептер:

- бухгалтерлік теңгерім;

- табыс туралы есеп;

- ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп;

- түсіндірме жазба.

Салық декларациялары:

- қосылған құн салығы;

- корпоративтік табыс салығы.

Статистикалық есеп беру нысандары:

- «Тауарлар мен қызметтерді өндіру және жөнелту туралы ақпарат»;

- «Ұйымның қаржылық жағдайы туралы ақпарат».

Нақты пайданың есебін тексерудің маңызды міндеттерінің бірі сатудан түскен түсім мен басқа да кірістердің синтетикалық және аналитикалық есебінің жазбаларының бас кітаптағы,

бухгалтерлік баланстағы және кірістер мен шығыстар туралы есептегі жазбаларға сәйкестігін анықтау болып табылады.

Өткізуден түскен түсімдерді есепке алудың толықтығын тексеру кезінде келесі регистрлерде көрсетілген мәліметтердің дұрыстығы тексерілді: өнімді өткізуге арналған құжаттар тізілімі; өнімді өткізуді есепке алу ведомосі (тұтынушылар үшін бөлек), журнал ордері, өткізу шоттары мен «Сатып алушылар және тапсырыс берушілермен есеп айырысу» шотының кредиті бойынша, өнімді өткізуге берілген шот-фактуралар және басқа да алғашқы және аналитикалық есеп тіркеледі.

Жоғарыда айтылғандардың барлығынан мынадай қорытынды жасауға болады: материалдық ресурстарды ұтымды пайдалану, жоғары экономикалық көрсеткіштерге қол жеткізу және ең алдымен еңбек өнімділігін арттыру нарық жағдайында кәсіпорындардың ең маңызды және кезек күттірмейтін міндеттері болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Бухгалтерлік есеп шоттарының үлгілік жоспарын бекіту туралы Қазақстан Республикасының Қаржы министрінің 2007 жылғы 23 мамырдағы 185 Бұйрығы <https://adilet.zan.kz>

2. 18 «Түсім» халықаралық қаржылық есеп стандарты <https://adilet.zan.kz>

3. Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 28 ақпандағы №234 Заңы <https://adilet.zan.kz>

4. Ақшаны және кәсіпорын төлемдерін есепке алу үшін құжат айналымы. – Алматы: «БИКО» баспасы, 2006 – 32 б.

5. Бастапқы есепке алу құжаттарының нысандарын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің 2012 жылғы 20 желтоқсандағы № 562 Бұйрығы <https://adilet.zan.kz>

Гармонизация учета, аудита, анализа и оценки в контексте цифровизации экономики

Г.С. Касымханова¹, А.Ж. Мажитова², С.К. Болатова³, А.Ә. Қабен⁴

¹м. э. н., преподаватель кафедры " Бухгалтерский учет и аудит»

^{2,3,4}Студенты 4 курса специальности "Учет и аудит»

guldana_705@mail.ru, aruzhanchlk@mail.ru, bolatova-sabina@list.ru, kaben03@bk.ru

^{1,2,3,4}Қарагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Сегодня процессы цифровых преобразований и цифровизации становятся общемировым трендом, охватывающим не только информационно-коммуникационные технологии, но и все сферы жизни.

Нет никаких сомнений в том, что так называемые «цифровые решения» проникают во многие сферы деятельности, успешно интегрируются во многие компании и играют важную роль в инновационном развитии. Другими словами, цифровые технологии и цифровые трансформации доминируют в повышении уровня конкурентоспособности любой страны и, следовательно, способствуют устойчивому экономическому росту. Однако создание эффективной цифровой экономики возможно только при наличии условий, при которых различные отрасли экономики интегрируются в единую цифровую экосистему. В статье проанализировано влияние цифровизации на экономику, риски цифровизации, индекс внедрения передовых технологий Индустрии 4.0, состояние цифровизации в Казахстане.

Ключевые слова: Цифровизация, Цифровая экономика, Индустрия 4.0

Идея цифровой трансформации охватывает весь мир. В современном мире цифровые технологии играют важную роль в развитии экономики стран. Цифровые технологии дали ряд преимуществ – облегчение доступа населения и бизнеса к государственным услугам,

ускорение обмена информацией, появление новых возможностей для ведения бизнеса, создание новых цифровых продуктов и т. д. сегодня» умные " дисциплины во всех сферах жизни, машинное обучение, дополненная или виртуальная реальность, беспилотный летательный аппарат, искусственный интеллект используются такие понятия, как и т. д.

Современный этап научно-технологического развития характеризуется интенсивным акцентом и универсальной цифровизацией различных сфер жизни общества. Ускоренное проведение научных исследований и разработок на основе использования цифровых технологий, выход на международные рынки и рост глобальной интеграции в научно - технологической сфере стали стратегической моделью инновационного роста для ведущих и развитых стран мира. В развитых странах 75-80% прироста валового внутреннего продукта приходится на передовые или передовые технологии, оборудование и другие продукты, содержащие новые знания и идеи.

Цифровизация Казахстана в Послании Президента страны народу Казахстана: Новые горизонты роста являются историческим документом, в котором определены главные задачи развития страны в постковидном периоде. Приоритетное место принадлежит социально-экономическому развитию Казахстана, которое включает не только рост экономики, но и цифровизацию производственных процессов, внедрение цифровых технологий в развитие ресурсной базы современного государства [1].

В Послании Президента Казахстана в числе основных задач по развитию страны в условиях Четвертой промышленной революции четко обозначена необходимость внедрения информационно-технологических решений, направленных на повышение уровня производительности труда и повышение качества интеллектуального потенциала. Сегодня одним из мировых трендов является рост конкурентоспособности человеческого капитала. Сегодня мир живет в условиях ускоренной инфляции квалификаций, актуальные на сегодняшний день компетенции могут не востребоваться завтра и даже стать ограничением для дальнейшего социально-экономического развития. Поэтому, как отметил глава государства в своем Послании, все системы образования должны отвечать современным потребностям экономики, определяющим реальную потребность профессий на рынке труда [2].

Мы живем в уникальное время – в эпоху, когда на наших глазах происходят радикальные технологические изменения. Мы больше не используем только технологии, мы живем с ними. То, что вчера казалось воображением, сегодня становится нашей реальностью, естественным явлением, без которого мы не можем представить свою жизнь. Мир стоит на пороге Четвертой промышленной революции, не имеющей аналогов в истории человечества по масштабам, размерам и сложности. Но, в любом случае, каждый этап развития сопровождается внедрением научных открытий и новых технологий, которые кардинально изменят производство, бизнес, профессии, навыки, нашу жизнь в целом.

В настоящее время только несколько стран разрабатывают передовые технологии, но все страны должны к ним подготовиться.

ЮНКТАД разработал «индекс готовности» для оценки возможностей стран по добросовестному использованию, внедрению и применению передовых технологий Индустрии 4.0. Индекс состоит из пяти компонентов: применение ИКТ, человеческие ресурсы, НИОКР, промышленное использование и доступ к финансам. Этот индекс рассчитан для 158 стран и делит их на 4 уровня подготовки: низкий, ниже среднего, выше среднего и высокий.

Страны с самым высоким значением индекса обычно являются самыми богатыми странами, потому что у них больше ресурсов и возможностей для инвестиций и реализации политики. Но здесь есть много исключений-страны, стоимость которых выше, чем ВВП на душу населения. Наиболее заметной из этих особенностей является Индия, за которой следуют Филиппины. Китай и Индия представляют собой индекс, отражающий развитие НИОКР и высокую долю высокотехнологичного экспорта.

Имеет хорошие показатели в компоненте НИОКР, а недостаток квалификации может стать препятствием для широкого внедрения технологий Индустрии 4.0 в обрабатывающей промышленности.

По индикатору навыки, Казахстан занимает 42-е место, даже выше, чем такие страны, как Япония и Корея, что указывает на потенциал рабочих использовать такие преимущества для адаптации к Индустрии 4.0 и сокращения технологического разрыва. Однако, финансовые возможности цифровизации по-прежнему ограничены, что может привести к проблемам с расширением использования технологий Индустрии 4.0.

В группу стран с самыми низкими показателями готовности к цифровизации входят в основном африканские страны. В их экономической структуре не так много высокотехнологичных секторов и высококвалифицированных рабочих мест, поэтому распространение технологий Индустрии 4.0 будет медленным.

Таблица 1

Рейтинг стран по индексу готовности

Страна	Индекс Общий рейтинг		Рейтинг по показателям				
			А К Т	Навыки	НИОКР	Индустри альное развитие	Доступ к финансам
■США	1,00	1	14	17	2	20	2
■Швейцария	0,97	2	7	13	13	3	3
■Великобритания	0,96	3	17	12	6	11	14
■Швеция	0,96	4	1	7	16	15	16
■Сингапур	0,95	5	4	9	18	4	18
■Нидерланды	0,95	6	6	10	15	8	23
■Корея	0,93	7	19	27	3	9	8
■Германия	0,92	9	23	16	5	10	39
■Китай	0,76	25	99	96	1	7	6
■Россия	0,75	27	39	28	11	66	45
Бразилия	0,65	41	73	53	17	42	60
ОАЭ	0,63	42	34	57	38	44	38
Индия	0,62	43	93	108	4	28	76
Беларусь	0,53	59	45	35	91	63	109
Тунис	0,51	60	80	62	61	45	50
Коста-Рика	0,51	61	64	55	100	35	57
Казахстан	0,50	62	62	42	56	75	114

■ – Высокий уровень ■ – выше среднего

Доклад о технологиях и инновациях, 2021 год

С 2019 по 2021 год наблюдалось увеличение затрат на информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) и по итогам 2021 года их сумма достигла 443,1 млрд тенге. Однако, если рассматривать долю расходов на ИКТ в ВВП страны, то можно увидеть, что она не росла и даже сокращается в многолетней динамике и не превышает 0,6% с 2016 года (Media holding «Atameken business», 2022). Объем оказанных услуг в области компьютерного программирования, консультационных и других сопутствующих услуг в Казахстане по итогам 2022 года составил 772 млрд тенге (по итогам 2021 года 646 млрд тт). Из них в сельской местности страны оказано услуг на 2,6 млрд тенге.

В региональном разрезе наибольшее количество услуг поступило в города Алматы-380,5 млрд тенге, Астану - 321,5 млрд тенге и Карагандинскую область - 17,1 млрд тенге. Минимальная услуга оказана в Улытауской области (общая сумма 124,2 млн тенге)

При этом наибольшей долей затрат на ИКТ в стране является оплата услуг сторонних организаций и специалистов (аутсорсинг), связанных с информационными технологиями: в 2021 году доля общих затрат составила 43%.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что в современном Казахстане активно возрастает роль передовых технологий и инноваций в развитии национальной экономики. Традиционные подходы и методы работы меняются по мере того, как новые технологии внедряются в новые сферы человеческой деятельности. Экономика Казахстана активно переходит на новый уровень цифровизации. За весь период развития отрасли ИКТ невозможно было создать в РК прогрессивную инфраструктуру качественных институтов, которые в той или иной степени влияют на показатели информационных технологий, созданных стартапов технологического характера и развитие потенциала человеческих ресурсов.

Для развития цифровизации в Казахстане предлагается решение следующих задач:

- необходимо разработать специальные индикативные программы по инфраструктурному цифровому развитию предприятий, фирм, компаний. При этом основной приоритет должен быть направлен на сектор малого и среднего бизнеса;
- разработка стратегии финансирования и привлечения инвестиций в расширение корпоративного парка компьютерной техники на макроэкономическом уровне;
- разработка экономических сценариев создания цифровой экономики в Республике Казахстан с учетом отраслевой специфики;
- разработка экономических механизмов устойчивого развития цифровой экономики на стратегический и долгосрочный периоды;
- разработка экономических механизмов развития цифровой экономики в системе функционирования малого и среднего бизнеса на микроэкономических уровнях.

Список литературы

1. На пути к цифровой реальности. (2022). Центр развития трудовых ресурсов. 328 с.
2. International Telecommunication Union. <https://www.itu.int/ru/Pages/default.aspx>
3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы. <https://stat.gov.kz/>
4. Цифровизация как шаг к индустрии 4.0. (2019). АО «СамрукҚазына». 15 с.
5. Индустрия 4.0 для инклюзивного развития. (2022). Доклад Генерального секретаря, ООН. 22 с.

Determination of the current structure of the TSA mechanism in the social protection system of Kazakhstan with identification of proactive and reactive components

N.D.Kenzhebekov¹, A.K.Kabdybay²

¹ Ph.D, associate professor, Head of the Laboratory of Socio-Economic Research,

²Ph.D, associate, professor of the department of “Accounting and Auditing”

¹kenzhebekov@mail.ru, ²kabdybay@mail.ru

¹Karaganda Economic University of Kazpotrebsouz, Karaganda

²Karaganda Buketov University, Karaganda

Abstract: the article presents the dynamics of the main indicators characterizing the structure of the mechanism of targeted social assistance in the social protection system of Kazakhstan.

Key words: targeted social assistance, social protection, structure of TSA recipients, proactive component of TSA, reactive component of TSA.

The establishment of a social protection system in Kazakhstan is based on a fairly developed regulatory framework:

- Law of the Republic of Kazakhstan “On social protection of disabled people in the Republic of Kazakhstan” dated June 21, 1991 No. 692-XII;
- Law of the Republic of Kazakhstan “On state social benefits for disability and loss of a breadwinner in the Republic of Kazakhstan” dated June 16, 1997 No. 126;
- Law of the Republic of Kazakhstan “On state targeted social assistance” dated July 17, 2001 No. 246;
- Law of the Republic of Kazakhstan “On social protection of persons with disabilities” dated April 13, 2005 N 39;
- Law of the Republic of Kazakhstan “On state benefits for families with children” dated June 28, 2005 N 63;
- Law of the Republic of Kazakhstan “On Special Social Services” dated December 29, 2008 No. 114-IV;
- Social Code of the Republic of Kazakhstan dated April 20, 2023 No. 224-VII ZRK.

The main directions of development of the social protection system are:

- Gradually bringing the system of state social standards closer to international ones;
- Development of social insurance for basic social risks (old age, loss of ability to work, loss of a breadwinner, loss of a job);
- Improving the functioning of the social assistance system (poverty reduction);
- Expanding accessibility and improving the quality of social services;
- Improving social rehabilitation of disabled people;
- Further improvement of labor legislation;
- Creating conditions for expanding the coverage of the population with social security and providing opportunities for choosing individual schemes for social security;
- Creation of a mechanism for the participation of all subjects of the system (state, workers and employers, recipients) in the management of the social security system at their level;
- Further development of institutions that lay the foundation for the functioning of the social security system;
- Improving information support and social statistics;
- Providing training and advanced training for social security system specialists;
- Increasing the responsibility of local executive bodies for the implementation of regional aspects of the program;
- Improving the regulatory legal framework of the social security system.

Since 2005 There was a downward trend in the number of TSA recipients from 516 thousand people. up to 23.3 thousand people in 2017 By 2019 There was a rather sharp increase in the number of recipients to 2,177.2 thousand people, associated with the one-time implementation of social reforms. In 2022, the number of TSA recipients is 775.4 thousand people.

Adoption on June 26, 2019 of the Decree “On measures to reduce the debt burden of citizens of the Republic of Kazakhstan,” according to which the government and the National Bank were instructed to repay debts on loans from low-income citizens in second-tier banks and microfinance organizations. The latter category included large families, families with disabled children or those who have lost their sole breadwinner, as well as orphans in the amount of 629 thousand people.

Instruction to study the issue of targeted use by working citizens of part of their pension savings for the purchase of housing, education, etc. As part of its implementation, the Law of the Republic of Kazakhstan “On introducing amendments and additions to certain legislative acts of the Republic of Kazakhstan on issues of restoring economic growth” dated January 2, 2021 was adopted. It provides for the opportunity for interested citizens of the republic to use their pension savings to improve housing conditions and pay for treatment. According to the statement of the

Head of State, in 2021, 700 thousand investors of the Unified Accumulative Pension Fund can take advantage of this right.

Adoption of the Law of the Republic of Kazakhstan “On amendments and additions to some legislative acts of the Republic of Kazakhstan on issues of compulsory social insurance, social security and public-private partnership in the field of healthcare” dated December 26, 2019. It is, in particular, aimed at strengthening measures of social protection of people with disabilities and large families.

In the subsequent period, a gradual decrease in the number of TSA recipients was observed. If we look at it regionally, there is a correlation depending on the population (Table 1).

Table 1

Number of recipients of targeted social assistance

	2018	2019	2020	2021	2022
The Republic of Kazakhstan	571 584	2 177 176	936 189	990 539	775 388
Turkestan	195 620	624 305	223 419	237 506	204 984
Shymkent city	53 386	258 804	179 710	225 821	87 856
Kyzylorda	39 409	154 103	68 480	72,557	69,628
Almaty	58,768	274 378	95 531	115 051	61,760
Zhambyl	74 517	193,968	69,489	61 411	50 677
Zhetysu	-	-	-	-	44 396
Abay	-	-	-	-	31,542
Aktobe	20,082	92 214	33,871	30 607	29,849
Almaty city	2,781	63 163	30 060	28,046	27,092
Mangystau	9,761	54 045	22,524	23 116	22 415
Pavlodar	6,977	44 017	23 441	22 691	22 295
Kostanayskaya	14,256	49 491	23 278	22,028	21,693
Astana city	4 601	41,988	25 372	24 562	21 209
West Kazakhstan	16,815	58 605	25 382	21,546	17,383
East Kazakhstan	31 601	98 290	54 253	53,097	16,959
Akmola	12,371	43 607	14,802	13,237	12,883
Karaganda	10,967	61,644	24 643	19,033	12 830
North Kazakhstan	8,723	24,698	11 418	11,283	9 514
Atyrau	10,949	39,856	10,516	8,947	7 102
Ulytau	-	-	-	-	3 321

In terms of the number of TSA recipients, the southern regions stand out, especially the Turkestan region and the city of Shymkent. At the end of 2022 these two regions account for 38% of all TSA recipients.

Analysis based on the coefficient of variation shows that the group of recipients of targeted social assistance in Kazakhstan:

- varies little by region in terms of the amount of benefits received, quite homogeneous for Kazakhstan as a whole
- is heterogeneous from the point of view of the territorial location of recipients of targeted social assistance across the regions of Kazakhstan, i.e. The number of recipients by region of Kazakhstan (measured as the share of recipients in the population of the region) varies quite significantly.

In addition, the regions of Kazakhstan differ significantly in the share of low-income population, the share of the population with incomes below the food basket, and indicators of the depth and severity of poverty.

Correlation analysis showed that the share of TSA recipients has:

- inverse average correlation with average per capita household income used for consumption,

- strong direct connection with the share of the population with incomes below the subsistence level, including when calculated using equivalence scales
- moderate direct connection with the depth and severity of poverty.

The number of TSA recipients in the regions of Kazakhstan is quite closely related not only to indicators of living standards, but also to indicators of employment - unemployment, especially long-term unemployment. Long-term unemployment is most often caused by the fact that part of the working-age population does not meet market demand due to their qualifications, age or some other psychological parameters. Opportunities for self-employment, family farming or small businesses are hampered by a lack of necessary skills and start-up capital.

Calculation of the correlation coefficient between the unemployment rate in the region in 2002 and the share of the population receiving targeted social assistance for this period revealed a strong direct relationship, which amounted to 0.7. At the same time, the calculation of the same coefficient between the unemployment rate and the share of unemployed people receiving TSA showed that it is equal to 0.17. This suggests that unemployment has a general impact on the standard of living of families and children, but the specific level of unemployed TSA recipients depends rather on the level of employment programs.

It should be noted that the size of the ASP changes (Figure 1).

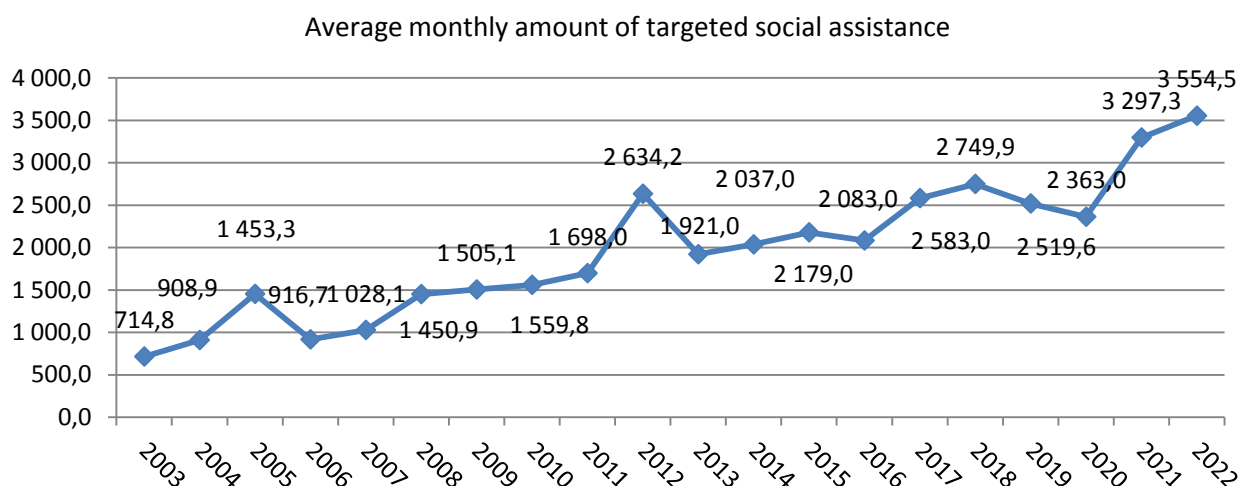


Figure 1. Dynamics of changes in the size of TSA, tenge

The amount of targeted social assistance is calculated as the difference between the average per capita family income and the poverty line established in regions, cities of republican significance, and the capital. Average per capita income is the share of total family income per month per family member. The poverty line is set at 70% of the subsistence level.

When calculating the total family income, all types of income received in the Republic of Kazakhstan and abroad during the calculation period are taken into account.

Depending on the social status of the family or individual, assistance is divided into two types: unconditional and conditional.

Unconditional cash assistance is a type of targeted social assistance provided in the form of monthly cash payments to low-income individuals (families) with limited opportunities to participate in employment promotion measures.

Conditional cash assistance is a type of targeted social assistance provided in the form of a monthly and (or) one-time cash payment to low-income individuals (families) subject to their mandatory participation in employment promotion measures and (or), if necessary, social adaptation measures [1].

It should be noted that changes in the size and basis for receiving TSA depend on macroeconomic indicators. We are talking about the level of inflation, increasing the cost of living threshold, and changing the criteria for selecting recipients.

TSA is a temporary measure and is assigned for a quarter, during which the family needs to be provided with comprehensive assistance (cash payment, employment measures, social adaptation measures, guaranteed social package) in order to get the family out of a difficult life situation.

Social stigma (social stereotypes regarding large and single-parent families).

According to a sociological survey, the majority of respondents classify those families whose members suffer from alcohol or drug addiction as “dysfunctional” (52.4%). This group also included families where parents and/or children lead an antisocial lifestyle (13.5%) and do not look after their children and do not raise them (10.4%). At the same time, only 3.1% and 1.8% of survey participants classified large families with low income and single-parent families as disadvantaged, respectively. Large and single-parent families are heterogeneous in composition; they include families with different social and financial status. However, these categories of families are perceived by society as socially vulnerable.

The total number of people receiving TSA is 623,072 people in 2022.

Of the total number of TSA recipients, 362,404 people are members of large families. The share of large families in the total number of TSA recipients is quite significant - 58% and indicates a high level of demographic load in these families.

The number of households and TSA recipients varies greatly from region to region. The Turkestan region has the largest number of TSA recipients, and the cities of Astana and Almaty also have significant indicators. Cities vs. regions: Cities (Astana, Almaty, Shymkent) have a higher level of TSA recipients.

Social support for large families is implemented through cash payments and benefits, in the form of goods, in the form of services or rights/benefits (providing quotas, the right of first priority), as well as in the form of moral encouragement. The results of a sociological survey of respondents indicate a sufficient level of awareness about measures to support large families. This may be the result of active outreach efforts carried out in the regions. Unlike large families, single-parent families do not have the same amount of social support, which is confirmed by the results of a mass survey.

As of October 1, 2022 from among low-income able-bodied citizens (according to the reporting data of JSC “CRTR”), 23.0 thousand people were involved in active employment measures. (employed for permanent jobs - 15.8 thousand people, for public works - 4.7 thousand people, for social jobs - 580 people, for retraining, advanced training - 675 people, for youth internship - 274 people, through the assistance of entrepreneurial initiatives - 947 people).

The total number of people involved in active forms of employment is 31,941, including those employed in permanent jobs, participants in public works, social jobs and other types of programs.

Different regions of Kazakhstan actively attract the population to different forms of active employment, which may indicate differences in regional employment support programs and labor market needs.

Most of them (23,871 TSA recipients) are employed in permanent jobs. This is a good indicator indicating that many have obtained a stable job.

The second largest category is “youth internship”. This may indicate active efforts to include young people in the world of work and provide them with work experience.

“Promotion of Entrepreneurial Initiatives” also has a significant number of participants (587 people). This may indicate support for entrepreneurship and small businesses.

The smallest number of participants can be observed in the category “social workplace” (252 people) and “retraining, advanced training” (632 people).

The Turkestan region has the largest number of people involved (12,355 people), which is due to the large number of TSA recipients and the specifics of the labor market.

The East Kazakhstan region and the city of Shymkent also have a significant number of participants in active forms of employment.

The regulatory framework for the development of active forms of employment in Kazakhstan is based on a number of laws and regulations:

- Law of the Republic of Kazakhstan “On Employment”. This law defines the basic principles and mechanisms for regulating employment in the country. It contains provisions on social jobs and active employment measures for the most vulnerable categories of the population.

- Law of the Republic of Kazakhstan “On Social Services and Social Work”. This law regulates the provision of social services and includes provisions regarding the creation of social jobs and the provision of social services to the population.

- Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan “On approval of the Rules for the provision of social jobs.” This resolution establishes the rules and procedure for the provision of social work jobs, including selection criteria and conditions for participation in social work programs.

Those involved in active forms of employment, that is, those participating in active measures to support employment - 31,941 people, which is approximately 5.1% of the total number of TSA recipients.

This relatively small proportion of TSA recipients participate in active employment programs.

The share of those involved in active measures to promote employment to the total number of able-bodied recipients of TSA (conditional cash assistance) averages 16.1%.

It is noticeable that the level of involvement in active employment programs varies greatly from region to region, for example, the West Kazakhstan region has one of the highest rates with 25% of those involved in active employment promotion measures.

Cities such as Astana and Almaty have a lower share of participation in active employment promotion measures compared to regions.

References

1. Bowen T. et al. Adaptive social protection: building resilience to shocks. – World Bank Publications, 2020. doi:10.1596/978-1-4648-1575-1

2. www.stat.kz The research is funded by the Science Committee of the Ministry of Science and higher Education of the Republic of Kazakhstan (BR18574225)

Embracing the Future: Opportunities in the Digitalization of Accounting

A.N. Lambekova¹, B.B. Baldan²

¹PhD, associate professor,

²4th year student in «Accounting and audit»

aygerim.lambekova@mail.ru, batyrkhankyzy.balzhhan@mail.ru

^{1,2}Karaganda Buketov University, Karaganda c.

Annotation: this article explores the transformative impact of digitalization on accounting practices, emphasizing the prospects and opportunities it presents for businesses. Additionally, it discusses the broader implications of connectivity, scalability, and cost savings, positioning digitalization as a strategic imperative for modern financial management.

Keywords: digitalization, accounting, SAP, opportunities.

In an era defined by rapid technological advancements, the realm of accounting is undergoing a transformative shift towards digitalization. This paradigm shift is not just about adopting new tools; it signifies a fundamental restructuring of how financial processes are managed and data is leveraged. The digitalization of accounting has revolutionized the financial landscape, streamlining processes and enhancing efficiency for businesses worldwide. The transition to digitalization opens up the following opportunities (table 1):

Table 1

Advantages of digitalization of accounting

№	Opportunities	Definition
1	Efficiency and Automation	One of the primary advantages of digitalization in accounting is the boost in efficiency through automation. Mundane, time-consuming tasks such as data entry, invoice processing, and reconciliation are now streamlined with the help of cutting-edge accounting software. This not only reduces the risk of human error but also frees up valuable time for accounting professionals to focus on strategic decision-making and analysis
2	Real-time Data Access	Digitalization empowers businesses with real-time access to financial data. Traditional accounting methods often involve waiting for periodic reports, leading to delays in decision-making. With digital accounting systems, stakeholders can access up-to-the-minute financial information, enabling agile responses to market changes and trends
3	Cost Savings	While the initial investment in digitalization may seem significant, the long-term cost savings are substantial. Automation reduces the need for manual labor, lowers the risk of costly errors, and minimizes the expenses associated with paper-based processes. The return on investment becomes evident as operational efficiency increases and resource allocation becomes more strategic
4	Advanced Analytics and Insights	Digitalization opens the door to advanced analytics, allowing businesses to derive meaningful insights from their financial data. With sophisticated reporting tools and data visualization, organizations can identify trends, patterns, and potential risks. These insights contribute to informed decision-making, strategic planning, and a deeper understanding of financial performance
5	Collaboration and Connectivity	The digitalization of accounting promotes seamless collaboration among stakeholders. Cloud-based accounting systems enable multiple users to access and contribute to financial data from various locations. This connectivity facilitates better communication between departments, external partners, and clients, fostering a more integrated and collaborative business environment
6	Integration with Business Systems	Digital accounting solutions can be seamlessly integrated with other business systems. This integration ensures a cohesive flow of data between accounting, inventory management, customer relationship management (CRM), and other core functions. This interconnectedness eliminates silos, providing a holistic view of business operations
7	Scalability and Flexibility	Digital accounting solutions offer scalability to accommodate the evolving needs of a business. Whether a small startup or a multinational corporation, these systems can adapt to changing transaction volumes and complexities. The flexibility of digital platforms allows businesses to customize their accounting processes to align with industry-specific requirements
Note – compiled by the author based on source [1]		

Currently, there are several accounting programs that truly implement the above features. Many companies use advanced accounting software such as 1C and SAP for streamlined financial management and reporting. These tools offer features like automated bookkeeping, real-time reporting, and integration with other business systems.

Among them, the most used program is SAP. SAP (Systems, Applications, and Products) is an enterprise resource planning (ERP) software that integrates various business processes and functions.

«1C: Accounting» 8 is a professional accountant's tool with which you can keep accounting and tax records, prepare and submit mandatory reports. The program combines all the achievements

of previous versions and new solutions based on the practical experience of accountants from hundreds of thousands of enterprises and organizations.

To answer the question of which one is better to choose for work, let's focus on the advantages of the programs.

For accounting, SAP offers robust capabilities, including:

1) **Financial Accounting (FI):** handles core accounting functions like general ledger, accounts payable, accounts receivable, and asset accounting. It supports financial reporting and compliance.

2) **Controlling (CO):** focuses on internal reporting and cost management. It includes modules for cost centers, profit centers, internal orders, and profitability analysis.

3) **SAP Analytics:** SAP provides analytics tools for in-depth financial analysis. This includes SAP BusinessObjects for reporting and analysis, enabling users to create dashboards and visualizations.

4) **Integration:** SAP ERP integrates seamlessly with other modules and external systems, ensuring data consistency across the organization. This integration enhances efficiency and accuracy in financial processes.

5) **Compliance and Reporting:** SAP supports compliance with various accounting standards and regulations. It facilitates the generation of financial statements and reports required for regulatory compliance [2].

Overall, SAP is known for its scalability, configurability, and comprehensive suite of modules, making it suitable for large enterprises with complex financial needs.

Why choose "1C:Accounting 8"?

1) **Suitable for any business.** «1C:Accounting 8» is available in various versions for businesses of different scales — from sole proprietors without employees to large multidisciplinary holdings. "1C:Accounting 8" allows you to keep records in companies engaged in wholesale, retail, commission and online trade, manufacturing, performing contract work, providing professional and household services, construction.

2) **Various tax systems are supported:** general, simplified, patent, and professional activity tax. Tax accounting is automated for all taxes, including maintaining tax registers, for example, Sales and Purchase Books, Income and Expense books, etc.

3) **Quick to learn, easy to use.** Built-in "1C:Accounting 8" The hint system works as a self-helpguide and allows you to get to work right away.

4) **Flexibility and customization options.** In "1C:Accounting Department 8" implements standard accounting schemes that are used in most organizations. At the same time, the program provides flexible customization for individual business characteristics and accounting methods adopted by the company.

5) **Convenient preparation and sending of reports.** The program includes regulated reports for submission to regulatory government agencies [3].

The functioning of the systems is presented in the table for clarity (table 2):

Table 2

Ecosystem functionality

№	SAP	1C
1	Developed and mature solutions related to resource planning and comprehensive forecasting.	The same language for both the client and the service part. Facilitating all development-related processes.
2	A wide range of products and modules suitable to cope with fundamentally different tasks.	There are many specialists in the labor market. It is not difficult to find a team that will set up and set up software for interaction with a particular company.

3	It is generally recognized for Western countries. Facilitating the processes of interaction with foreign suppliers and partner corporations.	The standard focus is on "Russian" accounting. Distribution on the territory of the powers belonging to the Commonwealth of Independent States.
Note – compiled by the author based on source [4]		

In conclusion, the digitalization of accounting presents a myriad of prospects and opportunities for businesses willing to embrace change. As technology advances, businesses using digital accounting tools not only keep up with the present, but they also position themselves in a more flexible and prosperous future. Therefore, both of the listed programs related to the digitalization of accounting are good, and depending on the type of activity of the enterprise, you can choose the 1C or SAP program.

References

1. Smith, J. (2021). «Digital Transformation in Accounting: A Comprehensive Guide.» Journal of Financial Technology, 15(2), 45-62.
2. Economic Times. (2023). "The Role of Digital Accounting in Cost Savings for Businesses." Retrieved from.
3. National Programme –Personnel in the Digital Economy, Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation. Available at: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/866> / (accessed 09.01.2022).Economic Times. (2023). «The Role of Digital Accounting in Cost Savings for Businesses.» Retrieved from.
4. <https://v8.1c.ru/buhv8/>

Зарубежная практика применения компьютерных технологий финансовой и налоговой отчетности

Г.Б. Пестунова¹, А.К. Атабаева²
¹к.э.н., доцент, ²PhD, ассистент профессора
g_pestunova@mail.com, atabaeva@list.ru

¹Московский университет им. С.Ю. Витте, г. Москва
² Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Актуальность исследуемой темы обусловлена необходимостью совершенствования программных продуктов финансовой и налоговой отчетности. В настоящее время, в связи с увеличением количества налоговых деклараций, регистраций бизнеса и других форм финансовой отчетности, процесс сбора, обработки и представления информации становится все более сложным и требует дополнительных ресурсов и усилий.

Использование компьютерных технологий в составлении финансовой и налоговой отчетности является необходимым условием для эффективной работы с финансовыми данными в современном мире. Это позволяет ускорить и упростить процесс составления отчетности, повысить качество отчетности, сократить ошибки и уменьшить вероятность мошенничества, а также помогает компаниям сделать этот процесс более эффективным, точным и надежным, что является важным фактором в успешном управлении бизнесом.

Ключевые слова: финансовая отчетность, налоговая отчетность, компьютерные технологии.

Современный мировой рынок предоставляет большие возможности как для потребителей, так и для производителей бесконечного многообразия товаров и услуг. При ведении американского бизнеса, хорошо поставленный финансовый менеджмент - это

ключевой компонент его успеха, а этого нельзя достичь без хорошо работающего бухгалтерского учета [1].

В США руководители компании могут заходить онлайн в свою бухгалтерию в любой день и любое время суток. Также, если в этом будет необходимость, можно предоставлять отчеты по расходам и продажам компании так часто, как это потребуется.

Бухгалтерию компании ведут в соответствии с законом Соединенных Штатов Америки и применяют для этого специальное программное обеспечение Quickbooks. По первому требованию владельца компании предоставляют полный финансовый отчет в формате Quickbooks [2].

Американские бухгалтера и аудиторы используют все возможности и опыт для улучшения финансовой системы и процесса управления финансами фирмы. А также предоставляют прозрачную систему отчета для новых компаний и делают тщательную проверку существующей фирмы. И таким образом, помогают достичь поставленных целей, увеличивая прибыльность компании.

Интересно, что в Соединенных Штатах Америки уже давно не существует такого курса как «бухгалтерия», потому что она давно уже не ведется без компьютерных систем. А для разных компаний используют информационные системы разного уровня.

Компании работают как с сертифицированными специалистами в бухгалтерии - certified public accountants (CPA), так и с простыми - accountants.

Западные компании уделяют большое внимание обучению и повышению квалификации своих сотрудников. Работа в них привлекательна для тех, кто стремится к профессиональному росту.

На иностранных и совместных предприятиях четче прописаны обязанности, процедуры, порядок работы. Более развита корпоративная культура, больше делается для комфорта и повышения лояльности сотрудника.

Серьезное преимущество – устойчивое финансовое положение иностранных компаний. Да и зарплата в них, как правило, выше. Кроме того, существует система бонусов, различные льготы, более длительный отпуск и прочие социальные гарантии. Для эмигрантов, приезжающих в США, бухгалтерия – это еще и наиболее доступный вид квалифицированного труда. Она требует минимальных знаний языка, а устроиться на работу можно после нескольких месяцев обучения. К тому же в США, по данным Министерства труда, работа бухгалтером – одна из наиболее престижных и высокооплачиваемых профессий.

Для работы бухгалтера в США или совместном предприятии необходимо знание GAAP. Это совокупность принципов, методов и стандартов ведения бухгалтерского учета «по-американски». Кроме того, нужен практический опыт ведения учета в условиях «заграничной» реальности, с изучением типичных случаев и ситуаций, характерных для повседневной работы [3].

Знание программы QuickBooks дает большие преимущества в практической работе бухгалтера в США. QuickBooks – наиболее популярная американская программа для бухгалтерского учета в малом бизнесе. Ее доля на рынке по данным исследований разработчика, компании Intuit, составляет свыше 90%. QuickBooks популярен также в Канаде, Великобритании, Австралии, Новой Зеландии, Сингапуре. Есть различные версии QuickBooks: с налогом с оборота и USGAAP для США, и версии с НДС и МСФО, разработанные для Евросоюза, в частности - для Великобритании; также существуют различные версии по функциональности.

Программа дает возможность пользователям, даже не слишком хорошо знакомым с бухгалтерией, успешно вести все участки учета, начиная с выписки счетов, начисления зарплаты, и заканчивая формированием баланса и прочих регламентированных отчетов.

Многие правила учета в США значительно отличаются от стандартов стран постсоветского пространства и даже МСФО. Некоторые из них значительно проще, остальные – просто другие.

Европейский союз (ЕС) определяет общие требования к финансовой отчетности, которые должны соблюдаться всеми компаниями, в том числе и малыми и средними предприятиями. В ЕС используются стандарты Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), которые регулируют информацию, предоставляемую в финансовых отчетах [4].

Основными принципами составления финансовой отчетности в Европе являются принцип оценки (valuation principle) и принцип долгосрочной устойчивости (going concern principle). Принцип оценки предполагает, что все активы и обязательства компании должны быть оценены по справедливой рыночной стоимости. Принцип долгосрочной устойчивости предполагает, что компания должна продолжать свою деятельность в ближайшее будущее и не должна быть банкротом в ближайшее время.

Использование стандартов МСФО в Европе.

Стандарты МСФО являются международными стандартами финансовой отчетности и применяются более чем в 120 странах, включая Европу. Их целью является установление общих требований к финансовой отчетности, чтобы сделать ее более понятной и сравнимой между компаниями и странами.

В Европе МСФО применяются для составления финансовой отчетности компаний, которые торгуются на бирже, а также для крупных компаний и групп компаний. Для малых и средних предприятий разработан отдельный набор стандартов, называемый МСФО для МСП (МСФО для малых и средних предприятий) [5].

Программные продукты для составления финансовой отчетности в Европе.

Существует множество программных продуктов, которые позволяют автоматизировать процесс составления финансовой отчетности в соответствии со стандартами МСФО. Некоторые из них разработаны специально для конкретных стран Европы, в то время как другие являются международными и могут использоваться в любой стране.

Например, в Великобритании широко используются программные продукты Sage 50 и Xero для автоматизации процесса составления финансовой отчетности. В Германии популярны программы DATEV и Addison. Во Франции распространены программы Segid и EBP [6].

Использование компьютерных технологий для составления финансовой отчетности позволяет существенно упростить и ускорить процесс ее составления. Кроме того, такие программы позволяют автоматически проверять соответствие финансовой отчетности стандартам МСФО и выявлять ошибки, которые могут быть устранены до ее публикации.

Также использование компьютерных технологий позволяет сократить затраты на составление финансовой отчетности за счет снижения количества необходимых для этого ресурсов, включая рабочую силу и временные затраты.

Примеры успешного применения компьютерных технологий для составления финансовой отчетности в Европе.

Один из примеров успешного применения компьютерных технологий для составления финансовой отчетности в Европе - это компания Airbus. В 2007 году она перешла на новую систему финансового управления, основанную на программном продукте SAP. Эта система позволила компании значительно улучшить свой процесс составления финансовой отчетности, уменьшить затраты и повысить точность данных [7].

Еще один пример успешного применения компьютерных технологий для составления финансовой отчетности - это компания Nestle. Она перешла на новую систему финансового управления на основе программного продукта Oracle в 2010 году. Эта система позволила компании автоматизировать процесс составления финансовой отчетности, ускорить ее публикацию и повысить ее точность и надежность.

Таким образом, компьютерные технологии играют важную роль в автоматизации процесса составления финансовой отчетности в Европе. Существует множество программных продуктов, которые позволяют существенно упростить и ускорить этот процесс, а также повысить точность и надежность данных. Примеры успешного применения

таких технологий в компаниях Airbus и Nestle свидетельствуют о том, что компьютерные технологии могут значительно повысить эффективность финансового управления и снизить затраты на составление финансовой отчетности.

Составление налоговой отчетности является обязательным для любого предприятия или организации, занимающейся бизнесом в любой стране мира. Налоговая отчетность представляет собой совокупность документов, содержащих информацию о доходах и расходах, налоговых платежах и других финансовых показателях организации за определенный период времени.

Основными требованиями к налоговой отчетности являются точность и своевременность ее подготовки, а также соответствие требованиям законодательства в области налогообложения.

С использованием компьютерных технологий можно значительно упростить и ускорить процесс составления налоговой отчетности. Кроме того, такие технологии позволяют автоматически проверять правильность расчета налоговых платежей и выявлять ошибки, которые могут быть устранены до ее подачи в налоговые органы [8].

Существует множество программных продуктов, которые специально разработаны для автоматизации процесса составления налоговой отчетности в соответствии с требованиями законодательства. Такие программы могут автоматически рассчитывать налоговые платежи на основе предоставленных данных, формировать необходимые документы и подготавливать отчетность для подачи в налоговые органы.

Использование компьютерных технологий для составления налоговой отчетности позволяет значительно упростить и ускорить процесс ее подготовки, а также повысить точность и надежность данных.

Программные продукты для составления налоговой отчетности различаются в разных странах и зависят от требований местного законодательства.

Например, в США наиболее популярными программами для составления налоговой отчетности являются TurboTax и H&R Block. TurboTax предоставляет возможность заполнения налоговой декларации онлайн и рассчитывает налоговые платежи на основе предоставленных данных. H&R Block также предоставляет онлайн-услуги и имеет функцию автоматического расчета налоговых платежей [9].

В Великобритании популярными программами для составления налоговой отчетности являются Sage One и Xero. Sage One предоставляет возможность создания финансовой отчетности и расчета налоговых платежей, а также поддерживает множество валют и позволяет интегрировать с банковскими счетами. Xero также предоставляет функции по созданию финансовой отчетности и расчета налоговых платежей, а также имеет возможность интеграции с различными платежными системами и приложениями для управления финансами [10].

В Германии наиболее популярными программами для составления налоговой отчетности являются Datev и Addison. Datev предоставляет услуги по созданию финансовой отчетности, расчету налоговых платежей и ведению учета сотрудников, а также имеет функцию интеграции с различными банковскими счетами. Addison также предоставляет услуги по созданию финансовой отчетности и расчету налоговых платежей, а также имеет функцию поддержки нескольких валют и интеграции с платежными системами.

Таким образом, программные продукты для составления налоговой отчетности различаются в разных странах и выбор определенного продукта зависит от местных требований законодательства, а также от конкретных потребностей компании.

Список литературы

1. Рожнов В.С., Либерман В.Б., Умнова Э.А. Автоматизированные системы обработки учетно-аналитической информации. - М.: Финансы и статистика, 2019. – 391с.
2. Абрамов В.В., Байдаков В.А. «1С:Предприятие» версия 8.2 Конфигурирование и администрирование. – М.: «1С», 2019. – 425с.

3. Дэниел О'Лири. ERP-системы: выбор, внедрение, эксплуатация. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. - М.: Вершина, 2020. – 345с.
4. Борискина И.П., Лясковская Н.В. Бухгалтерское дело. - Тула: НОО ВПО «ТИЭИ», 2019. – 294с.
5. Карминский А.М., Карминский С.А., Нестеров П.В., Черников Б.В. Информатизация бизнеса: концепции, технологии, системы. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 624с.
6. Автоматизированные информационные технологии в экономике. / Под ред. Г.А. Титоренко. М.: ЮНИТИ, 2019.
7. Налоговая отчетность предприятий / Под ред. М.М. Мельникова. М.: Финансы и статистика, 2020. – 248с.
8. Компьютерные технологии обработки информации / Под ред. С. В. Назарова. М.: Финансы и статистика, 2021.
9. Дик В.В. Информационные системы в экономике. - М.: Финансы и статистика, 2020. – 294с.
10. Назарова С.В. Компьютерные технологии обработки информации. – Москва: Финансы и статистика, 2019. – 372с.

Бухгалтерлік есепті цифрландыру

Д.Д.Сагинтаева¹, Г.А.Шакенова²

¹«Бухгалтерлік есеп және аудит» кафедрасының 3курс студенті

²«Бухгалтерлік есеп және аудит» кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.,

sagintaeva03@inbox.ru, guli_w.a@mail.ru

^{1,2}Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақаланың мақсаты – бухгалтерлік есепті цифрландыру процесінде туындайтын мәселелерді анықтау, кәсіпорынның бухгалтерия жұмысының сапасын және оның тиімділігін нығайту бойынша ұсыныстарды білдіру. Мақсатқа сәйкес зерттеудің міндеттері: бухгалтерлік есеп саласында цифрландыру қажеттілігін айғақтау, трансформациясының кемшіліктері мен жақсы жақтарын сипаттау. Зерттеу барысында цифрлық трансформацияны жоспарлау және бухгалтерлік есеп саласында білікті қызметкерлердің болмауы сияқты өзекті мәселелерді шешу жолдарын көрсету. Бұл мақаланың өзектілігі кәсіпорынның бухгалтериясына цифрлық технологияларды енгізудің басында жатыр. Зерттеу нәтижелері ретінде цифрлық технологиялар бойынша құзыреттерді құру және бухгалтерияға цифрландыруды енгізу қажеттілігі анықталды.

Мақаланың негізгі қорытындысы кәсіпорынның қаржылық жағдайы туралы сенімді деректерді қалыптастыру мақсатында бухгалтерлік есеп цифрландыру қажеттілігі болып табылады.

Кілт сөздер: цифрлық трансформация, цифрлық бухгалтерия, цифрлық экономика, бухгалтерлік есеп, digital, цифрлық құзыреттер, blockchain.

Қазақстан Республикасында жүзеге асырылып жатқан өзгерістер тиімді экономикалық жүйені қалыптастыру үшін бағыт құрайды. Осыған байланысты нарықты микро деңгейде, яғни кәсіпорындардың қызметтерін құру мәселесі өзекті. Осыған байланысты кәсіпорынның жұмысын нарықта экономикалық орта ретінде қарастырған жөн деп ойлаймын. Кез-келген елдің экономикасы күрделі экономикалық механизм болып табылады, оның әртүрлі элементтері өзара әрекеттеседі және бір-бірінің өзара дамуын анықтайды. Бұл әр түрлі тауарлар мен қызметтерді жүргізетін көптеген шаруашылық жүргізуші субъекті көрсетеді. Қазіргі таңда қоғам кез-келген мәселелерді тек ақпараттық жүйелер арқылы шешеді, ал прогресс жаңа технологияларға көшуді талап етеді. Цифрлық технологиялар арқылы экономикалық қызметін жүзеге асыру қажеттілігі туралы ешкім таласпайды, бірақ оны қалай

жүзеге асыру керек және цифрлық экономика қандай болуы керек деген мәселе ашық сұрақ болып отыр.

Қазіргі таңда әлемде цифрландыру тренд ретінде қарастырылады. Сондықтан әлемде цифрландыру жүргізілсе, трансформация барлық салаларды қамтитын болады. Цифрлық экономика жағдайындағы бизнестің қызметіне әсер ететін негізгі фактор цифрлық форматта ұсынылған көптеген деректерді өңдеу болып табылады. Осы деректерді талдау нәтижелерін қолдану бизнестің тиімділігін арттырып, оны сапалы жаңа деңгейге көтеруі мүмкін. Мақалада бизнестің негізгі сегменті-бухгалтерлік есепті цифрландыру қарастырылады.

Цифрландырудың бірінші кезеңі компаниядағы бизнес процестердің өзгеруі болып табылады. Ағымдағы шешімдердегі әлсіз жақтарды зерттеп, олардың кемшіліктер тізімін жасау қажет. Айта кету керек, бірінші кезекте бизнесті цифрландыру қатаң бәсекелестік ортада жұмыс істейтін компаниялар үшін қажет. Екіншіден, бұл өз саласында үлкен деректер жүгінетін компаниялар.

Бүгінгі таңда бизнесті цифрлық түрлендірудің құны үлкен, бірақ ол инновациядан кейінгі алғашқы айларда шығындарды ақтайды. Бұл дәстүрлі қызмет көрсету шығындарын және қызметкерлер мен материалдардың ресурстық шығындарын қысқарту арқылы жүзеге асырылады.

Бухгалтерлік есеп компанияның экономикалық саясатының маңызды көрсеткіші болып табылады және оның қаржылық жағдайының толық көрінісін анықтайды. Меншік нысанына қарамастан барлық кәсіпорындарда бухгалтерлік есепті жүргізуге бірдей талаптар қойылады. Білікті компаниялар бухгалтерлік есебі мүліктік құрылымы мен қаржылық жағдайы туралы ғана емес, сонымен қатар қаржылық-экономикалық қызметтің тиімділігін көрсетуге және бизнес құнына объективті баға беруге қабілетті деп айтуға болады.

Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, экономика дамуының қазіргі және тез өзгертін жағдайларда кәсіпорындар қысқа мерзім ішінде бизнесті жүргізудің жаңа тәсілдеріне бейімделеді. Бухгалтерлік есепті Цифрландыру-бұл көрсеткіштерді жүйелеу, талдау және есептеу үшін жаңаларын құру және ескірген бағдарламаларды жаңартуы болып табылады.

Бухгалтерлік есеп секторын цифрландыру цифрлық технологиялар кешенін енгізуге және ашуға ықпал етеді (сурет. 1).

Қазіргі әлемде цифрлық трансформация әлемдік экономикалық өсудің негізгі факторларының бірі болып табылады. Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды көптеген салаларда цифрландырудың жетекші құралы ретінде пайдалану адамдардың өмірін өзгертіп қана қоймай, экономикалық құрылымдарды да өзгертеді.

Бизнестің табыстылығының көрсеткіштерінің бірі оның құнының өсуі болып табылады, ол компанияның ұзақ мерзімді және тұрақты жұмыс істеуін ғана емес, сонымен бірге бүкіл қоғамның әлеуметтік-экономикалық әл-ауқатының көрсеткіштеріне айналады.

Осы саланы цифрлық трансформациялау жолында мынадай проблемалар туындайды:

- Цифрландырудың кешенді бағдарламасының болмауы;
- Құзыретті мамандардың жеткіліксіздігі;
- Автоматтандырудың төмен деңгейі;
- Бюджеттің болмауы, сауаттылықтың төмен деңгейі.

Модификация жағдайында алаңдаушылықтың жоғарыда аталған себептері мен қатар, ақпараттық қауіпсіздік тәуекелдері мен жұмыс орындарының азаюы анықталады.



Сурет 1. Бухгалтерлік есептегі цифрлық технологиялар
Ескерту – авторлық дереккөздерге сүйене отырып құрастырған [3]

Жоғарыда келтірілген мәліметтер негізінде цифрландырудың негізгі кедергілері – ағымдағы процестердің жетілмегендігі, автоматтандырудың деңгейі төмен, құзыреттіліктің болмауы және қызметкерлердің сауаттылығының деңгейі төмен. Анықталған проблемаларды шешу үшін кәсіпорындарға «жол картасын» әзірлеу және енгізу, қызметкерлердің біліктілігін арттыру және цифрландыру бағдарламалары басшысының жаңа ұстанымын енгізу қажет.

«Жол картасы» - бұл стратегияны іске асырудың негізгі кезеңдерін, орындаушыларды және әр кезеңнің аяқталу мерзімдерін көрсететін құжат.

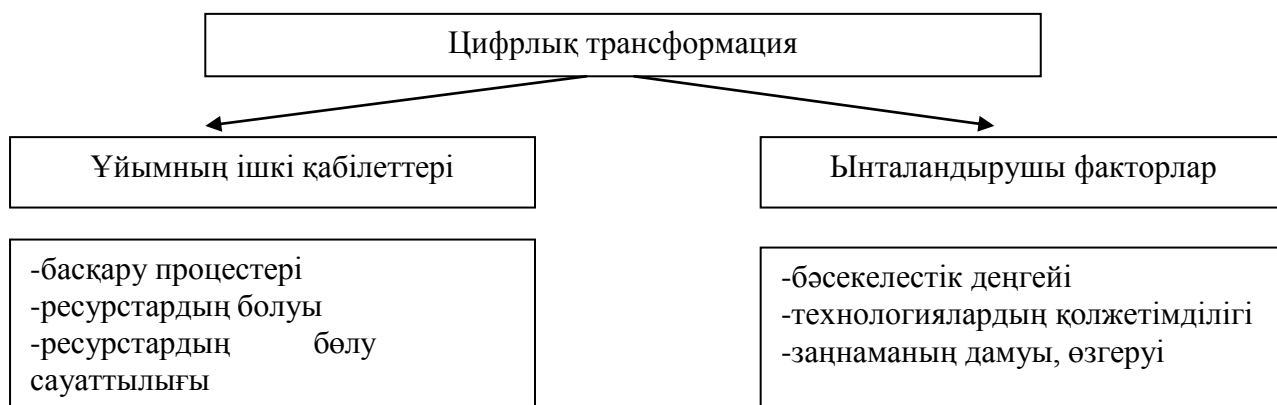
Автоматтандырудың төмен деңгейі мен бюджеттің жетіспеушілік мәселесін одан әрі шешу үшін шағын және орта бизнесті цифрландыруды қолдау бағдарлары бар, ол цифрлық есепке алу үшін аналогтық бағдарламалармен жұмыс істеуге мүмкіндік береді.

Цифрлық бастамаларды іске асыру үшін күшті көшбасшылық қасиеттер мен басқарудың заманауи тәжірибелері қажет. Компания ішіндегі технологиялар мен бизнес-процестерді тиімді біріктіру қызметкерлер арасында негізгі дағдылары, осы дағдыларды қолдау және дамыту бағдарламаларын, сондай-ақ жұмыс сипатының құзырет сәйкестігіне талап етеді.

Көптеген Қазақстандық компаниялар үшін цифрлық трансформация ұғымы соңғы жылдары жаңа технологияларды енгізумен байланысты: үлкен деректерді талдау, құжаттарды оптикалық тану, жасанды интеллект, интернет платформалар, роботтандыру және басқалар. Қазақстанда цифрландыруды енгізу мен эволюциялаудың алғышарттары үлкен деректерді сақтау және талдау, процестерді өңдеу жылдамдығы және тиімділікті арттыру қажеттілігі болып табылады. Шағын және орта бизнесті цифрландыруды қолдаудың отандық бағдарламаларын дамыту нәтижесінде шетелдік технологиялардың құнын төмендету есебінен цифрлық трансформация қолжетімді бола түсуде. Қазақстандық

компаниялар бизнесті цифрлық трансформациялауды жүргізуге дайын, алайда енгізу қорытындысы бойынша қандай экономикалық нәтиже алуға болатындығы туралы басшылардың пікірін ескеру қажет деп ойлаймын.

Цифрландыру – бұл жаңа технологиялар мен қызметтер арқылы бухгалтерияға өзгерістер енгізетін жаңалық. Цифрландыруды жетілдіру жолдары компаниялардың бухгалтерлік есебінің тиімділігі мен сапасын арттырады. Осы саладағы өзгерістер Бухгалтерия аппараты жұмысының тиімділігін арттыруда көрініс табады. Компанияның цифрлық технологияларын енгізудің негізгі әсері өнімділікті арттыру және шығындарды азайту болып табылады. Үлкен экономикалық нәтиже үлкен деректерді талдауды және болжамды аналитиканы құру және дамыту туралы шешім әкеледі, өйткені бұл технология өнімділікті арттыруға және адам қабылдаған шешімдердің сапасын жаңа деңгейге шығаруға мүмкіндік береді. Бұл тұтынушылармен қарым-қатынастың үлкен тиімділігінде және жоспарлау сапасында жақсы көрінеді. Сандық түрлендіру жылдамдығына әсер ететін факторлар (2 сурет).



Сурет 2. Цифрлық трансформация

Ескерту– авторлық дереккөздерге сүйене отырып құрастырған [5]

Цифрлық трансформацияны жүзеге асырудың ең тиімді тәсілі-бұл «бизнес-міндеттер» әдістемесін қолдану, ол алдымен көруге болатын нәтиже мен құндылықты құру көздері анықтайды, содан кейін ғана кәсіпорындар енгізу үшін нақты технологияны таңдаумен айналысады. Бұл көптеген компаниялардың дәстүрлі технологиясынан түбегейлі ерекшеленеді, мұндаоларалдымен белгілі бір технология бойынша пилоттық жобаны жүзеге асырады, содан кейін ғана оның әсері мен оны енгізу қажеттілігін бағалайды.

Қорытындылай келе, қазіргі таңда цифрландыру ақпаратты цифрлық форматқа түрлендіру ретінде анықталады, бұл өз кезегінде тиімділікті арттыруға, кәсіпорын шығындарын азайтуға және жаңа бағыттарды дамытуға ықпал етеді.

Бухгалтерлік есепті цифрландырудың оң жақтары анықталды.

- Бухгалтерлік аппаратты ұстау шығындарын азайту. Айта кету керек, бұл көрсеткіш ұйым санының азаюы туралы айтпайды, керісінше, қызметкердің болашақ мамандығы бойынша біліктілігін арттыру немесе қайта даярлау туралы куәландырады, мысалы, бухгалтер мамандығынан қаржы инженері болып қайта даярлау. Жаңа экономикалық және технологиялық жағдайлар азаматтарға цифрлық экономиканың негізгі құзыреттерін игеруге жәрдемдесу, жаппай цифрлық сауаттылықты және білім беруді дербестендіруді қамтамасыз ету жөніндегі тәсілдерді құруды және іске асыруды талап етеді. Мақаланың негізгі мақсаты- цифрлық экономика үшін жоғары білікті кадрларды даярлауды қамтамасыз ету;

- Қаржылық–шаруашылықтың қызмет тиімділігі;
- Деректер немесе ақпаратты өңдеу жылдамдығы;
- Қашықтықтан жұмыс жасау мүмкіндігі;

- Ақпараттық қауіпсіздік. Цифрландырудың өсуімен деректерді сақтаудың қауіпсіздігі мен сенімділігіне қажеттілігі арттыруда. Ұлттық жоба аясында Киберқауіпсіздік бойынша бағыт әзірленді. Осы бағытты іске асыру нәтижесінде ақпараттық инфрақұрылымның орнықтылығы мен қауіпсіздігі, ақпараттық қауіпсіздіктің отандық әзірлемелері мен технологияларының бәсекеге қабілеттілігі қамтамасыз етіледі және жеке тұлғаның, бизнестің және мемлекеттің құқықтары мен заңды мүдделерін ақпараттық қауіпсіздікке төнетін қатерлерден қорғаудың тиімді жүйесі құрылады.

Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, бизнесті, әсіресе бухгалтерлік есеп сияқты маңызды бөлімді цифрлық трансформациялау қажеттілігін көреміз, өйткені қаржылық деректерді уақтылы есепке алу негізінде инвесторлар үшін де, бизнес иелері үшін де компаниялардың қаржылық-шаруашылық қызметі туралы сенімді ақпарат қалыптасады.

Әдебиеттер тізімі

1. Рогуленко Т.М., Агеева О.А., Горлов В.В. и др. Цифровая экономика – драйвер развития бухгалтерского учета, аудита, контроля: монография.–М.:ООО «Кнорус», 2020. – 230 с
2. <https://stat.gov.kz/>
3. Унщикова Р.Т., Ипполитова А.А. Облачные интернет технологии в инновационной бухгалтерии // Вестник КемГУ. – 2013 - № 4(56)
4. Джонстон Д.Ж. (2002). Экономическая теория. М., Статистика
5. Енюков И.С., Мешалкин Л.Д., (2015). Прикладная статистика. Основы моделирования и первичная обработка данных. М., Финансы и статистика.

Қазақстанда қалаларды цифрландыру жағдайы

М.Б. Садуақасова¹, А.М. Файзуллаева², Ж.С. Баймағанбетова³

¹Бухгалтерлік есеп және аудит кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м,
^{2,3}“Математикалық экономика, статистика және деректерді талдау” білім беру бағдарламасы бойынша 3 курс студенттері
marhabat77@mail.ru, rahmetoovaa@mail.ru, bb0127zh@mail.ru

^{1,2} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Қазіргі уақытта цифрландыру барлық әлемде өзекті технологиялық үрдіс болып табылады және барлық салаларды қамтып, халықтың өмір сүру деңгейіне, өндірістің дамуын жеделдету мен оның тиімділігін жоғарылатуға, компаниялардың жаңа нарықтарға шығуына әсерін тигізіп отыр. Берілген мақалада Қазақстанда цифрландырудың қалыптасуы мен дамуы, оның ішінде қалаларды цифрландыру жағдайы, сонымен қатар цифрландырумен байланысты мәселелер қарастырылды.

Кілт сөздер: цифрландыру, цифрлық технологиялар, ақпараттық жүйелер, қосымшалар.

Бүгінгі таңда әлем ақпараттық, трансформациялық технологиялар мен инновациялық бизнес-модельдердің әсерінен өзгеруде. Оларды басқару ақпараттық құралдары белсенді қолдайды және дамытады. Бұл өзгерістерді ауқымды және әсерлі деп атауға болады. Бұл өзгерістер жай ғана өзгерістер емес, бұл үлкен шығармашылық, техникалық, ғылыми және кәсіпкерлік жұмыс.

Кәсіпорындарда цифрландыру процесін енгізу процесін талдай отырып, "Цифрлық технологиялар" және "Цифрландыру" ұғымдарын терминологиялық нақтылаудан бастау керек. Цифрлық технологиялар - бұл барлық экономикалық үдерістерге біртіндеп енетін және нәтижесінде мемлекеттің экономикалық дамуының мәніне айтарлықтай әсер ететін технологиялар. Көп жағдайда мемлекет экономикасының әртүрлі салаларында заманауи

ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолданудың кеңеюі жаңа нәтижелі басқару технологияларының, кәсіпкерлік тәжірибелердің, табысты бизнестің пайда болуына және дамуына әкеледі. Жалпы экономикалық қызмет өзгереді және оңтайландырылады, ақпараттық ағындармен қанықтырылады және сөзсіз жеделдетіледі. Бұл үдеріс те, құрылымдық өзгерістер де болады. Бұл үрдіс қазіргі заманғы экономикада және қазіргі заманғы кәсіпорындардың қызметінде цифрлық технологияларды пайдалану қажеттілігін көрсетеді. Төменде Қазақстанды цифрландыру хронологиясы келтірілді (кесте 1):

Кесте 1

Қазақстанды цифрландыру хронологиясы

Жылдар	Сипаттама
1997 жыл 9 желтоқсан	"Қазақстан-2030" Стратегиясында айтылған қызметтерді цифрландыру идеясы ҚР Президентінің "Қазақстан Республикасында бірыңғай ақпараттық кеңістікті қалыптастыру туралы" Жарлығында (16.03.2001ж. күші жойылды) өз дамуын алды.
2001 жыл 16 наурыз	ҚР Президентінің Жарлығымен бес жылға есептелген (2001-2005) Қазақстан Республикасының Ұлттық ақпараттық инфрақұрылымын қалыптастыру мен дамытудың мемлекеттік бағдарламасы (10.11.2004ж. күші жойылды) бекітілді.
2003 жыл 7 қаңтар	"Электрондық құжат және электрондық цифрлық қолтаңба туралы" ҚР заңы қабылданды.
2003 жыл 8 мамыр	"Ақпараттандыру туралы" ҚР заңы (11.01.2007 ж. күші жойылды) қабылданды.
2004 жыл 19 наурыз	Президенттің "Бәсекеге қабілетті Қазақстанға, бәсекеге қабілетті экономикаға, бәсекеге қабілетті халық үшін" атты Қазақстан халқына Жолдауында электрондық үкіметті қалыптастыру міндеті қойылды.
2004 жыл 8 маусым	ҚР Үкіметінің отырысында мақұлданған "Электрондық үкімет" тұжырымдамасы әзірленді
2004 жыл 10 қарашада	ҚР Президентінің Жарлығымен бекітілген "Электрондық үкіметті" қалыптастырудың 2005-2007 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы (18.06.2009ж. күші жойылды) қабылданды.
2007 жыл 11 қаңтар	"Ақпараттандыру туралы" ҚР жаңа Заңы (01.01.2016 ж. күші жойылды) қабылданды.
2007 жыл 30 қараша	"Электрондық үкіметті" қалыптастыру бағдарламасының жалғасына Қазақстан Республикасы Үкіметінің қаулысымен бекітілген "Электрондық үкіметін" дамытудың 2008-2010 жылдарға арналған бағдарламасы (14.04.2010ж. күші жойылды) қабылданады
2008 жыл 3 шілде	ҚР Үкіметінің қаулысымен "Самғау" ұлттық ғылыми-технологиялық холдингі АҚ-ын қайта құру нәтижесінде "Зерде" ұлттық инфокоммуникациялық холдингі құрылды. Ақпараттық технологиялар саласында дамудың мемлекеттік институттарын шоғырландыру жасалды.
2010 жыл 29 қыркүйек	"Электрондық үкіметті" дамыту бағдарламасын ҚР Үкіметінің қаулысымен бекітілген Қазақстан Республикасында ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған бағдарлама (07.02.2013 ж. мерзімінен бұрын күші жойылды) ауыстырды.

2013 жыл 8 қаңтар	ҚР Президентінің Жарлығымен бекітілген "Ақпараттық Қазақстан – 2020" мемлекеттік бағдарламасының қабылдануына (05.05.2018ж. күші жойылды) байланысты ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дамыту жөніндегі бағдарлама мерзімінен бұрын күшін жойды.
2015 жыл 24 қараша	"Ақпараттандыру туралы" ҚР жаңа Заңы қабылданды.
2016 жыл 11 сәуір	"Ақпараттандыру туралы" ҚР Заңын іске асыру шеңберінде "Зерде" ұлттық инфокоммуникациялық холдингі АҚ Үкіметінің қаулысымен "Электрондық үкіметтің" сервистік интеграторы болып айқындалды.
2017 жыл 12 желтоқсан	ҚР Үкіметінің қаулысымен 2018-2022 жылдарға арналған "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасы (17.05.2022ж. күші жойылды) бекітілді.
2022 жыл 2 шілде	«Ақылды» қалалар салуға әдістемелік ұсынымдар қабылданды
2023 жыл 28 наурыз	2023 - 2029 жылдарға арналған цифрлық трансформация, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласын және киберқауіпсіздікті дамыту тұжырымдамасын бекіту туралы Қаулы қабылданды
Ескерту – «Әділет» АҚЖ мәліметтері негізінде авторлармен өңделді	

Қазақстанды цифрландыруға байланысты әртүрлі шаралар іске асырылуда, оның ішінде "Smart City" (Ақылды қала) эталондық стандартына тоқталып кетсек. .

Ақылды қала - бұл әлеуметтік және экономикалық қалалық кеңістікті абаттандырудың салыстырмалы түрде жаңа тұжырымдамасы. Технологияны енгізудің мақсаты- урбанизацияланған халықтың өмір сүру жағдайларын жақсарту, экологиялық, демографиялық мәселелерді шешу. Мұндай бағдарламаларды жүзеге асыруға көбінесе IT- саламен байланысты әртүрлі инновациялық шешімдер көмектеседі: сандық белгілер, бейнебақылау жүйелері, орталықтандырылған қоғамдық көлік және т. б.

Әлемдік мегаполистер жыл сайын шынымен ақылды өмір сүру ортасын құруға көбірек күш салуда. Қазақстанның ірі қалалары да олардан қалыс қалмайды. Қалалық қызметтер жұмысының тиімділігін арттыру және ақылды технологияларды енгізу мақсатында Қазақстанда "Smart City" тұжырымдамасы әзірленді.

Smart City (Ақылды қала) – бұл азаматтар үшін қолайлы жағдай жасау мақсатында инновациялық шешімдерді енгізу есебінен қалалық ресурстар мен қызметтерді басқарудың тиімділігін арттыру және инфрақұрылымды жетілдіру жөніндегі бастама.

2019 жылы "Ақылды" қалаларды салу кезіндегі тәсілді стандарттау үшін Қазақстан Республикасының "Ақылды" қалаларының эталондық стандарты бекітілді. "Ақылды қала" өмірінің басым бағыттары қауіпсіздік, көлік, тұрғын үй коммуналдық шаруашылық, білім беру, денсаулық сақтау және қаланы басқару болып табылады.

Осы тұжырымдама аясындағы жобалардың басты орындаушылары өңірлердің әкімдіктері болып табылады. Ақылды қаланы дамыту бөлігінде олардың жұмысының негізгі басымдықтары: өңір тұрғындарының өмір сүру сапасын жақсарту; электрондық нысандағы мемлекеттік қызметтер үлесін ұлғайту; Қазақстан өңірлерінің Smart City халықаралық рейтингтеріне кіруі; G2G, B2B және G2B-сегменттеріндегі қағазсыз өзара іс-қимылды ынталандыру болып табылады. Жүзеге асырылып жатқан жобалардың тиімділігін бағалау үшін бағалау критерийлері, өңірлер бойынша пилоттық аймақтар айқындалды және жол карталары әзірленді.

Жобаның тигізген септігін атап өтсек:

1) жол қауіпсіздігі. Камераларды енгізу қоғамдық қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі міндеттерді шешуге мүмкіндік берді. Бүгінгі таңда астанамыздың денсаулық сақтау және білім беру нысандарының 100%-ы бейнебақылау камераларымен жабдықталған.

Нәтижесінде 2021 жылы 2018 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда келесі көрсеткіштер байқалды: қоғамдық орындарда жасалған қылмыстарды 71%-ға төмендеген, көшелерде, алаңдарда, саябақтарда және т. б. жасалған қылмыстарды 71%-ға азайды, қылмыстық және әкімшілік сипаттағы қылмыстардың ашылуын 2 есеге ұлғайды;

2) қол жетімділікті арттыру денсаулық сақтау саласында өзекті болды. "Smart City"-де барлық медициналық ұйымдарда дәрігерлік кабинеттердің есіктеріне QR-коды бар арнайы тақтайшалар орнатылды, оны сканерлеп, дәрігер туралы пікір қалдыруға болады. Ал DamuMed қосымшасы – денсаулық сақтау саласында енгізілген тағы бір жоба-пациенттің дәрігерге бару процесін жеделдетеді. Мұнда қала тұрғындары онлайн кеңес ала алады, дәрігерге жазыла алады және қажетті дәрі-дәрмектерді, сондай-ақ олар сатылатын дәріхананы таба алады. Қосымшаның жеке кабинетінде сіз зертханалық зерттеулердің, рецепттердің, аурухана парақтарының нәтижелерін электронды түрде көре аласыз. Медициналық анықтамаға, сондай-ақ еңбекке уақытша жарамсыздық парағына, 073, 075, 036, 037 анықтамаларына QR-код жазылады, оны сканерлеу арқылы құжаттың түпнұсқалығын тексеруге болады;

3) Smart tickets жобасын іске асыру халыққа қызмет көрсету сапасын арттыруға мүмкіндік берді және мекемелердің ашық қаржылық қызметін қамтамасыз ете отырып, кассаларға бару уақытын едәуір үнемдеді. Жобаны іске асыру алаңы ретінде Астана әкімдігіне ведомстволық бағынысты қаланың мәдени және спорт мекемелері таңдалды. 2015 жылы smart tickets жүйесіне 11 мәдени нысан қосылған. Қазір жоба кинотеатрларға, мұражайларға, спорттық іс-шараларға билеттерді онлайн режимінде сатып алуға мүмкіндік береді;

4) IQALA жобасы тұрғын үй коммуналдық шаруашылық саласындағы инстанциялар бойынша қажетсіз жорықтардың қажеттілігін жоюға көмектесті. Оның көмегімен "Бірыңғай терезе" қағидаты бойынша тұрғын үй-коммуналдық секторды ұйымдастыру қызметтерін алуға болады. Бұған дейін қала тұрғыны көптеген инстанцияларды айналып өтуі керек еді, ал қызмет көрсету бойынша регламент болған жоқ. Мысалы, пәтер сатып алғаннан кейін азамат барлық монополистерді аралап, әрқайсысымен жеке-жеке келісім-шарттар жасасып, оларға мезгіл-мезгіл қоңырау шалып, құжаттардың дайын екендігін білуі керек еді, бұл бір айға созылды. Қазір өтініш беруші iqala.kz. сайтында онлайн өтініш береді, бірнеше күн ішінде оған құжаттарының дайындығы туралы смс-хабарлама келеді. Бүгінгі таңда "iQala" орталығы тәулік бойы тікелей 152 қызмет көрсетеді [1].

Қорытындылай келе, "Ақылды қаланы" құру – бұл көп уақытты қажет ететін ғана емес, сонымен қатар инфрақұрылымның барлық қабаттарын қамтитын технологиялық және қаржылық шығындар үдерісі. Бұл қала мен қала тұрғындарының өсу тенденциясына сөзсіз байланысты. Қалаларда әлемдік экономиканың 70%-ы шоғырланған. Бұл сандар неғұрлым көп өссе, мұндай ірі салаларды бақылау соғұрлым қиын болады. Сондықтан "Ақылды қала" тұжырымдамасы ұзақ уақыт бойы өзекті болады. Цифрлық мегаполистер ІТ-саланы дамыту саласында айтарлықтай табыс әкеледі, оның құны екі жылдан кейін шамамен 1,5 трлн долларды құрайды. "Ақылды қалаларды" дамыту айтарлықтай шығындарды және заманауи жабдықты қолдануды талап етеді, ал үлкен деректерді сақтау үшін соңғы серверлер қажет. Алайда, бұл мәселелердің барлығы шешіледі деген үміттеміз. Жақын арада Smart-қалалар үйреншікті жағдайға айналуы сөзсіз.

Әдебиеттер тізімі

1. Smart City: как столица превращается в «умный» город // www.inform.kz
2. "Ақылды қалаларды" құруға арналған әдістемелік ұсынымдар (Қазақстан Республикасының "Ақылды қалаларының" эталондық стандарты // www.gov.kz

The role of performance audit in the financial system

M.R. Salikhov

Master's student of the educational program "State audit"

msalikhovr@gmail.com

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana city

Annotation: A properly functioning financial system is the basis for the development and successful functioning of the economy and economic growth. The financial system also requires control. One form of control is state audit. In the Republic of Kazakhstan, one of the three types of state audit is performance audit. Therefore, this study is dedicated to define the role of the performance audit in the financial system of Kazakhstan.

Keywords: performance audit, financial system, state audit, links of financial system, economy.

The modern economy, as the basis for the activities of all economic entities, is in constant development and improvement. Also, in the modern economy, there is intensification of complexity: the interconnection between industries increases, so changes in each of which affect all others. Any economy inherently requires proper organization. Such an organization is provided by the financial system. In the most general sense, the financial system is a set of financial relations.

The financial system, in addition to ordering and interconnection, also involves control. One of the forms of control is public sector audit (state audit), the objects of which are government institutions, enterprises, etc. One of the types of state audit is performance audit, which verifies the objects not only for compliance with the regulatory component, but also for compliance with the criteria of economy, efficiency, productivity and effectiveness. Therefore, the aim of this research is to determine what role is performed by the performance audit in the financial system of the Republic of Kazakhstan.

The first aspect to consider is INTOSAI standards. The standard ISSAI 100 - Fundamental Principles of Public-Sector Auditing provides a definition of public sector audit. This definition states that, in general public-sector auditing can be described as a systematic process of objectively obtaining and evaluating evidence to determine whether information or actual conditions conform to established criteria [1].

The next aspect is to consider the definition of the state audit in the Republic of Kazakhstan. The definition of the state audit is reflected in the Law of the Republic of Kazakhstan "On State Audit and Financial Control": "state audit is an analysis, evaluation and verification of the efficiency of management and use of budget funds, state assets, objects of state audit, related grants, state and state guaranteed loans, as well as loans, raised under the guarantee of the state, including other activity, related to the budget implementation, based on the risk management system" [2].

The next step is to consider what types the state audit is divided into. According to the standard ISSAI 100, the three main types of state audit are: financial audit, performance audit and compliance audit [1]. In the Republic of Kazakhstan, state audit is divided into three types as well: performance audit, compliance audit, and financial statement audit [2]. Here, the similarity is seen between the international standards and the organization of the state audit in Kazakhstan.

Let's take a closer look at the types of the state audit in Kazakhstan. The Law of the Republic of Kazakhstan "On State Audit and Financial Control" reflects the definitions of each type of state audit. The definition for the performance audit: the performance audit is an assessment and analysis of the activities of the object of the state audit for efficiency, economy, productivity and effectiveness [2].

Thus, a performance audit is not only a compliance verification, but also primarily involves analysis and evaluation, and is aimed at improving the efficiency of the functioning of the objects of audit.

The state audit in the Republic of Kazakhstan is divided into two kinds: external and internal [2]. Performance audit within the framework of external state audit is conducted by the Supreme Audit Chamber and Revisory commissions. Performance audit within the framework of internal state audit is conducted by internal audit services of government authorities.

Consideration of the role of the performance audit in the financial system is more appropriate specifically in relation to the external state audit. So, external performance audit is considered further below. Also, it is important to note that the external performance audit in state audit practice of Kazakhstan has ten areas [3].

The next step is to consider issues related to the financial system. The financial system is a set of various types of funds of financial resources concentrated at the disposal of the state, the non-financial sector of the economy (economic entities), individual financial institutions and the population (households) to perform their functions, as well as to satisfy economic and social needs [4, p. 30].

The financial system, by its definition, is a set of financial relations. Financial relations, in turn, are distributive in nature, with the distribution of value occurring primarily among subjects. The financial system can also be represented as a set of different spheres (links) of financial relations, each of which can be characterized by its own features in the formation and use of funds, as well as a different role in social reproduction [5, p. 12].

The next aspect is to consider the financial system of Kazakhstan. The financial system includes financial management authorities, financial and credit institutions, financial resources, laws, norms, rules that regulate financial activities.

The financial system of Kazakhstan consists of the following links:

- 1) state budget;
- 2) extrabudgetary trust funds;
- 3) state loan;
- 4) finance of enterprises, associations, organizations, institutions, economic sectors;
- 5) household finances [4, p. 34].

The main link of the financial system is the state budget. It is a form of formation and use of a centralized fund of financial resources to ensure the functioning of public authorities. The state budget is the main financial plan of the country.

Extra-budgetary funds are an important link in the financial system. The extra-budgetary funds are a set of monetary resources that are used by the state for strictly defined purposes and have legally established sources of financing.

Now, it is worth considering the next link – the state loan. Despite the fact that credit relations differ from financial ones, the state loan is identified as a link of the financial system. This is due to the fact that this type of loan is aimed at covering the state budget deficit and ensuring the sustainability of public finances, and payments for it are carried out at the expense of budget funds. So, the state loan can be considered to belong to both the financial and credit systems. The state loan reflects the relationship between the state, legal entities and individuals, in which the state acts as a borrower, lender and guarantor.

The finances of economic entities form the basis of the financial system, due to the fact that in this link the gross domestic product (GDP) is created and its distribution occurs. Finances of the population (households) are a unique part of the financial system. The population (citizens) enters into relations with their funds with the national financial system and the enterprises of the production and non-production spheres: state-owned and other forms of ownership [5, p. 11].

The next step is to consider the financial system from the point of view of one of the types of the state audit, which is the performance audit. According to the above, it is an external performance audit that is suitable for consideration. It, as noted above, is performed in ten areas. In comparing the links of the financial system with the areas of the performance audit, two areas can be distinguished: planning and implementation of budgets, and public debt management.

First, it is worth considering the area called planning and implementation of budgets. This area involves studying and (or) having an understanding of the requirements of budgetary and other

related legislation and applied practice used for planning the republican or local budget for all budget items, grouped by budget classification and by administrators of budget programs; as well as for the implementation of the republican or local budget by authorized government authorities and administrators of budget programs [3].

Thus, the area of the performance audit on planning and implementation of budgets relates to the first link of the financial system, which is the state budget. This area includes budget and other legislation, practices in budget planning and also in budget implementation. Regarding the state budget, this area considers the republican and local budget. As a result, the performance audit, through its direction which is planning and implementation of budgets, is connected with the first link of the financial system which is the state budget. Taking into account budgetary and other legislation relating to the budgetary sphere, the performance audit examines the republican and local budgets, their planning and implementation.

The second considered area of the external performance audit is the public debt management. Public debt management involves studying and (or) having an understanding of the requirements of legislation governing public debt management, while including rules for borrowing, determining the need for borrowing, accepting the terms and obligations arising from loan agreements, debt repayment and other aspects of public debt management [3].

Based on the foregoing, the area called the public debt management includes verification from the point of view of the requirements of legislation regulating issues of public debt management, while comprising rules for borrowing, determining the need in borrowing, as well as the conditions and obligations that arise from the loan agreement, debt repayment and other related aspects.

Thus, one of the areas of the external performance audit which is the public debt management relates to the third link of the financial system which is the state loan. The performance audit here is focused specifically on public debt which is included in the link of the state loan. So, the performance audit, through its area which is the public debt management, is connected with the third link of the financial system – the state loan, namely the public debt. As a result, the performance audit examines the public debt management in accordance with the requirements of legislation and regulations relating to public debt, and also takes into account aspects of public debt management in terms of practices applied by government authorities.

So, the performance audit conducts verification of two links of the financial system, which are the state budget and state loan, through two areas, which are the planning and implementation of budgets, and the public debt management, respectively. On this basis all this is reflected on Figure 1.

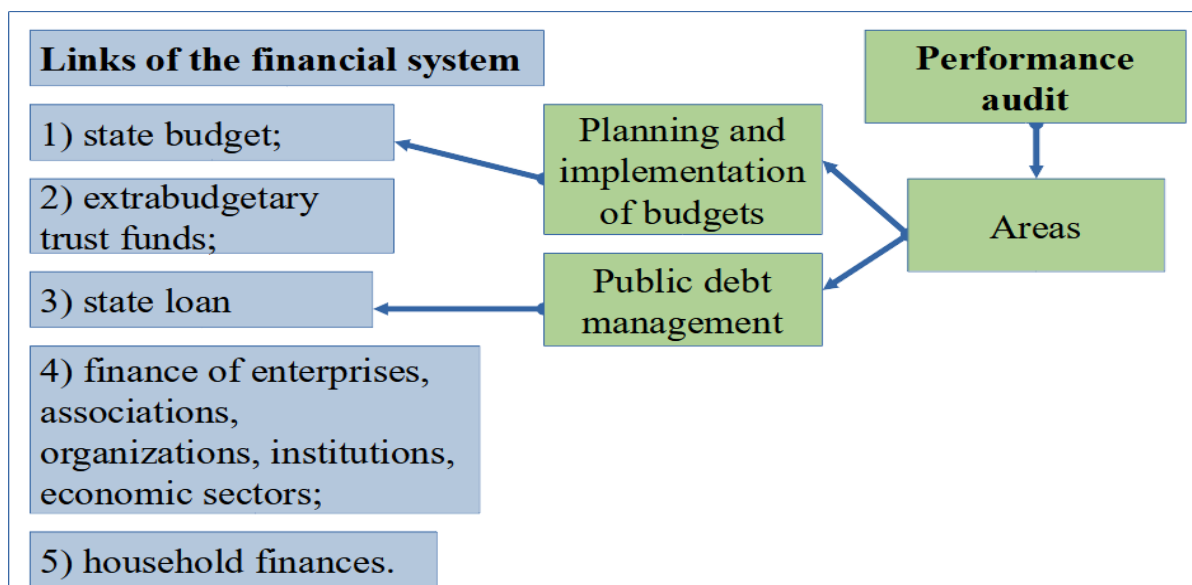


Figure 1. The performance audit in the financial system

Note - Compiled by the author based on [4, p. 34], [5, p. 11 - 12], [3].

According to Figure 1, the role of the performance audit in the financial system of Kazakhstan can be assumed. Thus, the role of performance audit in the financial system is, in accordance with basic criteria, such as efficiency, economy, effectiveness and productivity, and special criteria, analysis and assessment of the activities of the state audit objects included in and operating in such links of the financial system, such as the state budget and state loan.

To summarize, in the financial system, which is a set of financial relations and consists of links, control is an integral necessity. One form of control is the state audit. One of the types of the state audit, which is the performance audit, not only verifies for compliance with regulations, rules, etc, but also analyzes and evaluates performance according to the criteria.

Based on the financial system of Kazakhstan and the specifics of the organization of the state audit, the following was determined. The external performance audit conducts verification of two links of the financial system which are the state budget and state credit, through two areas: the planning and implementation of budgets, and the public debt management, respectively. Thus, an assumption can be formulated regarding the role of the performance audit in the financial system of Kazakhstan. Thus, the role of performance audit in the financial system is, in accordance with basic criteria, such as efficiency, economy, effectiveness and productivity, and special criteria, analysis and assessment of the activities of the state audit objects included in and operating in such links of the financial system as the state budget and state loan.

References

1. ISSAI - 100 - Fundamental Principles of Public-Sector Auditing. [Electronic resource] – URL: <https://www.issai.org/pronouncements/issai-100-fundamental-principles-of-public-sector-auditing/>

2. Zakon Respubliki Kazakhstan ot 12 noyabrya 2015 goda No 392-V «O gosudarstvennom audite i finansovom kontrole» [The Law of the Republic of Kazakhstan dated 12 November 2015 № 392-V “On state audit and financial control”]. [Electronic resource] – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000392>

3. «Ob utverzhdenii protsedurnykh standartov vneshnego gosudarstvennogo audita i finansovogo kontrolya» Normativnoye postanovleniye Schetnogo Komiteta po kontrolyu za ispolneniyem respublikanskogo byudzheta ot 31 marta 2016 goda № 5-HK [The Regulatory Resolution of the Accounts Committee for Control over the Execution of the Republican Budget dated March 31, 2016 № 5-HK “On approval of procedural standards for external state audit and financial control”]. [Electronic resource] – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600013647>

4. L.M. Sembiyeva, S.B. Makysh, A.O. Zhagyparova, A.K. Zhussupova. Introduction to finance : textbook / Nur-Sultan : L.N. Gumilyov Eurasian national university, 2020. - 348 p.

5. Aymurzina B.T. Gosudarstvennyye finansy : uchebnoye posobiye / B.T. Aymurzina; Kazakhskiy universitet ekonomiki, finansov i mezhdunarodnoy trgovli. - Astana : BG-Print, 2018. - 227 s. [Aimurzina B.T. Public finance: textbook / B.T. Aimurzina; Kazakh University of Economics, Finance and International Trade. - Astana: BG-Print, 2018. - 227 p.]

Экономиканы цифрландыру контекстінде басқарушылық есепті ұйымдастырудың өзекті мәселелері

А.М. Сарсенбаева¹, Л.А. Темирбекова²

¹«Бухгалтерлік есеп және аудит» кафедрасының 3 курс студенті

² Бухгалтерлік есеп және аудит кафедрасының ағы оқытушысы, э.ғ.м.

aiymsar.04@gmail.com, adiya77@mail.ru

^{1,2} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада басқарушылық есеп тұжырымдамасының дамуы, кәсіпорындарда басқарушылық есепті ұйымдастыру қарастырылған. Кәсіпорынды басқару есебі мәселелерін шешуде жасанды нейрондық желілерді практикалық қолданудың өзектілігін қарастыру.

Кілт сөздер: цифрлық экономика, басқару есебі, жасанды интелект, нейрондық желі.

Қазіргі уақытта біздің елімізде де, әлемде де цифрлық экономиканың дамуы барлық қызмет салаларына, оның ішінде бухгалтерлік процестерге әсерін кеңейте отырып, үлкен қарқынмен жүруде. Цифрландыру бухгалтерлік ақпараттың сипаттамаларын да, оны қолдану мүмкіндіктерін де айтарлықтай жақсартуға әсер етеді. Әлем цифрлық, автоматтандырылған болып келеді және басқаруды жаңартуды қажет етеді. Кәсіпорындар жаңа технологияларды енгізу, бизнесті жүргізудің жетілдірілген стратегияларын жоспарлау арқылы өздерінің инновациялық процестерін өзгертуі керек.

Қазақстанның Тұңғыш Президенті Нұрсұлтан Назарбаев цифрландыру туралы былай деді: "Цифрландыру – бұл мақсат емес, бұл Қазақстанның абсолютті артықшылығына қол жеткізу құралы".

Цифрлық экономика – бұл ірі бизнес үшін де, шағын және орта бизнес үшін де онлайн мүмкіндіктер мен инновациялық цифрлық технологияларды пайдалану.

Қазақстанның әлемдік нарыққа интеграциялануына байланысты басқарушылық есепті ұйымдастыруға жаңа талаптардың енгізілуіне байланысты, басшылар басқарушылық шешімдерді дұрыс қабылдау үшін қажетті негізгі құрал ретінде басқарушылық есепті қалыптастырудың маңызы зор болып саналады. Басқарушылық есептің негізгі мақсаты тұтынылатын қорларды үнемдеу әдістерін анықтау және бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету үшін ұйымның пайдасын арттыру, өндіріс шығындарының көлемін азайту болып табылады. Немесе басқару есебін ұйымның басшылығына басқару үшін қажетті ақпаратты тіркеу, жинау және өңдеу ретінде сипаттайды.

Кәсіпорындарда басқарушылық есепті енгізудің басты мақсаты компания басшылығын тиімді жұмыс істеу үшін қажетті барынша толық ақпаратпен қамтамасыз ету болып табылады. Көбінесе кәсіпорындарда басқару есебін енгізу басшылыққа қажет нақты басқару шешімдерінің жетіспеушілігі негізінде пайда болады. Халықаралық тәжірибедегідей, Қазақстандық тәжірибеде басқарушылық есеп деректері негізінде басқарушылық шешімдер қабылданады, ағымдағы қызметті бақылау және жоспарлау жүзеге асырылады.

Басқарушылық есептің шетелдік тәжірибесінде резервтік қорлардың мөлшерін анықтау үшін сандық әдістер, ықтималдық теориясының әдістері қолданылады, бұл материалдық қорлардың тапшылығын болдырмау үшін көлік шығындарының өзгеруіне байланысты экономикалық субъектілер қызметінің белгісіздігі жағдайында өте маңызды. Осы мәселелерді шешуде компьютерлік технологияларды қолдану 1960 жылдардың басынан бастап материалдарды сатып алу мен өндірісті жоспарлауды үйлестіруде компьютерлік тәсілді құруға және жүзеге асыруға әкелді. Осыған байланысты қазіргі таңда жасанды интелектің дамуынан туындаған нейрондық желілердің басқару есебіндегі көмегіне тоқталып өтуге болады.

Жасанды нейрондық желі (ЖНЖ) — адамның нейрондық байланыстарының үлгісін қайталайтын бағдарлама. Олардың негізінде мазмұнды тануға немесе жасауға үйретуге болатын оқыту бағдарламалары жасалады. Жасанды интелект (ЖИ) немесе нейрондық желілер (НЖ) деп аталатын бизнестің барлық түрлерінде қолдану серпінді цифрлық технология болып табылады және белсенді дамып келеді. Нейрондық желілерді пайдалану нарықтың көптеген салалары мен секторларында өсуде. Нейрондық желілерді, мысалы, маркетингте өнімді мақсатты маркетингтік науқанды ұйымдастыру үшін пайдалануға болады. Олар жеткізушіге әр сегментке сәйкес тәсілді тандауға мүмкіндік беру арқылы нарық сегменттерін бөлуге көмектеседі, бір уақытта бірнеше тапсырмаларды орындай алады, сондықтан оларды бөлшек саудада пайдалану да баға жетпес болуы мүмкін. Сонымен қатар, жасанды интелект көптеген деректер мен сандармен жұмыс істей алады, сондықтан нейрондық желілер жасаған болжамдар әдеттегі статистика немесе адам сарапшылары қалыптастырғаннан әлдеқайда дәл болуы мүмкін. Бөлшек саудада нейрондық желілерді

пайдаланудың екінші нұсқасы-қол жетімді өнімдердің барлық ассортиментін бағалау. Сонымен қатар, болжау мүмкіндігі қаржыда нейрондық желілерді пайдаланудың жаңа көкжиектерін ашады. Нейрондық желі арқылы көптеген ақпарат өткенде, ол болжам жасай алады. Нейрондық желі өзін-өзі оқытатындықтан, қаржылық талдау нәтижелерінің ұлғаюымен болжамдар үнемі нақтыланатын болады. Сақтандыруда нейрондық желіні қолдану клиенттерді топтарға бөлуге, әр клиент үшін бағаны жеке-жеке қалыптастыруға көмектеседі. Сонымен қатар, алаяқтықты анықтау сақтандыру саласындағы ең танымал нейрондық желі қосымшаларының бірі болып табылады.

Нейрондық желімен жұмыс істеудің артықшылықтары бар және қазір ол негізделген шешімдер қабылдауға, соның ішінде басқарушылық есепке алуға көмектеседі. Дегенмен, цифрлық әлемде де маңызды болып табылатын нейрондық желіні пайдалану қауіпсіздігі мәселелері бар. Басқару есебінде нейрондық желіні пайдаланудың әлеуетті мүмкіндіктері бар, бірақ оны пайдаланудың шектеулері де бар.

Бухгалтерлік есептегі жасанды интеллект-бұл ең алдымен деректер мен автоматтандыру. Машиналық оқыту сияқты жасанды интеллектке негізделген технологиялар мен қосымшалар есепке алу үшін деректерді талдаудың жаңа және жетілдірілген әдістеріне ықпал етуі мүмкін. Бухгалтерлік есеп, басқару есебі, қаржы және тапсырмалардың көп бөлігі технологиямен қамтамасыз етілгендіктен, деректер анағұрлым айқын және ауқымды болады. Оларға жылдам қол жеткізу және оларды түсіну — жасанды интеллект ашатын негізгі артықшылық. Жасанды нейронның қасиеттеріне байланысты нейрондық желілер өте күрделі тәуелділіктерді қайталауға мүмкіндік беретін күшті модельдеу әдісі болып табылады, бұл практикалық қызметте шешілмейтін деп саналатын ауқымды мәселелерді шешуге мүмкіндік береді. ЖНЖ негізгі қасиеттері мен ерекшеліктерінің арасында біз мыналарды атап өтеміз:

- белгісіз немесе өте көп жағдайда есептерді шешу мүмкіндігі
- қоршаған ортаның өзгеруіне жоғары бейімделу;
- кіріс деректеріндегі шу әсеріне төзімділік;
- ықтимал жоғары (ультра жоғары) өнімділік;
- аппараттық іске асыру кезіндегі ақауларға төзімділік;
- сызықтық емес тәуелділіктерді құру қабілеті; оның ішінде инсульттің сызықтық емес табиғатына байланысты;
- бір уақытта бірнеше есептерді шешу мүмкіндігі;
- мысалдармен оқыту қабілеті, яғни болжау және басқару мәселелерін шешуде ЖНЖ-ні кеңінен қолдануды қамтамасыз ететін деректердің өкілдік үлгісі.

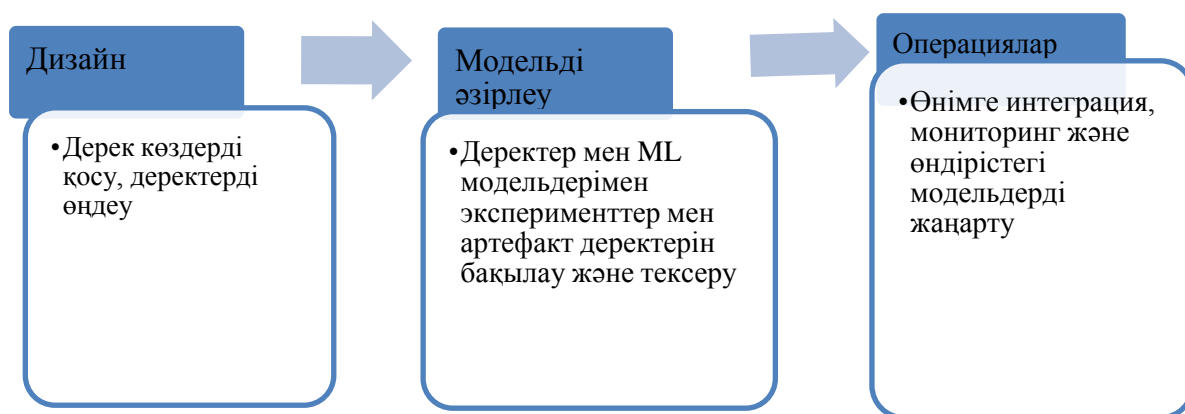
Нейрондық желілер жіктелу, кластерлеу, болжау, жуықтау, ассоциативті жады функцияларымен сипатталады, соның арқасында жоғарыда аталған функционалдық қасиеттермен қатар, ЖНЖ басқарушылық есепті аспаптық қамтамасыз етудің жаңа құралдарының бірін қарастыруға мүмкіндік береді, оның міндеттерін шешу үшін өзекті:

- экономикалық субъект қызметінің бағыттары мен сегменттерін, баға көрсеткіштерін, сатудан түскен түсімдерді, өндіріс/сату көлемін болжау;
- қызмет тиімділігі индикаторларының мәндерін, атап айтқанда экономикалық субъектінің, қызмет процестерінің, құрылымдық бөлімшелердің, басшылардың, ерсоналдың тиімділігін бағалау үшін пайдаланылатын тиімділіктің негізгі көрсеткіштерін болжау;
- дағдарыстық (сыни) және қалыптан тыс сегменттерді (нүктелерді), дағдарыстың басталуын, дағдарыстық жағдайдың даму сценарийін болжау.

Жасанды интеллект, автоматтандырылған құрал ретінде, адамдарға қарағанда қателіктерге аз ұшырайды. Бір бейнелі және күнделікті тапсырмаларды орындауға келетін болсақ, уақыт өте келе адамдар шаршау немесе шамадан тыс жүктеме және атауларға байланысты зейінін жоғалтады, бірақ сондықтан түпкілікті нәтижеге әсер етуі мүмкін қателіктер жібереді. Бүгінгі таңда нейрондық желілер өзектілігі әртүрлі тапсырмаларды тез және тиімді шеше алуында: синхронды түрде аудару, беттерді тану, адамдар мен машиналарды оқыту, құжаттарды дайындау және т. б. Жасанды интеллектті "жүйенің сыртқы деректерді дұрыс түсіндіру, сол деректерден білім алу және оларды икемді

бейімделу арқылы нақты мақсаттар мен міндеттерге жету үшін пайдалану қабілеті" деп те анықтауға болады. Басқару міндеттерінің жасанды интеллектпен алмастырылу дәрежесі әртүрлі мақалалардың зерттеу тақырыбы болды. Сонымен қатар, жасанды интеллект пен стратегиялық басқарудың өзара әрекеттесуіне байланысты зерттеулерде олардың плинарлық сипатына байланысты дәйекті құрылым мен терминология жоқ.

ЖИ кез-келген әдіске немесе алгоритмге жатқызылуы мүмкін, бұл шексіз үлкен ақпарат массивтерін өңдеу негізінде жаңа білім алуға мүмкіндік береді. Басқаруға қатысты басқару шешімдерін қабылдау үшін ақпарат пен оларды өңдеу тетіктерінің түйісуі дәл Басқару есебі аясында жүзеге асырылады. Бұл факт "зияткерлік кәсіпорын" тұжырымдамасын қалыптастырумен байланысты. Осы тұжырымдамаға сәйкес, күнделікті операцияларды автоматтандыру процестерін автономды өзіндік стратегияларды орындайтын интеллектуалды жүйелерді енгізуден ажырату керек. Интеллектуалды кәсіпорын тұжырымдамасы Басқару есебі мен ЖИ дерекқорының синтезі негізінде ғана мүмкін болады деп айту орынды сияқты. Алайда, бүгінгі таңда кез-келген салада ЖИ көмегімен шешім қабылдау процесін жалпы схемасын 1-суреттегі схема түрінде көрнекі түрде ұсынуға болады.



Сурет 1. Жасанды интеллект көмегімен шешім қабылдау процесі
Ескерту – әдебиет негізінде автормен жасалған [6]

Бүгінгі таңда ЖИ-де Машиналық оқыту әдістері кеңінен қолданылады. "Машиналық оқыту әдістері (ағылш. - Machine Learning (ML)) – бұл деректерге негізделген технология. ML оқыту үшін үлкен көлемдегі деректерді қажет етеді. Осы себепті ЖИ стратегиясын әзірлейтін барлық елдер деректердің құнын арттырады. Мұндай стратегияларды әзірлеу оңай емес, өйткені олар инновациялар мен ашықтықты ілгерілету үшін деректерге қол жеткізуді ашу және оны жеке өмір мен коммерциялық құпиялықты қорғау үшін шектеу арасындағы жиі бәсекелес мүдделерді теңестіруі керек. Қазір біз есептеу мүмкіндіктері мен деректердің жоғарылауынан жоғары үміттермен байланысты жаңа кезеңнің басында тұрмыз. Олардың комбинациясы мінез-құлықты болжау үшін машиналық оқыту сияқты жаңа әзірлемелерді қолдайды. ML есептеу техникасының ауысуын білдіреді. Дәстүр бойынша, бағдарламашы жауап ретінде жауап алу үшін деректерді енгізуді өңдеуге қажетті ережелерді белгілей отырып, компьютерлік кодты жазар еді. ML-де компьютер кірістерді, сондай-ақ деректерден күтілетін жауаптарды сәулелендіреді, ML агенті оригиналды жауаптар алу үшін жаңа деректерге қолданылатын ережелерді әзірлеуі керек. ML жүйесі бағдарламаланған емес, оқытылады. ML деректерден Үйренетін алгоритмдердің жалпы класы болғанымен, олардың дәлдігі көбінесе оқу деректерінің жиынтығының сапасына және олардың қаншалықты жақсы құрылымдалғанына, семантикалық таңбаланғанына және тазартылғанына байланысты, оларды мәселені шешуге және деректердегі параметрлердің санын азайтуға мүмкіндік береді. ML статистикалық модельдеумен көптеген ұқсастықтарға ие. Статистикалық бағалаулар базалық мәліметтер жиынтығының мөлшері ұлғайған сайын және мәліметтер

таралуының төмендеуімен сенімді бола бастайды. Бақылаулардың алуан түрлілігімен және деректер жиынындағы көптеген түсіндірме айнымалылармен болжамды болжамдарға қол жеткізу үшін өте үлкен деректер жиыны қажет болуы мүмкін. Әдетте, ML алгоритмдері салыстырмалы дағдыларды үйрену үшін адамдарға қарағанда әлдеқайда көп деректерді қажет етеді.

Қорытындылай келе, ұсынылған модельдің басты артықшылығы мынада: қанағаттанарлық қаржылық нәтиже алу ықтималдығы түрінде көптеген факторлар мен қаржылық нәтижені байланыстыру мүмкіндігі тікелей және жанама факторлардың әртүрлі комбинациялары кезінде; онлайн режимінде кіріс деректерін өзгерту арқылы алынған көрсеткіштің өзгеруін бақылау; болашақ кезеңдердің болжамдарын құру; оқыту процесін автоматтандыру; компанияның жалпы жағдайына мониторинг жүргізу. Қазіргі таңда нейрондық желілер әртүрлі тапсырмаларды тез және тиімді шеше алуынды. Нейрондық желі өзін-өзі оқытатындықтан, қаржылық жіне басқарушылық талдау нәтижелерінің ұлғаюымен болжамдар үнемі нақтыланатын болады және басқару есебі дәлме-дәл жүргізу мүмкіндігі пайда болады.

Әдебиеттер тізімі

1. К.Друри Управленческий и производственный учет. Вводный курс. - М.: Юнити, 2019. - 320 с.
2. Л.А.Попова, Г.С. Каренова. Управленческий учет-1. Учебник. Караганда, 2016.-272 с
3. Управленческий учет: Учебное пособие / Под ред. Соколова Я.В.. - М.: Магистр, 2018. - 608 с.
4. О.Л. Островская, Е.Б. Абдалова, М.А. Осипов. Управленческий учет: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 383 с.
5. Галушкин А.И. Теория нейронных сетей. Москва, ИПРЖР, 2019
6. Белов Р.А. Использование искусственного интеллекта в бухгалтерском учете и аудите: новые возможности и вызовы // Научные высказывания. 2023. No 8 (32). С. 51-55.

Тенденции самостоятельной занятости: анализ современной ситуации в Республике Казахстан

Д.И. Сыздыкова¹, А. Д. Аманжолова², Д.Р. Яушева³

¹PhD, Ассоциированный профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита

^{2,3} Студенты 3 года обучения по ОП «6В04107 - Государственный аудит»

aidanabs338@gmail.com, syzdykovadi@mail.ru

^{1,2,3} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья представляет собой статистический анализ современной ситуации в области самозанятости в Республике Казахстан. В статье представлены статистические данные о количестве самостоятельно занятых лиц в Республике Казахстан, а также представлен анализ количества самозанятых по регионам РК и по видам экономической деятельности. Статья основывается на официальной статистике, проведенных исследованиях и экспертных мнениях.

Ключевые слова: самостоятельно занятые лица, статистика самозанятости, самозанятость по регионам, экономическая деятельность.

С каждым днем в Республике Казахстан появляется все больше самозанятых лиц, так как все больше людей предпочитают работать на себя вместо того, чтобы быть нанимаемыми по традиционной схеме. Это может быть вызвано различными факторами, такими как желание гибкости в графике работы, желание реализовать свои идеи и проекты, а также рост онлайн-платформ, которые облегчают самозанятость. К этой категории относятся

физические лица, решившие выйти из тени, чтобы официально заниматься фрилансом (с уплатой единого совокупного платежа). Самозанятость подразумевает продажу некоторых товаров собственного производства и оказание услуг без трудоустройства.

Самозанятость — трудовая деятельность работника, осуществляющего свою деятельность в сфере оказания услуг (или реализации товаров) физическим лицам или юридическим лицам в установленном законом порядке, которая связана с удовлетворением личностных и общественных потребностей при самостоятельной организации собственного рабочего места и приносящей заработок или трудовой доход (может носить непостоянный характер). Регулирование самозанятости, в том числе налоговые обязательства и права работников, могут различаться в разных странах. В некоторых местах существуют специальные программы и регулирования для самозанятых лиц.

Статистика самостоятельной занятости населения отражает информацию о том, как люди занимаются предпринимательской или самостоятельной деятельностью в качестве основного источника дохода. Это включает в себя различные формы самозанятости, такие как владение бизнесом, фермой, свободная профессиональная деятельность и другие формы предпринимательства.

Официальная статистика самозанятых формируется по группам:

1. по типу местности проживания;
2. по регионам;
3. по полу;
4. по возрастным группам;
5. по уровню образования;
6. по статусу занятости;
7. по группам занятости;
8. по видам экономической деятельности
9. по уровню дохода [1]

В контексте статистики труда и занятости самостоятельная занятость может рассматриваться как альтернатива формальной занятости в организациях или предприятиях. Эти данные позволяют оценить масштаб и важность предпринимательской активности в экономике, а также изучать тенденции в развитии самозанятости с течением времени.

Статистика самостоятельной занятости может включать в себя следующие аспекты:

1. Число самозанятых лиц: Число самозанятых лиц представляет собой количество людей, занимающихся предпринимательской деятельностью или работающих на себя. Это включает в себя индивидуальных предпринимателей, свободных профессионалов, владельцев малого бизнеса и тех, кто занимается другими формами самозанятости. Сбор и анализ статистики по числу самозанятых лиц является важным инструментом для оценки экономической активности населения, понимания тенденций в сфере занятости и разработки соответствующих государственных политик. Эти данные могут также использоваться для измерения вклада самозанятых лиц в экономику, определения особенностей их занятости по отраслям и регионам. Число самозанятых лиц может варьироваться в зависимости от экономического климата, технологических изменений, налоговой политики, а также других факторов.

Согласно данным Международной Организации Труда количество самостоятельно занятых лиц по РК на 2020 год составляет 2 045374 человек, на 2021 год- 2 096907, на 2022 год- 2 124239 [Таблица 1].

Таблица 1

Самозанятые по статусу занятости МОТ по РК

Показатели	2020	2021	2022
Самостоятельно занятые работники	2 045 374	2 096 907	2 124 239
в том числе:			
работодатели	118 525	126 781	116 274
самостоятельные работники	1 906 769	1 947 999	1 992 908

члены кооператива	12 190	10 157	4 250
помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий	7 890	11 970	10 807
Примечание – Составлено по данным Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [2].			

Данные свидетельствуют о росте самозанятости в Казахстане, характеризуемом увеличением количества самостоятельных работников, при этом имеется некоторая вариативность в других категориях, что может быть связано с экономическими и структурными изменениями. Увеличение количества самозанятых лиц может быть вызвано различными факторами, и конкретные причины могут зависеть от контекста конкретной страны, региона или отрасли.

2.Распределение по отраслям: Распределение по отраслям самозанятых лиц отражает, в каких сферах экономики и видов деятельности эти люди предпочитают работать. Это важный аспект статистики самозанятости, поскольку позволяет лучше понять, в каких областях самозанятые предприниматели активны, какие услуги или товары они предоставляют, и как они взаимодействуют с рынком. Распределение по отраслям может варьироваться в зависимости от ряда факторов, таких как регион, экономический климат, технологические тенденции и изменения в потребительском спросе. Распределение может быть уникальным для каждой страны или региона в зависимости от специфики экономики и потребностей рынка. Анализ этих данных может быть полезным для формирования бизнес-политики, обеспечения социальной поддержки и стимулирования развития определенных отраслей [Таблица 2].

Таблица 2

Самостоятельно занятое население по видам экономической деятельности по РК (чел.)

Показатели	2020	2021	2022
Самостоятельно занятые, всего	2 045 374	2 096 907	2 124 239
в том числе:			
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	682 049	669 044	628 775
Промышленность	56 266	62 582	63 305
горнодобывающая промышленность и разработка карьеров	-	-	-
обрабатывающая промышленность	54 152	60 555	59 821
снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	-	-	-
водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	2 114	2 027	3 484
Строительство	157 963	170 006	175 241
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	656 516	668 299	684 986
Транспорт и складирование	212 686	223 140	242 920
Предоставление услуг по проживанию и питанию	37 536	37 408	35 395
Информация и связь	11 055	18 369	11 791
Финансовая и страховая деятельность	13 925	6 209	7 772
Операции с недвижимым имуществом	31 083	39 224	33 960
Профессиональная, научная и техническая деятельность	22 897	27 292	30 706

Деятельность в области административного и вспомогательного обслуживания	20 396	17 539	17 664
Государственное управление и оборона; обязательное социальное обеспечение	-	-	-
Образование	18 165	16 205	24 224
Здравоохранение и социальное обслуживание населения	10 979	18 886	16 628
Искусство, развлечения и отдых	12 059	11 546	10 926
Предоставление прочих видов услуг	101 799	111 158	139 946
Примечание – Составлено по данным Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [2]			

Из представленных данных можно сделать несколько общих выводов:

Общее количество самозанятых: В период с 2020 по 2022 год количество самозанятых лиц увеличилось с 2 045374 до 2 124239. Это может указывать на общий рост предпринимательской активности в данной области.

Сельское, лесное и рыбное хозяйство: Наблюдается некоторое снижение количества самозанятых в этой отрасли с 2020 по 2022 год, возможно, из-за различных факторов, таких как изменения в сельскохозяйственной политике или технологические изменения.

Промышленность: Общее количество самозанятых в промышленности также увеличилось. Это включает в себя обработку и производство, строительство, а также водоснабжение и обработку отходов.

Торговля: Оптовая и розничная торговля продолжают оставаться крупными секторами самозанятости, с постепенным увеличением числа самозанятых лиц в течение рассматриваемого периода.

Транспорт и складирование: В этой отрасли также наблюдается рост самозанятых лиц.

Образование: Обнаруживается увеличение самозанятых в сфере образования.

Здравоохранение и социальное обслуживание: Также заметен рост в секторе здравоохранения и социального обслуживания населения.

Профессиональная, научная и техническая деятельность: Этот сектор также демонстрирует положительную динамику роста.

Финансовая и страховая деятельность: В этой отрасли наблюдается снижение числа самозанятых лиц.

Информация и связь: Хотя в 2021 году произошел рост, в последующем году наблюдается снижение.

Предоставление прочих видов услуг: Этот сектор также продемонстрировал увеличение числа самозанятых лиц.

В целом, данные указывают на динамичное развитие самозанятости в различных секторах экономики с некоторыми отраслевыми особенностями в изменении динамики.

3. Доходы самозанятых: Доходы самозанятых лиц представляют собой совокупный доход, который они получают от своей предпринимательской деятельности или самостоятельной работы. Эти доходы могут включать в себя выручку от продажи товаров или услуг, а также другие источники доходов, связанных с их предпринимательской деятельностью. Величина доходов самозанятых лиц может сильно варьировать в зависимости от многих факторов, включая тип деятельности, регион, размер бизнеса, уровень конкуренции, эффективность управления и другие факторы.

4. Трудовые условия: условия оплаты, нормирования труда, выполнения трудовых обязанностей, режима рабочего времени и времени отдыха, порядок совмещения профессий (должностей), расширения зон обслуживания, выполнения обязанностей временно отсутствующего работника, безопасности и охраны труда, технические, производственно-бытовые условия, а также иные по согласованию сторон условия труда.

5.Распределение по регионам: Распределение по регионам самозанятых лиц отражает, как эта форма трудовой деятельности распределена на территории определенной страны или региона. Такие данные могут включать в себя информацию о количестве самозанятых лиц, их доле в общем числе занятых, а также характеристики этой группы в разных регионах [Таблица 3].

Таблица 3

Самостоятельно занятые работники по регионам РК, (тыс. чел.)

Наименование региона	2020	2021	2022
Республика Казахстан	2 045,4	2 096,9	2 124,2
Абай	-	-	103,6
Акмолинская	125,3	124,8	124,1
Актюбинская	60,8	64,3	64,4
Алматинская	272,3	281,7	198,6
Атырауская	38,1	39,0	39,0
З-Казахстанская	88,7	88,8	88,3
Жамбылская	171,2	168,8	180,0
Жетісу	-	-	97,9
Карагандинская	66,3	80,4	68,4
Костанайская	134,4	142,5	132,1
Кызылординская	110,6	111,7	108,9
Мангистауская	17,1	17,4	21,5
Ю-Казахстанская	-	-	-
Павлодарская	59,8	58,8	59,1
С-Казахстанская	75,2	73,1	71,1
Туркестанская	357,8	359,5	364,8
Ұлытау	-	-	8,3
В-Казахстанская	194,4	193,8	73,5
г. Астана	65,9	68,4	75,9
г. Алматы	81,7	95,9	112,4
г.Шымкент	125,9	127,9	132,4
Примечание – Составлено по данным Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [3]			

Исходя из данных таблицы по самозанятым работникам по регионам Республики Казахстан на протяжении трех лет (2020-2022 годы), можно сделать следующие выводы:

Общий тренд роста: В целом по Республике Казахстан наблюдается увеличение числа самозанятых лиц с 2 045400 в 2020 году до 2 124200 в 2022 году. Это свидетельствует о росте предпринимательской активности в стране.

Региональные различия:

Наибольший рост: В ряде регионов отмечается положительная динамика, особенно в Абайском районе, где в 2022 году был зарегистрирован значительный прирост (103600 человек).

Стабильность: Акмолинская, Актюбинская, Западно-Казахстанская, Павлодарская, Южно-Казахстанская, показывают стабильное количество самозанятых на протяжении трех лет.

Изменения: В Алматинской области наблюдается снижение с 281700 человек в 2021 году до 198600 человек в 2022 году, что может быть связано с различными экономическими факторами.

Города: Астана (г. Нур-Султан), Алматы и Шымкент, также показывают рост числа самозанятых, что может быть связано с тем, что в городах предоставляются большие возможности для предпринимательства и фриланса.

Неоднородность регионального развития: Туркестанская область, Восточно-Казахстанская область, и г. Алматы, демонстрируют высокие показатели самозанятости.

Особенности отдельных регионов: Жетісу и Ұлытау, не предоставляют данных о самозанятых лицах, так как данные области были сформированы не так давно.

Анализ статистики самостоятельной занятости может быть полезен для формирования политики занятости, предпринимательства и социальной защиты самозанятых граждан.

В заключении статьи, можно подчеркнуть несколько ключевых моментов, охваченных в тексте:

Рост самозанятости: Анализ представленных данных показывает устойчивый рост количества самостоятельно занятых лиц в течение нескольких лет. Этот тренд отражает изменения в современной экономике и трудовых отношениях, где все больше людей выбирают самостоятельную занятость.

Структура самозанятости: Важно обратить внимание на разнообразие структуры самозанятости, представленной работодателями, самостоятельными работниками, членами кооперативов и помогающими (неоплачиваемыми) работниками семейных предприятий. Это свидетельствует о различных формах и моделях предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. <https://www.enpf.kz>
2. <https://old.stat.gov.kz>
3. <https://stat.gov.kz>

Цифровизация государственного аудита в Республике Казахстан – зарубежный опыт

Э.Ж.Сыздыкова¹, А.Б.Канапина²

¹к.э.н., профессор кафедры «Бухгалтерский учет и аудит»

²докторант 2-го года обучения по специальности «Государственный аудит»

elmira5as@mail.ru, kanapina.aziza@gmail.com

¹Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

²Евразийский Национальный Университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана

Аннотация: Внутренний государственный аудит играет важную роль в поддержании эффективности деятельности государственных органов. В связи с наличием на сегодняшний день ряда проблем в системе внутреннего аудита рекомендуется ее совершенствование. В первую очередь рекомендуется усовершенствование системы аудита страны за счет внедрения информационных технологий, что в свою очередь может значительно повысить эффективность деятельности государственных органов.

Ключевые слова: государственный аудит, внутренний аудит, цифровизация, эффективность государственного органа, информационные технологии.

Государственный аудит для Республики Казахстан является целостной и независимой оценкой эффективности деятельности объектов аудита, которая касается не только финансовых вопросов, но и всех направлений их деятельности [1].

Тема цифровизации государственного аудита в Республике Казахстан является актуальной и важной в настоящее время. Введение цифровых технологий в аудиторскую деятельность может существенно повысить эффективность и прозрачность этого процесса, обеспечивая более точные и достоверные результаты. Актуальность темы также обусловлена текущей ситуацией в мировой экономике, когда применение цифровых технологий является главным условием развития конкурентоспособной экономики. Этот глобальный тренд в значительной степени затронул и государственные структуры. Важным обстоятельством трансформации системы управления, революции в сфере данных выступает оптимизация

организационных процессов, снижение издержек и повышение производительности государственных услуг, а также возможность достижения значительных результатов в социальной сфере.

Одним из главных преимуществ цифровизации государственного аудита является автоматизация процессов, что позволяет ускорить работу аудиторов и сократить время на выполнение задач. Введение специализированного программного обеспечения и систем управления позволяет сократить рутинную работу, связанную с обработкой данных, и сфокусироваться на анализе и оценке информации. Это способствует повышению качества аудита и обеспечивает более глубокое исследование финансовых документов [3].

Еще одним важным аспектом цифровизации государственного аудита является повышение уровня прозрачности и надежности. Цифровые технологии позволяют вести записи и хранить информацию в электронном виде, что минимизирует риск утери или подмены данных. Также возможность доступа к данным в режиме онлайн позволяет государственным органам и аудиторам в режиме реального времени отслеживать финансовые операции и мониторить их соответствие законодательству.

Однако, внедрение цифровых технологий в государственный аудит требует определенных усилий и инвестиций. Необходимо разработать и внедрить соответствующие системы, а также обеспечить качественное обучение персонала. Также важно преодолеть возможные преграды, связанные с безопасностью данных и конфиденциальностью информации.

Основной задачей цифровизации государственного аудита является повышение доверия общества к результатам аудиторской деятельности и снижение рисков коррупции. Цифровые технологии позволяют сделать аудиторскую деятельность более прозрачной и независимой, а также снизить возможность вмешательства со стороны заинтересованных лиц [2].

Информационная революция в государственном секторе создаст условия для большей открытости, доступности населению страны, преодолению уникальных барьеров, препятствующие инновациям и информации. Кроме того, в документе «Стратегия Казахстан – 2050» указано на возрастающую роль цифровых технологий в государственном управлении. Основанием служит мнение специалистов, утверждающих, что размер цифровой экономики составляет от 4,5 до 15,5% мирового ВВП. Однако, успешная реализация данной программы возможна при комплексном исследовании, изучении и устранении угроз и новых рисков, возникающие в результате развития «цифрового правительства»

По данным ООН, Казахстан в настоящее время находится на 29 месте среди 193 стран по индексу развития электронного правительства, на 26 месте по Индексу Е-участия (ЕРІ), на 39 месте среди 139 стран по индексу сетевой готовности и 52 месте по индексу развития информационно-коммуникационных технологий. Среди азиатских стран по индексу открытых данных правительства страна заняла 1 место, по индексу онлайн-услуг - 3 место среди стран Азии и 11 место в общемировом рейтинге. Как видим, нам есть к чему стремиться. В дальнейшем разница между странами, где слабо развит интернет, и странами с высоким уровнем цифровизации будет только увеличиваться.

Цифровой разрыв, различная степень готовности стран, и высокая концентрация рыночного влияния в цифровой экономике указали на необходимость принятия государственной программы «Цифровой Казахстан» в период 2018-2022 годов. Зарубежный опыт внедрения цифровых технологий в государственном управлении. Решение этих задач становится особенно важным для стран, ориентирующихся на принятые в ЕС стандарты надлежащего государственного управления [5]. Показатели определяют основу для принятия более качественных решений, удовлетворительного функционирования правительственных структур и более рационального распределения ресурсов в процессе реализации государственного управления, таких как управление доходами, закупки и взаимодействие с гражданами.

В настоящее время в Казахстане сформирована и развивается система государственного аудита, включающая внешний и внутренний аудит являющаяся важной частью системы государственного управления. Внутренний аудит, осуществляемый службами внутреннего аудита – это оценка эффективности деятельности государственного органа с представлением независимых и объективных заключений и консультаций первым руководителям центральных и местных государственных исполнительных органов, финансируемых из областного бюджета, бюджета города республиканского значения, столицы, района, городов областного значения, столицы [1]. Для облегчения обмена информацией между органами внутреннего аудита требуется создание единой базы данных. Система внутреннего государственного аудита в Республике Казахстан представлена на рисунке 1.

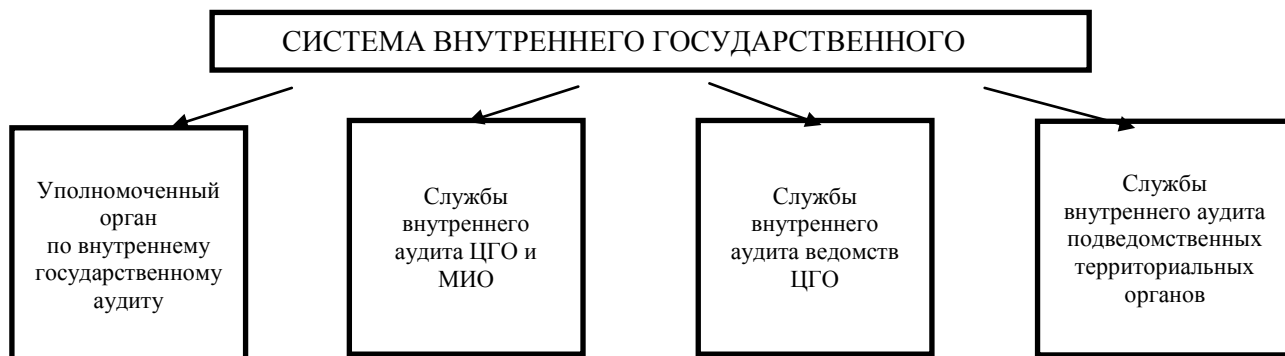


Рисунок 1. Система внутреннего государственного аудита Республики Казахстан

Отчетные данные центральных государственных органов Республики Казахстан свидетельствуют о том, что в сфере цифровизации имеются позитивные тенденции. В рейтинге стран по уровню развития электронного правительства (Е-правительство) по итогам 2020 года Казахстан занял 29 место среди 193 стран (за последние 3 года рост на 10 позиций вверх). На рисунке 2 представлена позиция Республики Казахстан в рейтинге развития Е-правительства за 2020 год.

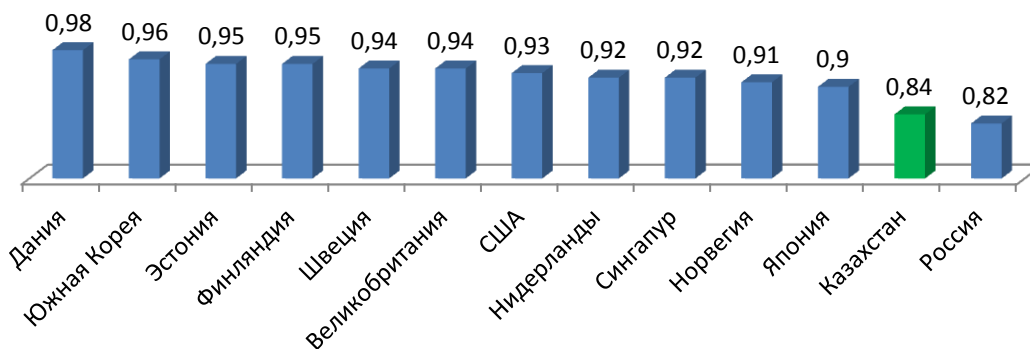


Рисунок 2. Позиция Казахстана в рейтинге развития Е-правительства за 2020 год

По данному показателю Казахстану существенно уступают такие страны, как: Израиль (30 место), Россия (36 место), Китай (45 место), Узбекистан (87 место), Индия (100 место) и др.

Сравнительно уверенная позиция Казахстана и в мировом рейтинге сетевой готовности, где страна занимает 56 место среди 134 стран, оставив позади такие страны, как Турция (57 место), Украина (64 место), Беларусь (65 место). На рисунке 3 показана позиция Казахстана в мировом рейтинге сетевой готовности за 2020 год.

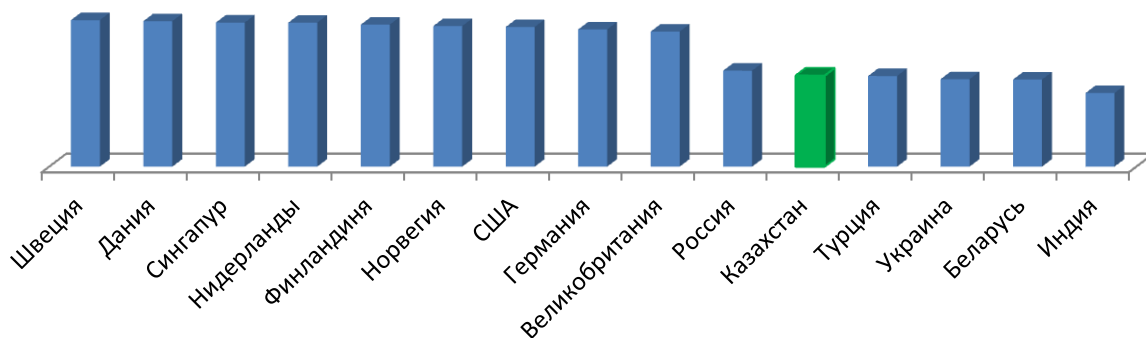


Рисунок 3. Позиция Казахстана в мировом рейтинге сетевой готовности за 2020 год

В разрезе корпоративного и общественного секторов следует выделить увеличение доли крупных и средних предприятий промышленности, использующих цифровые технологии на 1,9 % (2019 год – 5,9%, 2020 -7,8%) за последние два года как в целом по Казахстану, так и в региональном разрезе (наибольшая доля таких предприятий приходится на Атыраускую (15,2%), Западно-Казахстанскую (12,9%), Кызылординскую (12,1%), Восточно-Казахстанскую (11,1%), Карагандинскую (11%) области).

Благодаря стремительным темпам распространения цифровых технологий, компьютеров нового поколения и других гаджетов, уровень цифровой грамотности населения в возрасте от 6 до 74 лет в Казахстане вырос за последние 3 года на 4,5%, составив по итогам 2020 года - 84,1% [7].

В Казахстане, 78,7% пользователей используют Интернет для размещения информации или мгновенного обмена сообщениями, 71,8% - для участия в социальных сетях, 62,3% - для скачивания фильмов, изображений, музыки, просмотра видео, прослушивания музыки, игра или скачивание игр, 38,6% - для получения информации о товарах и услугах и 36,1% - для отправки и получения электронной почты. Таким образом, интернет преимущественно используется населением для организации досуга, а не деловой жизни или самообразования.

Многие страны находятся в процессе создания систем электронного правительства в качестве инструмента для внедрения инноваций в государственный сектор и повышения уровня государственных услуг. Эти изменения в государственном управлении, в свою очередь, вызвали цифровую трансформацию аудита.

В Корее правительство оцифровало свои административные процедуры в государственном секторе. Что привело к обмену оцифрованной информацией между министерствами. Правительство также интегрирует новые технологии в свою систему электронного правительства, чтобы способствовать дальнейшим инновациям, используя накопленные знания и извлеченные уроки.

Вдохновленный развитием электронного правительства, ВАІ в ноябре 2015 года создал BARON. Этот инструмент был разработан для ускорения получения аудиторских доказательств, выбора объектов аудита или проверки нарушений путем агрегирования и анализа цифровых данных. данные, представляемые проверяемыми в режиме реального времени. С ноября 2015 года по ноябрь 2020 года в шесть этапов было инвестировано 7,19 млрд вон для создания системы анализа данных аудита (BARON).

Аудиторы часто используют общедоступные данные, относящиеся к конкретным областям. Таким образом, BARON собирает эти данные в соответствии с потребностями аудиторов на регулярной (ежемесячной или ежеквартальной) основе и перерабатывает их в 653 различных типа для целей аудита. Эти повторно обработанные данные хранятся в BARON, что позволяет аудиторам использовать их в качестве основы на ранних этапах аудита.

В настоящее время к BARON подключены данные по 17 направлениям 28 учреждений из 48 информационных систем. В первом полугодии 2021 года аудиторы извлекли 295 видов и

734 случая данных и использовали их для проведения проверок (по 54 субъектам проверки). В этом процессе эффективность аудита повышалась на каждом этапе, например, при защите и анализе данных. Также было облегчено бремя проверяемых организаций по представлению документов в письменной форме.

Это достижение связано с усилиями ВАІ по созданию среды аудита на основе ИТ посредством создания и эксплуатации BARON.

За 20 лет реализации государственных инициатив, не сформирована современная система эффективных и точечных инструментов для измерения цифровой экономики и оценки влияния цифровизации на социально - экономические процессы.

Не удалось создать прогрессивную инфраструктуру информационных технологий, качественных институтов, влияющих в определенной степени на показатели созданных стартапов технологического характера и развитие потенциала человеческих ресурсов. Недостаточно проработаны условия для благоприятного развития бизнес-среды, повышения качества образования и внедрения инноваций в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Статистические данные дают основание полагать, что переход Казахстана на цифровую экономику осуществляется все еще по «догоняющей» модели развития, которая опирается на закуп готовых программных обеспечений и преимущественную оплату услуг сторонних организаций и специалистов в области информационно-коммуникационных технологий. Официальные данные статистики подтверждают зависимость отечественной цифровой отрасли от иностранных IT-разработок и специалистов [4].

Данное положение дел подчеркивает необходимость пересмотра структуры затрат с позиции подготовки достаточного количества отечественных специалистов, обладающих соответствующими компетенциями и способными квалифицировано и самостоятельно обслуживать цифровую экономику Казахстана в будущем в контексте обеспечения национальной безопасности.

В заключение, цифровизация государственного аудита в Республике Казахстан – это важный шаг в направлении повышения эффективности и надежности аудиторской деятельности. Внедрение цифровых технологий поможет сократить время на выполнение задач, повысить качество аудита, а также улучшить прозрачность и независимость процесса. Однако, необходимо учесть все аспекты и проблемы, связанные с цифровизацией, и разработать соответствующие стратегии для их решения.

Таким образом, в первую очередь Республике Казахстан рекомендуется на основе передового опыта зарубежных стран внедрить информационные технологии в систему государственного аудита страны.

Список литературы

1. Закон Республики Казахстан от 12 ноября 2015 года № 392-V «О государственном аудите и финансовом контроле» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2020 г.)

2. Государственный аудит. Учебник под редакцией Джанбурчина К.Е. – Астана, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, 2016 г

3. Аудит в системе финансового контроля, Монография, Никольская Ю.П., 2008.

4. Сергеев, Л. И. Государственный аудит: учебник для вузов / Л. И. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 271 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12932-8.

5. Мухаметкарим А. Принятие закона «О государственном аудите и финансовом контроле» - важный этап становления и развития государственного аудита в Казахстане// Аудит. Специальный выпуск, 2015, с.33

6. Алибекова Б.А., Нурхалиева Д.М. Становление государственного аудита в Республике Казахстан // ИЗВЕСТИЯ Иссык-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. — 2016. — № 1,2 (12,13). — С. 162–166.

7. Аудиторское заключение об итогах промежуточной оценки реализации Государственной программы «Цифровой Казахстан» и эффективности использования

Статистика разводов в Казахстане: изменения в традиционных ценностях и рост независимости женщин

Д.И.Сыздыкова¹, Ю.С. Огородникова², Н.В. Чемерис³, А.А. Ниязалиева⁴
¹PhD, ассоциированный профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита
^{2,3,4}студенты 3 курса образовательной программы 6B04104 – Предпринимательство и управление проектами
syzdykovadi@mail.ru, albina_0714@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: Статья исследует современные тенденции в разводах в контексте Казахстана. Основываясь на актуальных данных и анализе социокультурных изменений, статья раскрывает влияние упрощения процедуры развода на общественную динамику. Подчеркивается роль этих изменений в преобразовании традиционных ценностей, связанных с браком и семьей. Особое внимание уделяется росту независимости женщин как ключевому аспекту, формирующему новые образцы семейных отношений.

Ключевые слова: упрощение процедуры развода, традиционные ценности, независимость женщин, динамика семейных отношений, социокультурные изменения, модернизация общества, развитие гендерных ролей, инновации в семейных отношениях, адаптация общества, тенденции в семейных отношениях

Количество разводов во всем мире имеет тенденцию к снижению в большинстве стран. Однако, к примеру, в то время как уровень разводов увеличился в 1970-х годах и снизился в 21 веке во многих странах, в других, таких как Норвегия, Великобритания и Канада, наблюдался небольшой, но устойчивый рост числа разведенных пар.

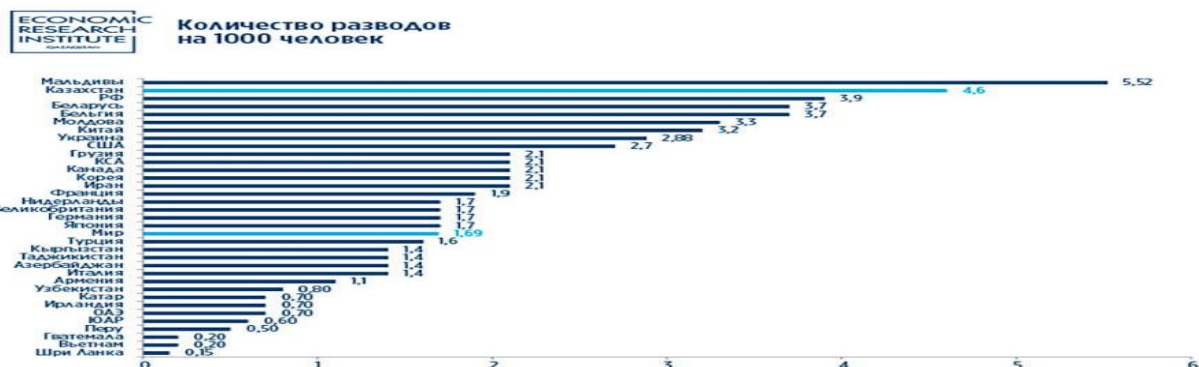


Рисунок 1. Количество разводов на 1000 человек

Примечание – источник [economy.kz]

Как видно в данной полосовой диаграмме, Казахстан занимает второе место по количеству разводов, составляя 4,6 разводов на 1000 человек.

Современное брачно-семейное законодательство РК предлагает два порядка развода: судебный и административный, осуществляемый органами РАГС.

Прекращение брака по желанию обоих или по волеизъявлению одного из супругов путём его расторжения является абсолютным правом, которое подтверждает принцип свободы брака и равенства супругов. Коль скоро вступление в брак осуществляется свободно

и добровольно, то никто и не может быть принуждён к сохранению супружеских отношений, если основа утрачена



Рисунок 2. Количество зарегистрированных браков и разводов за 2022г.

Примечание – источник [gender.stat.gov.kz]

На основе предоставленных данных можно сделать вывод о том, что существует определенная динамика в структуре браков и разводов между городской и сельской местностью, что может быть связано с различиями в образе жизни и социальных условиях этих двух типов населенных пунктов.

В городской местности зарегистрировано больше браков (85,339) по сравнению с сельской местностью (43,020), что может быть связано с более широким доступом к различным социальным и культурным возможностям, а также с большим выбором потенциальных партнеров из-за более высокой плотности населения.

Однако, несмотря на большее количество браков в городе, также выше количество разводов (33,229), чем в сельской местности (11,288). Это может указывать на более высокий уровень стресса, конкуренции и изменений в городской среде, что влияет на стабильность семейных отношений.

Интересный аспект заключается в утверждении, что в сельской местности практически невозможно жить одному. Это может быть обусловлено более традиционными социальными структурами в сельских районах, где семейные ценности и взаимозависимость могут играть более существенную роль. Возможно, люди в сельской местности более склонны поддерживать семейные узы в силу экономической или социокультурной обусловленности, что может влиять на более низкое число разводов.

Таким образом, разница в статистике браков и разводов между городской и сельской местностью может быть связана с различиями в образе жизни, ценностях и степени социальной поддержки в этих двух типах населенных пунктов.

Утверждение о том, что тема разводов стала менее табу в современном обществе.

В современном обществе можно наблюдать устойчивую тенденцию к постепенному разрушению табу вокруг темы разводов. Вместо прежнего молчаливого осуждения и стигматизации, сегодня развод становится все более принятым явлением, которое обсуждается открыто и честно. Эта эволюция отражает изменение ценностей, подходов к семейным отношениям и осознание необходимости индивидуального благополучия.

Более открытое обсуждение разводов также проявляется в средствах массовой информации, где тема разводов рассматривается с разных точек зрения без явного осуждения. Это способствует формированию понимания того, что развод – это не неудача, а,

возможно, естественный этап в жизни, который может принести благоприятные изменения для всех сторон.

Изменения в роли женщин: В современном обществе роль женщин претерпела значительные изменения, и их независимость стала одним из ключевых аспектов этих трансформаций. Это изменение в роли женщин может быть связано с повышением количества разводов по ряду причин:

С увеличением доступа женщин к образованию и карьерным возможностям, многие из них становятся экономически независимыми. Это означает, что женщины могут принимать решения, включая вопросы семейной жизни и брака, основываясь на собственных финансовых ресурсах. Экономическая независимость может снизить зависимость от брака как единственного источника обеспечения и поддержки.

Так, 48,5% экономически активного населения составляют именно казахстанки. Женщины составляют также 48,1% всех занятых в стране и 48,9% от всех наёмных работников.

В индивидуальном предпринимательстве роль женщин также велика. Количество зарегистрированных ИП, где руководители — женщины, за год выросло на 9,1%, до 625,1 тыс. к концу 2021 года. Их доля от общего количества ИП тоже увеличилась — с 47,4% до 49% за год. В том числе активны в индивидуальном предпринимательстве молодые женщины. В частности, количество действующих ИП, где руководители — женщины в возрасте до 29 лет, за год выросло сразу на 37,2%, до 88,7 тыс. Доля таких ИП от общего числа действующих молодых предпринимателей увеличилась с 43,4% до 46,4%.

Действующие ИП, где руководителями являются женщины | тыс. ед.



Действующие ИП, где руководителями являются женщины в возрасте до 29 лет | тыс. ед.

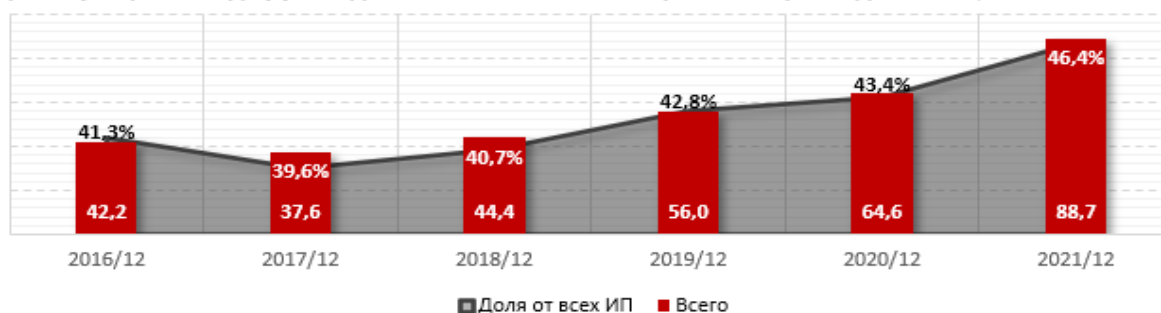


Рисунок 3. Действующие ИП, где руководителями являются женщины за 2021г.
Примечание – источник [ranking.kz]

Изменение социокультурных норм: В современном обществе меняются стереотипы и ожидания по поводу роли женщин. Сегодня женщины активно стремятся к самореализации, имеют более широкий выбор в плане карьеры и личной жизни. Это может привести к тому, что женщины становятся более осознанными своих потребностей и предпочтений, что, в свою очередь, может повлиять на стабильность семейных отношений.

Повышение осознанности и самооценности: С ростом образования и повышением информированности женщины становятся более осознанными своих прав, ценностей и целей. Это может приводить к тому, что они принимают решения о сохранении своего благополучия и счастья, даже если это подразумевает развод.

Изменения в восприятии брака: Смена культурных и социальных норм может также влиять на восприятие института брака. Женщины, осознав свою независимость, могут воспринимать брак не как единственно возможный путь к обеспечению и социальному признанию, а как средство для взаимного счастья и поддержки.

Таким образом, повышение независимости женщин в современном обществе может быть связано с ростом числа разводов, поскольку они чаще принимают активное участие в принятии решений относительно своей личной жизни, в том числе и в вопросах брака и развода. Эти изменения отражают эволюцию общественных норм и ценностей в сторону более индивидуализированного и равноправного подхода к семейным отношениям.

Анализ влияния образования и карьеры на решение о разводе.

Образование и карьера оказывают значительное влияние на решение о разводе, формируя понимание и ожидания в сфере семейных отношений.

К счастью, у женщин появилось много возможностей в плане получения и реализации высшего образования, что открывает им много путей развития. Статистика показывает, что молодые девушки поступают в высшие учебные заведения даже чаще, чем мужчины, притом, что не так давно университеты были исключительно мужскими учреждениями.



Рисунок 4. Соотношение женщин и мужчин в системах начального, среднего и высшего образования за 2022г.

Примечание – источник [gender.stat.gov.kz]

Образованные люди могут быть более осведомлены относительно альтернативных форм семейной жизни и готовы рассматривать различные сценарии, включая развод, как средство решения проблем. Так же у образованного человека есть больше путей самореализации и он более обособлен как самостоятельная личность.

Таким образом, образование и карьера могут взаимодействовать с различными аспектами семейных отношений, оказывая как положительное, так и отрицательное влияние на решение о разводе, в зависимости от индивидуальных особенностей, ценностей и обстоятельств.

Заключение. В Казахстане, как и во многих странах, тема разводов стала значительным аспектом социокультурных изменений. Упрощение процедуры развода, изменение

традиционных ценностей и увеличение независимости женщин оказывают существенное влияние на динамику семейных отношений и общественное восприятие брака.

Упрощение процедуры развода в органах РАГС в Казахстане стало важным шагом в направлении обеспечения гражданской свободы и прав.

Нарастающая независимость женщин в Казахстане является неотъемлемой частью процесса модернизации общества. Этот тренд подчеркивает не только стремление женщин к самостоятельности, но и необходимость пересмотра традиционных ролевых стереотипов.

Таким образом, изменения в процедуре развода, изменение традиционных ценностей и рост независимости женщин в Казахстане отражают сложный, но необходимый процесс адаптации общества к современным вызовам. Эти тенденции создают основу для более гибких, инклюзивных и справедливых отношений, соответствующих динамике современного мира.

Список литературы

1. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [<https://gender.stat.gov.kz>]
2. Официальный сайт новостного сетевого агентства Sputnik [ru.sputnik.kz]
3. Официальный сайт Института экономических исследований (ERI) [economy.kz]

Структура бухгалтерских услуг и подходы к ценообразованию бухгалтерского аутсорсинга

Э.Ж. Сыздыкова¹, Г.К. Орымбекова²

¹ к.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита,
² магистрант 2-го года обучения по специальности «Учет и аудит»
elmira5as@mail.ru, gulim_29_94@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: в данной публикации представлен анализ применения бухгалтерского аутсорсинга в бизнес-структуре. В статье приведены характеристики структуры услуг бухгалтерского аутсорсинга, также факторы и подходы расчета стоимости бухгалтерского аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, услуги, ценообразование, структура и подходы, бухгалтерия.

На западе бухгалтерский аутсорсинг развит уже давно, однако, в Казахстане аутсорсинговые услуги нашли применение сравнительно недавно. Объясняется это тем, что на потребительском рынке товаров возрастает конкуренция, что требует от субъектов предпринимательства большей эффективности производства и сокращение издержек. Современные предприятия частично решают данную проблему использованием бухгалтерского аутсорсинга.

Бухгалтерский аутсорсинг представляет собой процесс передачи функций бухгалтерии и финансового учета компании на внешний исполнитель. Организациям или индивидуальному предпринимателю необходимо оплачивать налоги и формировать отчеты, то есть возникает потребность в ведении бухгалтерского учета. Для этого необходимо создать внутри своей организации бухгалтерский отдел или передать данную работу на аутсорсинг. Аутсорсинг бухгалтерских услуг — делегирование ведения бухгалтерии профильным организациям, который освобождает персонал и позволяет направить все усилия на задачи операционной работы, без рисков нарушить закон или получить административный штраф, тем самым предлагая алгоритм принятия решения о целесообразности передачи бухгалтерского учёта в

аутсорсинг, учитывающий экономическую обоснованность и стратегические задачи потенциального клиента [1].

Несмотря на очевидный значительный сдвиг в развитии аутсорсинговых услуг, у отечественных компаний остается ряд препятствий их использования; неудовлетворительное качество продукции и услуг; неразвитая культура договорных отношений, нежелание руководителей изменять сложившуюся практику деловых отношений; отсутствие свободных средств для инвестирования в проекты технического перевооружения.

Обратиться за консультацией по бухгалтерии в аутсорсинговую компанию может: действующий опытный предприниматель; начинающий предприниматель; человек, который только собирается открыть свое дело; физические лица, индивидуальные предприниматели; бухгалтеры.

Структура услуг и подходы к ценообразованию в области бухгалтерского аутсорсинга могут варьироваться в зависимости от компании-поставщика услуг. Однако, обычно, услуги бухгалтерского аутсорсинга охватывают широкий спектр бухгалтерских операций и финансовых функций.

Общая структура услуг к ценообразованию подразумевают следующее:

- бухгалтерия и финансовое сопровождение (ведение и восстановление бухгалтерского учета, формирование финансовой отчетности, и т.д.);
- кадровое делопроизводство (расчет и начисление заработной платы, подготовка и сдача отчетности в органы статистики, ведение кадрового учета и т.д.);
- налоговое сопровождение (подготовка и представление налоговой отчетности, расчет налоговых обязательств, консультации по налоговым вопросам, разработка оптимальных налоговых стратегий, помощь в соблюдении налогового законодательства и т.д.);
- финансовый анализ (анализ финансовой отчетности, прогнозирование финансовых показателей, разработка стратегии финансового управления и т.д.);
- консультационные услуги (помощь в вопросах финансового управления, обучение персонала по бухгалтерским и налоговым вопросам и т.д.);
- IT-поддержка (использование современных программных решений для учета и отчетности, защита информации и обеспечение конфиденциальности данных и т.д.);
- сопровождение в открытии бизнеса (регистрация ИП или ТОО, помощь в выборе налогового режима и ОКЭД, составление пакета документов и их проверка, открытие расчетного счёта в банке, изготовление печати, рекомендации по сервисам автоматизации бизнеса: онлайн-касса, облачная бухгалтерия, CRM-система и другие, регистрация в информационной системе электронных счетов, регистрация всех необходимых трудовых документов в информационной системе занятости в соответствии с трудовым законодательством Казахстана и т.д.).

Расчёт стоимости аутсорсинга бухгалтерских услуг может зависеть от различных факторов и подходов.

Факторы, влияющие на ценообразование: объем и сложность услуг - более сложные задачи часто требуют более высокой оплаты; объем операций - на ценообразование, основанное на транзакциях, может влиять количество сделок; уровень требуемой экспертизы - специализированные услуги или опыт могут оправдывать более высокую плату; технологии и автоматизация - эффективное использование технологий может влиять на ценообразование, при этом автоматизация может привести к снижению затрат; размер клиента и отрасль - размер и отрасль деятельности клиента могут влиять на цену, при этом крупные клиенты или клиенты, работающие в специализированных отраслях, зачастую платят больше [2].

Подходы к ценообразованию подразделяются на следующие:

- 1) фиксированный ежемесячный платеж: клиент оплачивает фиксированную сумму каждый месяц за определенный объем услуг, этот подход позволяет клиенту планировать бюджет и предсказать расходы;

2) по часам/работе: оплата взимается в зависимости от количества часов, затраченных на выполнение конкретных задач, этот метод может быть полезен, если объем работы непостоянен;

3) по объему услуг: цена зависит от объема бухгалтерских операций, выполняемых для клиента, этот подход обычно включает различные уровни обслуживания с соответствующими ценовыми пакетами;

4) смешанный подход: комбинирование фиксированных платежей и дополнительной оплаты за дополнительные услуги или изменения в объеме работы;

5) услуги "по запросу": клиент оплачивает только те услуги, которые фактически были предоставлены. Этот метод подходит для клиентов, которым необходима ограниченная поддержка.

При выборе поставщика услуг бухгалтерского аутсорсинга важно учитывать не только стоимость, но и опыт, репутацию и качество предоставляемых услуг. Также ценообразование может зависеть от сложности бухгалтерских задач и отрасли, в которой работает клиент [3].

В заключении необходимо отметить, что от правильного выбора оказываемых услуг и подхода к ценообразованию бухгалтерского аутсорсинга будет зависеть качество услуг и ее конкурентоспособность на внутреннем рынке Казахстана, но также и на мировом соответственно, где система взаимоотношений поставщиков и потребителей услуг бухгалтерского аутсорсинга играет огромную роль в становлении ценовой стабильности в экономике.

Список литературы

1. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32304779>
2. <https://uchet.kz/tags/a/outsorsing.html>
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-postroeniya-ucheta-zatrat-i-tsenoobrazovaniya-v-it-outsorsingovoy-kompanii/viewer>

Криптовалютаны есепке алу: отандық және шетел тәжірибесі

Л.А. Темирбекова¹, Д.М. Акашева²

¹Бухгалтерлік есеп және аудит кафедрасының ағы оқытушысы, э.ғ.м.

²«Есеп және аудит» білім беру бағдарламасының 2-ші курс студенті
adiya77@mail.ru, dilnuraakasheva05@gmail.com

^{1,2}Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада криптовалюта халықаралық қаржылық есептілік стандарттарына сәйкес бухгалтерлік есеп объектісі ретінде қарастырылады. Жұмыста криптовалютаның күшті және әлсіз жақтары, криптовалюталарға қатысты бухгалтерлік есептің әртүрлі стандарттары талқыланады. Зерттеудің мақсаты – бухгалтерлік есеп стандарттарына сәйкес криптовалюта анықтамасын анықтау, негіздеу және криптовалюта анықтамаларындағы айырмашылықты көру үшін дамыған елдермен салыстыру. Авторлар халықаралық қаржылық есептілік стандарттарына сәйкес қаржылық есептілікте криптовалюталарды есепке алу тәртібін қарастырады және ұсынады.

Кілт сөздер: криптовалюта, электрондық ақша, актив, қаржылық есептілік халықаралық стандарттары, валюта.

Қазіргі таңдағы экономикадағы жаһандану үрдістерінің және ақпараттық құбылыстардың болуы цифрлық технологиялардың дамуына әкелді. Ақпарат негізгі ресурсқа айналды, цифрлық экономика қалыптасып келеді. Осы дамудың көрінісін қазіргі уақытта криптовалюта деп аталатын «электрондық қолма-қол ақша» сияқты құбылыстың пайда болуында байқауға болады.

Криптовалюта – бұл сандық валюталар, сондай-ақ арнайы төлем жүйесі есепке алуды қамтамсыз ететін есеп айырысу бірліктерінің тобы. Криптовалюта деректер жиыны болып табылғандықтан, оның монета немесе банкнота сияқты материалдық формасы жоқ.

Криптовалюталар адамдар күнделікті қолданатын қарапайым ақшадан ерекшеленетіндіктен, оның бірқатар артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Бірқатар ерекшеліктеріне мыналар кіреді: құпиялылық, қауіпсіздік, инфляциядан тәуелсіздік, бірыңғай басқару орталығының болмауы. Жүйенің деректер базасында адресат туралы ақпарат сақталмайды және адамның жеке деректерін енгізуді талап етпейді. Криптовалюталық аударымдар кезінде делдалдар болмайды және криптографиялық кілт тек жеке тұлғада болады. Сонымен қатар, транзакциялар тез, минималды комиссиямен жүзеге асырылады және банктен алынатын тиісті құжаттарды қажет етпейді. Ал жағымсыз белгілеріне төлемнің қайтарылмауы, жоғары құбылмалық, заңсыз әрекеттерде немесе қаржылық пирамидаларда пайдаланылуы жатады. Адресаттар немесе мекен-жайлар арасындағы криптовалютаны беру процесі делдалдарсыз жүзеге асырылатындықтан, төлем жоқ мекен-жайға жіберілген немесе кілт зиянкестердің қолында болған жағдайларды қоса алғанда, қайтарымсыз. Барлық транзакциялар туралы ақпарат шифрланбайды және жүйенің өзінде ашық түрде қол жетімді.

Енді криптовалютаны объект ретінде анықтаған кезде, бір қарағанда, ол сандық ақшаның бір түрі болғандықтан, криптовалютаны қолма-қол ақша ретінде қарастырған жөн сияқты көрінуі мүмкін. Алайда, оны ҚЕХС (IAS) 7 «Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп» және ҚЕХС (IAS) 32 «Қаржы құралдары: ұсыну» стандарттарында анықтағандай қолма-қол ақшаға балама деп санауға болмайды, өйткені оларды кез-келген тауарға немесе қызметке оңай айырбастаудың мүмкіндігі жоқ [2].

Кейбір ұйымдар сандық валютаны төлем ретінде қабылдағанына қарамастан, көптеген елдерде олар танылмаған және заңды төлем құралы болып есептелінбейді.

Егер талдауға көшетін болсақ, онда ҚЕХС (IAS) 7 ақша қаражаттарының баламаларын «белгілі бір ақша қаражаттарына оңай айырбасталатын және құнның өзгеру қаупіне аз ұшырайтын, қысқа мерзімді жоғары өтімді инвестициялар» ретінде анықтайды [3].

Осыған сүйене отырып, криптовалюта ақша қаражаттарының баламасы бола алмайды деп айтуға болады, өйткені олар бағаның қатты құбылуының әсеріне ұшырайды. Криптовалютаның көптеген түрлері белгілі бір валютаға ғана емес, сонымен қатар асыл тастар мен басқа да пайдалы қазбаларға байланысты. Сондықтан олардың бағасы күн сайын және әр айырбастан кейін айтарлықтай өзгеруі мүмкін. Сондай-ақ ҚЕХС (IAS) 32-де анықталғандай, ол қаржы құралы болып табылмайды, себебі, оларды жай беруге немесе айырбастауға болмайды, криптовалюта шарт түріндегі үлестік құрал ретінде қарастырылмайды.

Белгілі бір жағдайларда және кәсіпорынның тәртіп үлгісінің моделіне байланысты криптовалюта ҚЕХС (IAS) 2 «Қорлар»-ға сәйкес ескерілуі мүмкін. Бұл стандарт тауарлық-материалдық құндылықтарды активтер ретінде анықтайды: әдеттегі қызмет барысында сатуға арналған; өндіріс процесінде немесе қызмет көрсету кезінде тұтынылатын материалдар түрінде; осындай сату үшін өндіріс процесінде.

Мысалы, ұйым оның әдеттегі қызмет барысында криптовалютаны сату үшін сақтаған кезде оны тауарлық-материалдық құндылықтар немесе қорлар ретінде қарастыруға болады. Бұл қорлар ең аз өзіндік құн мен таза сату құны бойынша тануды білдіреді. Алайда, егер компания брокер-трейдер ретінде әрекет етсе – тауарларды басқаларға немесе өз есебінен сатып алса немесе сатса, онда стандарт бойынша оның тауарлық-материалдық құндылықтары сату шығындарын шегергенде әділ құны бойынша бағаланады [2].

Осылайша, кәсіпорынның мақсаты және одан әрі бизнес-моделі жақын арада криптовалютаны сақтамай сату немесе бағаның өзгеруінен пайда болатын кірісті табуда болса, криптовалютаны қорлар ретінде қарастыруға болады.

Сонымен қатар, цифрлық валюталар ҚЕХС (IAS) 38 «Материалдық емес активтер»-ге сәйкес материалдық емес активтер ретінде қарастырылуы мүмкін. Бұл стандарт материалдық

емес активтерді физикалық немесе материалдық формасы жоқ актив ретінде анықтайды. ҚЕХС (IAS) 38 бойынша, шарттық немесе басқа заңды құқықтардан туындаса немесе олардан бөлінсе, онда ол актив ретінде танылады.

Әдетте материалдық емес активтерде ешқандай ауыстырулар немесе толықтырулар болмайды. Соған байланысты, кейінгі шығыстар көпшілігі материалдық емес активтің анықтамасына және осы стандарттағы тану критерийларына сәйкес келмей, қолданыстағы материалдық актив әкелетін болашақ экономикалық пайданы қолдауы мүмкін [2].

Егер батыс және Таяу Шығыс елдерін қарастыратын болсақ, онда криптовалюта барлық жерде әртүрлі көрініс табады. Мысалы, Еуропада виртуалды ақшаның алғашқы анықтамасы 2012 жылы "виртуалды валюта схемалары" деп аталатын Еуропалық Ұлттық банктің есебінде пайда болды. Онда виртуалды ақша, осы ақшаны жасаушыларымен шығаратын және әдетте олармен бақыланатын, реттелмейтін цифрлық ақшаның түрі ретінде анықталды. Мұндай ақшаның физикалық көрінісі жоқ және тек бір сандық ғаламда жұмыс істейді.

АҚШ-та криптовалюта анықтамалары штаттарға байланысты өзгереді. Мысалы, криптовалютаны қолма-қол ақша деп жариялаған алғашқы штат – Вашингтон штаты болды. Калифорния штатында криптовалютамен өзара әрекеттесетін кез келген ұйым коммерциялық қадағалау департаментінен лицензия алуға міндетті. Федералды деңгейде криптовалюта меншік ретінде қарастырылады және криптовалютамен жалақы төлеу кезінде міндетті салық салынады. Бірақ кейбір штаттарда криптовалютамен айналысу үшін арнайы рұқсат алу қажет. Бұл жүйедегі адресаттар туралы мәліметтің сақталмауымен байланысты [4].

Ұлыбританияда 2014 жылға дейінгі криптовалюталар «мақсатты ваучерлер» ретінде қарастырылды және оларды пайдалану негізінде пайда болған мәмілелерден міндетті түрде салық салынады.

Қытайда 2013 жылы криптовалюта тек виртуалды тауар ретінде қарастырылды. Ол заңды ақша төлем құралы болмағандықтан, банктер мен биржаларға кез-келген криптовалютаны юаньға айырбастауға тыйым салынды. Алайда, бұл Қытайдағы цифрлық сектордың дамуына кедергі болған жоқ. 2017 жылғы 4 қыркүйекте Қытайдың Орталық Банкі криптовалюта шығаруға негізделген жобаларына инвестиция тарту мақсатында кез келген операцияны жүргізуге тыйым салды және оларды заңсыз деп таныды. Сондай-ақ, криптовалютамен айналысқан барлық қытай биржаларына жаңа пайдаланушыларды тіркеуге тыйым салынды.

Канадада криптовалюталар AASB (Auditing and Assurance Standards Board) стандарттары бойынша қарастырылады. AASB-ға сәйкес, криптовалюта қолма-қол ақшаның анықтамасына сәйкес келмейді, өйткені ол төлем құралы ретінде кеңінен танылмады және оны Орталық банк шығармайды; бұл қаржы құралы емес, себебі бір жақтың қаржылық активтінің пайда болуына әкелетін және екінші жақтың қаржылық міндеттемелердің пайда болуына әкелетін келісімшарттық қатынастар жоқ. Бірақ материалдық емес актив ретінде қарастырылады, өйткені оның физикалық формасы жоқ [5].

Жапонияда Жапонияның бухгалтерлік есеп стандарттары Кеңесі (ASBJ) жапондық GAAP шеңберінде "төлем қызметтері туралы Заңға сәйкес виртуалды валюталарды есепке алудың практикалық шешімін" жариялады. Бұл стандартта активтердің әлеуетті санаттарын қарастыра отырып, кеңес криптовалютаға сәйкес келетін актив категориясы жоқ деген қорытындыға келді және криптовалюта активтердің тәуелсіз категориясы болып табылатының көрсетті. Сонымен қатар, «төлем қызметтері туралы Заң» виртуалды валюталарды электронды деректерді өңдеу жүйесін қолдана отырып беріле алатын және төлем құралы ретінде белгісіз жақтарға қарсы қолданылатын мүлік ретінде қарастырылады.

Төменде өзге де шет елдердегі криптовалютаның құқықтық реттелуін, анықтамаларын, айналым тәртібін кестеге жинақтауды жөн көрдік.

Кесте 1

Шетел елдердегі криптовалютаның айналым тәртібі

Ел	Криптовалюталардың айналым тәртібі
Хорватия	Криптовалюталық сауда қаржылық операция болып саналады және осы сауданың нәтижесінде алынған, капитал өсіміне негізделген, табысқа салық салынады, өйткені бұл сатып алу-сатуға негізделген табыс ақша нарығының құралдарына балама.
Египет	Бұл елдегі криптовалютаға Орталық Египет банкі тыйым салады. Олар кез-келген криптовалюталық қаржылық операцияларды алаяқтық әрекеттің бөлігі ретінде қарастырады. Сондай-ақ, осындай әрекеттерге жеке тұлғалар, компаниялар және цифрлық платформалар арқылы жұмыс істеу де жатады. Египет нарығында криптовалютамен жұмыс істеуге лицензия ешқашан берілмеген. Осыны, криптовалютаны ешқандай орталық банктерінің бірі шығармайтындықтан, пайдаланушының құқығы бұзылған жағдайда жауапқа тарту мүмкіндігінің жоқтығымен байланыстырады.
Германия	2015 жылы Еуропалық сот қарапайым валюталарды виртуалды валюта бірліктеріне айырбастауды ақылы қызмет деп қарастыруды шешті. Сонымен қатар, сот шешімінің принциптеріне салық режимімен тікелей байланысты жалпы ережелер қосылуы мүмкін. Виртуалды валюталар, биткоиндер сияқты, бизнес мүшелері арасындағы келісімшарттық тікелей төлем құралы ретінде қабылданады және олар төлем құралы ретінде пайдаланудан басқа мақсатта қызмет етпейді.
Норвегия	Криптовалюта валюта ретінде танылмайды, бірақ сату немесе сатып алу операциялары кезінде капитал ретінде қарастырылады және оған салық салынады.
Израиль	Израиль Банкі виртуалды валюталарды нақты валюта ретінде мойындамайды, бірақ салық басқармасы валютаны "виртуальды төлем құралы" ретінде қарастыруды және салық салуды ұсынды.
Сингапур	2014 жылдың басында Сингапурдың салық органдары биткоиндік операцияларды тауарлар мен қызметтерге салық салынатын операциялар ретінде қарастырды. Бұл криптовалютаны тауарлармен теңестіреді, сонымен қатар криптовалюта төлем құралы болып табылады. Төлем токени материалдық емес мүлік ретінде танылады. Демек, төлем токендерін тауар немесе қызметтердің төлемі ретінде пайдалануға байланысты операциялар бартерлік сауда ретінде қарастырылады және тауарлардың немесе қызметтердің құны транзакция құны жасалған кезде ғана анықталуы керек.
Польша	2018 жылғы 1 наурыздағы қылмыстық табыстарды жылыстату және терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл туралы заң қабылданды. Осы Заңға сәйкес, криптовалюта – бұл сандық құндылық және ол Ұлттық банк немесе басқа басқару органдары шығарған заңды құрал, халықаралық ұйымдар құрған халықаралық есеп айырысу бірлігі болып келмейді.
Швеция	Криптовалютаның ең танымал түрлерінің бірі биткоин өзіндік заңнамасына ие болды. Швецияның заңнамасында биткоин шығарудан түскен табыс хобби қызметі ретінде танылды және оған табыс салығы салынбады. Алайда, белгілі бір жағдайларда (жылына 25-тен көп биткоин алуға болатын кезде) табысқа салық салынды.
Ескерту: [6] Әдебиет негізінде автормен жасақталған	

Әр түрлі елдердегі криптовалюталардың айналым тәртібін салыстыра отырып, цифрлық валютаны анықтаудың бірыңғай критерийі жоқ екенін байқауға болады. Бірнеше елдер криптовалютаны әділ құны бойынша ескереді және пайда мен залал құрамындағы кез келген өзгерістерді көрсетуді ұсынады. Ал басқалары криптовалюталарды қаржылық мәмілелер мен

басқа операцияларды жасасу кезінде өзін тиімді көрсететін төлем құралы ретінде бағалайды. Бірақ егер ASB-ге сүйеніп, ҚЕХС-ы ескерілетін болса, онда виртуалды ақша материалдық емес активтер ретінде анықталуы мүмкін.

Жоғары жазылғанға сүйене отырып, криптовалюта материалдық емес активтерге жатқызылғаны дұрыс деп санаймыз, өйткені, криптовалюта ұстаушыдан бөлініп, сатылуы немесе басқа тұлғаға берілуі мүмкін. Осы жерде, ҚЕХС (IAS) 21-ге сәйкес ұстаушыға ақша бірліктерінің белгіленген мөлшерін алуға тыйым салынады.

Әдебиеттер тізімі

1. А.П. Алексеенко Правовое регулирование использования криптовалюты: опыт иностранных государств // <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-ispolzovaniya-kriptoalyuty-opyt-inostrannyh-gosudarstv/viewer>
2. International Financial Reporting Standards // <https://www.ifrs.org/>
3. Accounting for cryptocurrencies // Association of Chartered Certified Accountants // <https://www.accaglobal.com/gb/en.html>
4. Т.Ы. Зыкова Практика применения криптовалют в зарубежных странах // <https://cyberleninka.ru/article/n/praktika-primeneniya-kriptoalyut-v-zarubezhnyh-stranah/viewer>
5. Tetiana Yatsyk Methodology of financial accounting of cryptocurrencies according to the IFRS // https://eujem.cz/wp-content/uploads/2018/eujem_2018_4_6/eujem.pdf#page=53
6. The Law Library of Congress Regulation of Cryptocurrency Around the World: November Update 2021 // <https://www.loc.gov/item/2021687419/>
7. Marta, Poskart Robert: Cryptocurrency Perception Within Countries: A Comparative Analysis, European Research Studies Journal, University of Piraeus, International Strategic Management Association // <https://repo.uni.opole.pl/info/article/UObc9bc5b009614270adb80acd2a3304b4>
8. Гузов Ю.Н., Золочевская В.К. Учет и аудит цифровых финансовых активов // Международный научно-практический журнал «Аудит» - 2021
9. John Carney, Chloe Fischetti Valuing and accounting for cryptocurrency // <https://www.accountingtoday.com/opinion/valuing-and-accounting-for-cryptocurrency-assets-and-liabilities>
10. Arvind Narayanan, Joseph Bonneau, Edward Felten, Andrew Miller «Bitcoin and cryptocurrency Technologies» – Princeton University, 2016

Влияние цифровой экономики на бухгалтерский учет

В.А. Ткачук¹, М.Е.Ленякова², Г.А.Шакирова³,

¹студент 4-го года обучения по специальности «Учет и аудит» ² студент 4-го года обучения по специальности «Учет и аудит»

³м.э.н., ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета

valya.tkachuk.02.12@mail.ru, marinalenyakova@gmail.com, gulia72.kargu@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: Влияние цифровой экономики на бухгалтерский учет является актуальной темой в современном бизнесе.

Цифровизация процессов ведения бухгалтерского учета приводит к изменениям в методах и принципах учета выручки от реализации продукции. В статье рассматривается влияние цифровых технологий на процессы учета выручки, включая автоматизацию бухгалтерских операций, использование электронных документов и систем электронного документооборота, анализ больших данных для оптимизации ценообразования и управления дебиторской задолженностью. Также освещаются изменения во внутренних контрольных

процедурах и методах оценки системы бухгалтерского учета под воздействием цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика, бухгалтерский учет, риски, экономика

Характерной особенностью современной социально-экономической среды является глобальная информатизация, которая проявляется как в динамичном развитии информационно-коммуникационных технологий, так и в превращении информации в стратегический ресурс для полноценного функционирования любых, в первую очередь, экономических субъектов в турбулентно изменяющемся мире.

Цифровая экономика – это экономика, в которой цифровые технологии играют ключевую роль в производстве, обработке, передаче и использовании информации. Она представляет собой сектор экономики, основанный на использовании информационных и коммуникационных технологий для обработки и передачи данных.

В цифровой экономике информация имеет ценность и является основным ресурсом для создания и реализации продуктов и услуг. Цифровые технологии, такие как интернет, искусственный интеллект, большие данные, облачные вычисления, блокчейн и интернет вещей, использование которых становится все более широко распространенным, позволяют эффективно использовать информацию и повышать производительность различных отраслей экономики.[1]

Цифровая экономика приводит к изменению традиционных бизнес-моделей, созданию новых продуктов и услуг, улучшению процессов предоставления услуг, а также инновационному развитию экономики в целом. Она также имеет глобальный характер и создает возможности для расширения международной торговли и сотрудничества.

Изменения в системе бухгалтерского учета в современных условиях связаны с целым рядом факторов и причин. На протяжении нескольких последних десятилетий многими учеными и практиками отмечается ряд проблем, связанных со снижением функциональности учета и ценности информации финансовой отчетности для ключевых групп стейкхолдеров.

Цифровая экономика оказывает значительное влияние на бухгалтерский учет, изменяя традиционные методы и процессы. Она предоставляет новые инструменты и технологии, которые упрощают и автоматизируют учетные операции, улучшая точность и эффективность финансового управления.[2]

Одним из основных изменений, которые вносит цифровая экономика, является переход от ручного ведения бухгалтерии к использованию специализированных программ и систем учета. Это позволяет автоматизировать процессы учета доходов и расходов, управления счетами, составления отчетности и анализа финансовых данных. Благодаря этому уменьшается вероятность ошибок и ускоряется обработка информации.

Другим важным аспектом цифровой экономики для бухгалтерского учета является возможность использования облачных технологий. Это позволяет хранить и обрабатывать большие объемы данных в удаленных центрах обработки информации, что улучшает доступность и безопасность хранения финансовой информации.

Также цифровая экономика предоставляет новые инструменты для анализа данных, такие как big data и машинное обучение. Это позволяет более точно прогнозировать финансовые показатели, выявлять тенденции и паттерны в данных, что помогает принимать более обоснованные решения в управлении финансами.

Таким образом, цифровая экономика значительно изменяет подход к бухгалтерскому учету, делая его более эффективным, точным и адаптивным к современным условиям. Внедрение новых технологий и методов работы становится необходимостью для компаний, желающих оставаться конкурентоспособными в условиях цифровой экономики.

Преимущества влияния цифровой экономики на бухгалтерский учет:

1. Автоматизация процессов: Цифровая экономика позволяет автоматизировать множество бухгалтерских операций, таких как запись и анализ финансовых данных, составление отчетов и т. д. Это упрощает и ускоряет процесс ведения бухгалтерии.

2. Уменьшение рисков ошибок: Автоматизация процессов также позволяет снизить вероятность ошибок, связанных с ручным вводом данных. Это повышает точность и надежность бухгалтерской информации.

3. Увеличение эффективности: Цифровая экономика позволяет бухгалтерии работать более эффективно, уменьшая временные затраты на выполнение задач и упрощая процессы обработки данных.

4. Улучшение доступности: Благодаря цифровым инструментам, бухгалтерская информация становится доступной в любое время и из любого места. Это упрощает коммуникацию и взаимодействие с другими отделами и сторонами.

Недостатки влияния цифровой экономики на бухгалтерский учет:

1. Сложность внедрения: Внедрение цифровых систем и технологий в бухгалтерию может быть сложным и требовать значительных временных и финансовых затрат. Необходимо обеспечить обучение персонала и поддержку системы.

2. Угроза безопасности: Цифровая экономика представляет риски в области кибербезопасности, такие как хакерские атаки и утечки данных. Необходимо принять меры для защиты конфиденциальности и целостности бухгалтерской информации.

3. Зависимость от технических систем: В случае сбоев или отказа технических систем, ведение бухгалтерии может быть нарушено или стать недоступным. Это может привести к задержкам или потере данных.

4. Необходимость постоянного обновления: В связи с быстрым развитием технологий в цифровой экономике, бухгалтерские системы также требуют постоянного обновления и модернизации, чтобы соответствовать новым требованиям и стандартам. Это может повлечь дополнительные расходы.

Цифровая экономика вносит в бухгалтерский учёт трансформацию, несравнимую с экономическими эпохами. В процессе рассмотрения влияния цифровых технологий на бухгалтерский учет мы наблюдаем, как инновации меняют традиционную практику и открывают новые горизонты эффективности.

Бухгалтеры и финансовые профессионалы должны адаптироваться к этим переменам, инвестировать в обучение новым технологиям и постоянно совершенствовать системы безопасности. Интеграция цифровых инноваций требует не только изменений в технологической сфере, но и пересмотра корпоративной культуры, чтобы внедрить эффективные стратегии и поддержать устойчивое развитие.[3]

Таким образом, можно сделать вывод, что цифровая экономика оказывает значительное влияние на бухгалтерский учет. Она существенно упрощает процессы ведения финансовой отчетности, позволяет автоматизировать многие задачи, улучшает точность и надежность данных, а также повышает эффективность работы бухгалтеров. Однако, необходимо учитывать риски и вызовы, которые сопутствуют цифровой экономике, такие как угрозы кибербезопасности и необходимость непрерывного обучения персонала. В целом, цифровая экономика стала неотъемлемой частью бухгалтерского учета и требует постоянного развития и адаптации для обеспечения эффективного управления финансовыми процессами в современном мире.

Список литературы

1. Борисов, К. Цифровые финансы – настоящее или будущее /К.Борисов // Курс. – 2016. -

№17. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kursn.ru/rubrics/finansyi/tsifrovyie-finansyi-nastoyashhee-ilibudushhee.html> (Дата обращения 2.02.2018)

2. Валентин Катасонов: Цифровые финансы – преступное орудие глобализаторов [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <https://mail.google.com/mail/#inbox/161373b12f964513?projector=1&messagePar tId=0>.

Механизм учета операций аренды в соответствии с МСФО (IFRS) 16

Ж.К. Туребаева¹, З.М. Кененбаева²

¹К.э.н., старший преподаватель сектора «Бизнес, управления и сферы обслуживания»

²Старший преподаватель сектора «Бизнес, управления и сферы обслуживания»

turbavaz@mail.ru, zukhra_m_k@mail.ru

Университет «Мирас», г. Шымкент

Аннотация: В современной экономике арендные операции постоянно развиваются и выходят на новый уровень, а специфика заключается в участии нескольких участников, сроке аренды, а также особенностях арендуемого имущества. В статье рассматриваются механизмы учета операций аренды в соответствии с МСФО 16, этапы бизнес-процессов арендной сделки, алгоритм формирования финансового результата у арендодателя.

Ключевые слова: аренда, операционная аренда, финансовый доход, лизинг, МСФО, бизнес-процессы.

Вхождение Республики Казахстан, в мировую экономическую систему, привело к пересмотру и созданию системы бухгалтерского учета и отчетности, согласно Международным стандартам финансовой отчетности (МСФО), которое после привело к реформам в рыночной экономике.

С переходом, в новую систему бухгалтерского учета и отчетности, учет арендных операций стал более достоверным. Но процедуры бухгалтерского учета по арендным операциям, не полностью удовлетворяют информационную достоверность для потенциальных клиентов или инвесторов.

Несмотря на реорганизацию и пересмотр бухгалтерской отчетности, в соответствии с МСФО, правила учета арендных операций полностью не адаптированы международным стандартам и требованиям.

Несмотря на простоту учета лизинговых операций, формирование методологии учета лизинговых операций в соответствии с законодательством Казахстана, разработка международных стандартов МСФО является актуальной задачей.

Экономическое значение механизма лизинговых отношений с точки зрения МСФО заключается в том, что лизингодатель финансирует хозяйственную деятельность лизингополучателя.

Арендодатель, оставаясь собственником имущественного капитала, становится вкладчиком в активы, на долгосрочную перспективу, имея при этом финансовую прибыль в виде арендных платежей по обязательствам договора об аренде арендатором.

Арендатор в свою очередь, по истечению арендного договора, становится владельцем арендуемого имущества, не имея при этом, свободных финансовых средств, но занимающийся предпринимательством [1].

Несмотря на то, что по договору аренду, существуют конкретные участники, арендной операции, не следует забывать о косвенных участниках финансового лизинга, которые в свою очередь, существенно влияют на качество реализуемого механизма финансовой аренды.

По процедуре МСФО (IFRS) 16 «Аренда», бухгалтерская информация доступна всем участвующим арендаторам. Схема процесса финансового лизинга, с учетом и в соответствии с МСФО, выглядит следующим образом (рисунок 1).

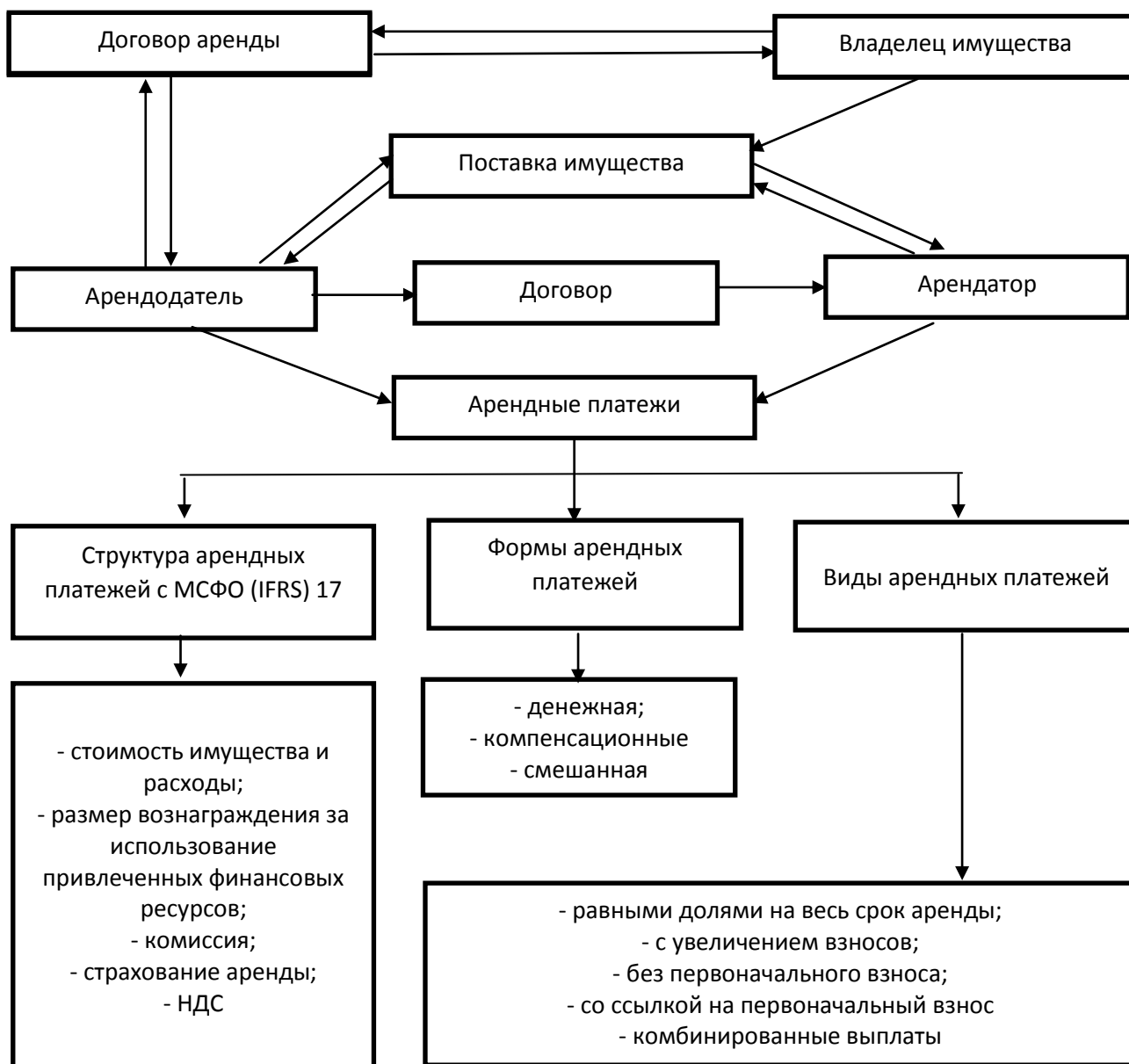


Рисунок 1. Механизм реализации арендных отношений в бухгалтерском учете
Примечание – Составлено автором на основе изученных материалов

Так же на сегодняшний день, очень актуален вопрос финансовой аренды. Это важно для сферы инвестиций и развития национальной экономики в целом. Финансовая аренда одна из выгодных форм приобретения, при дефиците долгосрочных активов, в соответствии современным реалиям развития научно-технического развития и уровня.

На современном этапе развития бухгалтерского учета, и адаптация международной практики в соответствии с МСФО, методы оценки применительно к лизинговым операциям значительно расширились и усовершенствовались. На сегодняшний день рекомендуется использовать метод последующей оценки лизинговых операций, основанное на пересчете суммы дебиторской и кредиторской задолженности при эффективной процентной ставке [2].

В соответствии с требованиями МСФО (IFRS) 16 внедрение механизма финансового лизинга, предполагающего приобретение основных средств в инвестиционных целях, может осуществляться в три основных этапа, которые, на наш взгляд, объединяют бизнес-процессы финансового лизинга (рисунок 2).

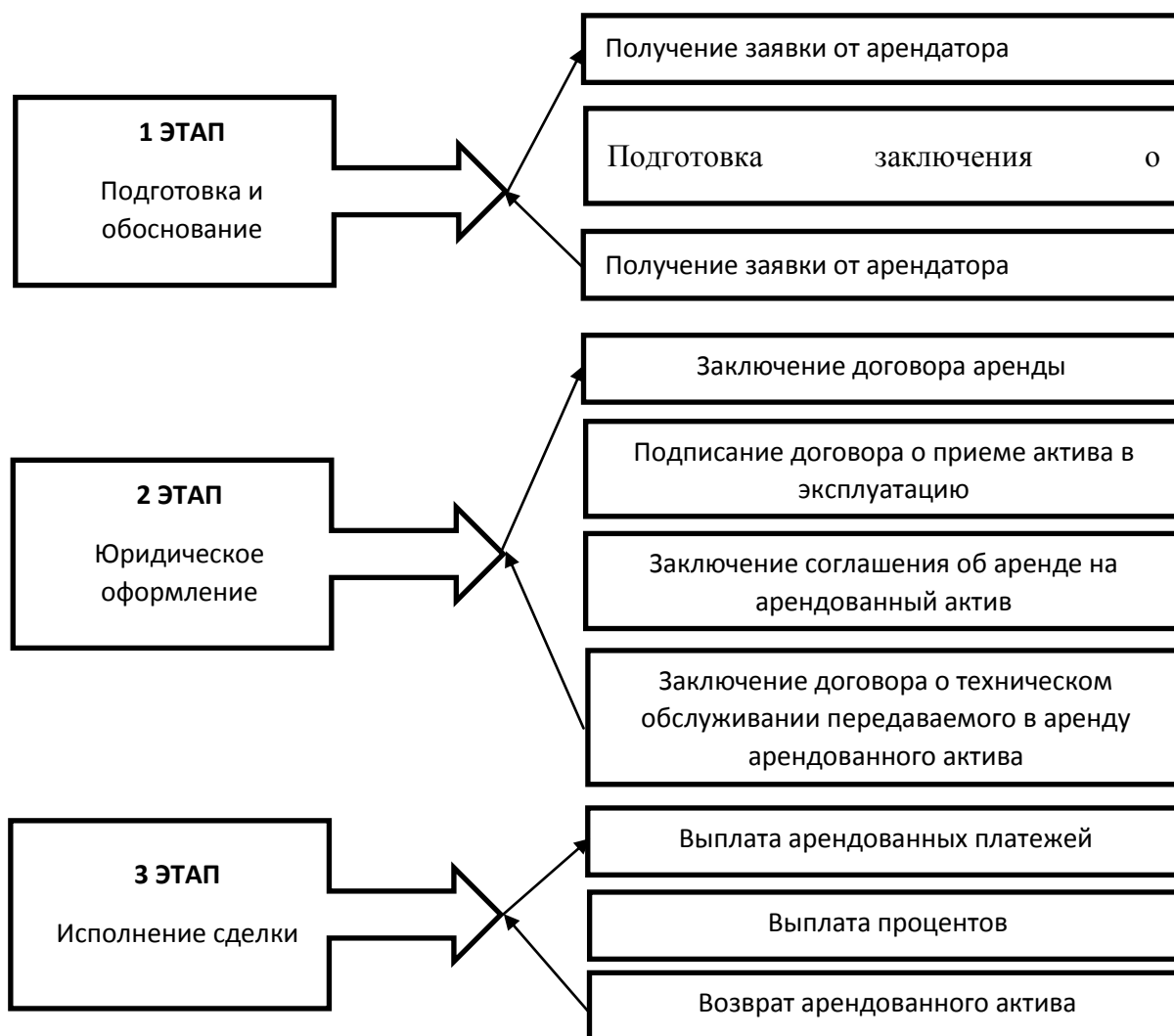


Рисунок 2. Этапы бизнес-процессов арендной сделки

Примечание – Составлено автором на основе изученных материалов

МСФО (IAS) 16 определяет лизинг следующим образом: «Аренда - это согласие, по которой арендодатели дают арендаторам права на использование активов во время согласованных и определенных периодов времени для изменения платежей или нескольких платежей». То есть, если у кого-то есть нежелательный актив и кто-то хочет использовать его, не покупая, он может сдать его в аренду. В этом случае выигрывают обе стороны сделки:

- арендодатель получает денежные потоки, сохраняя за собой право собственности на актив или право распоряжаться им по истечении сроков договора аренды;
- у арендаторов есть возможность использовать актив, не покупая его.

МСФО (IFRS) 16 различает два типа аренды: финансовую и операционную. Классификация аренды основана на разделении прав собственности и выгод от активов между арендодателями и арендаторами.

Финансовая аренда характеризуется, как аренда с последующим выкупом, лизинг. При операционной аренде договор не предусматривает риски и преимущества дальнейшего владения.

МСФО (IFRS) 16 всегда используется для объяснения принципа, согласно которому экономическая сущность операции имеет приоритет над ее юридической формой, поскольку

классификация аренды как финансовой или операционной аренды является договорной формой, а не сущностью операции [3].

Итак, после окончания срока договора финансовой аренды, арендатор должен выплатить арендодателю полную стоимость, арендованного имущественного капитала, по отчетности дебиторской задолженности.

В соответствии с вышеизложенным, мы предлагаем Схему учета аренды у арендодателя в соответствии с МСФО (IFRS) 16 (рисунок 3).



Рисунок 3.Схема учета аренды у арендодателя в соответствии с МСФО (IFRS) 16
Примечание – Составлено автором на основе изученных материалов

В соответствии с МСФО при заключении договора финансовой аренды арендатор должен отразить в своем балансе как минимум две стоимости полученных активов и обязательств: справедливую или высчитанную оплату при минимальном арендном платеже [4].

В этой практике четко прописан механизм соотношения доходов и расходов: чем выше затраты, тем выше их доходы.

Таким образом, чем больше сумма кредита, тем ниже процентные ставки. В национальной практике бухгалтерского учета, если арендованный актив по финансовой аренде отражается в балансе арендатора, стоимость приобретенного актива и обязательства по аренде изначально показываются в фактических суммах всего будущего платежа по аренде у арендатора. В таком случае проценты, которые положены начисляться на сумму, не начисляются.

Финансовый доход признается арендодателем на основе фиксированного дохода от безвозвратных чистых инвестиций в финансовую аренду с учетом суммы финансирования или аренды в соответствии с графиком арендных платежей, установленным в соглашении. На основе данной методологии был разработан алгоритм формирования финансовых результатов лизингодателя (рисунок 4).



Рисунок 4. Алгоритм формирования финансового результата у арендодателя
Примечание – Составлено автором на основе изученных материалов

Как показывает практика и методология бухгалтерского учета, при возникновении арендных отношений, бухгалтерская отчетность, представленная арендодателем, становится открытым, так как в своей отчетности он раскрывает, как сумму основного обязательства по аренде, так и процентные ставки по обязательным платежам.

Алгоритм формирования финансового результата у арендодателя, представленный выше, поможет арендодателю точно отразить свои доходы и затраты, что в последствии поможет не допустить ошибок при определении налоговой базы, и раскрыть достоверную информацию в финансовых отчетах предприятия.

Список литературы

1. Садиева А.С., Шахарова А.Е., Сагиндыкова Г.М. Бухгалтерский учет и аудит: Учебное пособие. Алматы: ТОО «Издательство LEM», 2016. -384 с
2. Проскурина В.П. Бухгалтерские проводки (2020 год). - Алматы: Издательство «LEM», 2020. - 316с.
3. Слабинская И.А., Усть-Кочкинцева Т.А. Особенности учета аренды основных средств в коммерческих организациях. Белгородский экономический вестник. 2019;(1):152–159.
4. Алексева Г.И. Учет аренды в условиях стандартизации бухгалтерского учета как методологии развития учетно-контрольных процессов. Международный бухгалтерский учет. 2019;22(4):379–392.

Дистанционная работа как тренд цифровой экономики

Ж.Т.Хишаева

к.э.н., ассоциированный профессор кафедры бухгалтерский учет и аудит

Zhanat-t2007@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье раскрыта сущность дистанционной работы, ее основные преимущества и недостатки, анализируются тенденции развития дистанционной работы в Казахстане.

Ключевые слова: дистанционная работа, занятость населения, организация труда, рынок труда, цифровая экономика.

Распространение новых форм занятости являются по существу основной тенденцией в развитии социально-трудовых отношений. Переход к цифровой экономике, которая продолжает формироваться на стыке изменений в коммуникационных технологиях и в мотивации трудового поведения людей, обуславливает существенные трансформации трудовых отношений, а именно, к появлению «дистанционной работы», которая является частью процесса децентрализации трудовой деятельности во времени и пространстве, т.е. процесса формирования гибкого рынка труда.

Большинство мировых HR экспертов отмечают, что дистанционная занятость - глобальный тренд на рынке труда [1].

По данным Международной организации труда и Европейского фонда по улучшению условий жизни и труда, США является мировым лидером по количеству удаленных сотрудников - около 37 %, в Евросоюзе таких работников 17% [2].

Начало формированию научной концепции дистанционной работы и практике ее использования было положено американским ученым Джек Ниллесом. В 1972 году он высказал идею о возможности дистанционной организации трудовой деятельности, где коммуникации между сотрудниками осуществляются при помощи телефона. В дальнейшем развитием концепции телеработы занимались Джил Гордон, Дэвид Флеминг и другие [3].

В 1980-е годы в ряде европейских государств (во Франции, Швеции, Швейцарии и т.д.) по инициативе муниципалитетов были профинансированы проекты по развитию телеработы в телекоммуникационных центрах. Такие проекты преследовали следующие цели: сократить потери времени и затраты на бензин, связанные с поездками на работу. Кроме того, они внедрялись с целями экономии расходов на содержание офисов, создания благоприятных условий труда, улучшения трудовой жизни для сотрудников и в конечном итоге - повышения производительности труда. Идеи удаленной работы продолжали развиваться в 1990-е годы как в Америке, так и в странах Евросоюза [3].

Согласно пункту 55-2 статьи 1 Трудового кодекса РК «Дистанционная работа - это осуществление трудового процесса вне места нахождения работодателя, принимающей стороны и их объектов с применением в процессе трудовой деятельности информационно-коммуникационных технологий» [4].

Преимущество и недостатки дистанционной работы систематизированы в таблице 1.

Таблица 1

Преимущество и недостатки дистанционной работы

Преимущество для работодателя	Преимущество для работника
1. Экономия расходов, возникающих на работе в офисе	1. Улучшение баланса между работой и личной жизнью
2. Возможность подбора специалиста в нужной сфере	2. Трудоустойство без привязки к месту нахождения работодателя
3. Возможность подбора специалиста нужной квалификации	3. Возможность выполнять работу в удобное для себя время

4. Сохранение занятости работников при неблагоприятном положении фирмы	4. Возможность работать в нескольких работах 5. Экономия на расходах (проезд, дресс-код и т.д.) 6. Возможность параллельно делать личные, домашние дела
Недостатки для работодателя	Недостатки для работника
1. Риски срыва сроков 2. Риски связанные с качеством выполненной работы 3. Отсутствие возможности оперативно использовать дистанционного работника 4. Трудность контроля и управления	1. Наличие отвлекающих факторов в работе в домашних условиях 2. Отсутствие границ рабочего времени 3. Недостаток личного общения с коллегами 4. Необходимость организации рабочего места в домашних условиях 5. В случае сбоя интернет-соединения работник не сможет вовремя получить задание и отправить в срок выполненную работу
Примечание – Составлено автором по данным источников [3; 5]	

В данное время дистанционная работа в Казахстане регулируется статей 138 Трудового кодекса РК [4].

На фоне пандемии COVID-19 и карантинных ограничений вопросы дистанционной работы в Казахстане приобрели особую актуальность. COVID-19 послужил причиной процессов трансформации на рынке труда. Многие работодатели перевели сотрудников на дистанционную работу и неполную занятость. Согласно газеты «МК-Казахстан», в Казахстане за 2020 год число сотрудников, работающих дистанционно, выросло в 100 раз - с 60000 до 6000000 чел. [6].

В Казахстане в 2022 году от всего занятого населения 0,42% работали дистанционно, что на 0,19% меньше чем, в 2021 году. В 2022 году по сравнению с 2021 годом наблюдается рост дистанционно занятых в Мангистауской, Туркестанской, Восточно-Казахстанской областях и в г. Астана, а в остальных областях и городах республиканского значения наблюдается сокращение (Таблица 2).

Таблица 2

Дистанционная занятость по регионам Казахстана за 2021-2022 годы, чел.

Регионы	2021 год		2022 год	
	Занятое население, всего	Дистанционно занятое население	Занятое население, всего	Дистанционно занятое население
Республика Казахстан	8 807 113	53 793	8 971 539	37 966
Область Абай	-	-	287 096	1 979
Акмолинская область	397 040	2 605	421 377	738
Актюбинская область	419 795	1 496	424 700	140
Алматинская область	972 990	9 438	697 679	2 650
Атырауская область	317 739	2 814	326 683	790
Западно-Казахстанская область	322 262	1 789	330 922	259

Жамбылская область	502 660	3 068	539 517	2 589
Область Жетісу	-	-	319 714	1 225
Карагандинская область	643 356	7 451	534 829	3 736
Костанайская область	475 216	1 659	453 848	839
Кызылординская область	330 079	1 270	330 133	272
Мангистауская область	331 672	2 015	332 712	4 705
Павлодарская область	383 735	613	384 185	471
Северо-Казахстанская область	287 250	1 100	279 078	211
Туркестанская область	777 623	2 135	792 167	6 055
Область Ұлытау	-	-	100 859	294
Восточно-Казахстанская область	668 307	181	366 507	1 370
г. Астана	580 298	4 010	625 512	5 912
г. Алматы	982 774	9 426	997 963	1 918
г. Шымкент	414 317	2 723	426 058	1 813
Примечание – Составлено и рассчитано автором по данным Бюро национальной статистики РК [7; 8]				

В целом, можно констатировать, что прецедент, созданный на казахстанском рынке труда в период пандемии COVID-19, заложил основу для новых тенденций - распространения практики дистанционной работы в Казахстане и развития гибких форм организации труда.

Дистанционная работа имеет огромный потенциал для своего дальнейшего развития, поскольку происходящие политические, экономические и социальные процессы в обществе требуют от нас соответствующей реакции на изменения внешней среды, оптимизации использования человеческих ресурсов. Дистанционная работа позволяет решить транспортные проблемы крупных городов, проблемы занятости населения сельских районов, снизить нагрузку на транспортную инфраструктуру, улучшить экологическую обстановку и т.д. Следует отметить, что те работодатели, которые смогут предлагать потенциальным сотрудникам выгодные условия на дистанционной работе, получают серьезное конкурентное преимущество.

Список литературы

1. Васильева Ю.В., & Шуралева С.В. Дистанционная работа: новые возможности для российского бизнеса. // Экономика и предпринимательство. -2015. -№2. -С. 121-135.
2. Брюхина Е.Р. Дистанционная (удаленная) работа как цифровой сегмент рынка труда: проблемы и перспективы. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Право. -2021. -№1 (44). -С. 80-89.
3. Носырева И.Г., Белобородова Н.А. Исследование компетенций сотрудников, находящихся на удаленной занятости // Экономика труда. -2022. -Том 9. -№3. -С. 605-622. – doi: [10.18334/et.9.3.114442](https://doi.org/10.18334/et.9.3.114442).

4. Трудовой кодекс РК от 23 ноября 2015 года №414-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.09.2023г.)

5. Прохорова М.П., Лебедева Т.Е., Седых Д.В., Седых И.В. Удаленная занятость в России: состояние и перспективы. // Московский экономический журнал. -2020. -№4. -С. 460-466. DOI 10.24411/2413-046X-2020-10216

6.<https://mk-kz.kz/social/2021/03/17/v-kazakhstane-v-sto-raz-vozroslo-chislo-lyudey-rabotayushhikh-udalenno.html>

7. Основные индикаторы рынка труда в Республике Казахстан. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК, 2021г.

8. Основные индикаторы рынка труда в Республике Казахстан. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК, 2022г.

Материалды емес актив ретіндегі криптовалюта есебінің ерекшеліктері

Шакеев С.С.

Бухгалтерлік есеп және аудит кафедрасының профессоры, э.ғ.к., доцент

Sayan.79@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада автор қаржылық есептіліктің халықаралық стандарттарына сәйкес криптовалютаның есебін қарастырды. Мақаланың негізгі міндеті материалдық емес активтерді есепке алу тұрғысынан криптовалюта есебін ашу. Мақалада бастапқы, кейінгі бағалау және криптовалютаның шығуын есепке алу қарастырылады.

Кілт сөздер: криптовалюта, сандық ақшалар, материалды емес активтер, қаржылық салымдар, активтер.

Криптовалютаның танымалдылығының артуына байланысты бухгалтерлік есеп саласында, яғни криптовалютаны есепке алу саласында көбірек сұрақтар туындайды. Криптовалюта қаржы әлеміндегі жетекші орындардың бірін сенімді түрде ала бастады.

Wikipedia.org дереккөзіне сай, «Криптовалюта – ішкі есеп айырысу бірліктерін есепке алуды толық автоматты режимде жұмыс істейтін орталықтандырылмаған төлем жүйесі қамтамасыз ететін сандық валютаның бір түрі. Өзалдына криптовалютаның арнайы материалдық немесе электронды форма жоқ [1].

По данным <https://coinmarketcap.com/> деректері бойынша әлемде криптовалютаның 9000 астам түрлері бар, олардың ішінде ең танымалылары: Bitcoin – блокчейн көмегімен құрылған ең бірінші криптовалюта және Ethereum – капиталдандыру деңгейі бойынша әлемдегі алдыңғы қатардағы криптовалюталардың бірі [2].

ҚЕХС сәйкес криптовалюта есебі. 2019 маусым айында ҚЕХС түсіндіру бойынша комитет (IFRIC) криптовалюта есебі бойынша шешім қабылдады, бұл шешімге сай криптовалюта 38 «Материалды емес актив» ҚЕХС (IAS) стандартына сай материалды емес активтің анықтамасына сай келеді [3].

38 «Материалды емес актив» ҚЕХС (IAS) стандартына сай, Материалды емес актив – бұл физикалық формасы жоқ бірегейлендірілмеген монетарлы емес актив. Жоғарыда айтылғандай криптовалютаның физикалық формасы жоқ [4].

Компания материалды емес активті егер ол материалды емес активтің келесі тану белгілеріне сай келсе тануы керек:

- бірегейлендіру болса;
- ресурстарды бақылау болса;
- болашақ экономикалық пайда әкелсе.

Материалды емес активтердің тану белгісіне сай, актив бірегейлендірілген болуы керек, яғни:

- оны компаниядан бөлек алып шығуға болады, сатуға, басқа біреуге беруге, оған лицензия алуға, жалға беруге немесе айырбастауға; немесе
- ол келісім шарттық немесе басқада заңдық құқықтан пайда болады.

Криптовалютаға қатысты, бірінші тану белгісі, бірегейлендіру сәйкес келеді, яғни біз оны сатамыз, сатып аламыз, сыйға тартамыз немесе айырбастай аламыз. Бірақ екінші белгі қолданылмайды, өйткені криптовалютаны сатып алу және сату кезінде бізде келісімшарттық немесе басқа заңды құқықтар жоқ.

Екінші тану белгісі – бақылау. Компания материалдық емес активті бақылайды, егер ол негізгі ресурстан экономикалық пайда ала алса және басқа компаниялардың осы артықшылықтарға қол жеткізуін шектесе.

Үшінші тану белгісі – болашақ экономикалық пайданың бар болуы. Материалдық емес активтен туындайтын болашақ экономикалық пайда келесілерді қамтуы мүмкін:

- өнімдерді немесе қызметтерді сатудан түскен табыс;
- кәсіпорынның активті пайдалануынан туындайтын шығындарды немесе басқа да пайданы азайту.

Осылайша, материалдық емес активті тану анықтамасы мен тану белгілері танылады, осыған байланысты біз криптовалютаны материалдық емес активке жатқыза аламыз.

Бастапқыда криптовалюта бастапқы құны бойынша есептеледі. 38 «Материалдық емес активтер» ҚЕХС (IAS) стандартына сәйкес криптовалютаның бастапқы құнына компания активті сатып алуға байланысты өндірген барлық тікелей шығындарды қосылады.

Мысалы: 10.01.20X1 жылы компания «ҮҮҮ» криптовалютасын 200 000 ш.б., сатып алды. Криптовалютаның қызмет ету мерзімі шексіз.

Криптовалютаны сатып алу бойынша бухгалтерлік жазба:

Дт Криптовалюта 200 000 ш.б.

Кт Ақша қаражаты 200 000 ш.б.

Криптовалютаның бастапқы танудан кейінгі бағалауында есептің екі үлгісін қолданады: бастапқы құн бойынша есепке алу үлгісі және қайта бағалау құны бойынша есепке алу үлгісі.

Бастапқы құн бойынша үлгісі криптовалютаны келесідей есепке алуды қамтиды: жинақталған амортизация сомасы және құнсызданудан жинақталған залалды шегергендегі бастапқы құн. Криптовалютаның пайдалы қызмет мерзімі болмағандықтан, ол бойынша амортизация есептелмейді. Компания жыл сайын криптовалюта бойынша 36 «Активтердің құнсыздануы» ҚЕХС (IAS) стандартына сәйкес құнсыздану тестін өткізуі тиіс.

Қайта бағалау құны бойынша есепке алу үлгісі. Егер активке белсенді нарық болса, онда қайта бағаланған құн бойынша есепке алу үлгісін пайдалануға болады. Егер криптовалюта қайта бағаланған құн бойынша бағаланса, онда жыл сайын құнның өсуін басқа да жиынтық табыста көрсетіп қайта бағалау жүргізу керек.

Мысалы: біздің мысалдың жалғасы, 31.12.20X1 жылы қайта бағалау қорытындысында криптовалютаның құны 230 000 ш.б., құрады. Қайта бағалаудан өсім құны (30 000 ш.б.) қайта бағалау резервіне жатқызылады.

Криптовалютаны қайта бағалаудың бухгалтерлік жазбасы:

Дт Криптовалюта 30 000 ш.б.

Кт қайта бағалау резерві 30 000 ш.б.

Егер қайта бағалау нәтижесінде криптовалюта құны азаятын болса, онда төмендеу сомасы ағымдағы жылдың пайдасы мен шығыны ретінде танылады, егер бұрын қайта бағалау резерві құрылған болса, онда залал сомасы қайта бағалау сомасына азаяды.

Мысалы: біздің мысалдың жалғасы. 31.12.20X1 жылы, қайта бағалау қорытындысында криптовалюта құны 190 000 ш.б., құрады егер бұрын резерв құрылмаған болса, онда шығын сомасы толығымен ағымдағы жылдың пайдасына немесе шығынына жатқызылады. Біздің жағдайда бұрын қайта бағалау резерві құрылған болатын, сондықтан 30 000 ш.б., мөлшеріндегі шығын сомасын бұрын құрылған қайта бағалау резерві есебінен есептен шығарамыз, ал қалған 10 000 ш.б., шығын ретінде танымыз.

Криптовалютаның құнының төмендеуі бойынша бухгалтерлік жазбасы:

Дт Қайта бағалау резерві 30 000 ш.б.

Дт Қайта бағалаудан залал 10 000 ш.б.

Кт Криптовалюта 40 000 ш.б.

Егер қайта бағалу құн бойынша үлгісін қолданылса, онда 13 «Әділ құнды бағалау» ҚЕХС (IFRS) талаптарына сәйкес криптовалютаның әділ құнын анықтау үшін тиісті ақпаратты ашу қажет болады.

Криптовалютаға кейінгі шығындар, олар пайда болған кезде, шығындар ретінде танылуы керек:

– олар тану белгілерін қанағаттандыратын активтің өзіндік құнының құрамына кіреді;

– бизнесті біріктіру бойынша мәміле шеңберінде сатып алынған бап және материалдық емес актив ретінде таныла алмайды

Кейде компаниялар болашақ экономикалық пайданы қамтамасыз ету үшін шығындар шығарады, бірақ егер ешқандай криптовалюта сатып алынбаса немесе жасалмаса, онда бұл шығындар пайда болған кезде шығындар ретінде танылады.

Криптовалютаны тануды тоқтату (актив баланстан алынады) ол шыққан кезде немесе компания бұдан былай осы активтен қандай да бір экономикалық пайда күтпегенде тоқтатылады.

Есептен шығару немесе шығу кезінде туындайтын қаржылық нәтиже шығарудан түскен таза түсімдер мен активтің баланстық құны арасындағы айырма ретінде айқындалады. Ол кірістер мен шығыстар туралы есепте кіріс немесе шығыс ретінде танылуы керек.

Мысалы: біздің мысалдың жалғасы. 10.01.20X2 жылы компания криптовалютаны 210 000 ш.б., сатты, 31.12.20X1 жылға криптовалютаның құны 190 000 ш.б., құрады, сондықтан 20 000 ш.б., сома пайда мен залалдар есептілігінде тпайда ретінде көрсетіледі.

Криптовалютаны сату бойынша бухгалтерлік жазба:

Дт Ақша қаражаты 210 000 ш.б.

Кт Криптовалюта 190 000 ш.б.

Кт Криптовалютаны сату бойынша пайда 20 000 ш.б.

Жоғарыда сипатталған бухгалтерлік есеп сатуға арналмаған криптовалютаға қатысты. ҚЕХС түсіндіру комитетінің (IFRIC) ұсынысы бойынша сатуға арналған криптовалютаның есебі 2 «Қорлар» ҚЕХС (IAS) бойынша есепке алынады.

Қорытындылай келе, криптовалюта нарығын капиталдандыру жыл сайын өсіп келеді және көбірек назар аударады деп айтуға болады. Осыған байланысты қолданыстағы заңнамаға және қаржылық есептілік стандарттарына сәйкес оларды дұрыс және сенімді есепке алу қажеттілігі туындайды және ҚЕХС сәйкес криптовалюталарды есепке алудың ұсынылған нұсқасы оларды материалдық емес актив ретінде есепке алудың бір мысалы болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki>
2. <https://coinmarketcap.com>
3. <https://www.ifrs.org/groups/ifrs-interpretations-committee/>
4. <https://www.gov.kz/memleket/entities/minfin/documents/details/266560?directionId=8798&lang=ru>

Некоторые проблемы бухгалтерского учета на малых предприятиях Казахстана

Г.А. Шакинова¹, Г.С. Касымханова²

¹ м.э.н., старший преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет и аудит»

² м.э.н., преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет и аудит»

guli_w.a@mail.ru, guldana_705@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: У большинства малых предприятий главной из проблем является непонимание необходимости организации бухгалтерского учета. В статье рассматриваются особенности организации учета и отчетности на малых предприятиях Казахстана. Поднимаются основные проблемы бухгалтерского учета на малых предприятиях, их особенности в соответствии с государственным регулированием учета и отчетности. Предложены пути решения проблем связанных с бухгалтерским учетом в малом бизнесе в Казахстане.

Ключевые слова: малый бизнес, бухгалтер, специальный налоговый режим, индивидуальный предприниматель, доходы предприятия, расходы предприятия, учетная политика, экономический субъект, предприятия.

С развитием экономики в целом в настоящее время малый бизнес играет все более заметную и важную роль в экономической и социальной жизни общества. Малые предприятия существуют и развиваются как самостоятельный компонент современного рынка и играют очень важную роль в жизни общества. Социально-экономическое значение предпринимательства возрастает в силу того, что оно:

- придает рыночной экономике гибкость;
- способствует привлечению финансовых и производственных ресурсов;
- создает предпосылки для научно-технического прогресса;
- решает проблемы занятости и другие социальные проблемы рыночного хозяйства.

Субъектами малого бизнеса являются индивидуальные предприниматели (ИП) без образования юридического лица и юридические лица – резиденты РК со среднегодовой численностью работников не более 100 человек и среднегодовым доходом не выше 300 000-кратного месячного расчетного показателя (МРП), установленного законом о республиканском бюджете и действующего на 1 января соответствующего финансового года (п. 1 ст. 24 Предпринимательского кодекса) [3, с. 2].

Вопросы бухгалтерского учета малых предприятия сегодня особенно актуальны, поскольку они имеют различные варианты организации своей отчетности в зависимости от сферы деятельности, количества сотрудников, системы налогообложения и размера дохода.

Возможность применять физическими и юридическими лицами специальные режимы налогообложения определяется Налоговым кодексом Республики Казахстан.

Согласно налоговому кодексу в Республике Казахстан существует несколько режимов налогообложения. Выбор одного из них зависит от нескольких факторов:

- доходы и расходы предприятия,
- численность сотрудников,
- вид предоставляемых услуг или тип производимого товара,
- наличие партнерских отношений с предпринимателями из других стран и т.д.

Согласно законодательства РК все режимы делятся на две группы:

1) Общеустановленный режим налогообложения (ОУР);

2) Специальные налоговые режимы (патент, упрощенная декларация (или «упрощенка») и режим фиксированного вычета (РФВ)).

Специальный налоговый режим (СНР) – особый порядок исчисления, уплаты отдельных видов налогов и других обязательных платежей в бюджет, а также представления налоговой

ответности по ним для отдельных категорий налогоплательщиков, определенных разделом 20 Налогового кодекса [4, с. 3].

Разница между ними заключается в том, что специальные налоговые режимы были созданы для того, чтобы снизить налоговую нагрузку с представителей малого и среднего бизнеса. При регистрации ИП предприниматель в праве самостоятельно выбрать подходящий для себя режим. Если в налоговом заявлении режим налогообложения не будет указан, ИП автоматически присваивается ОУР.

Некоторые авторы отмечают, что в бухгалтерском учете малых предприятий есть свои особенности, которых нет в средних и крупных предприятиях, таких как:

- существует незначительное разделение труда между ролями сотрудников бухгалтерии. Во многих случаях бухгалтерский учет ведется одним сотрудником (бухгалтером), и бухгалтерские службы редко функционируют как отдельное организационное подразделение;

- главный бухгалтер или сотрудник бухгалтерии выполняет релевантные и нерелевантные функции, которые должны выполняться другими подразделениями экономического субъекта;

- влияние налогообложения и налогового законодательства на бухгалтерский учет В силу ограниченности финансовых и технических возможностей хозяйствующих субъектов вести финансовый, управленческий и налоговый учет одновременно, для малого бизнеса характерна ограниченность финансовых и технических возможностей вести финансовый, управленческий и налоговый учет одновременно, что вынуждает их отдавать приоритет одному из счетов и, как правило, налоговому учету над другим;

- в основном субъекты малого бизнеса используют для ведения бухгалтерского учета стандартизированные программы автоматизации бухгалтерского учета и не могут адаптироваться к особенностям экономических агентов.

- также можно выделить такие проблемы как: отсутствие или недоработка структуры и функций бухгалтерии предприятия; и отсутствие анализа основных элементов учетной политики экономического субъекта, способствующих определению взаимосвязи между бухгалтерским и налоговым учетом, с учетом специальных режимов налогообложения.

- не менее важным вопросом в учете малого бизнеса является оптимизация учета доходов и расходов в соответствии с требованиями налогового законодательства. В частности, это касается порядка исчисления налога на прибыль при использовании общей системы налогообложения и раздельного учета по каждому виду деятельности при специальной системе налогообложения [1, с. 4];

- также авторами отмечаются такие проблемы как: формальный или вовсе отсутствующий подход регулирующих органов в части методологического обеспечения принципов и требований бухгалтерского учета; формальное участие сертифицирующих профессиональных бухгалтерских объединений в регулировании бухгалтерского учета, нацеленных в настоящее время на коммерциализацию своей деятельности в виде принуждения бухгалтеров публичных и других организаций к платному обязательному обучению для допуска к сдаче экзаменов на получение сертификата профессионального бухгалтера [2, с. 4].

Исследователи предлагают, чтобы бухгалтерия малого предприятия должна фиксировать все факты деятельности предприятия, осуществлять внутренний контроль для обеспечения надежного и точного учета и предоставлять оперативную информацию о текущем состоянии бизнеса. Для обеспечения качества бухгалтерского учета малые предприятия должны правильно рассчитывать специальные налоговые обязательства, непосредственно связанные применяемым налоговым режимом. Существуют определенные ограничения на применение специальных налоговых режимов малыми предприятиями, несоблюдение которых приведет к потере права на применение специальных налоговых режимов, но не лишит малое предприятие статуса малого предприятия.

В результате налоговый режим, применяемый компаниями, находится в изменчивом состоянии, в то время как состояние малых и средних предприятий относительно постоянно. С этой точки зрения логичным является применение интеграции налогового учета в бухгалтерский.

Для развития стабильного малого бизнеса необходима конкретная и несложная схема учета. Для этого необходимо разработать единую учетно-информационную систему. Система бухгалтерского учета малого предприятия должна формироваться поэтапно и представлять собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации об обязательствах, имуществе и их движении путем сплошного, непрерывного, письменного учета всех хозяйственных процессов. Правила бухгалтерского учета для малых предприятий могут быть основаны на принципе максимального использования показателей, рассчитанных в рамках налогового учета, при формировании соответствующих показателей бухгалтерского учета и отчетности. На практике таким предприятиям при ведении бухгалтерского учета не потребуется пересчитывать показатели, уже рассчитанные в соответствии с налоговым законодательством.

Проанализировав все вышесказанное, можно сделать выводы. На основе изучения действующего законодательства выявлена возможность установления упрощенного порядка ведения бухгалтерского учета и отчетности для малых и средних предприятий. Предлагается установить особый порядок ведения бухгалтерского учета для малого бизнеса, который исключит параллельные системы учета. Многие положения, устанавливающие определенные правила бухгалтерского учета и отчетности для малого бизнеса, утратили свою актуальность и недостаточно четко определены в законодательстве. В настоящее время малые предприятия должны сами определять организацию своих бухгалтерских процедур.

Список литературы

1. Алексеева Г. И. Бухгалтерский учет и отчетность. Учебник. — М.: КноРус, 2021. — 412 с.
2. Андреев В.Д. Введение в профессию бухгалтера: Учебное пособие / В.Д. Андреев, И.В. Лисихина. — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 192 с.
3. Предпринимательский кодекс Республики Казахстан Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.
4. О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс) (*с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.04.2023 г.*)

Overview of internal auditing

G.A. Shakirova

Master of Economic Sciences, senior lecturer

gulia72.kargu@mail.ru

Karaganda Buketov University, Karaganda c.

Summary: Relevant authorities throughout the world, including in Malaysia, recognize the significance of an internal audit function. Internal auditors have a greater role nowadays than ever before. Their function and focus are different from those of external auditors; nevertheless, they complement each other.

Keywords: Internal auditing, internal auditors, governance, control, risk management.

Introduction

Previously, internal auditing was accounting-oriented and focused more on accuracy and reliability of financial statements as well as historical performance reporting. To date, an internal

auditor has an enhanced and complex role, with a wider scope and a greater expectation from stakeholders. Modern internal auditors provide services that include examination and appraisal of controls, performance, risk and governance for public and private entities. The new roles also encompass suggestions to improve performance, generate new ideas or proposals for new corporate direction towards achieving organizational objectives.

An internal auditor acts as management control and performs independent checks on the control systems in an organization. The recent global financial crisis demands more competent internal auditors to deal with dynamic yet complicated changes in the industry. Several guidelines are available for internal auditors to fulfil their responsibility. Primarily, internal auditors are required to adhere to the IIA Code of Ethics and International Professional Practices Framework.

Currently, it is a requirement for public listed companies to have an internal audit function. This requirement has also extended to regulatory bodies and government agencies. The internal audit function has become the 'in-thing' in organizations, and by having one, stakeholders can rest assured that an independent mechanism is in place to control and monitor how the organization operates.

Development of Internal Auditing Practice

The internal audit function is not a profession that rose overnight. It has been in our history since 3500 Bc with the use of tick marks as a form of verification during the Mesopotamian civilization. The evolution of internal auditing practice is shown in Table 1.

Table 1

Evolution of Internal Audit Profession

Then	Now
Concentrates on affecting to the accuracy of financial matters.	Provides services that include examination and appraisal of control and performance of an organization
Functions as junior sibling to independent accounting profession.	Establishes itself as a distinctive discipline.
Once acted as auditee's adversary.	Guides to improve operations; seeking to maintain a cooperative working relationship with clients and auditees.
Note – Compiled by the author	

- The rise of audit during the Industrial Revolution in England.

- The Foreign Corrupt Practices Act 1977 demands for IA to assist management in complying with the act.

Treadway Commission

- In 1987, recommended the need to establish an effective and objective internal audit function and to coordinate internal auditing with external auditing.

- In 1992, produced a report on Internal Control -Integrated Framework that emphasizes the importance of internal control in organizations.

In Malaysia, the evolution of the internal audit function started in the 1970s with the establishment of an internal audit unit in the Ministry of Defence.

- In 1970, the Ministry of Defense set up its internal audit unit.

- In 1979, the Federal Government issued a circular expanding the establishment of IA to other ministries with a broader role that included operational audit.

- In 1993, the Ministry of Finance requested all government-owned organizations to set up an audit committee:

- To protect government interest as a shareholder.

- To oversee the internal audit function in these organizations.

- Internal auditing in private sector:

- Mainly focuses on evaluating the efficiency and effectiveness of the internal control systems and compliance.

- Since 1993, it is mandatory for all public listed organizations to establish their audit committees to monitor accountability, governance, independence and objectivity of their internal audit department.

- Bursa Malaysia Listing Requirements, amended in 2008, has mandated public listed organizations to set up an internal audit function.

Roles and Responsibilities of Internal Auditors

The roles and responsibilities of internal auditors cover three broad areas in an organization- risk management, control and governance. Internal auditors shall not assume management's responsibilities, but support the management in terms of ensuring efficiency and effectiveness of operations, reliability of financial and management reporting and compliance with laws and regulations. Internal auditors may also be involved in fraud audits to identify potentially fraudulent acts, participating in fraud investigations under the direction of fraud investigation professions and conducting post-investigation fraud audits to identify control breakdowns and establish financial loss. Internal auditors are not responsible for the execution of company activities; however, they may advise management and the board of directors on how to better execute their responsibilities. Internal auditors can have access to every part of an organization's operations, and have unlimited access to the company's personnel, records and physical properties.

The roles and responsibilities of internal auditors with respect to risk management, control and governance include:

Risk management

- Test-check the adequacy of risk management processes, models and systems;
- Educate and create awareness among the management and staff concerning the risk issues;
- Assist the management in developing risk management framework and its implementation;
- Provide feedback on the appropriateness of risk management infrastructure.

Control

- Assess the effectiveness of the organization's internal control system, including the adequacy of control model or design;

- Monitor management's compliance with the organization's code of conduct and ethical policies;

- Review corporate policies relating to compliance with laws and regulations, conflict of interests;

- Analyze the controls for critical accounting and management functions;

- Provide feedback and reporting on control deficiencies.

Governance

- Advise on the adequacy and appropriateness of the composition of the board of directors;

- Assess the effectiveness of the board of directors in discharging their duties;

- Ensure that internal audit charter, role and activities are clearly understood and responsive to the needs of the audit committee and the board of directors;

- Help keep the board informed on any matters related to the company's interest.

Differences between Internal Auditor and External Auditor

Internal auditors may at times be perceived as redundant when compared to external auditors. Their functions are in fact different in several aspects, and are summarized in Table 2:

Table 2

Different Features of Internal Auditor and External Auditor

	INTERNAL AUDITOR	EXTERNAL AUDITOR
Reporting responsibility	Reports to audit committee/ board of directors	Reports to shareholders
Status	In general, part of an organization's employees (at times, it can be outsourced)	Is an independent contractor, a third party
Stakeholder	Serves needs of an organization	Serves third party needing reliable financial performance report

Independent status	Is independent of the activities audited, but is ready to respond to the needs and desires of all elements of management.	Is independent of management and the board of directors, both in fact and mental attitude.
Responsibility towards fraud	Is directly involved with the prevention and detection of fraud in any form or extent in any activity reviewed.	Is incidentally concerned with the prevention and detection of fraud in general, but is directly concerned when financial statements may be materially affected.
Scope of work	Evaluates governance, control and risk management processes to ensure the accomplishment of entity goals and objectives.	Reviews the financial statements to ensure that the statements are free from material misstatements and expresses opinion whether the financial statements present a true and fair view.
Timing and frequency of audit	Reviews activities continually by focusing on future events.	Reviews records supporting financial statements periodically (usually once a year) and focuses on the accuracy and understandability of historical events as expressed in financial statements.
Professional qualification	Not necessary, but may acquire a Certified Internal Auditor (CIA).	Must be a member of Malaysian Institute of Accountants (MIA) and be granted audit licence by the Ministry of Finance (MoF) before being recognized as a Chartered Accountant (CA).
Note – Compiled by the author		

The Institute of Internal Auditors of Malaysia (IIAM)

The Institute of Internal Auditors Malaysia (IIAM) is a non-profit organization dedicated to the advancement and development of the internal audit profession in Malaysia. IAM was established in 1977 as a chapter of the Institute of Internal Auditors Inc. (USA) and elevated to the status of a National Institute in 1988. In July 1994, IIAM was incorporated as a Company Limited by guarantee and became an affiliate of the Institute of Internal Auditors Inc. (USA).

IIAM provides various services for both members and non-members:

- Certification -offering certification for Certified Internal Auditors (CIA), Certified Financial Services Auditor (CFSA), Certified Government Auditing Professional (CGAP) and certification in Control Self-Assessment (CCSA),
- Professional development providing quality and 'value for money', internal audit training.
- Guidance and advice-providing research, technical advice and responding to technical enquiries,
- Surveys-conducting surveys on various topics in collaboration with, among others, Bursa Malaysia, MICG, KPMG and Ernst & Young.
- Quality assurance services providing assistance and expertise for Quality Assurance and Improvement Program (QAIP).

Members of IIAM receive more privileges offered by the institute. All members are expected to comply with the Code of Ethics, which embodies the principles (integrity, objectivity, confidentiality and competency) and rules of conduct governing the behavior of internal auditors.

Career Prospects for Internal Auditors

A minimum bachelor's degree is required to start a career as an internal auditor, whilst having relevant professional certification is an added advantage. Internal auditors, once they join an organization, may choose to stay for few years gaining adequate experience and rewarding

promotions. An individual may start as an entry-level internal auditor, progress to lead/senior internal auditor, internal audit supervisor/manager and attain the highest position as head of the internal audit department, commonly by holding the position as chief audit executive (CAE)/chief internal auditor (CIA). Promotion can be gained in a number of ways, either internally in the organization or by moving to different employers, in particular going to bigger organizations. Career development prospects are enhanced for internal auditors who are flexible and are able to relocate. Opportunities are also available for anyone who specialize in a certain area of auditing or have professional qualifications, such as being a chartered internal auditor or chartered accountant.

Internal auditing provides a good platform for internal auditors to understand an organization's internal operations and how they work and at the same time builds some key transferable skills. It means that it may be possible for an internal auditor to move into other areas of the business such as IT, finance, sales or marketing once the knowledge of how the businesses are run is acquired. This is not impossible as by being an internal auditor, one will have the capacity to acquire such knowledge and understanding during the course of audits of the various departments in the organization.

Internal auditors may also have the prospect of becoming an internal audit consultant and be self-employed, once they have built up a strong network and client base that often takes several years of practice.

References

1. The International Professional Standards of Internal Audit (Standards) are listed on The IIA website on page <https://global.theiia.org/standards-guidance/Pages/Permission-to-Reprint-and-Translate-IPPF.aspx>
2. Reding, K.F. et al. (2009) Internal Auditing: Assurance and Consulting Services, 2nd Edition, Research Foundation of the Institute of Internal Auditors, USA.
3. Puan Sri Datin Dr. Mary Lee et al. (2009) Principles and Contemporary Issues in Internal Auditing, Second Edition, Kuala Lumpur, McGraw-Hill (Malaysia) Sdn. Bcd., [http://www.iiam.com .my](http://www.iiam.com.my)

Развитие внутреннего аудита в Республике Казахстан

Г.А Шакирова¹, А.М Акишева², Э.Ж. Сыздыкова³

¹ м.э.н., ст.преподаватель кафедры бухгалтерского учета

² студент 4-го года обучения по специальности «Учет и аудит»

³ к.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита,

gulia72.kargu@gmail.com, akisheva.akniet@icloud.com, elmira5as@mail.ru

^{1,2,3} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья посвящена про развитие внутреннего аудита в Казахстане, а также рассмотрению актуальных проблем в области внутреннего аудита в Казахстане.

Внутренний аудит в Казахстане развивается с каждым годом и играет важную роль в управлении и контроле за финансово-хозяйственной деятельностью организаций.

Ключевые слова: Внутренний аудит, внутренние аудиторы, управление, контроль.

Ранее внутренний аудит был ориентирован на бухгалтерский учет и уделял больше внимания точности и надежности финансовой отчетности, а также отчетности о результатах деятельности за прошлые периоды.

На сегодняшний день внутренний аудитор играет расширенную и комплексную роль с более широким охватом и большими ожиданиями от заинтересованных сторон. Современные внутренние аудиторы предоставляют услуги, которые включают изучение и оценку средств контроля, эффективности, рисков и управления для государственных и

частных организаций. Новые роли также включают предложения по улучшению производительности, генерированию новых идей или предложений по новому корпоративному направлению для достижения организационных целей [1].

Внутренний аудитор выполняет функции управленческого контроля и выполняет независимые проверки систем контроля в организации. Современный мировой финансовый кризис требует более компетентных внутренних аудиторов, чтобы иметь дело с динамичными, но сложными изменениями в отрасли. Для внутренних аудиторов существует несколько руководящих принципов выполнения своих обязанностей. Прежде всего, внутренние аудиторы обязаны придерживаться Кодекса этики ПА (Института внутренних аудиторов) и рамок международной профессиональной практики [2].

В настоящее время для компаний, котирующихся на бирже, обязательным требованием является наличие функции внутреннего аудита. Это требование также распространилось на регулирующие органы и правительственные учреждения. Функция внутреннего аудита стала «неотъемлемой частью» организаций, и, имея ее, заинтересованные стороны могут быть уверены, что существует независимый механизм контроля за тем, как работает организация.

Одной из основных причин развития внутреннего аудита в Казахстане является стремление к повышению эффективности и прозрачности финансовых операций. Это особенно актуально в условиях быстрого экономического развития страны, усиления конкуренции и привлечения иностранных инвестиций.

История развития аудита в Казахстане показала, что для становления и дальнейшего развития такого института как аудиторство требуется государственное вмешательство. Согласно установленным требованиям гражданского законодательства, только если имеется разрешения государства, которое представлено в лице соответствующих органов государственной власти, определенный вид деятельности в нашем случае аудиторская деятельность получает право на легальное существование. Если нет государственного разрешения, это приводит к тому, что даже если аудиторская деятельность является объективно необходимой, она не может получить так называемой «прописки» в законодательстве.

Казахстанская ассоциация внутренних аудиторов (КАВА) является профессиональным объединением внутренних аудиторов, которая активно работает над развитием профессии и обеспечением высокого качества внутреннего аудита. Она проводит обучающие семинары, тренинги и сертифицирует внутренних аудиторов в соответствии с международными стандартами.

Государственная поддержка развития внутреннего аудита в Казахстане осуществляется через регулирование законодательной базы, а также через участие государственных органов в усилении контроля за финансово- хозяйственной деятельностью организаций.

Одним из важных направлений развития внутреннего аудита в Казахстане является улучшение сотрудничества между внутренними и внешними аудиторами. Внутренний аудитор становится важным партнером для внешнего аудитора, предоставляя ему необходимую информацию и аналитические данные для проведения проверки.

Также стоит отметить, что внутренний аудит в Казахстане активно внедряет информационные технологии в свою деятельность. Автоматизация процессов аудита позволяет повысить его эффективность и улучшить качество проводимых проверок [3].

Внутренний аудит – это независимая, объективная деятельность, направленная на оценку и улучшение эффективности управления, контрольных систем и процессов в организации. В Казахстане внутренний аудит играет важную роль в обеспечении эффективности и прозрачности государственного управления и бизнеса. Однако, внутренний аудит в Казахстане сталкивается с рядом актуальных проблем.

1. Недостаточная независимость: Внутренний аудит в Казахстане часто осуществляется в рамках органов государственного контроля или судебной системы. Это ограничивает его независимость и может повлиять на объективность его результатов.

2. Недостаточная квалификация аудиторов: Внутренние аудиторы в Казахстане часто сталкиваются с недостатком квалификации и опыта. Несмотря на усилия по повышению профессиональной подготовки аудиторов, этот вопрос остается актуальным и требует дальнейшего развития.

3. Ограниченный доступ к информации: Внутренние аудиторы в Казахстане могут столкнуться с ограничениями по доступу к информации, особенно в случаях, когда обследуемые лица не сотрудничают или скрывают информацию. Это может затруднить проведение полной и объективной оценки эффективности процессов и контроля.

4. Недостаточное использование результатов аудита: Внутренние аудиторы часто сталкиваются с проблемой недостаточного использования результатов своей работы. Рекомендации и заключения аудиторов не всегда принимаются надлежащим образом и не влияют на улучшение системы управления и контроля.

5. Недостаточная системность и распространение лучших практик: В Казахстане отсутствует централизованная система обмена опытом и лучшими практиками в области внутреннего аудита. Это приводит к нерациональному использованию ресурсов и невозможности учиться на опыте других организаций.

Для решения данных проблем в Казахстане необходимо усилить независимость внутреннего аудита путем создания независимых аудиторских органов, повышать квалификацию аудиторов, обеспечить свободный доступ к информации и эффективно использовать результаты аудита. Также необходимо разработать механизмы обмена опытом и установить систему распространения лучших практик в области внутреннего аудита. Эти меры помогут улучшить эффективность внутреннего аудита и повысить доверие к результатам его работы.

Список литературы

1. Реддинг, К.Ф. и соавт. (2009) Внутренний аудит: заверение и консультационные услуги, 2-е издание, Исследовательский фонд Института внутренних аудиторов, США.

2. Международные профессиональные стандарты внутреннего аудита (Стандарты) приведены на интернет-сайте The IIA на стр. <https://global.theiia.org/standards-guidance/Pages/Permission-to-Reprint-and-Translate-IPPF.aspx>

3. Пуан Шри Датин Д-р Мэри Ли и др. (2009) Принципы и современные проблемы внутреннего аудита, второе издание, Куала-Лумпур, McGraw-Hill (Malaysia) Sdn. Бхд., [http://www.iiam.com .my](http://www.iiam.com.my)

Оптимизация системы учета и аудита материальных ресурсов

Г.А. Шакирова¹, Ж.Е. Файзуллина², М.С. Кириченко³

¹ м.э.н., ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета и аудита
^{2,3} студенты 4-го года обучения образовательной программы “Учет и аудит”
gulia72.kargu@mail.ru, 87004121048@mail.ru, maks02042003@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г.Караганда

Аннотация: В этой статье описывается важность оптимизации процессов учета и аудита товаров и материальных ресурсов в бухгалтерском учете. Это указывает на трудности с регистрацией операций инвентаризации и подчеркивает необходимость создания эффективных систем управления запасами. Авторы предлагают практические подходы, включая ежедневную оценку запасов и внедрение автоматизированных систем отслеживания запасов, для повышения эффективности процедур бухгалтерского учета и аудита. Фактически, в статье подчеркивается важная роль конкретной финансовой отчетности в поддержании финансового благополучия бизнеса.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, аудит, товары, материальные ресурсы, управление запасами, финансовая отчетность, прозрачность, подотчетность.

В современной бизнес-среде успех любой организации зависит от внедрения эффективных методов бухгалтерского учета и аудита. Эти методы включают отчетность путем точного отслеживания финансовых операций и обеспечения их соответствия требованиям законодательства о финансовой отчетности. В области бухгалтерского учета и аудита тщательное управление товарами и материальными ресурсами имеет решающее значение и требует пристального внимания, чтобы гарантировать точную финансовую отчетность и общее финансовое благополучие бизнеса.

Фактический учет и аудит товаров и материальных ресурсов включает в себя мониторинг динамики операций с запасами, включая покупку, продажу и перемещение между подразделениями. Этот сложный процесс включает в себя множество факторов, включая системы управления запасами, физический учет запасов и специальные методы аудита. Эффективное управление товарами и материальными ресурсами имеет решающее значение для бизнеса, поскольку оно снижает затраты, увеличивает прибыльность, снижает потери запасов и сохраняет доверие инвесторов, кредиторов и других заинтересованных сторон.

Эффективное управление запасами играет решающую роль в ведении точного учета товаров и материальных ресурсов. Одной из основных задач управления запасами является отслеживание уровня запасов и их движения в режиме реального времени, особенно в динамичной среде, такой как розничная торговля или производство. Эффективная система управления запасами решает эти проблемы, обеспечивая контроль уровня запасов, перемещений и транзакционных данных в режиме реального времени, что позволяет предприятиям лучше удовлетворять потребительский спрос.

В сочетании с эффективными системами управления запасами ежедневный физический учет запасов является важным элементом эффективной практики бухгалтерского учета и аудита. Эти расчеты включают физический подсчет имеющихся запасов для обеспечения соответствия записям инвентаризации. Это необходимо для проверки точности и актуальности уровня запасов и оперативного устранения расхождений между зарегистрированными и фактическими запасами.

Соблюдение требований к финансовой отчетности является еще одним важным аспектом учета и проверки товаров и материальных ресурсов. Эти правила, разработанные для обеспечения точности и прозрачности финансовой информации, требуют точного учета и отчетности по операциям с запасами. Невыполнение требований может привести к штрафам и репутации.

Для обеспечения соблюдения требований к финансовой отчетности и укрепления финансового состояния бизнеса крайне важно внедрять передовой опыт в области управления запасами, бухгалтерского учета и аудита. Эти методы могут включать эффективные процедуры управления запасами, использование автоматизированных систем контроля запасов, систематический учет запасов и сотрудничество со специалистами по бухгалтерскому учету и аудиту для разработки индивидуальных стратегий управления товарами и материальными ресурсами.

Эти исследования и исследования предоставляют ценную информацию о важности бухгалтерского учета и аудита для товаров и материальных ресурсов. Они показывают, что грамотные методы управления запасами могут оказать благотворное влияние на финансовые показатели бизнеса, в то время как физический учет запасов способствует повышению точности финансовой отчетности и повышению качества аудита. Исследование показывает положительное влияние соответствия финансовой отчетности на общие показатели фирмы.

Кроме того, в одном документе излагаются лучшие практики управления запасами в обрабатывающей промышленности, описываются способы снижения затрат, повышения прибыльности и оптимизации уровня запасов. В другом документе подчеркивается роль

аудита в укреплении подотчетности и прозрачности в управлении государственным сектором, особая важность соблюдения правил финансовой отчетности.

По сути, эти исследования и изучения предоставляют ценную информацию об оптимальных способах управления товарами и материальными ресурсами, способствуя укреплению финансового благополучия предприятий.

Предприятия могут внедрять различные стратегии и методологии для повышения эффективности управления бухгалтерским учетом и аудитом запасов. Это включает в себя установление конкретных политик и процедур управления запасами, определение уровней запасов и установку систем мониторинга. Автоматизированные системы отслеживания запасов, использующие такие технологии, как штрих-коды и идентификация по радиочастоте, предоставляют информацию о перемещении запасов в режиме реального времени. Регулярный физический учет запасов необходим для точного управления, включая физический осмотр имеющихся запасов. Сотрудничество со специалистами в области бухгалтерского учета и аудита может помочь в разработке индивидуальных стратегий. Анализ данных полезен при тщательном изучении данных инвентаризации, выявлении тенденций и оптимизации уровней, что приводит к снижению затрат и улучшению общего управления.

Таким образом, тщательный учет и проверка товаров и материальных ресурсов играет решающую роль в процветании любого бизнеса. Успешное управление запасами включает в себя мониторинг уровня запасов и их движения в режиме реального времени, ежедневный физический расчет и соблюдение правил финансовой отчетности. Внедряя оптимальные методы управления запасами, бухгалтерского учета и аудита, предприятия оптимизируют процессы, снижают затраты, повышают прибыльность и повышают доверие инвесторов и заинтересованных сторон.

Внедрение эффективных методов управления запасами, таких как внедрение надежной системы управления запасами, выполнение регулярных физических расчетов и внедрение эффективных процедур контроля запасов, способствует точности и снижению затрат, связанных с избыточной или недостаточной поставкой товаров. Соблюдение правил финансовой отчетности необходимо для надежного соблюдения и предотвращения штрафов. Сотрудничество со специалистами в области бухгалтерского учета и аудита для разработки индивидуальных стратегий управления товарами и материальными ресурсами обеспечивает предприятия системами, необходимыми для эффективного управления запасами и поддержания финансового благополучия.

Список литературы

1. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007, №234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2022 г.)
2. Закон Республики Казахстан от 12 ноября 2015 года № 390-V «О саморегулировании» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.05.2023 г.)
3. Таштанова, Н. Н. (2022). Ресурсы компании: учет, мониторинг и анализ. Международные стандарты учета и аудита: практика применения в условиях цифровой экономики (pp. 415-418).
4. Стройкова Ю. А., Акимова, Б. Ж. (2023). Учет материалов в системе управления деятельностью предприятия.
5. Ермуханова Н., Молчанова О. В. (2023). Методические приемы и процедуры товарных операций предприятий в Республике Казахстан. Тенденции, факторы и механизмы повышения результативности.
6. Половникова, М. Л., Пивень, И. Г. (2019). Особенности планирования аудита использования материально-производственных запасов организации. Пространственная и структурная трансформация экономики России: проблемы и перспективы (p. 505-512).

7. Пшеничникова, О. В., Ситькова, Е. Э. (2021). Задачи и особенности организации учета и анализа обеспеченности материальными ресурсами предприятия. Политика, экономика и инновации, (2 (37)), 9.

Нематериальные ресурсы и объекты интеллектуальной собственности

М.В. Штиллер¹, К.В. Грекова²

¹д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и анализа

²студент 4-го года обучения специальности «Экономика»

stilmarmax@mail.ru, grekovakseniya2003@yandex.ru

^{1,2} Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Аннотация: авторами изучен понятийный аппарат нематериальных ресурсов, раскрыли основные требования, предъявляемые к идентификации объекта в качестве нематериального, а также раскрыли основные свойства информационного продукта.

Ключевые слова: информационные ресурсы, нематериальные ресурсы, интеллектуальная собственность, рынок интеллектуальной собственности.

В 21 веке информация занимает ведущую позицию в роли ресурса общественного развития. Наравне с материальными ресурсами, выраженными сырьевыми ресурсами, энерго-мощностями и основными производственными фондами, существуют и другие виды ресурсов, выраженных в нематериальном виде. К таким видам нематериальных ресурсов принято относить и информационные ресурсы. Существование информационных ресурсов присутствовало в жизни человека на протяжении долгих веков. Но надо отметить, что при этом данный вид ресурсов не идентифицировался как экономическое понятие до момента определенной фазы развития общества в информационном плане. Наиболее известные нам информационные ресурсы представлены в виде ПО, слуг образования, результатов научно-исследовательских и опытно конструкторских работ, в виде услуг консультирования бизнеса, баз данных и т.п.

В экономической литературе принято выделять виртуальные и не виртуальные (реальные) информационные ресурсы. К первому виду можно отнести такие ресурсы, которые присутствуют в компании в момент их надобности. Второй же вид представлен ресурсами, не имеющихся в реальном виде на предприятия, но которые могут быть получены со стороны или определены с функциональной помощью инфосистемы управления компанией. Давая определение информационных ресурсов, можно выделить их как некую совокупность активов нематериального характера, представленных в виде документации или информационных данных, но наделенных важным значением для стратегического развития компании. Изучение характеристик таких ресурсов, позволило сделать заключение о некоторых отличительных особенностях, а именно, что такие ресурсы:

- способствуют росту стоимости продукции или созданию новых информационных продуктов;
- можно хранить, накапливать и превращать в другие виды ресурсов, тем самым улучшая их собственные потребительские свойства;
- с помощью таких ресурсов можно архивировать информацию, проводить ее утилизацию, использовать архивные данные в виде вторичной информационной базы;
- могут быть созданы только в результате интеллектуального человеческого труда и являются его результатом.

Так как информационные ресурсы направлены на повышение стоимости продуктов или созданию новых информационных продуктов, то важно выделить основные характеристики такого вида продукта. Основными свойствами продукта информационных ресурсов, направленными на его уникальность и ценность, являются:

- многократное использование без понесения дополнительных затрат;
- объединение информации в сочетании с информацией по использованию других ресурсов для достижения максимального эффекта полезности;
- различные функциональные формы представления данных в памяти человека или машины;
- передача данных на различные расстояния по разным каналам связи.

Рост конкуренции на мировом рыночном пространстве привело к усилению роли информационных ресурсов, которые стали выступать в качестве стратегического ресурса производственной деятельности от этапа сбора научно-технической информации до заключительных стадий создания готового изделия.

Как любой актив, нематериальный должен удовлетворять основному критерию актива – способность приносить экономическую выгоду для хозяйствующего субъекта. Также для него характерны длительность использования и отсутствие материальной составляющей при получении доходов от его использования, а также полная неопределенность в части размера ожидаемой прибыли. Ресурсы нематериального характера можно классифицировать в три большие группы, объединяющие объекты собственности промышленного назначения и собственности интеллектуального применения, а также другие объекты ресурсов нематериального назначения.

Определяя промышленную собственность как понятийную базу с целью выделения исключительности прав на ценности нематериального характера, можно отнести к ней права на изобретения, различные виды промышленных образцов, товарные знаки, полезные модели и т.п.

Различные авторские подходы выделяют собственность интеллектуального характера как некую юридическую составляющую, включающую разнообразные права в производственной, научной, литературной областях, сфере искусства и вычислительной техники и т.п.

Понятие нематериальный актив подразумевает под собой определенные права на пользование объектами промышленной или интеллектуальной собственности. Эти активы подлежат идентификации, являются категорией неденежных активов, не наделены физическими свойствами и наделяют своих владельцев лишь правами пользования. Следует учитывать, что при передаче таких прав любой другой заинтересованной стороне происходит на основе лицензионного соглашения.

Стандарт определяет различные способы и подходы в части оценки первоначальной и последующей стоимостей нематериальных объектов. Разнообразие подходов определяют способы, какими возникли данные объекты на счетах бухгалтерского учета предприятия.

Международный стандарт по бухгалтерскому учету (IAS) 38 – регламентирует основные принципы учета нематериальных объектов. Данный стандарт с его интерпретациями определяет правила признания организацией таких активов, только в случаях соблюдения критериев признания, а также описывает требования к оценке стоимости таких активов и раскрытия необходимой информации в формах финансовой отчетности.

Важно отметить, что материальный носитель, на котором хранится нематериальный актив, относится к объекту основных средств и, по сути, является его неотделимой частью в процессе использования данного основного средства, в тоже время не являясь более значимым по отношению к этому объекту. Примером может служить ПО для производственного оборудования с функцией компьютеризированного управления, когда станок не может самостоятельно выполнять свои производственные функции без запуска такого ПО, то есть, по сути, составляет неотделимую часть оборудования и соответственно должен учитывать по требованиям, предъявляемым к основным фондам. Применение данного стандарта ограничивает идентифицируемость рекламных затрат, расходов, связанных с обучением персонала, расходов на стадии исследований и разработок в состав нематериальных ресурсов. Объясняется это тем, что данные виды затрат приводят к формированию актива с физическими характеристиками, некоего материального актива,

который выступает вторичным элементом по отношению к своему нематериальному собрату.

В заключение стоит отметить, что с января 2024 года в России вступает в действие Федеральный стандарт бухгалтерского учета 14/2022, который своей целью определяет сближение международного опыта с российской практикой в части учета нематериальных активов.

Список литературы

1. Вейнбендер, Т. Л. Нематериальные ресурсы в экономической деятельности предприятия / Т. Л. Вейнбендер // Управление и экономика: исследования и разработки / Пензенский государственный аграрный университет. – Пенза : Пензенский государственный аграрный университет, 2021. – С. 205-215.

2. Россия десятикратно отстает от развитых стран на рынке интеллектуальной собственности // [Электронный ресурс] URL: <https://www.csr.ru/ru/publications/rossiya-desyatikratno-otstaet-ot-razvityh-stran-na-rynke-intellektualnoj-sobstvennosti/>.

3. Федотова, Е. И. Особенности государственной политики России в области вовлечения объектов интеллектуальной собственности в мировой рынок интеллектуальной собственности / Е. И. Федотова // Terra Economicus. – 2009. – Т. 7. – № 1-2. – С. 191-196.

4. "Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 "Нематериальные активы" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. От 14.12.2020) // [Электронный ресурс] URL://http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193595/.

5. Холявко, П. А. Нематериальные ресурсы в условиях цифровизации торговли / П. А. Холявко // Экономика. Менеджмент. Финансы: сборник статей Международной научно-практической конференции, Саратов, 01 апреля 2021 года. – Уфа : Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна", 2021. – С. 63-65.

6. Курегян, С. В. Предмет экономической теории и цифровизация экономики / С. В. Курегян // Экономическая наука сегодня. – 2021. – № 13. – С. 15-22.

**Цифрлық экономика жағдайында маркетингтік қызметті
трансформациялау**

**Трансформация маркетинговой деятельности в условиях
цифровой экономики**

Transformation of marketing activities in the digital economy

Использование нейронных сетей при разработке стратегии продвижения ресторана

М.И. Абагов¹, Ж.М. Сеитов², Д.Д. Гребенюк³

^{1,2}студенты 2-го курса образовательной программы «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»,

³м.э.н., преподаватель кафедры маркетинга

¹miko_mi@bk.ru, ²zha.seytov@gmail.com, ³dasha120598@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: в статье рассматривается актуальность использования нейросетей в процессе разработки стратегии продвижения ресторана. В работе представлен механизм работы искусственного интеллекта, а также нейросетей. Приводятся преимущества использования данных инструментов для маркетологов в настоящий момент

Ключевые слова: цифровые технологии, нейронные сети, стратегия продвижения ресторана, ультраперсонализация.

В настоящее время нейронные сети отличаются высокой скоростью своего развития, находят применение во многих отраслях экономики. Особенности использования нейронных сетей активно рассматриваются учеными по всему миру еще с 2002 года (K.Smith, M.Reichenbach, J.Schulze, S. Silva и др.).

По-мнению ученых, искусственные нейронные сети - вид алгоритма машинного обучения, основанный на структуре функционирования человеческого мозга. Наиболее общий взгляд в научной среде на данные технологии - использование математических моделей в формате программного обеспечения, которые имеют вид аналогичный нервным клеткам живых организмов [1]. Потенциал нейросетей кажется практически безграничным, а повсеместное их использование оправдано многими факторами. В связи с последними достижениями в области нейронных сетей, технологии, основанные на машинном обучении, становятся бесценными инструментами для маркетологов, дизайнеров, предпринимателей и специалистов в области информационных технологий. Следует подчеркнуть, что развитие нейронных сетей далеко не достигло своего пика.

К ключевым направлениям использования нейросетей относятся: анализ и прогнозирование данных, разработка стратегии продвижения, дизайн-проекты помещений, 3D-модели, создание фото и видео-контента, музыки, трейлеров и многое другое. В целом, данные технологии упрощают трудовые процессы человека. Однако необходимо учитывать, что несмотря на возможности и перспективы, предоставляемые искусственным интеллектом, они все еще требуют участия человека [2]. Искусственный интеллект не лишен недостатков, и в настоящее время нейронные сети скорее являются вспомогательным инструментом в рамках профессиональной деятельности, нежели заменой пользователя. Нами был представлен принцип работы искусственного интеллекта (рисунок 1).

Как работает ИИ

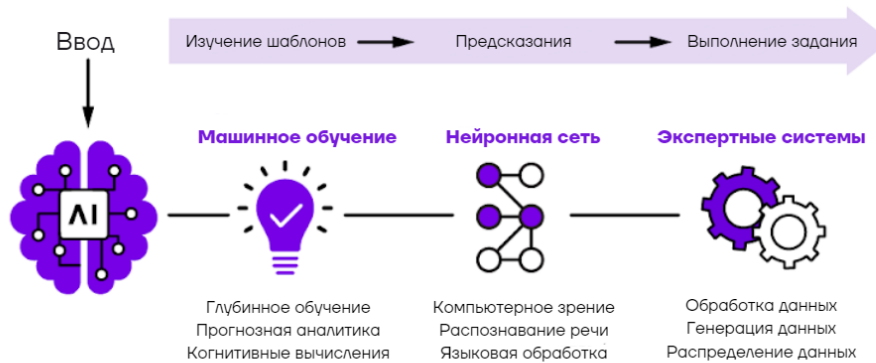


Рисунок 1. Принцип работы искусственного интеллекта

Примечание – составлен авторами на основе источника [3]

Как отмечалось ранее, использование нейронных сетей повышает эффективность той или иной деятельности. Так, например, в современном ресторанном бизнесе предприниматели сталкиваются с различными проблемами, в том числе - разработка уникальной концепции объекта питания, фирменного стиля, продвижение, повышение уровня продаж. Процесс разработки стратегии продвижения требует комплексного подхода. Определение целевой аудитории, планирование и разработка меню, дизайн-проект, учет экономической обстановки и ценовой политики важны для успешной реализации стратегии. Разработка стратегии продвижения для ресторанов основана на глубоком понимании маркетинга и особенностей внутренних процессов предприятия. В этой связи нейронные сети могут стать «ассистентом» на каждом этапе разработки стратегии продвижения. Нами были проанализировано назначение наиболее популярных нейросетей, а также мы предлагаем использовать определенные на каждом этапе разработки стратегии (рисунок 2).

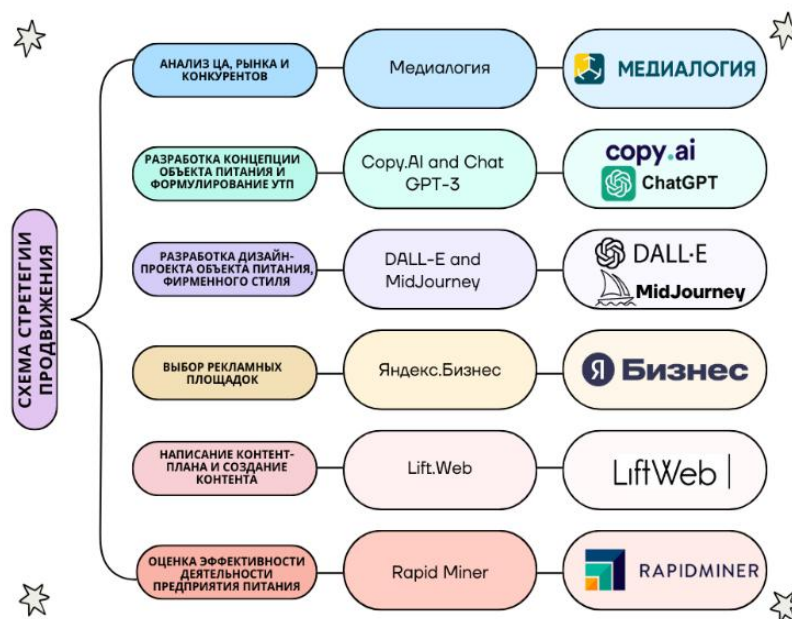


Рисунок 2. Использование нейросетей на этапах разработки стратегии продвижения ресторана

Примечание – составлен авторами

Нейронные сети — ключевой инструмент в современном бизнесе. Их применение позволяет существенно улучшить процессы принятия решений, повысить эффективность аналитики и оптимизировать бизнес-процессы. Рисунок ниже (рисунок 3). Демонстрирует основные преимущества использования нейронных сетей, открывая новые горизонты для инноваций.

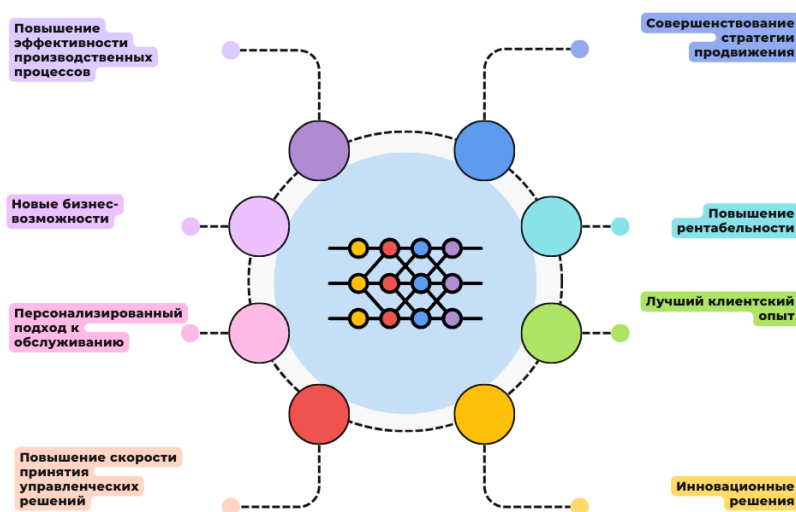


Рисунок 3. Преимущества использования нейронных сетей в ресторанном бизнесе
Примечание - составлен авторами

Необходимо отметить, что эффективность нейронных сетей в сравнении с традиционными методами маркетинга, можно объяснить через более точное таргетирование и персонализацию рекламы, что приводит к высокой конверсии. Реклама в социальных сетях сталкивается с ограничениями в анализе предпочтений клиентов, в то время как нейросети могут более глубоко анализировать их поведение. Аналогично, в контексте скидочных программ, нейросети обеспечивают создание более точных и привлекательных предложений, основанных на детальном анализе потребительского спроса.

Улучшения, которые можно достигнуть с использованием нейронных сетей, например, в прогнозировании спроса и продаж, что способствует снижению рисков и более эффективному управлению ресурсами. Автоматизация управления запасами при помощи нейросетей сократила издержки и повысила эффективность производства. Нейронные сети дополняют традиционные методы маркетинга, предоставляя более точные и адаптированные под нужды клиентов подходы. Улучшения в точности прогнозирования, оптимизации запасов и персонализации сделали использование нейросетей ключевым фактором в развитии успешных маркетинговых стратегий [4].

Примером может служить ресторан «Villa Borghese» в городе Караганда, который предлагает своим посетителям романтические сет-меню, однако их выбор крайне ограничен. Путем внедрения нейронных сетей «Villa Borghese» имеет потенциал не только расширить ассортимент предлагаемых сет-меню, но также полностью персонализировать их под потребности каждого гостя. Нейронная сеть способна учитывать характер мероприятия, предпочтения гостей и, основываясь на этих данных, создавать оптимальный сет для каждого конкретного случая.

Нейросети способны анализировать огромные массивы данных и посредством этого создавать персонализированный подбор рекламы для пользователей. Можно сказать, что в этой сфере достигнута стадия «ультраперсонализации».

Подобный подход непосредственно влияет на продажи. В сфере ресторанного бизнеса это позволит показывать предложение лишь заинтересованным клиентам в интернете и работать исключительно с горячими заявками. Также это позволит автоматизировать персонализацию ресторанного продукта внутри заведения тем самым повысив лояльность

уже имеющейся аудитории и увеличив качество обслуживания в целом. Данная стратегия была применена некоторыми компаниями и в среднем помогла повысить лояльность к бренду.

Нейросети позволяют анализировать продукты в режиме реального времени чтобы вовремя вносить изменения в меню. Удобный анализ позволит быстро исключать убыточные позиции и вносить новые. Это позволит частично нивелировать убытки и издержки на производство коммерчески невыгодной продукции. Что же касается улучшения ассортимента, нейросети позволяют изучать тренды сферы в режиме реального времени и вовремя оповещать владельца о каких-либо изменениях. Это позволит всегда оставаться на шаг впереди конкурентов и принимать своевременные решения.

В сфере обслуживания нейросети позволят максимально персонализировать продукт, так как они могут помочь персоналу «запоминать» гостей, тем самым позволяя учитывать их предыдущие предпочтения или замечания. Так же нейросети могут помочь подобрать гостям блюда или вина по вкусу, или же исключить из меню все позиции, на которые у конкретного гостя есть аллергическая реакция. Еще нейросети способны значительно ускорить обслуживание, путем облегчения работы официантов. Если реализовать все вышесказанное, то можно предоставлять гостю, то что он непосредственно желает, а также максимизировать его комфорт в заведении.

Главная потенциальная проблема при внедрении нейронных сетей - это непосредственно цена использования. Данная процедура на данный момент стоит дорого даже без учета ее переобучения на основе работы конкретного заведения. Это может стать проблемой в этой ситуации, но так как нейросети внедряются повсеместно, а специалистов в данной сфере становится все больше, то можно прогнозировать что проблема цены скоро сойдет на нет.

Вторая по счету проблема — это время обучения. Обучение нейросетей это долгий и дорогостоящий процесс, сопровождаемый большими затратами. Нейросетям необходим широкий объем данных от которых они могут отталкиваться. Для этого необходимо вести учет всех данных в электронном формате сохраняя максимальную точность.

Сокращение рабочих мест. Подобная проблема возникнет при массовом внедрении нейросетей, и по большей части она неизбежна. Нейросети постепенно вытесняют огромное множество специалистов в связи с тем, что они делают ту же работу быстрее, качественнее и дешевле.

Подводя итоги, необходимо отметить, что нейронные сети могут стать ключевым инструментом в ресторанном маркетинге. Их темпы развития и безграничный потенциал, позволяет предположить, что скоро будут вестись разработки специальных нейронных сетей для ресторанного дела. Включая и нейросети направленные исключительно на ресторанный маркетинг. Генерируя контент с большей эффективностью, ускоряя работу над контентом и планированием и сокращением издержек. Позволяя повышать эффективность и скорость маркетинговых стратегий в разы.

Список литературы

1. Рабченко В.Н., Рабченко А.В. Нейронная сеть в маркетинг, как инструмент продвижения товаров и услуг // Современные научные исследования в области экономики, управления и права. - Изд-во Волгоградский институт экономики, социологии и права, 2021. - С.154-159

2. Нейросети и их актуальность в бизнесе/ Электронный ресурс/<https://bewave.ru/blog/neyroseti-ikh-aktualnost-v-biznese/> [Дата обращения: 23.11.2023].

3. Принцип работы нейронной сети/ Электронный ресурс/<https://www.weka.io/learn/ai-ml/what-is-ai/> [Дата обращения: 23.11.2023].

4. Искусственный интеллект в бизнесе: как нейросети помогают создавать рекламные креативы, стратегии и новые продукты / Электронный ресурс/<https://www.advantshop.net/blog/marketing-i-uvlichenie-prodazh/iskusstvennyi-intellekt-v->

Тематические рестораны и арт-кафе как инструмент формирования туристского интереса на территории дестинации

А.А. Агаджанян¹, М.П. Аяганова²

¹студент 4 курса ОП «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»,

²PhD, ассоциированный профессор кафедры маркетинга
agadzhani02@mail.ru, mira6907@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: в статье показана роль тематических ресторанов и арт-кафе в формировании туристского интереса. Рассмотрены наиболее яркие и интересные представители этой концепции в современном мире и в Казахстане.

Ключевые слова: рестораны, тематические рестораны, арт-кафе, туризм.

Тематические рестораны и арт-кафе - это заведения, которые предлагают своим гостям уникальный опыт, связанный с определенной темой или концепцией. Они могут быть посвящены определенной эпохе, стране, культуре или даже фильму или сериалу. Эта концепция пользуется большой популярностью у туристов, так как она позволяет им окунуться в другую атмосферу и получить новые впечатления [1]. Кроме того, такие рестораны часто предлагают авторскую кухню и разнообразные развлекательные программы, что делает их еще более привлекательными для гостей. Главная задача-создание уникального и интересного пространства, в котором каждый посетитель не только сможет отведать разнообразные блюда, но и поймать массу впечатлений, сделать фотографии и на время побывать в новых условиях, непривычных для других предприятий питания. Тематические рестораны имеют свою «изюминку», которая выражается чаще всего в театральности, ярко выраженном сюжете и атмосфере, которая царит на территории заведения. Успех работы зависит от качественно продуманной концепции, оригинального меню, образа обслуживающего персонала, интерьера залов и месторасположения. Особое внимание в таком ресторане также обращают на способ подачи напитков и блюд [2]. Чем оригинальнее заведение, тем больше вероятность того, что оно будет пользоваться спросом среди посетителей, а это достигается, когда «в полной мере используют цветовые, звуковые, осветительные, декоративные и визуальные эффекты, чтобы вызвать в госте особое настроение». Но у таких мест есть и другая сторона, недостатки заключаются в том, что они: требуют больших затрат на создание и поддержание своей концепции и дизайна; подвержены риску утраты актуальности или потери интереса со стороны публики; могут вызывать негативные эмоции или отторжение у некоторых посетителей, а также сталкиваются с проблемами копирования или плагиата со стороны конкурентов. Тематические рестораны и арт-кафе-это современный тренд в сфере общественного питания, который позволяет заведениям выделиться на рынке, привлечь и удержать внимание клиентов, создать уникальный стиль и атмосферу. Однако есть и ряд сложностей и вызовов, связанных с реализацией и поддержанием своей концепции, а также с конкуренцией и изменчивостью вкусов публики. Поэтому для успеха тематических ресторанов и арт-кафе необходимо постоянно мониторить тренды, анализировать потребности и предпочтения целевой аудитории, а также инновационно развивать свое предложение. Несмотря на то, что тематические рестораны приобрели спрос совсем недавно, они быстрыми темпами распространяются по всему миру, что обуславливается их актуальностью и непредсказуемостью. Они бывают разных видов: могут быть связаны как с природой, на которую будет сделан уклон, так и на различных событиях, музыке, уровне экстрима и т.д.

Стоит рассмотреть наиболее ярких и интересных представителей тематических ресторанов в современном мире [3]:

Hard Rock Cafe - это сеть ресторанов, которая была основана в Лондоне в 1971 году. Каждый ресторан оформлен в стиле рок-н-ролла, а на стенах висят аутентичные музыкальные инструменты и костюмы знаменитых музыкантов. Сегодня Hard Rock Cafe имеет более 200 ресторанов в 75 странах мира.

Dans Le Noir - ресторан, который находится в Париже и Лондоне. В Dans Le Noir посетители ужинают в полной темноте, что позволяет им сосредоточиться на вкусе и аромате блюд. Кроме того, ресторан нанимает слепых официантов, которые помогают гостям ориентироваться в темноте.

The Lockup - место в Токио, оформленное в стиле тюрьмы. Внутри ресторана есть камеры, в которых посетители могут поужинать, а также камеры для допросов и камеры пыток. В меню ресторана блюда, оформленные в виде частей тела и крови.

H.R. GigerBar - бар в Швейцарии, созданный по мотивам творчества известного художника-фантаста Ханса Руди Гигера. Мебель и декорации, выбраны самим художником, а также макеты монстров из его фильма «Чужой».

Treepod Dining - (Птичье гнездо) — один из известных ресторанов Тайланда. Тематика заключается в уединении человека с природой во время приёма пищи. Гостям ресторана, чтобы попасть за свой столик, необходимо забраться на дерево, где на специальной конструкции располагается зона отдыха в виде гнезда, которое висит на высоте 4,8 м над землей. Туристы посещают данное заведение, чтобы побыть наедине с природой, послушать птичье пение, любоваться просторами, при этом пробуя изысканные блюда из меню.

Таким образом, тематические рестораны и арт-кафе за рубежом предлагают уникальный опыт, который позволяет посетителям насладиться не только вкусом блюд, но и атмосферой заведения. И по сегодняшний день они продолжают развиваться быстрыми темпами, создавая что-то новое и неповторимое. Благодаря своей уникальности, они привлекают туристов со всего мира, которые готовы совершить путешествие, потратить много денег, чтобы побывать в неповторимой тематической атмосфере, что благоприятно сказывается на ресторанном бизнесе и туризме региона.

Тематические рестораны и арт-кафе в Казахстане - это относительно новое явление, которое начало развиваться в последние годы. Согласно статистике Google, наибольшее количество таких заведений находится в Алматы, где они составляют около 10% от общего числа ресторанов и кафе [4]. Среди них можно выделить следующие успешно работающие примеры:

Mangal - тематический ресторан, посвященный казахской культуре и традициям. Здесь можно попробовать национальные блюда, такие как бешбармак, казы, курт и т.д., а также насладиться живой музыкой, народными играми и декорациями в стиле юрты.

The Beatles — в честь легендарной группы The Beatles. Гости услышат известные хиты, увидят фотографии группы, а также попробуют блюда и напитки, названные как песни и альбомы этой группы.

Artishock - арт-кафе, которое является местом встречи для творческих людей. Тут регулярно проходят выставки, концерты, литературные вечера, мастер-классы и т.д. Это место не имеет постоянного стиля, но с проведением здесь выставок или концертов он приобретает необходимый дизайн и атмосферу, проходящего события. Кафе также предлагает своим гостям вкусную еду и напитки и возможность поучаствовать в создании арт-объектов.

Такие заведения могут стать одной из причин, по которой туристы выбирают Казахстан в качестве места для посещения. Кроме того, тематические рестораны и арт-кафе могут стимулировать развитие туризма в регионе, создавая новые рабочие места и привлекая инвестиции в отрасль общественного питания и туризма. Ведь современный гость, хочет не только отведать различные блюда, но и получить незабываемый опыт, окунуться в уникальную атмосферу и насладиться ей.

Исходя из этого можно сказать что, тематические рестораны и арт-кафе являются эффективным способом привлечения туристов, так как они создают образ дестинации, отражают ее культуру, историю и традиции, а также удовлетворяют разнообразные вкусы и потребности посетителей. Эта отрасль способствует повышению конкурентоспособности региона, увеличению доходов от туризма, формированию положительного имиджа и лояльности туристов, а также развитию местного сообщества и креативной индустрии. По нашему мнению, для успешного развития тематических ресторанов и арт-кафе необходимо учитывать спрос и предпочтения целевой аудитории, поддерживать высокое качество продуктов и услуг, интегрировать элементы местной культуры и идентичности, а также сотрудничать с другими участниками туристического рынка.

Список литературы

1. Комплекс услуг предприятий питания и его роль в туризме. URL: https://tourlib.net/books_tourism/zorin10.htm (дата обращения: 28.11.2023).
2. Глумова, М. Н. Тематические рестораны как метод аттрактивного продвижения ресторанного бизнеса / М. Н. Глумова. - Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 48 (443). — С. 165-167. (дата обращения: 27.11.2023).
3. Топ-10 необычных тематических ресторанов со всего мира. URL: <https://novate.ru/blogs/070713/23402/> (дата обращения: 28.11.2023).
4. Тематические рестораны — GoogleMaps. URL: <https://www.google.com/maps> (дата обращения: 28.11.2023).

Қазақстандық ойын-сауық қызметтері нарығын зерттеу: қазіргі жағдайы мен даму перспективасы

А.А. Агулова¹, Д.Г. Мамраева²

¹«Маркетинг» мамандығы бойынша 1 курс магистранты,
²Маркетинг кафедрасының меңгерушісі, э.ғ.к, профессор
akku.agulova@bk.ru, dinara.mamrayeva@mail.ksu

^{1,2} Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада туризм саласының ішіндегі ойын – сауық қызметтер нарығының қазіргі жағдайы, туындаған мәселелері және дамытудың кейбір тенденциялары қарастырылады. Туризм индустриясы әлемдегі экономиканың ең табысты салаларының бірі және жыл сайын индустрияның ел экономикасына әсері артып келеді. Мақалада Қазақстандағы ойын-сауық қызметтері нарығы туралы айтылады. Осы нарықтың қазіргі жағдайы мен тенденцияларын талдауға бағытталған. Мақалада кинотеатрлар, ойын-сауық саябақтары, музейлер және т.б. сияқты негізгі сегменттерді талдау арқылы, соңғы өзгерістер мен нарық құрылымы қорытындыланды. Ойын-сауық индустриясындағы сұраныс пен ұсынысқа әсер ететін факторлар, соның ішінде әлеуметтік-мәдени және технологиялық аспектілер талданды.

Кілт сөздер: туризм, ойын – сауық қызметтері, көрсеткіш.

Қазақстан дамушы ел ретінде әр түрлі санаттағы адамдардың назарын аударып, өзінің ойын-сауық қызметтерін ұсыну мүмкіндіктерін кеңейтуде. Бұл елдегі ойын-сауық қызметтері нарығын зерттеу бизнеске, мемлекетке өз тұтынушылардың қажеттіліктерін жақсырақ түсінуге көмектесетін негізгі саланы білдіреді. Шығармашылық, өнер және ойын-сауық саласындағы қызметтер көлемі 2022 жылдың бірінші тоқсанында 11,9 млрд теңгені құрап, рекордтық көрсеткіш көрсетті, бұл барлық уақыттағы тиісті кезеңдегі ең жоғары көрсеткіш болды. Көрсеткіш бір жыл ішінде 27,6% - ға өсті.

Кесте 1

Өңірлік бөліністе сектордағы қызметтерді бөлінісі

Өңір атауы	Көлемі, теңге
Астана	3 млрд
Алматы	2,3 млрд
Қарағанды облысы	1,1 млрд

Ескерту – Әдеби көздер негізінде авторлармен құрастырылған [1]

Шығармашылық, өнер және ойын - сауық саласындағы қызметтер көлемінің жартысынан астамын 2022 жылдың бірінші тоқсанында театр қызметі қамтамасыз етті: 6,2 млрд теңге-2021 жылмен салыстырғанда үштен біріне артық. Одан кейін концерттік сала (4 млрд тг, бір жылда 31% -ке өсті), сондай - ақ көркем және әдеби шығармашылық саласы (601 млн тг-бір жыл бұрынғы, яғни 2021 жылға қарағанда 45,5% - ға артық).

Мәдени ойын-сауық іс-шараларын өткізуге ықпал ететін қызметке және цирк қызметіне тиісінше 282,9 млн және 248,2 млн теңгені құрады. Маусым айының қорытындысы бойынша мерекелерді ұйымдастырушылардың қызметтерінің бағасы бір жылда 9,2% — ға, театр қызметтерінің бағасы бірден 28,2% - ға өсті. Бір жыл бұрын, яғни 2021 жылы бағаның өсуі сәйкесінше 2% және 8,5% құрады [1].

2023 жылдың I тоқсанында ел тұрғындары мен қонақтары цирктерде 2022 жылмен салыстырғанда 3,5 есе көп ақша (884,4 млн теңге) құртқан болатын. Би залдары да сұранысқа ие болды – көрсеткіш 23 есе өсті (132 млн теңге). Мұндай деректерді статистика бюросы жариялаған болатын.

Сонымен қатар, қуыршақ театрларының танымал болғаны соншалық, қазақстандықтар оларға бір жыл бұрынғыға қарағанда, яғни 2022 жылға қарағанда, 75% – ға (298,5 млн теңге), саябақтарда – 57% - ға (2,6 млрд теңге), ботаникалық бақтар мен хайуанаттар бағында-45% - ға (503,9 млн теңге)жұмсаған

Қазақстандықтар концерттерге де жиі көңіл бөлетіні анықталды, соңғы жылдары қызығушылық танытуда, көрсеткіш 23,2% (4,8 млрд теңге) өсті.

Ойын мекемелерінің қызметінде және букмекерлік кеңселерде де көрсеткіштерде өзгерістер бар – мұнда 26% құлдырау байқалады.

Сонымен қатар, Қазақстанда Covid-19 қарсы күреске байланысты барлық шектеулер ресми түрде жойылды. Пандемия 2020 жылдың наурызынан 2023 жылдың мамырына дейін созылды.



Сурет 1. 2023 ж. алғашқы 3 айындағы ойын-сауық нарығының өзгерісі
Ескерту - Әдеби көздер негізінде авторлармен құрастырылған [2]

Фестивальдар, спорттық іс-шаралар және мәдени мерекелер сияқты ірі іс-шаралар ойын-сауық нарығына айтарлықтай әсер етеді. Виртуалды шындық және онлайн ойын-сауық сияқты технологиялық трендтер де бизнес үшін жаңа мүмкіндіктерді қалыптастырады.

Фестивальдар, спорттық іс-шаралар және мәдени мерекелер сияқты ірі іс-шаралар ойын-сауық нарығына айтарлықтай әсер етеді. Виртуалды шындық және онлайн ойын-сауық сияқты технологиялық трендтер де бизнес үшін жаңа мүмкіндіктерді қалыптастырады. Трендтерге сәйкес дамып, тұтынушылардың өзгертін қалауларына бейімделе отырып, компаниялар тұрақты және табысты даму стратегияларын жасай алуы қажет. Сондай жағдайда жаңа белестерге жетіп, табыс көзін ұлғайтып, тұтынушылардың сұранысы қанағаттанады.

Қарағанды қаласының ойын – сауық қызметтер саласының қазіргі жағдайы біршама жақсарып келеді.

Кесте 2

Қарағанды қаласындағы ойын – сауық қызметтер нарығы

Сала атауы	Орталық атауы	Ақпарат
Кинотеатр	<ol style="list-style-type: none"> Saryarka Cinema 3D Сарыжайлау Kinoplexx 	<ol style="list-style-type: none"> Saryarka кинотеатры Қарағанды қаласы бойынша 3 орталығы бар. «Sary Arka cinema» (Таир) –245 орындығы бар 4 жайлы зал бар. Ең жаңа проекциялық жабдық орнатылған. Көрермендерге ыңғайлы болу үшін билеттерді онлайн алумен жабдықталған. «Sary Arka cinema» (Оңтүстік Шығыс) 3D кинотеатры 2 жайлы зал ұсынады: 140 орындық көк зал және 384 орындық қызыл зал. Кинотеатрда BARCO 20C және Barco 32b проекциясы, сондай-ақ «Dolby DIGITAL» динамик жүйесі бар. «Sary Arka cinema 3D» (Майкұдық) – сыйымдылығы 502 орындық Қазақстандағы ең ірі кинотеатрлардың бірі. Ойын автоматтары бар. «Sary Arka cinema» coffeeroom-да тамақтана алады, ал «Magiclub» ойын-сауық зертханасы балаларға арналған. Сарыжайлау кинотеатрында отырғызу орындарының саны-236. Кинотеатрда «Strong SIMSYS4» кинопроекторы, Dolby digital дыбыстық жүйесі орнатылған. Kinoplexx кинотеатры үш залды кинотеатрының бірегей дизайнымен және жоғары жайлылық деңгейімен танымал; ғимаратта лаунж-бар, жоғары жылдамдықты интернет Wi-Fi, «GAMEXX» ойын аймағы бар. Кинотеатрда жеңілдіктер бар: «Шексіз дүйсенбі» және «SuperВторник».
Театр	<ol style="list-style-type: none"> Русский драматический театр им. К.С.Станиславского Карагандинский областной академический казахский драматический театр им. С.Сейфуллина Театр музыкальной комедии Буратино 	<ol style="list-style-type: none"> Драма театры 1930 жылы Семей қаласында көркемөнерпаздар үйірмесінің негізінде құрылды. 1932-1935 жылдары жылжымалы театр болды, 1936 жылы Балқашта жұмыс істеді, 1940 жылы Қарағандыға көшті. Театр 1932 жылдың көктемінде жұмысшы жастар театры - ТРАМ деп аталған драма үйірмесі құрылды. Шығармашылық ұжым кәсіби мамандардан құралған куыршақ труппасы және басқа да суретші, хореограф мамандармен, барлығы 30-ға жуық жастармен толықты. Бұл театр Теміртау қаласында дүниеге келген. 7 жылдан кейін театр Қарағандыға көшіп, Бұқар Жырау даңғылындағы кеншілер МҮ-мен бірлескен ғимарат алды. Қазіргі уақытта театр ұжымына үш жүзден астам әртіс кіреді. Буратино куыршақ театры 1973 жылы қарашада

		өз есігін ашқан Қарағанды академиялық музыкалық комедия театрында жұмыс істейді. Қуыршақ қойылымдары мектепке дейінгі жасқа арналған. Бүгінгі таңда бұл студияда кәсіби суретшілер жұмыс істейді. Репертуарында 35-тен астам қуыршақ қойылымдары бар.
Музей	1. Карагандинский областной историко-краеведческий музей 2. Карагандинский областной экологический музей 3. Карагандиснский областной музей изобразительного искусства 4. Мемориальный музей им. Академика Е.А.Букетова	1. Мұражай 1932 жылы 7 қарашада политехникалық ретінде құрылып, 1938 жылы облыстық өлкетану мұражайы болып өзгертілді. 2. Қарағанды экологиялық мұражайы 1995 жылы құрылды. Мұндай мұражай тек Қазақстанда ғана емес, бүкіл ТМД-да жоқ. Бұл мұражайды құрудың мақсаты азаматтарды экологиялық проблемалар туралы хабардар ету, экологиялық мәдениетті дамыту болды. 3. Қарағанды облысындағы жалғыз өнер мұражайы 1988 жылы ашылды. 10 мыңға жуық заттан тұратын мұражай коллекциясы бар. Мұражайдың «алтын» қоры 40-тан астам еңбек сіңірген өнер қайраткерлерінің, Қазақстан мен ТМД елдерінің 30 Халық суретшілерінің туындылары болып табылады. 4. Бірінші ректор, академик Евней Арыстанович Букетовке арналған мұражай. Мұражай 1992 жылы құрылған. Оның экспозициялық ауданы 324 шаршы метрді құрайды.
Концерттік зал	1. Шалқыма 2. Дворец культуры горняков	1. «Шалқыма» концерт залының ғимараты (бұрынғы «Октябрь» кинотеатры) (1939ж) – жергілікті маңызы бар тарихи орталық. Қазіргі кезде көптеген әртістер, оркестрлер осы концерт залына келуде. 2. Ғимарат 1940 жылы ашылды. Ғимараттың жалпы көлемі — 70000 м3. Орталық көлем 1000 орындық залдан, фойеден, жоғарғы және төменгі фойеден, жоғарғы және төменгі бүйірлік қулуарлардан тұрады.
Көрме	1. Алтын Ғасыр	1. Алтын Ғасыр көрме залы Қарағанды және жалпы Қазақстан суретшілерінің жұмыстарын орналастырады. Көрмеде кескіндеме, графика, керамика, батик, ағаштан жасалған бұйымдар, атақты қарағандылық суретшілердің кәдесыйлары қойылған. Бұл жұмыстар Қазақстан, ТМД елдері, Германия, Англия, Франция, Израиль, Америка, Дания, Швеция мұражайлары мен жеке коллекцияларының жинақтарында сақтаулы.
Балалар ойын залдары	32 орталық бар	Қарағанды қаласында балалардың сапалы және қызықты уақыт өткізуіне көптеген балалар ойын залдары бар.
Компьютерлік клубтар	41 орталық бар	Жастарға киберспорт саласында уақыт өткізуге көптеген компьютерлік клубтар бар. Тек қана компьютерлер емес, қосымша керекті жабдықтары да ұсынылған.
Үстел ойындары клубтары	7 орталық бар	Ойлануға, өз қабілеттерін көрсетуге, достарымен қызықты әрі танымды уақыт өткізуге арналған үстел ойындары клубтары қаламызда орналасқан.
Саябақ	1. Центральный Парк Караганды 2. Парк победы	1. Қарағанды орталық саябағы 1949 жылы ашылды, оны қала тұрғындары жақсы көреді. Саябақ жылдың кез келген уақытында демалуға есігін айқара ашады, әр жыл мезгілінде әр түрлі ойын-сауық қызметтер ұсынады. 2. Саябақтың ашылуы 2009 жылдың 9 мамырында, Жеңістің 64 жылдығында өтті. Онда Жеңістің 60 жылдығына орай субұрқақ пен стела салынды.
Зообақ	1. Карагандинский	1. Қазақстанның ең көне хайуанаттар бағының бірі.

	государственный зоопарк 2. Контактный зоопарк	1938 жылы құрылған. Ол 43,5 га аумақты алып жатыр, оның ішінде тек 8 га ғана игерілді. Қарағанды хайуанаттар бағының ең танымал тұрғындарының арасында дыбыстық мимикаға қабілетті Батыр есімді үнді пілі болды. 2. Әр түрлі жастағы адамдарға жануарлармен ойнауға, оларды тамақтандыруға мүмкіндік беретін орталық. Іс-шараларға да қатысады.
Цирк	1. Карагандинский цирк	1. 1980 жылдары салынған Қарағанды циркінің ғимараты қаланың рәміздерінің бірі болып табылады-оны жергілікті тұрғындар өте жақсы көреді. Қайта құру процесінде цирк күмбезіне 2000 жылы доптағы қыздың мүсіні салынды.
Би алаңдары	12-ден аса көп орталықтар бар	Ересек адамдарға күнделікті жұмысынан, шаршағаннан демалуға арналған көптеген би алаңдары бар. Әдемі ән және билеуге залдары бар орталықтар көп.
Ескерту – Әдеби көздер негізінде авторлармен құрастырылған [3,4]		

Сонымен қатар, атат өтетін жайт – әр түрлі мастер класстардың болуы. Қарағандыда балалар мен ересектерге арналған Қарағанды шығармашылық студиялары орналасқан. Мұнда сізге келесі шығармашылық курстар ұсынылады: кескіндеме, графика, құммен сурет салу, батик, сәндік-қолданбалы өнер, керамика, папье-маше, оригами, бисер және тағы басқасы. Төменде Қарағанды қаласы бойынша рейтингі жоғары орталықтардың тізімі көрсетілген:

1. Керамика студия «Granat» - барлық жастағы адамдарға арналған сабақтар (https://instagram.com/granat_ceramic.krg?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==)

2. Шығармашылық орталығы «Art Class» - сурет салу бойынша әр жастағы адамдарға арналған: (https://instagram.com/artclass_karaganda?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==)

3. «Cactus» - шығармашылық орталығы әр түрлі жастағы адамдарға сабын жасау, шоппер тігу, ойыншықтар жасау, бисерден бұйымдар жасау, тәтті тоқаштар мен басқа да тағамдар жасау бойынша қызметтер ұсынады. Уақытты қызықты әрі пайдалы өткізуге болады. (<https://instagram.com/cactus.krg?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==>)

4. Кескіндеме студиясы «Saymyname» уақытты құрбыларыңызбен сапалы, қызықты әрі әдемі өткізуге өз қызметтерін ұсынады. (<https://instagram.com/saymyname.art?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==>)

5. «Raff.cakes.kz» студиясы ыстық тағамдар, кондитерлік өнімдер, салаттар бойынша мастер-класс өткізеді. (<https://instagram.com/raff.cakes.kz?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==>)

Қазіргі кезде жастардың қызығушылықтары артып келеді, әр түрлі салалар бойынша даму үстінде. Солардың бірі киберспорт. Қарағанды қаласында киберспорт бойынша орталықтар бар. Киберспорт орталықтары жастарға олардың дамуы мен қоғамдық белсенділігіне ықпал ететін бірқатар артықшылықтар мен мүмкіндіктер береді. Киберспортқа қатысу стратегиялық ойлау, ынтымақтастық, қозғалыстарды үйлестіру және реакция сияқты әртүрлі дағдыларды дамытуға ықпал етеді. Төменде қаладағы рейтингі жоғары орталықтар берілген:

Кесте 3

Рейтингі жоғары киберспорт орталықтары

Атауы	Ақпарат
Центр киберспорта	Қаланың орталығында орналасқан клуб ыңғайлы орындарымен, жаңа компьютерлерімен, сапалы қызметімен жоғары рейтинг алды.
R2D2	Клубтың қалада бірнеше орталықтары бар. Клуб жоғары

	сапалы жабдықтар, кең залдар және тағам, сусындар ұсынады.
Colizeum	Заманауи ойындардың барлық талаптарына жауап беретін жоғарғы темірмен жабдықталған. Сондай-ақ, ойын консолі, кәсіби периферия бар. Әлем бойынша ең үздік киберспорт орталықтарының бірі. Әлем бойынша франшиза бар.
Ескерту – Әдеби көздер негізінде авторлармен құрастырылған [3]	

Қорытындылай келе, Қарағанды қаласында ойын – сауықтыру саласы, ұсынылатын қызметтер нарығы дамып келеді, бірақ жоғары деңгейде емес. Осы сұрақ, мәселе бойынша жұмыстар жасалса деймін. Қаражат бөлініп, қаладағы бар орталықтарды жаңартып, тұтынушы назарына ұсыну. Инстаграм әлеуметтік желісінде «Sxodim Karaganda» секілді ақпараттық каналдарды көбейту. Тазалық жағынан, қолжетімділік жағынан, ұсынылатын қызметтер мен тауарлардың сапасын жақсарту.

Әдебиеттер тізімі

- 1 «Forbes Kazakhstan» ресми сайты [Электр.ресурс] – URL: https://forbes.kz/news/2022/07/15/newsid_280193 (Қаралған күн: 30.11.2023)
- 2 «LS - АҚПАРАТ АГЕНТТІГІ» ресми сайты [Электр.ресурс] – URL: <https://lsm.kz/industriya-razvlechenij-v-kazahstane-v-i-kvartale-2023-goda> (Қаралған күн: 30.11.2023)
- 3 «2 Gis: Қарағанды картасы: көшелер, үйлер және қала ұйымдары» [Электр.ресурс] – URL: <https://2gis.kz/karaganda> (Қаралған күн: 30.11.2023)
- 4 «Yandex Afisha» Қарағанды қаласындағы іс-шаралар, мерекелер және орындар [Электр.ресурс] – URL: <https://afisha.yandex.kz/karaganda> (Қаралған күн: 30.11.2023)

Көлік-логистика саласында жасанды интеллектті қолдану

Б.Е.Айғожин

Маркетинг кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м.
aigozhin90@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Жаһандық технологиялардың дамуында жеткізу тізбегіндегі тиімділікті арттыру және ақауларды жоюдағы жұмысты оңтайландыру үшін жасанды интеллектті (ЖИ) жеткізу тізбегіне біріктіру қажеттілігіне бұрынғыдан да көп көңіл бөлуді қажет етеді.

Кілт сөздер: логистика, жүйе, жасанды интеллект, экономика, инфрақұрылым, тасымалдау, тиімділік.

Логист – логистика саласы туралы үлкен білім мен тәжірибені қажет ететін лауазым. Бұл қызметкерлер клиенттердің күрделі талаптарын түсінуі керек, олардың жұмысы жасанды интеллект көбінесе адамнан төмен болатын ұтымды шешімдер қабылдаумен тікелей байланысты. Демек, қазіргі уақытта жасанды интеллектті пайдаланудың негізгі векторы-мұндай жоғары білікті қызметкерлерді ауыстыру емес, олардың мүмкіндіктерін кеңейту болып табылады.

ЖИ Amazon автоматтандырылған қоймалары, Einride автономды жүк көліктері, Zipline ұшқышсыз көліктері, Starship «соңғы миль» жеткізу роботтары сияқты озық технологияларды енгізу арқылы көлік логистикасында кең таралған. Технологияның бұл түрлері қолмен жұмыс жасаудың кейбір түрлерін тездетуі мүмкін. Адамның интеллектісін жасанды интеллектпен біріктіру арқылы көлік-логистикалық компаниялар уақытты үнемдей алады, операциялық шығындарды азайтады және қолмен жіберілген қателерді жоя алады, ал қызметкерлер аналитикалық және күрделі тапсырмаларға көбірек көңіл бөле алады.

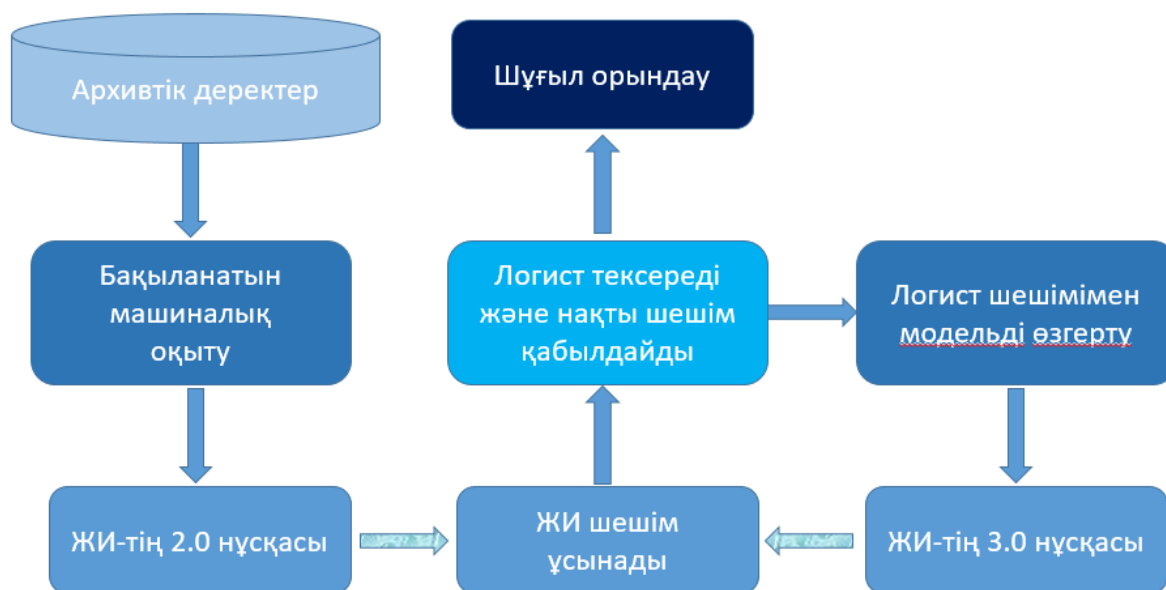
Логистермен жұмыс істеу үшін жасанды интеллект логистикалық процестерді жоспарлауды рационализациялауға және жасанды интеллект технологиясымен жабдықтау тізбегін басқару саласындағы мамандардың қайталанатын және жалықтыратын жұмысын азайтуға мүмкіндік беретін кеңейтілген интеллект (КИ) түрінде қолданған жөн. Мысалы, оңтайлы тасымалдаушыны таңдау қолмен орындалған кезде 10 минут немесе одан да көп уақытты алуы мүмкін. Бұл процесс ЖИ берілген жағдайда, ол бірнеше секунд ішінде орындалуы мүмкін, бірақ соңғы таңдау логистің қалауы бойынша қалады. Шешімдер қабылдауды және қажетті логистикалық операцияларды жүргізуді автоматтандыру бағдарламалық қамтамасыз етуді (БҚ) жаңартумен бір мезгілде ЖИ алгоритмдерін үздіксіз жетілдіруге мүмкіндік береді.

Логистикалық жоспарлаудағы ЖИ үшін келесі қадам – «ЖИ ортасындағы адам» тәсілі. Архивтік деректерді пайдалану негізінде ЖИ-нің сыналған әрекеттерінің алгоритмдеріне шартты оқыту жүргізіледі. Алгоритмдер деректерді жіктеу немесе болашақ оқиғалардың дамуын болжау үшін қолданыстағы мәліметтер базасындағы заңдылықтарды анықтауға тырысады.

Бұл тәсілмен логистикалық қызметті ұсынушылар әдетте өздерінің тәжірибелі қызметкерлерінің жұмысын жоспарлау процесін жүзеге асыру үшін пайдаланады, олардың білімі ЖИ-ті одан әрі дамыту үшін қажет. ЖИ өнімділігі оны жаңарту арқылы артады. Қолданыста 2.0 және 3.0 нұсқалары бар, олар жетілдірілген алгоритмдер болып табылады, өйткені оларда алдыңғы операциялардың жинақталған тәжірибесі қалыптасқан (сурет 1).

Адам пайдаланатын әрбір өнім жеткізу тізбегін басқару (SCM) деп аталатын процестің нәтижесі болып табылады. Жеткізу тізбегін ұйымдастыру кезінде жүк жөнелтушілердің сұранысының артуы зияткерлік технологияларды зерттеуге ықпал етті. SCM-де ЖИ технологиясы ұсынатын ең көп таралған шешімдер:

- ресурстарды ұтымды басқару;
- жылдам жеткізуге мүмкіндік беретін оңтайландырылған көлік маршруттары;
- клиенттерге жақсы қызмет көрсету;
- тасымалдау кезінде толық автономдық басқару;
- жол трафигін, ауа-райын және әлеуметтік-экономикалық мәселелерді болжау және бақылау мүмкіндігі.



Сурет 1. Жасанды интеллект қолданатын логист [1]

2020 жылдың басындағы деректер бойынша SCM-де ЖИ енгізу тұрғысынан жетекші салалар: телекоммуникациялар-26%; жоғары технологиялар – 23%; денсаулық сақтау – 21%; кәсіби қызметтер – 19%; саяхат, көлік және логистика-18%. Жаһандық көлік-логистикалық компаниялардың талдауы көрсеткендей, жасанды интеллектті пайдалану конверсия шығындарын 20%-ға дейін төмендетуі мүмкін, ал еңбек өнімділігін арттыруға кететін шығындарды 70%-ға дейін төмендетеді. Бұл шығындарды азайтып қана қоймайды, сонымен қатар өнімді әлдеқайда қысқа мерзімде жеткізу арқылы сатылымды арттырады.

Көбінесе, жеткізу тізбегіндегі маңызды сәтсіздікті болдырмау үшін ұйым бүкіл экожүйенің толық бейнесін, сұраныс пен ұсынысты дәл болжауды және логистика мен жеткізуді оңтайлы жоспарлауды қажет етеді.

Барлық салалардағы айқын прогреске қарамастан, көптеген адамдар жасанды интеллектті жақтаушылар емес, өйткені олар оны қауіпсіз технология деп санамайды. Осыған қатысты нақты философиялық сұрақтар туындайды: адамның қоғамдағы орны мен рөлі, жұмыспен қамту мәселесі, жойылған жұмыс орындарының саны және мүмкін болатын кәсіпті қайта құру мәселесі туралы. Алайда, болашақта жасанды интеллект технологиялары міндетті түрде енгізілетініне күмән жоқ. Samsung Electronics инновациялар жөніндегі вице-президенті Люк Джулияның айтуынша, қандай да бір үлгіні қалыптастыру үшін машиналарды пайдалану да көп деректерді жинауды қажет етеді. Олар адам сияқты ойлап табуға немесе ашуға емес, тек тануға ғана қабілетті [2].

Жасанды интеллект логистика мен жеткізу тізбегін өзгертуге бейім. Логистикадағы жасанды интеллект болжамды аналитика, автономды көлік құралдары және интеллектуалды жол сияқты өзгерістер енгізеді. Көлік және логистика саласындағы жасанды интеллект уақытты қажет ететін процестерді автоматтандыру арқылы уақыт пен ақшаны үнемдеуге мүмкіндік береді. Google, Amazon, Intel сияқты алып технологиялық компаниялардың өз ресурстарын жасанды интеллектке салуы таңқаларлық жаңалық емес.

Жасанды интеллект технологиялары логистикалық тасымалдау қызметтерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыра алады. Жеткізу тізбегінің барлық кезеңдерінде пайда болатын деректер көлемін интеллектуалды талдау бұрын көрінбейтін қатынастарды анықтауға, шынайы сценарийлерді әзірлеуге және 7R принципін қанағаттандыратын логистикалық схемаларды жобалауға мүмкіндік береді. AI пайдалану нәтижесінде әртүрлі жеткізу тізбектері бір-бірімен байланысқан және өндірушіден тұтынушыға үздіксіз материалдық және ақпараттық ағын жасауға мүмкіндік беретін экожүйені құруға әкеледі.

ЖИ логистиканың операциялық моделін жылдамдатылған болжамды, озық жұмыс істейтін модельге өзгертуге мүмкіндік береді, бұл компания ішінде, операциялық өзара әрекеттесуде және компаниядан тыс оңтайлы шығындармен жоғары нәтижелерді қамтамасыз етеді. Және адамның қабілеттерін толықтырады, сонымен қатар күнделікті жұмыстарды жояды, бұл логистикамен айналысатын қызметкерлердің назарын маңызды, өнімді тапсырмаларға ауыстыруға мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. Еремина, Л. В. Повышение эффективности логистического планирования за счет использования искусственного интеллекта / Л. В. Еремина, А. Ю. Мамоико, А. С. Папикян. — Текст : непосредственный // Техника. Технологии. Инженерия. — 2019. — № 4 (14). — С. 1-7. — URL: <https://moluch.ru/th/8/archive/142/4404/>

2. Искусственный интеллект проникает в сферу логистики и грузовых автоперевозок [Электрондық ресурс]. URL: http://bamar.org/information/smi/2020_01_04_111964/

Түркістан облысындағы туристік маршрутты дамыту мүмкіндіктері

Ф.И. Акрамова¹, А. Төлеуұлы², Д. Асет³

¹Қолданбалы лингвистика кафедрасының аға оқытушысы.

²Маркетинг кафедрасының PhD қауымдастырылған профессоры

³«Туризм» мамандығы бойынша 4 курс студенті

almas_kar@bk.ru, dayanaset@bk.ru

¹Жібек жолы халықаралық туризм және мәдени мұра университетінің

^{2,3} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйін: Бұл мақалада Түркістан облысындағы туристік маршруттарды дамыту мүмкіндіктері туралы жазылған. Түркі дүниесінің рухани астанасы Түркістанды дамытудағы туризмнің маңызы және соңғы 3 жылдағы ішкі және келу туризмдегі келушілерге байланысты статистикалық мәліметтер келтірілген. Түркістан бойынша туристік маршрут жолы жасалған.

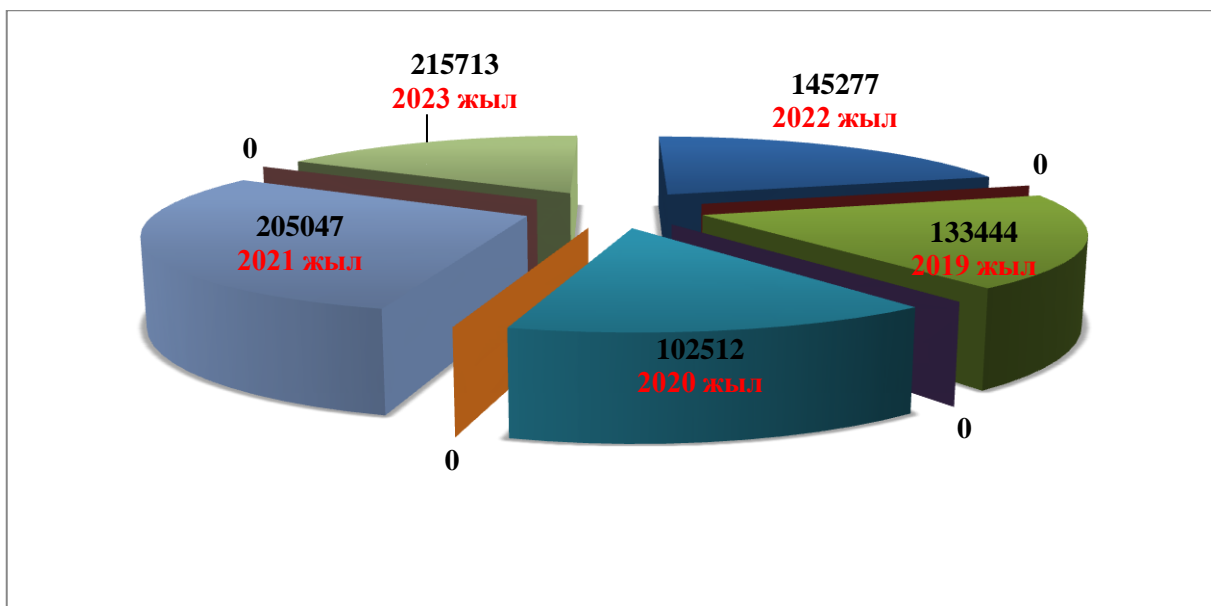
Кілт сөздер: Түркістан облысы, туризм, туристік маршрут, ішкі туризм, келу туризмі.

Біз елдің қай аймағыналасақ та, көптеген қасиетті орындар бар. Солардың бірі – Түркістан облысы. Түркістан – Қазақстанның ең көне қалаларының бірі. Бұл туристік индустрияны дамытудың оңтайлы шешімдерінің бірі, өйткені қала елдің оңтүстік аймағында орналасқан.

Қазақстан Республикасының Президенті Қасым - Жомарт Кемелұлы Тоқаев «Ұлытау-2019» туристік форумында: «Шынымды айтсам, қазіргі заманғы ішкі туризм индустриясы ұзақ уақыт артта қалған сала болды. Біз жыл сайын орасан зор ақша салсақ та, бұл сала толық дамымайды. Түркістан мен Отырар, Сауран мен Сығанақ, Шерқала мен Оғланды, Берел мен Марқакөл, Баянауыл мен Қарқаралы, Шарын мен Көлсай бүкіл халықтың игілігіне айналуы тиіс. Қорқыт ата, Арыстан баб, Қожа Ахмет Ясауи, Бекет ата, Бәйдібек би, Бегім ана, Қабанбай батыр, Райымбек батыр, Мәшһүр Жүсіп, хақім Абай және басқа да көптеген тұлғалардың есімдерін туризм арқылы дәріптеу қазіргі заманның талабы болып табылады. Біз, қазақ халқы, ұлы тарихи тұлғалардың ізбасарлары екенімізді ешқашан ұмытпауымыз керек. Біз, қазақ халқы, ұлы тарихи тұлғалардың ізбасар ұрпағы екенімізді ұмытпауымыз керек. Сондықтан туризм саласындағы қазіргі жағдайды түбегейлі өзгертетін кез келді. Бұл жұмыстарды Ұлытаудай қасиетті жерлерден бастауымыз қажет» деген болатын [2].

2018 жылғы 19 маусымдағы Түркістан облысын құру туралы Жарлығына сәйкес, Түркістанды қаласын орталық ретінде бекітті. Осы күнге дейін облыс орталығы, Түркістан қаласы қайта жаңғыруда. Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев түркі әлемінің рухани астанасы-Түркістанның дамуына зор ықпалын тигізуде. 2018 жылғы 29 қыркүйекте Түркістанда Үкімет басшысынан, министрлерден, елдің ірі компанияларының басшыларынан, сондай-ақ бұрын шетелдік инвесторларға барған Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президентінен бастап «Түркістанды түркі әлемінің мәдени және рухани орталығы ретінде дамытудың Бас жоспарының тұжырымдамасын бекіту туралы» және «Түркістан «ерекше экономикалық аймағын құру туралы» Жарлықтарға қол қойылды». Бүгінде Түркістан туристер көп келетін өңірлердің біріне айналды. Келушілер саны да айтарлықтай жоғары көрсеткіштерге қол жеткізуде.

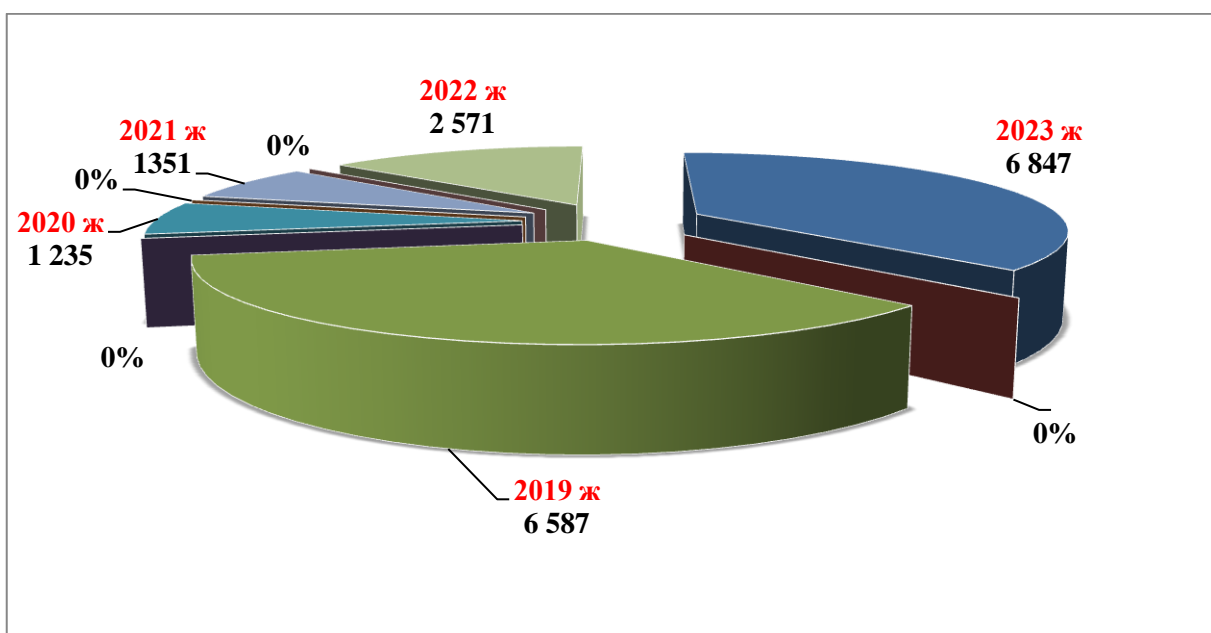
Статистикалық деректерге сүйене отырып, біз Түркістан қаласын облыс орталығы деп қайта атаған сәттен бастап ішкі және келу туризміне келушілер санын қарастырдық [1].



Сурет 1. Түркістан облысына ішкі туризм бойынша келген туристер саны

Статистикалық мәліметтерге сәйкес, ішкі туризм 2020 жылы 30%-ға әлемде болған пандемия салдарынан кеміді.

Ал 2021 жылы көрсеткіш 2 есеге өскен. 2022 жылдың қаңтар-маусым айларының көрсеткіші 115 713 адамның келгенін көрсетеді. Қалған маусым-желтоқсан айларының көрсеткішін есептегенде, болжам бойынша келушілер саны 2021 жылдың көрсеткішінен асады.



Сурет 2. Түркістан облысына келу туризмі бойынша келушілер саны

Статистикалық мәліметтерге сәйкес, келу туризмі бойынша 2019 жылмен салыстырғанда келушілер саны 2020 жылы әлемдегі пандемия салдарынан 82 %-ға кеміді. Ал 2021 жылы келушілер саны 9 %-ға артты. 2022 жылы 90 %-ға өскенін көріп отырмыз. 2023 жылы ішкі туризм бойынша келушілер саны 37%-ға артқан. Соңғы жылдардағы көрсеткішке назар аударсақ, келушілер саны күрт өскендігін көруге болады.

Еліміздегі экономикалық ынтымақтастық ұйымының 14- Саммитінде Президент Қасым-Жомарт Тоқаев: «Қазақстан 2025 жылға қарай туризм индустриясының үлесін ЖІӨ-нің 8% -на дейін ұлғайтуға ниетті. Біз Орталық Азия елдері мен бүкіл түркі әлемі үшін қасиетті

болып табылатын Түркістан қаласын белсенді дамытып жатырмыз. Түркістан Қазақстанның үздік 10 туристік бағытына енді», - деген ол[4].

Туристік бағыт Түркістанның туристік саласының әлеуетін арттыру, келуші туристерді тарту үшін үлкен маңызға ие. Туристік маршрут (немісше marschrute), туристер өтетін маршрутты алдын ала жоспарлау, сондай-ақ табиғат ескерткіштерімен танысу арқылы тарихи көрікті жерлер мен мәдени орталықтармен танысуға бағытталған маршрут[5]. Туристік маршруттың жоспарланған (туристік ұйымдардың жолдамалары бойынша) және дербес болуы мүмкін екенін анықтай отырып, біз келушілерге қажылық маршруттары мен Түркістанның қасиетті орындарын ұсынамыз. Туристік маршрут жоспарлы түрде (туристік ұйымдардың жолдамаларымен) және өз беттерімен саяхат жасауға болатындығын анықтай келе, біз, келушілерді Түркістанның қасиетті нысандары мен зиярат ету маршруттарын ұсынып отырмыз.

Кесте 1

Түркістан туристік маршруты

Реті	Туристік нысан	Орналасқан жері	Қысқаша сипаттама
1.	Арыстан баб кесенесі.	Арыстан баб кесенесі Түркістан облысы, Отырар ауданында орналасқан	Арыстан баб кесенесі — ежелгі Отырар сәулет ескерткіші. Қабірдің үстіне алғашқы белгі 12 ғасырда орнатылған.
2.	Қожа Ахмет Яссауи кесенесі.	Түркістан қаласының орталығында орналасқан	Қожа Ахмет Ясауи кесенесі-XIV ғасырдың соңында Түркістанда салынған сәулет ғимараты. Қожа Ахмед Ясауи қайтыс болғаннан кейін салынған шағын қабірге жерленеді.
3.	Үкаша ата мазары	Үкаша ата кешені - Түркістаннан солтүстікке қарай 35 шақырым жерде, Бабайқорған ауылының аумағында орналасқан.	Үкаша ата мазары – шамамен 6-7 ғасырларда өмір сүрген, Мұхаммед пайғамбардың замандасы болған. Үкаша ата кесенесі- сәулет өнер ескерткіші. Кесененің батыс жағында, 200 м жерде Үкаша ата құдығы бар.
4.	Отырар қалашығы	Отырар қалашығы - Түркістан облысы Отырарауданының Темір темір жол стансасынан солтүстік-батысқа қарай 7 км жерде орналасқан.	Отырар 5-15 ғасырларда аралдағы көшпелі тайпалармен сауда жасаған Иран мен Орталық Азиядан Сібірге, Моңғолияға және Қытайға дейінгі сауда жолындағы маңызды қала болды.
5.	Сауран қалашығы	Сауран қалашығы – Түркістан қаласынан солтүстік батысқа қарай 30 шақырым жерде орналасқан.	Орта ғасырларда Сырдария өзенінің орта ағысындағы жер Түркістан деп аталды. Ірі сауда орталығы ретінде Ақ Орданың астанасы Сауран XII ғасырда құрылды. Сауран елді мекені солтүстіктен оңтүстікке қарай 850 метрге, шығыстан батысқа қарай 660 метрге созылады, ұзындығы 2360 метр [3].

Бүгінгі киелі Түркістан – көптеген шетелдіктерге танымал, сұранысқа ие және белсенді дамып келе жатыр. Оның ішінде зиярат ету орындары туризмдегі дамып келе жатқан бағыттардың бірі. Осы туристік маршруттарды жасай отыра, жалпы Түркістан туризм аймағы бойынша төмендегідей ұсыныстар ұсындық:

1. Шет елдік туристерге қарағанда, Қазақстан азаматтарына туристік маршруттар бойынша жеңілдіктер ұйымдастырылса;

2. Түркістанның қасиетті нысандары мен зиярат ету орындарына QR код арқылы аудиогид орнатылса.

Қорытындылай келе, «Екінші Мекке» атанып кеткен Түркістан өңіріне жыл сайын шет мемлекеттерден мыңдаған туристер қатынайды. Осындай керемет тарихы терең туристік нысандарды дамыту, әлемге таныту – болашақтың еншісінде.

Әдебиеттер тізімі

1. Stat.gov.kz. Туристік статистикалық мәліметтер.
2. Akorda.kz. «Ұлытау-2019» туристік форумы.
3. <https://kk.wikipedia.org/wiki/> 4. President.kz. Экономикалық ынтымақтастық ұйымының 14-саммиті.
5. <https://kk.wikipedia.org/wiki/>

Қазақстандағы сатып алу қызметінде цифрлық технологияларды қолдану

Ж.З. Арынова¹, А.К. Абетова²

¹Маркетинг кафедрасының қауымдастырылған профессоры, э.ғ.к.,

² «Логистика» білім беру бағдарламасының 4 курс студенті
mamatai1966@mail.ru, kayratovna.aa@mail.ru

^{1,2}Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада цифрлық технологиялардың маңызын және олардың сатып алу қызметіндегі қандай түрлерін қолдануға болатындығы жайлы айтылады, сонымен қатар осы саладағы электрондық сауда алаңдарын дамыту туралы мысалдарын келтірдік.

Кілт сөздер: цифрлық технологиялар, индустрия 4.0, автоматтандыру, блокчэйн.

Цифрлық технологиялар адам өмірінің барлық салаларына, соның ішінде экономикаға, ауыл шаруашылығына, ғылым мен мәдениетке енеді. Тауарлардың, қызметтердің және қоршаған әлемнің цифрлық трансформациясы-Бұл бизнес пен адамдар өміріндегі технологиялардың дамуының нәтижесі. Цифрландыру-бұл ақпараттың цифрлық трансформациясы ғана емес, сонымен қатар бизнестегі процестердің өзгеруі. Цифрлық трансформацияны өндіріс пен технологияны оңтайландыру және оларды заманауи жағдайларға бейімдеу үшін пайдалануға болады. Осылайша, кәсіпорындар икемді жүйелерге айналады және қызметкерлердің функцияларының бір бөлігі ақыр соңында нәтиже беретін бағдарламалық жасақтамаға беріледі.

Өсіп келе жатқан жаһандану жағдайында қазақстандық компанияларға бизнес-процестер саласындағы жаңа үрдістердің толқынын «ұстап алу», халықаралық тәжірибеге бейімделу және тиімді бизнес-құралдарды тез енгізу қажет екені анық. Сатып алу қызметін цифрландыру сияқты өзекті үрдіске тоқталайық. Бұл тәжірибеге Төртінші өнеркәсіптік революция-Индустрия 4.0 әсер етеді.

Индустрия 4.0 элементтері



Сурет 1. Индустрия 4.0 элементтері [1]

Цифрландыруға бағытталған компаниялар қарапайым жолмен жүрген әріптестеріне қарағанда тиімдірек екені анық. Цифрлық процестерге негізделген бизнесін оңтайландыратын компаниялардың пайда деңгейі бизнес ауқымына байланысты триллион долларға жетуі мүмкін. Цифрландыру құралдарын елемейтін компаниялар пайда таппайды, сонымен қатар Индустрия 4.0 жағдайында бизнес үшін болашақ мүмкіндіктерді толық пайдалана алмайды. Алдағы жаһандық үрдісті түсіне отырып, ірі қазақстандық компаниялар 2017 жылдан бастап өздерінің сатып алу қызметінде деректер базасын талдау, Автоматтандыру және электрондық сауда алаңдары сияқты цифрлық технологияларға бейімделе бастады. Болжамдарға сәйкес, 2019 жылдан бастап цифрландыруға көшудің артықшылықтарын қамтамасыз ететін орталық факторға айналатын сатып алулар мен жеткізу тізбегін басқаруда ат технологияларын пайдаланудың одан әрі өсуі күтілуде. Цифрландыру және Индустрия 4.0 тенденцияларының негізгі аспектілерінің бірі сатып алу процестерін P2P-ден (Procure-to-Pay) S2P-ге (source-to-Pay) түрлендіру болып табылады: егер P2P құрылымы талаптарды жоспарлауға, техникалық тапсырмаға, жеткізушіні таңдауға, тапсырыс беруге, алуға, жеткізушіні таңдауға, жеткізушіні таңдауға, жеткізушіні таңдауға бағытталған болса мұнда басты назар тауарларды, жұмыстарды және қызметтерді сатып алу процесіне аударылады. Бір жағынан, s2p мақсаты-қажетті тауарларды сатып алудан бастап сатып алу процесін кеңейту. Бір жағынан, S2p процесін жүзеге асырудағы сәттіліктің негізгі факторларының бірі-әлеуетті сыртқы жеткізушілерге қажеттілік бастамашыларының сұранысына дереу жауап беруге және оларға қажетті тауарлар мен қызметтерді жеткізуге мүмкіндік беретін Интернеттің кең таралуы. Қажеттілік бастамашылары өз кезегінде әлеуетті жеткізушілердің тізіміне жедел қол жеткізе алады және Интернет арқылы қажетті тауарлар мен қызметтерді сатып ала алады.

Процестерді роботтандырылған автоматтандыру (RPA) - «Индустрия 4.0» және жалғасып жатқан цифрландырудың екінші негізгі тренді-RPA сатып алудың жетілуінің жаңа деңгейін қамтамасыз ете алады-бұл Негізгі ат архитектурасының «үстіндегі» қосымшалармен және компоненттермен өзара әрекеттесетін мамандандырылған бағдарламалық қамтамасыз ету арқылы жүзеге асырылатын сатып алу саласындағы қайталанатын және күнделікті бизнес-процестерді автоматтандырудың жаңа түрі пайдаланушы интерфейстері арқылы. RPA автоматтандыру деңгейлері берілген ережелер бойынша қайталанатын тапсырмаларды автоматтандыратын «тапсырма боттары» ұсынған қарапайымдылардан бастап, бірнеше жүйелерде сатып алу процестерін орындау үшін қолданбалы бағдарламалау интерфейстерін (API) пайдаланатын ең күрделі «жүйелік боттарға» дейін. Сатып алу туралы құрылымданбаған деректерді өңдеуге және өткен заңдылықтар мен тәжірибелерді зерттеу негізінде шешім қабылдауға қабілетті жүйелік боттар» және «жасанды интеллект боттары».



Сурет 2. Процестерді роботтандырылған автоматтандыру (RPA) артықшылықтары [2].

Сатып алу қызметінде блокчейн технологиясын қолдану цифрландырудың үшінші тренді болып табылады. «Блокчейн ақпараттың шынайылығы мен өзгермейтіндігіне кепілдік береді, әсіресе келісімшарттарды басқару процесінде. Мұндай кепілдіктерге өзара байланысты «блоктардағы» сатып алу операциялары туралы ақпаратты орталықтандырылмаған жазу және оларды тексеру мен растаудың орталықтандырылмаған тетіктері есебінен қол жеткізіледі.



Сурет 3. Логистика мен жабдықтау тізбегіндегі блокчейн технологиясының сызбасы [3].

Сонымен қатар, бар жазбаларды із қалдырмай өзгерту мүмкін емес, бұл қоғамдық және орталықтандырылмаған сақтау арқылы ашықтықты қамтамасыз етеді. Электрондық сауда алаңдарын (ЭСА) дамыту-ЭСА сатып алуды цифрландырудан туындаған төртінші үрдісті үш түрге бөлуге болады:

- 1) электрондық сауда жеткізушілері-жеткізушіні таңдауды автоматтандырады;
- 2) электрондық сауда биржалары-айырбастау операцияларын Автоматтандыру; және
- 3) e-Shop, E-Deal - тікелей сату операцияларын автоматтандыру.

ЭСА-ны белсенді енгізу жеткізушілерді таңдауды басқарудың тиімділігін арттыруы, шикізат, энергетика және инфрақұрылым секторларындағы тәуекелдерді төмендетуі, сондай-ақ бөлшек саудадағы операциялық шығындарды едәуір қысқартуы мүмкін. Дегенмен, сатып алуды цифрландыру ең алдымен құрал екенін және кез келген құрал сияқты оны дұрыс пайдалану маңызды екенін түсіну керек. Сондықтан 4.0 индустриясы өзімен бірге жүретін тенденциялар мен өзгерістерге тиімді жауап беру үшін компаниялар келесі негізгі іс-шараларды қамтитын дұрыс стратегия мен іс-қимыл жоспарын әзірлеуі керек:

Сатып алу қызметінде цифрлық технологияларды пайдалану тұжырымдамасын әзірлеу
Жаңа бизнес-модельдерді және олардағы сатып алу функциясының рөлін анықтау

Сатып алу процестеріне RPA енгізу үшін жоғары және төмен басымдықты аймақтарды таңдау.

Ұйымдастырушылық енгізу және электрондық сауда алаңдарымен өзара іс-қимыл жасау.

Сатып алу функциясын жетілдіру және оны Индустрия 4.0 шындығына сәйкес келетін жетілудің жаңа деңгейіне шығару бойынша одан әрі тактикалық бағдарламаларды әзірлеу.

Осылайша, 4.0 индустриясы ұсынатын цифрландыру мүмкіндіктерін іске асырудан барынша пайда мен пайда алу үшін қазақстандық компанияларға қол еңбегінен цифрлық трансформацияға дейінгі дамудың эволюциялық жолынан өту қажет. Сатып алу қызметін цифрландыру кәсіпорындарға стратегиялық артықшылық бере алады, олардың нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттырады және жеткізушілермен қарым-қатынасты жақсартуға ықпал етеді, осылайша сатып алу функциясын жетілудің жаңа деңгейіне шығарады және оның компанияның операциялық қызметіндегі рөлін күшейтеді

Әдебиеттер тізімі

1. https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A7%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28Industry_%D0%98%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F_4.0%29 -[1]
2. <https://www.nintex.com/process-automation/robotic-process-automation/learn/what-is-rpa/> - [2]
3. <https://www.land-link.com/blog/blockchain-technology-is-poised-to-transform-logistics-and-supply-chain-management> -[3].

Issues of developing management in the field sports based on public-private partnership

Akhmedov I.A. ¹, Yuldoshev U.A. ²

¹Doctor of Economic Sciences, Professor

²Basic 2nd year doctoral student in the specialty “Management”
ikromjon-65@mail.ru, u.yuldoshevtsue@gmail.com

^{1,2}Tashkent State University of Economics Republic of Uzbekistan, Tashkent

Annotation: This article considers some theoretical and methodological issues of the development of management, management mechanism and financing of physical education and sports based on public-private partnership in the field of physical education and sports.

Key words: public-private partnership, physical education and sports, sports facilities, management, mechanism, financing, model.

Nowadays, one of the factors hindering the development of physical education and sports is the lack of sports infrastructure in our country. The relevance of the topic is caused by the complexity of sports infrastructure projects, the intensity of resources, the budget deficit, funding limitations, and the existence of problems of development and management of sports infrastructure in all regions of the country. The population's need for physical education and sports services is increasing day by day, and the state's requirements for the quality of these services and the socio-economic efficiency of sports institutions (organizations) are growing accordingly. In this regard, the question of finding new sources of off-budget financing and introducing modern methods of development and management of sports infrastructure remains urgent. One of the most effective methods today is the use of the public-private partnership mechanism in solving these issues, designing, building, restoring, reconstructing and managing sports facilities in the field of physical education and sports.

Further development and strengthening of public-private partnership in the field of physical education and sports of the Republic of Uzbekistan dated May 10, 2019 «On Public-Private Partnership» Law No. 537 of the LRU dated August 11, 2021 «Public-Private Partnership 509 and the adoption of Resolution No. 184 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated March 1, 2018 «On measures for the development of public-private partnerships in the field of physical education and sports» in the field of physical education and sports. It is the legal basis for the implementation of new projects in the socio-economic cooperation of the private sector and the public sector.

Public-private partnership in the field of physical education and sports is defined as mutually effective cooperation between a public partner and a private partner in the field of physical education and sports for a specific period of time in order to attract private investments, pool resources and distribute risks [1].

The main advantages of using public-private partnership in the field of physical education and sports are as follows:

- Private investments for the creation and management of sports infrastructure facilities;
- learning the management experience, technology and professional competence of the private partner for the implementation of complex infrastructure projects;
- transferring part of the risks for the construction or reconstruction of sports infrastructure facilities and their use to a private partner;
- creating a favorable investment environment for attracting investors to the development of physical education and sports in the regions;
- creation of additional competitive advantages by combining the efforts and resources of the public and private sectors within the framework of specific public-private partnership projects in the field of physical education and sports.

Despite many problems, there are also positive trends in the field of physical education and sports [2]:

1. Sports facilities, swimming pools, stadiums, sports clubs, as well as the number of people engaged in sports and physical education in their free time are increasing.

2. Involvement of the private sector in the development of physical education and sports services, which will allow partial satisfaction of the population's needs for these services.

3. The number of social advertising is increasing, and the role of promoting a healthy lifestyle is increasing.

Today, the types of services that are built and used on the basis of public-private partnership in the free land available in the field of physical education and sports in our country:

- ✓ Sports fields and facilities;
- ✓ Sportswear and equipment stores;
- ✓ Healthy food stores;
- ✓ Fitness centers;
- ✓ Hotel buildings;
- ✓ Service branches;
- ✓ Hotel building;
- ✓ Other services.

The public-private partnership mechanism allows to use the management skills and experience of the private sector to overcome the limited capacity of the state and municipal authorities in project financing, to transfer some risks to the private sector, to improve the quality of the provided social services and to increase the efficiency of the management of public infrastructure objects [3].

Public-private partnership mechanism BOT (build, operate, transfer) is used as the main financing method in concessions. As part of the implementation of public-private partnership projects on the basis of a concession, the sports complex can be handed over to a private partner. In this case, the following formula is used to calculate the profitability of the project.

$$R = \frac{Pr_{com} + Pr_{soc}}{I}$$

here: R - profitability, Pr_{com}, Pr_{soc} - profit from commercial and social visits; I - project investments.

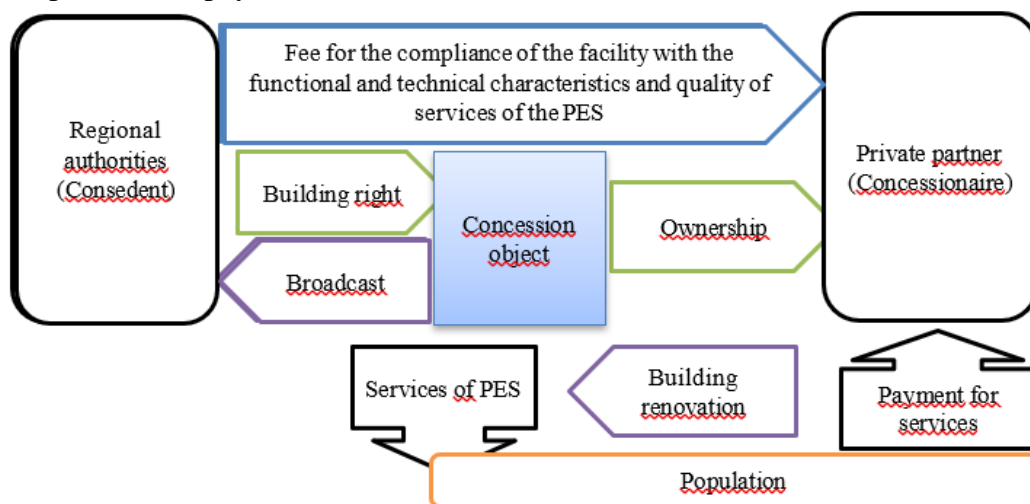
One acceptable form of contract in the field of public-private partnerships is a life cycle contract (LCC). This is a contract in which the first private partner designs and builds the facility at its own expense, and then receives payments from the state to maintain the facility according to specified parameters. Investment stage partner costs can be offset by a «capital grant». In the field of public-private partnerships, public-private partnership models such as DBFM (design, build, finance, maintain) and DBFO (design, build, finance, operate) are compatible with the life cycle contract (LCC) financing model. Using this scheme, the profitability of the project is calculated as follows [4].

$$R = \frac{D * n}{I}$$

here: R - profitability, D - income in the form of rent; n - project implementation; I - project investments.

If we look at the experiences of foreign countries, the comparative analysis of the concession and the life cycle contract in public-private partnership shows that it reveals the second advantage of the contract. One of the advantages of these contracts is that, according to the conditions of proper maintenance of physical training and sports facilities, the investment income of the private partner does not depend on the generated traffic, and the lack of profit is compensated by the state service fees. An important drawback of this mechanism of implementation of public-private partnership projects is that the only source of covering the expenses of the private partner is budget funds. In this regard, the value of projects for the regions will increase and the interest of investors in the field will decrease during the entire term of the concession agreement.

To solve this problem, it is necessary to use a model of project implementation with the help of a concession contract, which allows the private partner to simultaneously charge service consumers and receive preferential payment.



Picture 1. Mechanism for organizing public-private partnerships in the field of physical education and sports [5]

Eventually, firstly, we believe that the development of public-private partnership for mutual cooperation between the field of physical education and sports and business is a very urgent task both from the point of view of scientific research and from the point of view of practicality; secondly, the current state of development of management of physical education and sports on the basis of public-private partnership, the formation and development of a management mechanism of cooperation between sports and business, including the use of the form of public-private

partnership, is important; thirdly, the development of public-private partnership is the cause and result of the common interests of the state and business in ensuring the conditions for sustainable growth, increasing the competitiveness of the national economy, and the guarantee of improving public health in society.

References

1. Resolution No. 184 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated March 01, 2019 «On measures to develop public-private partnership in the field of physical education and sports». www.lex.uz
2. Yuldoshev U.A. Public-private partnership in the field of physical education and sports in the digital economy. Digital economy and information technologies. Scientific electronic journal, special issue (2), 327-333. (2022).
3. Mamayusupova D. B. Content and characteristics of public-private partnership.
4. Schepalina A.N. The profitability of PPP projects in the sphere of physical culture and sports. Siberian financial school, № 6 (113), 41-43. (2015).
5. <https://euroasia-science.ru/ekonomicheskie-nauki/public-private-partnership>.

Введение цифрового тенге в Республике Казахстан

А.С. Баймухаметова

м.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга
ayagyul@bk.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматриваются история, перспективы, порядок введение цифрового тенге в Республике Казахстан. В настоящее время около 30 стран, или уже ввели и используют цифровую валюту в своей денежной системе, или прошли определенные этапы тестирования данной валюты, или же разрабатывают законодательство в данной сфере. Предполагается, что внедрение цифрового тенге имеет огромный потенциал для развития и совершенствования Национальной платежной системы страны, а также предоставляет ей возможности быть конкурентной в международном сообществе, учитывая современные тренды мировых денежных систем. Также рассмотрены функции, выполняемые электронными деньгами, в том числе цифровым тенге.

Ключевые слова: цифровой тенге, цифровые валюты центрального банка, электронные деньги, функции денег, средство платежа, мера стоимости, средство обращения, средство накопления стоимости, мировые деньги.

15 ноября 2023 года в Казахстане отмечалось 20-летие введения национальной валюты тенге. И, знаменательно, что именно 15 ноября 2023 года в рамках Конгресса финансистов была произведена первая эмиссия цифрового тенге (ЦТ) Национальным Банком Республики Казахстан (НБРК): в пользу банков-участников на их цифровые счета и далее банками на цифровые счета клиентов. Таким образом, 15 ноября 2023 года запущена платформа ЦТ в ограниченной среде и с реальными пользователями. [1]

Также состоялась первая реальная розничная транзакция с использованием ЦТ. Данные карты были выпущены Евразийский банк (вместе с Mastercard) и «Банк ЦентрКредит».

В настоящее время около 30 стран, или уже ввели и используют цифровую валюту в своей денежной системе, или прошли определенные этапы тестирования данной валюты, или же разрабатывают законодательство в данной сфере. Это Швеция, Китай, Нигерия, Индия, Турция, Россия, Китай, США и некоторые другие страны. На апрель 2022 года, 3 центральных банка запустили CBDC: Центральный банк Багамских Островов (sand dollar); Восточно-Карибский Центральный банк (DCash); Центральный банк Нигерии (e-naira). [2].

Цифровая валюта центрального банка (Central bank digital currency, CBDC) (также называемая цифровой фиатной валютой [3] или цифровые базовые деньги[4]) — цифровые деньги, эмитентом которых является ЦБ в разных государствах[5].

Такие валюты помогают снижать издержки на переводы и позволяют ЦБ и государству интегрироваться в область блокчейн технологий, заняв свою нишу.

Также цель данных валют — регуляция кредитно-денежной политики. Так, в моменты высокой инфляции, государство может резко ограничить доступность цифровых денег и даже заблокировать их часть.

Текущая концепция CBDC может быть вдохновлена биткоином и другими криптовалютами, но отличие от виртуальной валюты или криптовалюты в том, что CBDC выпускается государством. Большинство реализаций чаще всего не используют любые виды распределённого реестра, такого как блокчейн [6]. Большинство CBDC не имеют такого признака криптовалюты, как децентрализация.

Цифровая валюта центрального банка не является криптовалютой, хоть и имеет некоторые её признаки.

CBDC на текущий момент представляет собой в основном гипотетическую стадию, с некоторыми программами в виде доказательства концепции. Глава ЕЦБ Кристин Лагард обозначает, что более 80 центральных банков присматриваются к цифровым валютам. Китайский цифровой юань был первой цифровой валютой, принятой в крупной экономике [7][8]. На апрель 2022 года, 3 центральных банка запустили CBDC [9]:

Центральный банк Багамских Островов (sand dollar)

Восточно-Карибский Центральный банк (DCash)

Центральный банк Нигерии (e-naira).

Обратимся к истории разработки и внедрения ЦТ в РК. С 2021 года НБРК реализует проект «Цифровой тенге». В 2022 году НБРК совместно с участниками рынка, экспертным сообществом и международными партнерами завершил исследование о необходимости внедрения ЦТ. К концу того же года, согласно опубликованным результатам исследования, в Казахстане было принято решение о поэтапном внедрении цифрового тенге в три фазы до конца 2025 года.

Какие перспективы внедрения ЦТ открываются перед участникам денежной системы страны?

По мнению НБРК все участники платежного оборота в республике смогут получить доступ к недорогим, быстрым, удобным и безопасным платежам; ЦТ станет дополнительным инструментом для участников финансового рынка, используя который они смогут создавать инновационные сервисы; ЦТ также обеспечит дальнейший рост проникновения безналичных платежей в регионах и повысит доступность финансовых услуг; в перспективе внедрение цифрового тенге повысит эффективность и трансграничных платежей; платформа ЦТ также предоставляет возможность программируемости на уровне токенов национальной валюты, открывая широкие возможности для повышения эффективности, скорости и прозрачности расчетов с участием государства [10].

На предыдущих этапах проекта НБРК фокусировался на исследовании только розничной цифровой валюты центрального банка (ЦВЦБ), то есть возможности использования ЦТ в качестве инструмента платежа для всех граждан. В настоящее время обсуждаются и оптовые ЦВЦБ, которые представляют собой вид обязательств на балансе ЦБ, предназначенные для расчетов по крупномасштабным финансовым операциям, таким как межбанковские переводы и операции с ценными бумагами.

За последние несколько месяцев проведен ряд обсуждений с заинтересованными сторонами и рынком по вопросам внедрения и более широкого применения ЦТ. Это привело к появлению новых инициатив по использованию оптовых ЦВЦБ, включая расчеты по ценным бумагам, сценарии со стейблкоинами, трансграничные и социальные платежи в дополнение к розничной истории, с которой НБРК начал этот путь.

ЦТ позволит осуществлять как розничные переводы и платежи, так и межбанковские транзакции банков по трансграничным операциям. В октябре 2022 года успешно прошло тестирование технологической платформы ЦТ с реальными потребителями и торгово-сервисными предприятиями. Протестирован весь жизненный цикл ЦТ от выпуска до погашения, интеграция с участниками рынка, возможность программирования для проведения адресных платежей. Продемонстрирована цепочка транзакций без доступа к сети Интернет. По предложению участников рынка и совместно с ними разработаны прототипы инновационных финансовых продуктов на базе платформы ЦТ.

НБРК отмечает, что ЦТ будет повсеместно приниматься как законное средство оплаты и выполнять все функции классических денег для всех субъектов экономики. Согласно проекту, ЦТ будет выпускаться в виде уникальной цифровой последовательности (токенов) либо электронных записей, хранящихся на специальных электронных кошельках. С точки зрения платежных технологий, будет доступно множество привычных вариантов, а также будет реализовано принципиально новое платежное решение – офлайн оплата, то есть оплата с помощью мобильного телефона, но без подключения к интернету.

С запуском ЦТ наличные или безналичные деньги в Казахстане останутся в обороте – цифровая валюта будет существовать с ними.

По результатам экономического моделирования вынесли заключение, что внедрение ЦТ не несет рисков для реализации денежно-кредитной политики и финансовой стабильности. 15 декабря 2022 года для широкой общественности опубликованы детальные результаты исследования в формате итогового доклада (White Paper). С учетом вышеизложенного было принято решение о внедрении ЦТ в три этапа до конца 2025 года. Следует подчеркнуть, что главной задачей ЦТ является упрощение и усовершенствование платежей, а не контроль за транзакциями отдельных лиц. НБРК постоянно работает над улучшением безопасности и надежности, чтобы обеспечить доверие и защиту интересов всех участников финансового процесса. Также будет реализован смарт-контракт для автоматического отчисления НДС с транзакции покупки товаров в ТСП. Данный сценарий призван облегчить взаимодействие ТСП с налоговыми органами. [10].

Хотя появление цифровой валюты подается как результат эволюционирования денежных средств, все же наряду со сторонниками она имеет и оппонентов. Согласно самой популярной теории, которой пугают потребителя, цифровые деньги ввиду прозрачности всех операций, совершаемых с их участием – это некий аналог цифрового концлагеря, куда пытается загнать всех землян пресловутое мировое правительство [11].

Как известно, деньги являются всеобщим эквивалентом и выполняют следующие функции: средство платежа; мера стоимости; средство обращения; средство накопления стоимости; мировые деньги. Сущность любой категории проявляется в ее функциях. Рассмотрим, выполняют ли электронные деньги, в том числе ЦТ, функции денег.

Средство платежа. С развитием глобальной сети Интернет, электронной торговли возникла необходимость в развитии электронных денег, оплаты товаров и услуг. Смысл появления цифровых денег, на наш взгляд, как раз и появляется, как средство платежа в Интернет-пространстве для того, чтобы увеличить скорость оплаты, а также обеспечить удобство, безопасность при проведении расчетов. В случае с ЦТ также появляется возможность маркировать, например, адресные социальные выплаты, повысить прозрачность государственных закупок, то есть отслеживать средства государственного бюджета, направляемых на различные выплаты и отслеживать их целевое назначение.

Мера стоимости. В экономической литературе ведется полемика по поводу выполнения цифровыми деньгами такой функции как мера стоимости. Так, например, К. Л. Ранчинский считает, что электронные деньги данную функцию меры стоимости не выполняют: «Возвращаясь к функции денег как меры стоимости, следует отметить, что в обоих случаях электронные деньги сами по себе не выполняют функцию меры стоимости. Это характерно как для электронных денег, выраженных в форме обязательств эмитента, так и для второй ситуации, когда электронные деньги функционируют в виде разнообразных «заменителей

денег». Электронные деньги, выраженные в форме обязательств эмитента, имеют денежную оценку, которая эквивалентна номиналу внесённой в оплату электронных денег валюты. Указанное соотношение законодательно закреплёно и не может быть изменено. Реальная ценность электронных денег определяется ценностью валюты, в которой номинированы электронные деньги» [12]. Напротив, Пономаренко Е.В. считает, что: «функция денег как меры стоимости состоит в том, что они выражают стоимость товаров. Выражение стоимости товара в деньгах (или электронных деньгах) — это его цена. Так как электронные деньги требуют тоже определенных затрат для их увеличения (например, время, трафик и пр.). Соответственно, электронные деньги выполняют функцию и меры стоимости, и масштаба цен» [13].

На наш взгляд, цифровые деньги, также как, и бумажные, и безналичные деньги, выполняют данную функцию. Деньги, как и стоимость товара, выражают собой общественные отношения между людьми в процессе производства и обмена. Обратимся к первоисточнику. «Товар, который функционирует в качестве меры стоимости, а поэтому также, непосредственно или через своих заместителей, и в качестве средства обращения, есть деньги» [14]. ЦТ же также обменивается на все товары, которые приобретаются посредством ЦТ.

Средство обращения. ЦТ может обмениваться на любой другой товар или услугу, являясь посредником в обращении товаров и услуг. Таким образом, ЦТ также выполняет данную функцию.

Средство накопления стоимости. Мы считаем, что ЦТ данную функцию не выполняет, так как, заявлено, что НБ РК, эмитент ЦТ, не рассматривает начисление процентного вознаграждения на счета в ЦТ. Кроме того, при нахождении на счете владельца стоимость ЦТ будет просто «съедаться» инфляцией, или обесцениваться. Таким образом, говорить о накоплении стоимости не приходится.

Мировые деньги. Функция денег, позволяющая проводить расчеты между различными экономическими субъектами, государствами, юридическими, физическими лицами. Данная функция денег получила развитие в результате развития международных экономических отношений. В этой связи ЦТ также выполняет данную функцию посредством конвертирования в резервные валюты. Сейчас мировыми деньгами обычно считают резервные валюты - доллар США, швейцарский франк, евро, английский фунт, японская иена. В настоящее время некоторые страны перешли к взаиморасчетам в собственных валютах, например, расчёты России, Ирана и Венесуэлы с торговыми партнёрами из Европы, Америки и Азии — вместо доллара все чаще используется евро, юань, а в странах ЕАЭС, БРИКС — рубль и местные валюты [15].

Таким образом, рассмотрев введение ЦТ в Республике Казахстан, эмитентом которого является НБРК, можно сказать, что ЦТ выполняет основные функции денег, за исключением функции накопления. Данное нововведение является свидетельством того, что денежная система Казахстана эволюционирует, развивается. Внедрение ЦТ имеет огромный потенциал для развития и совершенствования Национальной платежной системы, а также предоставляет ей возможности быть конкурентной в международном сообществе, учитывая современные тренды мировых денежных систем.

Список литературы

1. На Конгрессе финансистов в Алматы состоялся пилотный запуск Цифрового тенге. 15.11.2023/ <https://www.nationalbank.kz/ru/news/informacionnyye-soobshcheniya/16081> (Дата обращения 30.11.2023 г.)
2. Central Bank Digital Currency Tracker (англ.). Atlantic Council. Дата обращения: 5 июня 2022. Казахстан, внедряя цифровой тенге, находится в тренде введения цифровой валюты центрального банка (ЦВЦБ).
3. Focus Group on Digital Currency including Digital Fiat Currency (англ.). ITU. Дата обращения: 5 июня 2022.

4. European Central Bank. Digital Base Money: an assessment from the ECB's perspective (англ.). European Central Bank (16 января 2017). Дата обращения: 5 июня 2022.
5. Перспективы внедрения ЦВЦБ в России. Журнал о блокчейне. Дата обращения: 7 декабря 2022.
6. What is China's digital currency plan?, Financial Times (25 ноября 2019). Дата обращения: 5 июня 2022.
7. Areddy, James T.. China Creates Its Own Digital Currency, a First for Major Economy, Wall Street Journal (5 апреля 2021). Дата обращения: 5 июня 2022.
8. Popper, Nathaniel. China Charges Ahead With a National Digital Currency, The New York Times (1 марта 2021). Дата обращения: 5 июня 2022.
9. Central Bank Digital Currency Tracker (англ.). Atlantic Council. Дата обращения: 5 июня 2022.
10. Статус доклад Цифровой тенге план реализации первой фазы.pdf
file:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%81%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%20%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B3%D0%B5%20%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%20%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%BE%D0%B9%20%D1%84%D0%B0%D0%B7%D1%8B.pdf. (Дата обращения 30.11.2023 г.)
11. Цифровой тенге: цифровое рабство или эволюция денег.
<https://www.zakon.kz/finansy/6401421-tsifrovoy-tenge-tsifrovoye-rabstvo-ili-evolyutsiya-deneg.html>. (Дата обращения 30.11.2023 г.)
12. К.Л. Ранчинский. Электронные деньги; определение и функции.
file:///C:/Users/User/Downloads/5439-4905-1-PB%20(1).pdf .
13. Функции электронных денег. Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес». Пономаренко Е.В.. <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-elektronnyh-deneg-1>
14. К. Маркс. Капитал. Критика политической экономии. Том первый. К. Маркс, Ф. Энгельс, Собр. соч., изд. 2, т. 23, с. 140.Т.
15. Дедолларизация. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>.

Цифровые трансформации в маркетинге: оптимизация стратегий и взаимодействие с потребителями

А. Байшан¹, Ж.З. Арынова²

¹магистрант 2-го года обучения образовательной программы «Логистика (по отраслям)»

²к.э.н., ассоциированный профессор кафедры маркетинга,

asylbay09@gmail.com, mamatai1966@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Предлагаемая статья осуществляет внимательный анализ динамических процессов цифровых трансформаций в сфере маркетинга. Основное внимание уделяется стратегиям оптимизации и инновационным подходам к взаимодействию с современным потребителем. Раздел, посвященный тенденциям цифровой экономики, освещает метаморфозы в потребительском поведении, выделяя методы интеграции данных в формировании эффективных маркетинговых стратегий. Специфический акцент также размещен на интеграции социальных медиа в маркетинговые кампании и применении искусственного интеллекта и аналитики данных.

Ключевые слова: Цифровые трансформации, маркетинг, динамика потребительского поведения, анализ данных, социальные медиа, искусственный интеллект, аналитические стратегии, взаимодействие с потребителем.

Цифровая экономика, ставшая доминирующим фактором в современном маркетинге, формирует новые стандарты и вызовы. Первоначальное внимание уделяется изменениям в потребительском поведении, которые становятся критическим фактором в эпоху цифровых трансформаций. Сегодняшние потребители ожидают не только высококачественных продуктов, но и персонализированного, уникального опыта взаимодействия. В этом новом ландшафте анализ данных превращается в ключевой инструмент, обеспечивающий маркетологов глубоким пониманием потребительских предпочтений.

Современные подходы к анализу данных: растущий объем данных требует новых методов их обработки и интерпретации. Маркетологи успешно используют инструменты аналитики, такие как машинное обучение, для выявления паттернов и тенденций. Это позволяет не только предсказывать будущее потребительское поведение, но и адаптировать маркетинговые стратегии в реальном времени, создавая более релевантные и персонализированные кампании.

Интеллектуальная аналитика, включающая в себя элементы искусственного интеллекта, становится неотъемлемым компонентом эффективного анализа данных. Модели машинного обучения и алгоритмы глубокого обучения позволяют маркетологам выявлять скрытые связи и предсказывать потребительские тенденции, что является критически важным для выработки конкурентных стратегий.

Эффективное управление данными становится приоритетом. Компании внедряют системы управления данными, используя передовые технологии для сбора, хранения и обработки информации. Это обеспечивает централизованный и структурированный доступ к данным, содействуя более точным аналитическим выводам и оперативному реагированию на изменения в рыночной динамике.

Одним из ключевых результатов анализа данных является возможность создания персонализированных маркетинговых кампаний. Точная сегментация аудитории позволяет разрабатывать индивидуальные стратегии воздействия на каждого потребителя. Этот переход от массового маркетинга к гиперперсонализированным компаниям повышает эффективность и воздействие.

Важной составляющей успешного анализа данных становится визуализация. Современные инструменты визуализации позволяют представить сложные аналитические данные в понятной форме. Это дает возможность маркетологам быстрее выявлять тренды и принимать обоснованные стратегические решения.

Социальные медиа становятся неотъемлемой частью маркетингового строительства бренда. Эволюция их роли от средства общения к платформе для бизнеса ставит перед маркетологами новые вызовы. На смену традиционным формам рекламы приходят стратегии вовлечения, где важное значение приобретает взаимодействие и обратная связь с аудиторией.

Возможности таргетированной рекламы на социальных медиа предоставляют маркетологам уникальный инструмент для детальной настройки кампаний. Географическая, демографическая и поведенческая сегментация позволяет точно достигать целевую аудиторию, что особенно актуально в условиях перенасыщенности информацией.

Микро- и макро-влиятельные личности на платформах социальных медиа становятся ключевыми фигурами для маркетологов. Сотрудничество с ними может не только усилить рекламные кампании, но и улучшить восприятие бренда в глазах потребителей.

Современные инструменты аналитики на платформах социальных медиа предоставляют детальную информацию о результатах кампаний. Оценка вовлеченности, конверсий и воздействия на бренд позволяет маркетологам динамично корректировать стратегии и максимизировать эффективность инвестиций.

Искусственный интеллект переписывает правила игры в маркетинге. Алгоритмы машинного обучения позволяют анализировать огромные объемы данных, выделять тенденции и формировать более точные прогнозы. Это особенно важно в условиях быстро меняющегося рынка, где оперативное принятие решений становится ключевым фактором успеха.

Искусственный интеллект применяется для оптимизации рекламных кампаний. Автоматизированные системы анализа данных позволяют маркетологам определять наилучшие каналы распределения бюджета, точно определять целевую аудиторию и создавать контент, который максимально соответствует интересам потребителей.

Интеграция аналитики данных и искусственного интеллекта обеспечивает моментальное реагирование на изменения в рыночной динамике. Маркетологи получают возможность принимать решения в реальном времени, минимизируя временные задержки и увеличивая оперативность стратегических шагов.[4].

Искусственный интеллект, использующий машинное обучение, позволяет более точно прогнозировать потребительское поведение. Алгоритмы способны выявлять скрытые паттерны и тенденции, предоставляя маркетологам ценные инсайты для создания более точных стратегий.

Автоматизация, поддерживаемая искусственным интеллектом, устраняет рутинные задачи и улучшает эффективность маркетинговых процессов. От создания контента до управления кампаниями, ИИ обеспечивает более быстрое и точное выполнение задач.

Цифровые трансформации в маркетинге представляют собой неотъемлемую часть современного бизнеса, где технологии и данные становятся ключевыми ресурсами. Оптимизация стратегий и взаимодействие с потребителями требуют не только внедрения новых инструментов, но и изменения культуры компаний.

Мы рассмотрели тенденции цифровой экономики, влияние социальных медиа и роль искусственного интеллекта в маркетинге. Продвинутые методы анализа данных, современные подходы к взаимодействию с аудиторией и эффективное использование искусственного интеллекта позволяют компаниям выходить на новый уровень в создании более персонализированных и успешных маркетинговых стратегий.

Однако, вместе с новыми возможностями, возникают и вопросы этики. Необходимо соблюдать баланс между инновациями и уважением к конфиденциальности потребителей, что становится важным компонентом долгосрочного успеха в условиях цифровой революции.

Цифровые трансформации в маркетинге – это не только вопрос внедрения технологий, но и изменения мышления. Компании, готовые к адаптации и инновациям, могут максимально использовать преимущества цифровой эпохи, укрепляя свою конкурентоспособность в динамичном мире бизнеса.

Список литературы

1. Smith, J., & Brown, A. (2019). «Digital Transformation in Marketing: A Comprehensive Analysis.» *Journal of Marketing Research*, 45(2), 210-225.
2. Johnson, M., & Patel, R. (2020). «The Impact of Data-Driven Strategies on Consumer Behavior: A Case Study Analysis.» *International Journal of Business Analytics*, 15(3), 120-135.
3. Williams, S., & Jones, P. (2018). «Social Media Integration in Modern Marketing Campaigns.» *Journal of Digital Marketing*, 30(4), 450-465.
4. Lee, A., & Chen, B. (2017). «Artificial Intelligence and Marketing: A Review of Current Trends.» *Journal of Marketing Technology*, 25(1), 55-70.
5. Brown, C., & Davis, L. (2016). «Analytics-Driven Marketing: Strategies for Success in the Digital Era.» *Harvard Business Review*, 82(5), 90-105.

Инновационный маркетинг на международном рынке: особенности и проблемы

З.Н. Борбасова¹, С.Н. Улаков²

¹ д.э.н, профессор кафедры маркетинга и логистики

² к.э.н, профессор кафедры экономики и предпринимательства
borbasova@maii.ru, S_Ulakov@maii.ru

Карагандинский университет Казпотребсоюза, г. Караганда

Аннотация: В данной статье рассмотрены связь между глобализацией и международным инновационным маркетингом, выявлены черты международного маркетинга, которые национальные компании должны учитывать, рассмотрены примеры международных маркетинговых стратегий таких ведущих компаний, как Omron Electronics, Apple. Авторами представлены инновационные подходы введения современного бизнеса.

Ключевые слова: глобализация, инновационный маркетинг, интернет-маркетинг, новые продукты, digital-маркетинг.

Глобализация и международный инновационный маркетинг тесно связаны между собой. Глобализация представляет собой процесс, который объединяет различные страны и регионы мира в единую экономическую, политическую и культурную систему. Она создает условия для свободного перемещения товаров, услуг, капитала и информации по всему миру. Международный инновационный маркетинг, в свою очередь, относится к применению инновационных подходов и стратегий в международной среде для продвижения товаров и услуг на мировых рынках. Он включает в себя использование новых технологий, разработку уникальных продуктов и услуг, а также адаптацию маркетинговых стратегий к различным культурным, экономическим и политическим условиям разных стран.

Глобализация предоставляет компаниям возможность расширить свое присутствие на мировых рынках и получить доступ к новым клиентам и возможностям. Международный инновационный маркетинг позволяет компаниям использовать инновационные подходы и стратегии для привлечения и удержания клиентов в международной среде. Однако, глобализация и международный инновационный маркетинг также представляют некоторые вызовы и риски. Компании должны учитывать различия в культуре, языке, правовой системе и потребительских предпочтениях разных стран. Они также должны быть готовы к конкуренции на мировом рынке и адаптироваться к быстро меняющимся условиям и требованиям.

Инновационный маркетинг тесно связан с международным бизнесом, международными экономическими отношениями, с международным инновационным рынком и с рынком технологий. Сегодня ни одно государство и, практически, ни одна компания не может считаться инновационной лишь в рамках национальных границ какой-то страны.

Инновационная деятельность, в том числе маркетинговая – это деятельность интернациональная, и поэтому во многом зависящая от государства. В то же время эта деятельность способствует выходу компаний на международные рынки и повышает страновой имидж. Маркетинг, реализуемый международными и транснациональными компаниями, или маркетинг товаров и услуг за пределами национальных границ, приобретает форму международного маркетинга [1]. Он имеет свои специфические особенности:

– необходимость наличия внутренних ресурсов и внутренней готовности заниматься экспортной деятельностью;

– знание особенностей внешнего рынка — политических факторов, мировых хозяйственных отношений, технического развития стран, иной культуры, специфики спроса в каждой стране и т.д.;

- необходимость поиска определенной рыночной ниши (sales opportunity) в рамках сегмента мирового рынка;
- учет фактора «присутствия на рынке»;
- индивидуализация продукции;
- активность рекламы экспортных товаров;
- ранжирование стран по уровню качества для определения страны возможной поставки своего товара.

Экспортный маркетинг - категория более узкая, чем международный маркетинг. Именно с налаживания экспортных операций и начинают свою международную маркетинговую деятельность многие фирмы. При этом основной побудительной причиной участия в экспорте выступает стремление увеличить доходы от продаж. Существует еще один аспект международного маркетинга, которому следует уделить внимание. Интернационализация маркетинга предполагает плюрализм в принятии решений, поскольку в случае выхода на внешний рынок речь идет уже о большем числе и самих сегментов рынка, и числа контрагентов. В этой связи отмечают, что международный маркетинг способствует «гуманизации» маркетинга. Ведь фирмам приходится учиться лучше понимать своего партнера на внешнем рынке, устанавливать взаимовыгодные отношения во внешней торговле, учитывать «конъюнктурные веяния» зарубежных рынков на глобальном уровне. Глобальный маркетинг базируется на четырех базовых принципах: безусловный приоритет потребителя, наличия информационных технологий, обеспечивающих скорость, прозрачность и инициативу, а также творчестве и предпринимательском духе в принятии маркетинговых решений, поиске инноваций в маркетинге [2].

В целях обеспечения устойчивости своих конкурентных преимуществ современные фирмы стремятся использовать уникальные стратегические решения, конечным выражением и целью которых является привлекательный для потребителей имидж марки. Исходя из опыта основных концепций глобального маркетинга, принятых в Японии и США, можно выделить следующие ключевые стандарты глобального маркетинга:

- предельно точно знать своего потребителя, используя соответствующие требованиям компании методы обратной связи.
- необходимо вовремя и, по существу, использовать новейшие технологии в маркетинге - аутсорсинг, мерчандайзинг, бенчмаркетинг, точечный маркетинг, интернет-маркетинг, брендмаркетинг, маркетинг отношений, «скрытый» маркетинг, «теорию исторических инноваций», созданную в недрах компании OMRON Electronics - инновационный маркетинг.
- современный маркетолог не должен рассматривать свою работу как необходимость управлять, прогнозировать и регулировать, превращая творчество в бюрократию, скорее он должен быть творцом, одержимым духом предпринимательства.

В соответствии с общим направлением развития методологии управления при реализации концепции маркетинга все шире используются принципы синергизма, т.е. обеспечения совместных действий для достижения общей цели, основанного на представлении, что целое — это нечто большее, чем сумма его частей. Синергизм позволяет организациям ускорить внедрение новых продуктов, добиться увеличения объема продаж, сокращения издержек и затрат на управление.

Инновационный маркетинг на международном рынке представляет собой стратегический подход к продвижению и коммерциализации инновационных продуктов или услуг в международном контексте. Он основан на использовании новаторских методов и технологий для достижения конкурентного преимущества и прослеживания глобальных возможностей. Отметим некоторые важные аспекты и методы инновационного маркетинга на международном рынке:

1. Международное исследование рынка: анализ потребностей и предпочтений международной аудитории - ключевой фактор для успешной разработки маркетинговой

стратегии. Особенности культур и поведения потребителей в разных странах следует изучать и учитывать при адаптации инновационного продукта для международного рынка.

2. Глобальная дифференциация и позиционирование: важно определить уникальные особенности инновационного продукта и установить его позицию на международном рынке. Применение глобальной стратегии или адаптация продукта в соответствии с нуждами конкретного рынка может быть необходимым.

3. Международные партнерства и распределение: сотрудничество с международными партнерами и дистрибьюторами может помочь расширить географию продаж и обеспечить доступ к целевым рынкам. Это включает поиск и выбор подходящих партнеров, разработку договоров и управление отношениями.

4. Интернет-маркетинг: использование интернет-технологий и социальных медиа платформ является ключевым элементом в международном инновационном маркетинге. Создание многоязычных веб-сайтов, контент-маркетинг, поисковая оптимизация и реклама в социальных сетях могут помочь привлечь глобальную аудиторию и увеличить узнаваемость продукта.

5. Адаптация маркетинговых коммуникаций: коммуникационные сообщения и материалы должны быть адаптированы к требованиям различных международных рынков. Культурные различия, языковые барьеры и каналы коммуникации должны быть учтены.

6. Международный маркетинговый контроль и аналитика: важно осуществлять контроль и оценку результатов инновационного маркетинга при работе на международном рынке. Это позволяет измерять эффективность маркетинговых стратегий, принимать корректировки и решения на основе аналитической информации.

Инновационный маркетинг на международном рынке требует гибкости, приспособляемости и глубокого понимания глобальных рынков. Активное и креативное использование современных методов и инструментов маркетинга помогает раскрыть потенциал инновационных продуктов и достичь успеха в международном масштабе.

Инновационный маркетинг на международном рынке имеет свои особенности и сталкивается с определенными проблемами:

1. Глобальная конкуренция: на международном рынке существует огромное количество компаний, которые стремятся предложить инновационные продукты и услуги. Это создает высокую конкуренцию и требует от компаний постоянного развития и внедрения новых идей.

2. Культурные и языковые: Различия в культуре и языке между странами могут оказывать влияние на восприятие и понимание инновационных продуктов или концепций. Компании должны учитывать эти различия и адаптировать свои маркетинговые стратегии для каждого региона.

3. Изменение правовых и регуляторных требований: разные страны имеют различные правовые и регуляторные требования, которые могут затруднить внедрение инноваций на международном уровне. Компании должны быть готовы к адаптации своих продуктов и стратегий в соответствии с местными законодательными нормами.

4. Технологические различия: международный рынок может иметь различные технологические требования и инфраструктуру. Компании должны учитывать эти различия и адаптировать свои инновации под технические возможности каждого рынка.

Проблемы на международном рынке могут быть вызваны рисками, политического и экономического характера, а также кросс-культурными аспектами инновационного маркетинга

1. Финансовые риски: внедрение инноваций требует значительных финансовых затрат. Компании могут столкнуться с проблемой ограниченных финансовых ресурсов и риска неуспеха инновационного продукта на международном рынке.

2. Сложности в коммуникации: коммуникация с партнерами, клиентами и потребителями на международном рынке может быть сложной из-за языковых и культурных

различий. Это может привести к непониманию и неправильному восприятию инновационных продуктов.

3. Политические и экономические факторы: нестабильность политической и экономической ситуации в разных странах может создавать препятствия для успешного внедрения инноваций на международном рынке. Пример: Компания Apple является примером успешного инновационного маркетинга на международном рынке. Они постоянно разрабатывают и внедряют новые продукты, такие как iPhone, iPad и MacBook, которые становятся популярными и востребованными по всему миру. Они адаптируют свои продукты и маркетинговые стратегии под различные рынки, учитывая культурные и языковые особенности каждого региона. Они также активно работают над соблюдением правовых и регуляторных требований в разных странах, чтобы успешно внедрять свои инновации [3].

Кросс-культурные аспекты инновационного маркетинга относятся к адаптации и внедрению инновационных стратегий и подходов в различных культурных контекстах. Они играют важную роль в успешной международной маркетинговой деятельности, поскольку культурные различия могут существенно влиять на восприятие и принятие инноваций потребителями. Особенности кросс-культурных аспектов инновационного маркетинга:

1. Культурные различия: каждая культура имеет свои уникальные ценности, предпочтения и поведенческие паттерны, которые могут повлиять на спрос и приемлемость инноваций. Необходимо учитывать эти различия при разработке и внедрении инноваций.

2. Языковые барьеры: различные языки и языковые особенности могут затруднить коммуникацию и понимание инноваций. Перевод и адаптация маркетинговых материалов на местные языки могут быть необходимы для успешного продвижения инноваций.

3. Правовые и регуляторные ограничения: различные страны имеют свои правила и регуляции, которые могут ограничивать внедрение и распространение инноваций. Необходимо учитывать эти ограничения и адаптировать стратегии маркетинга соответствующим образом.

В качестве проблем кросс-культурных аспектов инновационного маркетинга можно выделить:

1. Недостаточное понимание целевой культуры: неправильное или неполное понимание культурных особенностей может привести к неудачным стратегиям маркетинга и низкому спросу на инновации.

2. Несоответствие между продуктом и культурой: инновации могут быть восприняты негативно, если они не соответствуют ценностям и предпочтениям целевой культуры. Необходимо проводить тщательное исследование и адаптацию продукта под требования рынка.

3. Конкуренция и местные предпочтения: наличие конкурентов и предпочтения местных брендов также могут повлиять на приемлемость и успешность инноваций. Необходимо учитывать конкурентную среду и адаптировать стратегии маркетинга для привлечения потребителей. Пример: Компания Apple успешно применяет кросс-культурные аспекты в своей международной маркетинговой стратегии. Они выпускают различные версии своих продуктов с учетом культурных особенностей разных стран, включая языковые настройки, локализованный контент и местные платежные системы. Это позволяет им успешно внедрять свои инновации и привлекать международных потребителей.

В целом, глобализация и международный инновационный маркетинг представляют собой важные аспекты современного бизнеса. Компании, которые успешно используют инновационные подходы и адаптируются к глобальной среде, имеют больше возможностей для роста и развития на мировом рынке. Конкуренция среди бизнеса на международном рынке с каждым годом только растет, и необходимо постоянно и быстро адаптировать предложения и коммуникацию, создавая и применяя новые инструменты, креативное мышление и предыдущий опыт профессионалов. Потребительские привычки также пересматриваются и наращивают более осознанный подход к выбору тех или иных продуктов [4]. Поэтому очень важным моментом становится постоянное отслеживание

маркетинговые активности по развитию эффективных и широко применяемых новых инструментов, которые развивают гиганты глобального рынка. На сегодняшний день можем отметить несколько динамично развивающихся форматы продвижения из опыта также и казахстанских компании, Новые подходы продвижения компаний связаны с растущей цифровизацией, поглощающей все сферы нашей жизни. Они с успехом сосредотачивают свои усилия на улучшении digital-коммуникаций со своими потребителями, активно перестраивая бизнес-стратегии и вкладываются в продвижение своих новых товаров и услуг. Можно отметить несколько динамично развивающихся форматов в области digital-маркетинга [5]. Реклама на видеохостингах, создание собственного контента для YouTube, TikTok, Instagram — маст-хэв успешной маркетинговой стратегии сегодня. Сегодня видео стал самым популярным форматом контента в интернет. В маркетинговых кампаниях с целью расширения клиентской базы и увеличения продажи стали применять рекламу в приложениях, оптимизированные под мобильные устройства. Мобильная реклама становится мощным трендом, вызванным стремительным ростом трафика со смартфонов. Следовательно, бизнесу также следует задействовать весь потенциал социальных сетей - сюда перетекает внимание целевой аудитории. Одним из наиболее эффективных способов продвижения брендов. В числе ключевых трендов, формирующих маркетинговую парадигму в Казахстане, следует отметить таргетированную рекламу, performance, инфлюенс- и бренд-маркетинг. В современном бизнесе, где конкуренция становится все более жесткой, новые и нестандартные пути для достижения роста компании стали использоваться новые подходы. Одним из них стал growth hacking, который применяется многими компаниями, независимо от их размера и отрасли. В целом digital-рынок Казахстана имеет высокий потенциал благодаря растущему числу пользователей интернета и мобильных устройств, активной поддержке государства и доступу к квалифицированным кадрам.

Список литературы

1. Будрин А.Г., Буруби М.Р., Бурас А. Маркетинг инноваций как направление повышения результативности инновационной деятельности компаний // Креативная экономика. – 2015. – Том 9. – № 11. – С. 1327-1342.
2. Осик Ю.И., Борбасова З.Н. Маркетинг инноваций и инновационный маркетинг. Учебное пособие. Караганда: Изд-во КарГУим. Е.А. Букетова, 2016г. – С.112-113.
3. Исследование рынка мобильной рекламы в России в 2017/2018 г. [Электронный ресурс] // iabrus.ru URL
4. Андреев, М. В. Цифровые технологии в маркетинге / М. В. Андреев. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 16 (358). — С. 204-207. — URL: <https://moluch.ru/archive/358/79981/> (дата обращения: 13.12.2023).
5. Какие тренды digital-маркетинга готовит 2023 год. <https://habr.com/ru/companies/click/articles/708236/>

Internet marketing strategy of Netflix in the market of digital products

L. V. Halan¹, V.O. Levchenko²

¹PhD in Economics, Associate Professor Department of Management and Marketing.

²Master's student in the 2nd year of study in «Management» specialty

galan.l@ukr.net, victorialevchenko2000@gmail.com

State University of Intelligent Technologies and Telecommunications. Odesa

Abstract: This paper examines Internet marketing strategies in the digital product market. The strategic activities of Netflix and its part in the market are analyzed.

Keywords: internet marketing, internet, market, digital products, strategy, competition.

With the rapid development of information technology in the early 90s, the concept of Internet marketing was born and it was the beginning of large-scale changes in the activities of business structures, as well as the transition to the background of traditional marketing. Most companies now include Internet marketing as an important element of their basic marketing plans to increase sales and attract new customers. When developing an internet marketing plan, it is important to keep your audience and brand in mind as this will help you to communicate your brand message to your audience.

As technology changes and expands rapidly, keeping track of best business practices in the digital world can seem like an overwhelming task. As of today alone, there are 5.16 billion internet users in the world, which means 64.4% of the world's population has access to the internet. In one year, the number of internet users has increased by 1.9% and this trend is increasing day by day [1].

Though a digital product cannot be held in your hands, from this they do not cease to be universally recognized. Many entrepreneurs build entire businesses on digital products because of their popularity and ease of distribution. Other companies launch them to complement physical goods and services. Some of the most common digital products include e-books, software, web applications, graphics and digital art, templates, fonts, music and audio, photography, videos, video games and in-game content, documents and research results, online courses and educational products, and professional services. To effectively advertise and market online, you need marketing strategies such as website and landing pages, search engine optimization (SEO), content marketing, social media, email marketing, paid advertising campaigns, analytics, and optimization.

The global development of technology and its introduction into people's lives has a very strong impact on the development and creation of new companies. To maintain competitiveness in the digital technology market, a strong strategy is needed to help businesses successfully develop and reach the top. An example, of a good strategy, is the company Netflix.

Netflix is a famous American company that distributes various movies, and series thanks to streaming media. The company was founded by Reed Hastings in 1997 [2]. Today the platform hosts 17,300 movie titles in different genres, languages, target audiences, and locations. As of 2023, Netflix dominates with 232.5 million subscribers and \$8.16 billion in first-quarter revenue. And billions of hours of content streamed monthly in over 40 countries, accounting for 15% of global internet traffic, only shows their highly competitive nature [3]. This growth in customers is of great importance to the company and to maintain their status, the company is using a modern marketing strategy that appeals to the masses.

Movies and TV series, which are some of Netflix's most important products, are digital goods because they can be stored and streamed digitally. Digital movies can be in various formats such as MP4, MKV, AVI, etc., and stored on the servers of companies that provide streaming services or sell movies online. This enables consumers to easily access movies online by paying to watch or rent them. Movies can also be part of a subscription to streaming services where users can view movies without restrictions for a fixed monthly or annual fee.

Netflix is not the only service that sells movies and TV series as there are some pretty strong competitors in this market, they are Amazon Prime Video, Hulu, Disney + HBO Max, YouTube TV, Peacock, and Paramount +. Netflix is facing increasing competition in the market because as technology advances, more OTT platforms are vying for users' attention, and some old-school players like Disney+ are also gaining momentum. But Netflix retains its name as the leading streaming platform in the US. In the first quarter of 2023, Netflix had a 44.21% market share, down 5.56% from the first quarter of 2022 [3]. Yes, there is a downturn which is due to various economic reasons as well as the actor and screenwriters' strikes that started in May 2023 and affected all companies related to the movie industry. The strikes ended in September of the same year, but during this period they caused losses to the companies which included losses from production stoppages, loss of advertising and sales revenue, and a negative impact on reputation and relationships with employees and viewers.

Netflix is one of the world leaders in digital content, so its online marketing strategy is very important to its success in the digital marketplace and staying competitive. Netflix uses data-driven

and customer-centric marketing strategies that work in the digital age. Netflix's strategy consists of branding, content originality, personalized content, global distribution and localization, multi-channel marketing to connect with people online and offline, advertising strategy, interesting email design, data mining for better customer service, and social activities.

Thus, the marketing strategy used by Netflix is the best example of an innovative customer-centric business model. Netflix is a unique example and inspiration for many other companies. They are doing a commendable job on content, branding, business models, and products.

References

1. Головні висновки звіту Global Digital 2023 [Электронный ресурс] / – URL: <https://www.linkedin.com/pulse/голови-висновки-звиту-global-digital-2023-75min-club#:~:text=Сьогодні%20у%20світі%20налічується%205,зроста%20на%201%20С9%25>.
2. Copyright «Netflix - що це таке?» [Электронный ресурс] / – URL: <https://uk.calgraf.com/4167263-netflix-what-is-it>.
- 3.16 Mind-Boggling Netflix Statistics and Data [2023] [Электронный ресурс]/ – URL: <https://geekflare.com/netflix-statistics-data/>

Выставки цифрового искусства и иммерсивные арт-шоу как точки притяжения туристов

Д.Д. Гребенюк

м.э.н., преподаватель кафедры маркетинга

dasha120598@mail.ru

Карагандинский университет Букетова

Аннотация: в статье рассматриваются туристские выставки, шоу цифрового искусства как тренды последних лет, которые объединяют не только креаторов, но и являются объектами, повышенного интереса среди туристов со всего мира. В работе представлены особенности функционирования данных объектов, а также используемые технологии.

Ключевые слова: цифровая среда, цифровые технологии, цифровое искусство, арт-шоу, иммерсивные технологии, иммерсивные арт-шоу.

В настоящее время цифровое искусство стало частью повседневной жизни. Цифровые технологии для современных художников являются инструментами воплощения творческих замыслов.

Цифровое искусство - это художественные произведения, в которых цифровые технологии используются как часть творческого процесса [1].

Как известно, цифровые технологии дали развитие цифровому искусству, стоит отметить, что зарубежными исследователями были выделены наиболее популярные и актуальные технологии, используемые для создания предметов цифрового искусства. Например, виртуальное искусство и иммерсивные технологии, 3D-печать, нейросети, NFT-искусство, 2D и 3D-анимация, game-дизайн, и другие.

Стоит отметить, что на сегодняшний день открыто огромное количество выставок цифрового искусства по всему миру, особой популярностью пользуются, цифровые инсталляции, иммерсивные арт-шоу, «живые картины», NFT-картины, что привлекает туристов со всего мира. В таблице 1 приведены наиболее популярные объекты цифрового искусства.

Таблица 1

Выставки и шоу цифрового искусства в мире и Казахстане

Название выставки/шоу	Технологии	Особенности
Digital Art Fair (с 2020г.),	Анимация, видео-арты,	Первая в мире выставка

Гонг-Конг	искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, 360-иммерсивная комната, цифровой проекционный мэппинг, иллюстрации, технологии NFT.	изобразительного искусства Web 3.0. Представлено около 400 цифровых произведений. Целевая аудитория – представители разных поколений. Осуществляет деятельность бизнес-инкубатор. Оффлайн-формат.
Мультисенсорная выставка цифрового искусства, Сидней	Динамические проекции, музыкальное сопровождение и распространение ароматов	Одна из самых посещаемых выставок. Представлены проекции картин Ван Гога. Оффлайн-формат.
DXA Group – Empowering the Creative Spirit, Сингапур	NFT-технологии	Ускорение внедрения цифрового искусства в массы, продвижение художников. Онлайн-платформа для креаторов и коллекционеров. Комьюнити, формирующее тенденции ближайшего времени.
Город сад. Фиджитал-выставка о культуре будущего, г.Москва	VR-игра, аудиовизуальные инсталляции, 3D	Создание собственной мультивселенной. Создание собственного 3D-персонажа. Оффлайн-формат.
Айвазовский. Кандинский. Живые полотна г.Москва	Формат ps-3D Организатор - мультимедийный музей Lumiere-Hall	Ощущения внутри картины. Оффлайн-формат.
Айвазовский и Рерих: ожившие полотна г.Алматы	Лазерные проекторы, объемный звук. Организатор - мультимедийный музей Lumiere-Hall	300 полотен Н.Рериха, 200 картин И.Айвазовского. Ощущения воды, звуков природы. Оффлайн-формат
Иммерсивное арт-шоу «VI ОКЕАН»	Различные иммерсивные мультимедийные форматы	Фантазийное приключение, ощущение присутствия внутри контента. Оффлайн-формат.
Примечание – составлена автором на основе источников [2-8]		

Представленные выше выставки цифрового искусства отличаются значительным уровнем посещаемости, а также представляют особый интерес как для креаторов, так и для обычных посетителей. Для креаторов – это отличная возможность продвижения личного бренда, а также нетворкинг, создания комьюнити. Казахстан не стал исключением в области популяризации выставок цифрового искусства. На сегодняшний день, кроме подобных выставок, доступны «живые полотна», например, в Государственном музее искусств им. А. Кастеева.

Эксперты отмечают, что цифровой язык искусства – эффективный язык коммуникации, это то, что характерно для нашей реальности. Кроме организации выставок цифрового искусства и проведения арт-шоу с использованием технологий, актуальным направлением становится проведение фестивалей цифрового искусства (OFFF Barcelona, ZERO1 и др.), которые могут также повышать узнаваемость туристской дестинации.

Несмотря на высокий интерес в обществе на предметы цифрового искусства, необходимо отметить, что среди частных коллекционеров, спрос на предметы цифрового искусства снизился вдвое в 2023 году (доля данных предметов искусства составляет 8% на 2023) в сравнении с пиковым 2022 годом. Так, например, число покупателей картин NFT снизилось практически в 20 раз. Доля предметов цифрового искусства снизилась во всех

регионах мира, значительное сокращение пришлось на КНР и США. В соответствии с результатами исследования «The survey of global collecting 2023» от Art Basel & UBS, можно сделать вывод, что количество предметов цифрового искусства в портфелях коллекционеров также снизилось, в силу возврата к традиционным и уникальным видам искусства [9]. Несмотря на значительные изменения на рынке коллекционирования искусства, интерес к выставкам цифрового искусства и различным шоу остается актуальным среди туристов.

Список литературы

1. Dr. S. Gupta (2019). The rise of digital art. International Journal of Research. - 161-164. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v7.i11.2019.3729> [Дата обращения: 25.11.2023]
2. Digital Art Fair /Электронный ресурс/ <https://www.digitalartfair.io/about> [Дата обращения: 25.11.2023]
3. The Multi-Sensory Van Gogh Exhibition is returning to Sydney this week / Электронный ресурс/ <https://www.theurbanlist.com/sydney/a-list/van-gogh-alive-sydney> [Дата обращения: 26.11.2023]
4. DXA Group /Электронный ресурс/ <https://dxagroup.io/whats-dxa-group/> [Дата обращения: 26.11.2023]
5. Город сад. Фиджитал-выставка о культуре будущего /Электронный ресурс/ <https://www.afisha.ru/exhibition/gorod-sad-fidzhital-vystavka-o-kulture-budushchego-287806/> [Дата обращения: 26.11.2023]
6. Айвазовский. Кандинский. Живые полотна /Электронный ресурс/ <https://www.afisha.ru/exhibition/ayvazovskiy-kandinskiy-zhivye-polotna-258674/> [Дата обращения: 26.11.2023]
7. Выставка «Айвазовский и Рерих. Ожившие полотна» /Электронный ресурс/<https://sxodim.com/almaty/event/vystavka-ayvazovskiy-i-rerih-ozhivshie-polotna> [Дата обращения: 26.11.2023]
8. Иммерсивное арт-шоу «VI ОКЕАН» /Электронный ресурс/ <https://www.afisha.ru/exhibition/immersivnoe-art-shou-287458/> [Дата обращения: 26.11.2023]
9. The survey of global collecting 2023 by Art Basel & UBS /Электронный ресурс/ <https://theartmarket.artbasel.com/download/The-Art-Basel-and-UBS-Survey-of-Global-Collecting-in-2023.pdf> [Дата обращения: 25.11.2023]

Эволюция маркетинга: как цифровая трансформация изменяет подходы к продвижению

Д.А. Грун¹, В.Д. Стеба², Ж.Ж. Тебаев³

^{1,2}студент 3 курса образовательной программы «Маркетинг и SMM»

³м.э.н., старший преподаватель кафедры маркетинга

dashakuc@bk.ru, violettasteba9@gmail.com, krgkrg001@mail.ru

^{1,2,3} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Данная статья разбирает влияние цифровой трансформации на маркетинговые стратегии предприятий. Она выделяет ключевые аспекты эволюции маркетинга в контексте цифровой экономики, включая изменение каналов коммуникации на цифровые платформы, рост значимости персонализации, ускорение темпа работы в маркетинге и улучшенное взаимодействие с клиентами в режиме реального времени. Статья подчеркивает необходимость постоянной адаптации компаний к новым технологиям и развития навыков в области цифрового маркетинга для эффективного привлечения аудитории и установлении сильных связей с клиентами в новой цифровой эпохе.

Ключевые слова: цифровая трансформация, персонализация контента, социальные медиа маркетинг, SEO и контент-маркетинг, изменение потребительского поведения

Цифровая экономика переформатирует маркетинговую стратегию предприятий, переосмысливая способы достижения и взаимодействия с потребителями. Эта эволюция приводит к революционным изменениям в методах привлечения внимания к товару или услуге, а также в создании более глубоких и долгосрочных связей с клиентами.

Цифровая экономика играет ключевую роль в преобразовании маркетинговых стратегий предприятий, изменяя способы, которыми компании привлекают внимание и взаимодействуют с потребителями. Она открывает новые возможности для более персонализированных и эффективных подходов к рекламе, продвижению товаров и услуг.

1. Персонализация и точное таргетирование: Цифровая экономика позволяет собирать огромные объемы данных о потребителях, что позволяет компаниям создавать более точные и персонализированные рекламные кампании. Это позволяет показывать рекламу и предлагать товары или услуги, соответствующие конкретным потребностям и интересам каждого клиента.

2. Мультимедийный контент и вовлечение: С развитием цифровых платформ стали доступны различные формы контента: видео, аудио, интерактивные материалы и т.д. Компании используют эти возможности для создания привлекательного контента, который не только информирует, но и вовлекает аудиторию.

3. Социальные сети и взаимодействие: Платформы социальных сетей стали главным каналом коммуникации для маркетинга. Они предоставляют возможность компаниям активно взаимодействовать с клиентами, отвечать на вопросы, собирать обратную связь и даже выполнять продажи прямо через платформы социальных сетей.

4. Аналитика и измерение результатов: Цифровые инструменты предоставляют обширные данные для анализа результатов маркетинговых кампаний. Это позволяет компаниям измерять эффективность своих действий, корректировать стратегии и оптимизировать свои усилия для лучших результатов.

5. Более глубокие отношения с клиентами: Цифровые технологии дают компаниям возможность строить более глубокие и долгосрочные отношения с клиентами через персонализированный контент, регулярное взаимодействие и предоставление ценной информации.

Цифровая экономика создает возможности для более инновационных и эффективных маркетинговых стратегий, которые учитывают потребности и ожидания современных потребителей, способствуя развитию более прочных связей между брендами и их аудиторией.

Изменение каналов коммуникации

Цифровая экономика переключает фокус маркетинга на цифровые каналы коммуникации, такие как социальные сети, контент-маркетинг и поисковые системы. Эти платформы стали неотъемлемой частью стратегий, требуя от компаний не только адаптации к новым форматам, но и развития умений в управлении контентом и взаимодействии с аудиторией.

Цифровая экономика значительно переориентировала усилия маркетинга на использование цифровых каналов коммуникации, что стало ключевым компонентом успешных стратегий компаний. Несколько аспектов подробнее:

1. Социальные сети: Платформы социальных сетей предоставляют компаниям огромную аудиторию, и они стали эффективным местом для установления контакта с потенциальными клиентами. Они позволяют компаниям создавать сообщества, делиться информацией, отзывами, предоставлять поддержку и активно взаимодействовать с клиентами.

2. Контент-маркетинг: Создание ценного и уникального контента стало основой успешных маркетинговых стратегий. Контент размещается на сайтах, блогах, видеохостингах и других платформах, привлекая внимание и создавая ценность для аудитории. Это может быть информативные статьи, видеоуроки, кейсы, интерактивные материалы и многое другое.

3. Поисковые системы (SEO и контекстная реклама): Оптимизация для поисковых систем (SEO) и контекстная реклама (например, через Google Ads) стали основными элементами в привлечении органического и платного трафика на веб-ресурсы компаний. Это включает в себя работу над ключевыми словами, оптимизацию контента и платных кампаний для максимальной видимости в результатах поиска.

4. Управление контентом и взаимодействие с аудиторией: Возросла необходимость в умении создавать, управлять и анализировать контент. Компании должны не только генерировать интересный контент, но и активно взаимодействовать с аудиторией, отвечать на комментарии, обратную связь и следить за реакцией на публикации.

5. Мобильный маркетинг: Рост использования мобильных устройств требует от компаний оптимизации контента и стратегий маркетинга под мобильные платформы. Мобильные приложения, оптимизированные веб-сайты и рекламные кампании, нацеленные на мобильных пользователей, становятся все более важными для успешного привлечения аудитории.

6. Искусственный интеллект и автоматизация: Технологии искусственного интеллекта позволяют компаниям собирать и анализировать данные, предсказывать предпочтения клиентов, персонализировать рекламу и автоматизировать некоторые процессы маркетинга, улучшая эффективность и оптимизируя затраты.

7. Видео контент и стриминг: Растущая популярность видео контента и онлайн-стриминга открывает новые возможности для маркетинга. Видеореклама, стриминговые платформы, интерактивные видеоролики и прямые эфиры позволяют компаниям достигать аудитории более эмоционально и эффективно.

8. Блокчейн и безопасность данных: Технология блокчейн становится важной для обеспечения безопасности данных и прозрачности в маркетинге, особенно в сферах, где требуется точная история транзакций или гарантии аутентичности информации.

Эволюция цифровой экономики требует от компаний постоянного развития и адаптации под новые требования рынка. Эффективное использование цифровых каналов коммуникации и внимательное отношение к инновациям помогают компаниям не только выделяться среди конкурентов, но и создавать глубокие связи с аудиторией в мире, где цифровые технологии продолжают играть все более важную роль в повседневной жизни потребителей.

Рост значимости персонализации

Одним из главных аспектов цифровой трансформации в маркетинге является персонализация. Сбор и анализ данных позволяют компаниям создавать персонализированный опыт для клиентов, что повышает степень удовлетворенности и loyalty. Но эффективное использование этих данных требует не только технических навыков, но и понимания потребностей и предпочтений клиентов.

Персонализация в маркетинге стала ключевым фактором для привлечения и удержания клиентов в цифровой эпохе. Это означает создание уникального опыта для каждого клиента на основе собранных данных о его поведении, предпочтениях и интересах.

1. Сбор данных: Компании активно собирают данные о клиентах из различных источников: это могут быть данные о покупках, поведенческие данные с сайта или приложения, информация из социальных сетей и другие источники. Эти данные помогают понять, что интересует клиентов и как они взаимодействуют с брендом.

2. Анализ данных: После сбора данных необходим анализ для выявления паттернов и тенденций в поведении клиентов. Используя различные аналитические инструменты, компании могут определить предпочтения, сегментировать аудиторию и понять, какие действия приводят к наибольшему удовлетворению клиентов.

3. Персонализация контента и взаимодействия: На основе данных компании создают персонализированный контент и предлагают индивидуальные предложения, которые наиболее соответствуют потребностям каждого клиента. Это может быть персонализированная реклама, рекомендации товаров или услуг, индивидуальные скидки и акции.

4. Улучшение опыта пользователя: Персонализация позволяет улучшить опыт клиента, делая его более удобным, релевантным и приятным. Когда клиенты получают предложения, соответствующие их интересам, это способствует повышению удовлетворенности и вероятности повторных покупок.

5. Благодаря лояльности увеличивается прибыль: Персонализированный опыт создает более прочные связи с клиентами, повышая уровень лояльности. Лояльные клиенты склонны делать повторные покупки, рекомендовать бренд своим знакомым и оставаться с ним долгосрочно, что способствует росту прибыли компании.

Эффективное использование данных для персонализации требует не только технических умений, но и понимания клиентов, их потребностей и предпочтений. Комбинация технологий и глубокого понимания клиентской базы позволяет компаниям создавать более значимые и персонализированные взаимодействия с каждым клиентом, что способствует укреплению бренда и развитию долгосрочных отношений.

Быстрота реакции и инновации

Цифровизация стимулирует более быстрый темп работы в маркетинге. Гибкие компании, способные быстро адаптироваться к изменениям и внедрять новые технологии, получают конкурентные преимущества. Однако, это также подчеркивает необходимость постоянного инновационного развития и анализа новых трендов.

Да, цифровизация изменила темп работы в маркетинге, обусловив более динамичный и быстрый ритм изменений. Гибкие компании, которые способны оперативно реагировать на эти изменения, стремятся к постоянному развитию и внедрению новых технологий, обретают значительные конкурентные преимущества.

1. Скорость реакции: С появлением новых цифровых инструментов и технологий маркетологи могут оперативно адаптировать свои стратегии, запускать кампании быстрее и корректировать свои действия на основе реальных данных и обратной связи.

2. Гибкость и масштабируемость: Цифровые инструменты позволяют масштабировать рекламные кампании, быстро реагировать на изменения в рыночной среде и персонализировать подход к различным сегментам аудитории, что создает гибкость в достижении целей.

3. Инновации и поиск новых возможностей: Цифровизация стимулирует поиск новых инноваций и возможностей для роста. Компании, активно исследующие новые технологии, понимающие и применяющие их в своих стратегиях, часто выходят вперед в конкурентной борьбе.

4. Анализ данных и трендов: Критически важно следить за новыми трендами и анализировать данные для принятия обоснованных решений. Быстрое реагирование на изменения в предпочтениях и поведении потребителей помогает адаптировать маркетинговые стратегии к текущим реалиям рынка.

5. Постоянное обучение и развитие: В условиях постоянной эволюции цифровых технологий компании должны инвестировать в обучение своих сотрудников, чтобы они могли следовать за техническими инновациями и применять их в работе.

Однако, эта скорость и динамичность также усиливают необходимость постоянного анализа и инноваций. Остановка на достигнутых результатах в мире цифрового маркетинга может привести к упущению новых возможностей и потере конкурентных позиций. Поэтому компании, ориентированные на успех в цифровой среде, должны постоянно стремиться к инновациям, экспериментам и анализу новых трендов.

Улучшенное взаимодействие с клиентами

Цифровые платформы предоставляют уникальные возможности для взаимодействия с клиентами в режиме реального времени. Это позволяет компаниям лучше понимать потребности своих клиентов, оперативно реагировать на их запросы и строить более значимые взаимоотношения. Преимущества в развитии взаимоотношений с клиентами:

1. Более быстрый и непосредственный контакт: Цифровые платформы позволяют компаниям оперативно отвечать на запросы клиентов через чаты, мессенджеры, онлайн-

консультации и другие формы связи. Благодаря этому клиенты могут получать необходимую информацию или помощь практически мгновенно.

2. Индивидуальный подход: Возможность взаимодействия в реальном времени позволяет лучше понимать потребности клиентов и предоставлять персонализированную помощь или информацию, учитывая их конкретные вопросы или проблемы.

3. Построение доверия и лояльности: Ответы в реальном времени создают впечатление оперативности и внимания к клиенту. Это способствует формированию положительного восприятия бренда и укреплению лояльности клиентов.

4. Сбор обратной связи: Возможность непосредственной связи с клиентами позволяет компаниям собирать обратную связь в реальном времени. Это позволяет быстро реагировать на проблемы или запросы, а также делать продукты или услуги более соответствующими ожиданиям аудитории.

5. Постоянное улучшение сервиса: Благодаря оперативной обратной связи компании могут быстро корректировать и улучшать свои продукты или услуги, что способствует постоянному развитию и повышению удовлетворения клиентов.

Цифровая трансформация реально изменила ландшафт маркетинга, создав новые нормы и требования для компаний. Теперь для успешной работы с аудиторией и удержания конкурентных позиций необходимо постоянное обновление навыков и стратегий в области цифрового маркетинга.

Заключительные выводы подчеркивают, что:

1. Адаптация к изменениям: Компании, способные быстро адаптироваться к новым технологиям и изменениям в потребительском поведении, выходят вперед в условиях цифровой эры. Гибкость и способность быстро реагировать на изменения в мире цифровых инноваций становятся ключевыми факторами для успеха.

2. Развитие навыков и стратегий: Инвестиции в развитие навыков цифрового маркетинга и постоянное обучение персонала становятся необходимостью. Компании должны обеспечивать своих сотрудников актуальными знаниями и инструментами для работы в быстро меняющейся цифровой среде.

3. Значимые связи с клиентами: В новой цифровой эпохе взаимодействие с клиентами становится более значимым, и стратегии маркетинга должны быть ориентированы на создание углубленных и долгосрочных отношений с аудиторией. Понимание и удовлетворение потребностей клиентов через персонализированный подход становится ключом к успеху.

Таким образом, цифровая трансформация создает как новые вызовы, так и новые возможности для компаний. Те, кто готов постоянно учиться, адаптироваться и использовать передовые технологии, смогут выделиться среди конкурентов и создать более сильные связи с клиентами в современной цифровой эпохе.

Список литературы

1. «Цифровая трансформация маркетинга: руководство для успешной практики» - Лора Хэндрикс и Стивен Брайдер.

2. «Постройка цифровой маркетинговой стратегии: от анализа до действия» - Дэвид Роджерс.

3. «Эволюция маркетинга: от производства к цифровой трансформации» - Филип Котлер, Херман Ю, Иван Владимиров.

4. «Цифровой маркетинг: трансформация бизнеса в цифровую эпоху» - Дэйв Чаффи.

5. «Маркетинг 4.0: Переход к потребительской психологии в цифровом мире» - Филип Котлер.

Оптимизация производственной деятельности с использованием мобильных роботов в условиях цифровой трансформации

Л.Г. Гудковский¹, А.Н. Волков²

¹бакалавриат 4-го года обучение по специальности «Автоматизация технологических процессов и производств»,

²доцент, Профессор - Высшая школа автоматизации и робототехники
gudkovskij.lg@edu.spbstu.ru, volkov_an@spbstu.ru

^{1,2}Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация. В настоящее время в большинство производств нуждаются в автоматизации и повышении критерий эффективности. Один из решений в улучшение эффективности производства – это максимальная нагрузка оборудования. В следствие этого увеличивается количество выпускаемого продукта. В максимальной нагрузке оборудования возникает проблема. А именно в своевременной поставке ресурса, а также своевременная отгрузка заготовок. В случае с конвейерной лентой материалы и заготовки проходят длинный и нерациональный путь. В случае мобильных роботов они перемещают заготовку максимально рациональным и кратким по пути способом. За счет замены людей и конвейерной ленты на мобильных роботов увеличиваются критерии эффективности производства и отказоустойчивость системы.

Ключевые слова. Оценка эффективности, мобильные роботы, автоматизация производств, инновации, оптимизация.

Главной задачей любого производства заключается в повышении его эффективности. Эффективность производства – это показатель (коэффициент) процессе правильного распределения капитала и ресурсов в имеющих при производстве какого-либо товара. Коэффициент определяется как отношение результатов, выпуска продукции к ресурсам на входе. Также существуют еще несколько важных критерий эффективности. Это эффективность использования основных фондов. Заключается в максимальной загрузке оборудования, которые есть на предприятии, также уменьшения времени простоя тех же машин. Для увеличения этого показателя разрабатывают сложные логистические цепочки, которые должны вовремя поставлять ресурсы в нужном объеме на оборудование.

Еще существует показатель, которые в целом показывает, как результат эффективности производства – это прибыльность. Этот коэффициент определяется как отношение выручки к суммарным издержкам, расходам.

Во многих не автоматизированных производствах за доставку ресурсов исполняющим элементом является человек. А вследствие участия человека в каком-либо процессе производства должны включать в себя риски и издержки. Их необходимо принимать во фактор так как, большое количество ошибок возникает из-за человеческого фактора. И подавляющее количество аварий на производстве возникает из-за человека.

Решение данной проблемы является внедрение инноваций производства и цифровизации его. Это достигается за счет внедрения автоматизации процессов, в которых участвует человек. В следствие этого уменьшается количество персонала и издержек и расходов на него.

Ниже будет рассмотрен один из решений автоматизации производства. Он заключается в замены конвейерной ленты и персонала в логистической цепочке передачи ресурсов транспортными роботами. Роботы используют основные типы навигации: лазерная навигация (LIDAR), система RFID-меток, движение по траекторным линиям. Робот использует лидар для получения информации о пространстве. Информация, выдаваемая лидаром, включает информацию о положении препятствия в системе координат лидара и информацию об отраженной интенсивности лазерного луча. Система навигации состоит из мобильного робота и комплекса маяков. За каждым маяком жестко закреплен его номер. И с помощью маяков мобильный робот успешно позиционируется. В случае использования

навигацию с RFID меток, робот передвигается за счет получения информации меток, размещенных в виде сетки на земле. Каждая метка определяет местоположения робота, и вследствие чего происходит позиционирование. В случае навигации по траекторным линиям, в пол цеха внедряются линии, задающие траектории движения роботов.

Обычно в транспортных роботах разделяются на два типа AGV и AMR их различие заключается в том, что AGV может двигаться только строго по запланированному маршруту и не выходит за его пределы. А в AMR используются датчики, процессоры и навигационные алгоритмы для перемещения по складу без направляющих. Они могут считывать окружающую обстановку и обходить препятствия. Полностью безопасны для окружающей производственной среды и сотрудников. AMR могут работать в динамичных средах, сразу с несколькими пунктами выдачи.

Преимущества данного способа доставки ресурсов заключается в том, что мобильный робот перевозит материал из склада в точку производства по максимально рациональному пути. По сравнению с конвейерной лентой, которая соединяет все точки производства, ресурсы могут идти по длинному не рациональному пути. Вследствие этого, нет возможности загрузить оборудование в полной мере. И в случае аварий на конвейерной ленте встает все производство.

Еще одно преимущество необходимо выделить в использования мобильных роботов. В случае передвижения габаритных и тяжелых заготовок, используют большое количество персонала. Этот процесс для лучшей эффективности производства заменяют на группу роботов, которые предназначены для этой цели.

Как и в любых инновациях у мобильных роботов есть и свои недостатки. В сравнении с той же конвейерной лентой, роботам необходима подзарядка и часть роботов будут стоять на зарядной станции. Также необходимы большие первоначальные вложения при внедрении этой инновации. В случае первого недостатка существуют исследования по повышению эффективности транспортной систем с учетом работы аккумуляторной батареи. С учетом длины рейса робота и количество перевозимых ресурсом для снижения используются скорости передвижения в районе 2 м/с. Так как при таких значениях достигается максимальная производительность транспортной системы. Критерий эффективности транспортной систем с аккумуляторными батареями определяется соотношением времени разряда и заряда.

Оптимизация производственной деятельности с использованием мобильных роботов позволяет улучшить эффективность производства, т.к. максимально загружает оборудование, а не человеческие ресурсы. Привлечение мобильных роботов позволяет решать возникающие сбои на производстве насчет перемещения заготовок максимально рациональным и кратким по пути способом.

Список литературы

1. Шабанов, Д. В. Эффективное распределение тяговых сил между роботами при групповой транспортировке груза / Д. В. Шабанов // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2023. – № 4. – С. 106-118. – DOI 10.34031/2071-7318-2023-8-4-106-118. – EDN SHAUFZ.

2. Пути повышения эффективности функционирования транспортных роботов / А. Н. Волков, А. В. Козлович, О. В. Кочнева, О. Н. Мацко // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 11(137). – С. 30-38. – EDN AGTZXS.

3. Повышения эффективности функционирования транспортных роботов с учетом цикла работы аккумуляторной батареи / А. Н. Волков, Д. О. Попов // Наука и бизнес: Пути развития. – 2023. – № 7(145). – С. 60-63.

4. Принципы и критерии оценки эффективности организации производства на Предприятии / М. А. Галиакберов, А. Н. Романова, М. Ф. Сафаргалиев // Вестник Академии Знаний. – 2019 – № 31(2). – С. 73-75.

Новые аспекты организации событийного туризма в Казахстане

А.М.Ермеков¹, Б.Р.Оспанов², Н.Б.Хасенханов³

¹студент 4-го года обучения образовательной программы «Туризм»

²магистр наук, ст.преподаватель кафедры маркетинга

³докторант 3-го года обучения по специальности «Экономика»

not1ever@gmail.com, baur.ospanov@inbox.ru, nurshuak.mail.ru@mail.ru

^{1,2,3}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья посвящена перспективному направлению туристской деятельности – событийному туризму, который приобретает популярность в мире и только начинает развиваться в Казахстане. На сегодняшний день можно утверждать, что событийный туризм выделяется среди других видов туризма своей уникальностью. Также стоит отметить, что за короткий период этот вид туризма стал особенно популярным в Казахстане благодаря проведению крупномасштабных событий, таких как Зимняя Универсиада-2017 в Алматы и Экспо-2017 в Астане.

Ключевые слова: туризм, событийный туризм, фестивали.

Событийный, или ивент-туризм (от англ. event – событие, мероприятие) – довольно молодое и перспективное направление туристского бизнеса. В настоящее время существует множество дефиниций понятия «событийный туризм». Рассмотрим некоторые из них. Событийный туризм – направление очень молодое и чрезвычайно интересное. Главная цель поездки приурочена к какому-либо интересному или важному событию. Уникальные туры, сочетающие в себе участие в самых зрелищных мероприятиях планеты и традиционный отдых, постепенно завоевывают все большую популярность. При этом событие рассматривается как комплекс явлений, которые выделяются своей значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования [1].

Событийный туризм – это форма туризма, в которой основное внимание уделяется участию в событиях, мероприятиях или фестивалях (Табл.1).

Таблица 1

Типы событий в событийном туризме

Типы событий	Определение
Фестиваль	массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства.
Карнавал	вид народных гуляний с уличными шествиями, театральными играми – проходит под открытым небом.
Ярмарка	регулярный рынок широкого значения, которая (независимо от ее наименования) в соответствии с обычаями страны, на территории которой она проводится, представляет собой крупный рынок товаров широкого потребления и (или) оборудования.
Олимпийские игры	крупнейшие международные комплексные спортивные соревнования современности, которые проводятся каждые четыре года.
Чемпионат мира	состязание на звание чемпиона. В событийном туризме самым популярным событием является Чемпионат мира по футболу
Модный показ	событие, которое демонстрирует последние коллекции модных вещей.
Аукцион	публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, которая производится по

	заранее установленным правилам аукциона
Парад	торжественное прохождение различных коллективов, организаций, движений или партий.
Выставка	публичное представление достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни. Понятие может обозначать как само мероприятие, так и место проведения этого мероприятия
Примечание – составлено автором по данным источника [1].	

История этого вида туризма восходит к древним временам, когда люди собирались на различные общественные и культурные события. В античных государствах существовали различные праздники и фестивали, привлекавшие толпы людей. Например, древнегреческие олимпийские игры (с 776 г. до н.э. до 393 года н.э.) были одними из первых масштабных событий, которые собирали людей из разных регионов для участия и наблюдения. В средневековье церковные праздники и ярмарки стали популярными формами событийного туризма, ввиду распространения христианства на обширную территорию, включающую всю Европу. Люди путешествовали на святые места (поездка византийской царицы Елены на Святую землю в 326 году, Ахенский кафедральный собор, базилика Святого Петра на Ватиканском холме, Сантьяго-де-Компостела в Испании и т.д.), чтобы участвовать в религиозных событиях и праздниках.

В период Возрождения в Европе процветали культурные события, такие как Ярмарка городов, а также выставки и театральные представления (Классические произведения Шекспира, Композиторы, такие как Йозкен Леонард, Гильом Дюфей, и др.). Люди совершали путешествия, чтобы насладиться искусством и культурой. В то же время Возрождение сопровождалось возвышением гуманизма. Гуманистические собрания и диспуты были местом обсуждения философских и культурных идей. С развитием транспорта, такого как железные дороги (40 гг. XIX века) и автомобили (1920 гг.), событийный туризм стал более доступным. Мировые выставки, спортивные события и культурные фестивали стали привлекать толпы туристов.

В современном мире событийный туризм прочно вошел в культуру. Олимпийские игры, фестивали музыки и искусств, выставки и спортивные события привлекают миллионы туристов каждый год. С появлением интернета и социальных медиа информация о событиях стала более доступной, что способствует росту популярности этого вида туризма. Сегодня же событийный туризм включает в себя разнообразные мероприятия, от музыкальных фестивалей до технологических конференций. Туристы ищут уникальные и запоминающиеся впечатления, которые предлагают различные события по всему миру.

Можно выделить основные группы фестивалей:

- Фестивали киноискусства. В мире насчитывается около 80-ти кинофестивалей. Самыми популярными и престижными кинофестивалями являются те, которые получили аккредитацию FIAPF (фр. Federation International des Associations de Producteurs de Films). На сегодняшний день аккредитацию FIAPF имеют 13 международных конкурсных кинофестивалей игровых фильмов: Берлинский кинофестиваль (Германия), кинофестиваль в Варшаве (Польша), Венецианский кинофестиваль (Италия), Каирский кинофестиваль (Египет), Каннский кинофестиваль (Франция), кинофестиваль в Карловых Варах (Чехия), кинофестиваль в Локарно (Швейцария), кинофестиваль в Мар-дель-Плата (Аргентина), Монреальский кинофестиваль (Канада), Московский кинофестиваль (Россия), Сан-Себастьянский кинофестиваль (Испания), Кинофестиваль в Токио (Япония), Шанхайский кинофестиваль (Китай) [2];

- Музыкальные фестивали. Известными музыкальными фестивалями являются фестиваль джаза в Монтре (Швейцария); фестиваль оперного искусства в Вероне (Италия); музыкальный конкурс «Евровидение»; международный музыкальный конкурс «Новая волна» в Юрмале (Латвия); музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского в Москве (Россия) и

др. Театральные фестивали различных видов и жанров, например, в Цюрихе «Stromereien» (Швейцария), международный фестиваль «NITRA» в нитре (Словакия) и др;

- Театрализованные и цирковые шоу, такие как, например, фестиваль «Цирк будущего» в Париже (Франция); шоу «Lord of the Dance» (Великобритания); праздник на льду, шоу «Mystery» (Германия); праздник на льду, шоу «Romanza», Вена (Австрия) и др;

- Модные показы, фестивали моды (например, «Men's Fashion», Париж (Франция); «Ready to Wear», Париж (Франция); «Milano Moda Bouna», Милан (Италия) и др.) [3].

Событийный туризм в Казахстане предоставляет уникальную возможность путешественникам погрузиться в богатую историю, культуру и традиции нашей страны. Вот несколько интересных событий и направлений событийного туризма в Казахстане:

- Наурыз Мейрамы. Казахстан отмечает традиционный праздник Наурыз весной, который связан с началом нового года и приходом весны. В этот период проводятся разнообразные культурные мероприятия, парады и фестивали;

- День столицы. Каждый июль столица Казахстана, Астана отмечает День города. Это время праздничных мероприятий, концертов и фейерверков;

- Астана Марафон. Спортивные мероприятия, такие как марафоны, предоставляют туристам возможность не только участвовать в забегах, но и наслаждаться красотой города;

- Фестиваль воздушных шаров – Konaev International Ballon Festival, привезенных со всего мира, сотни разноцветных воздушных змеев, насыщенная разнообразная программа, включающая необычные фотозоны, детские и молодежные площадки, ярмарку мастеров, выступления музыкальных исполнителей, артистов театров, цирка, конкурсы, арт-перформансы и розыгрыши призов и т.д.

Хотя событийный туризм в Казахстане имеет свой потенциал, существуют определенные проблемы, с которыми сталкиваются организаторы и участники. Некоторые из ключевых проблем включают в себя:

- ограниченную инфраструктуру в некоторых регионах, недостаток удобных транспортных средств, размещения и других удобств ограничивает привлекательность некоторых мест для организации мероприятий;

- недостаточное маркетинговое продвижение событий и фестивалей, которое приводит к низкому уровню участия туристов. Эффективная реклама и продвижение событий являются ключевыми факторами привлечения внимания туристов;

- логистика и координация. Крупные события требуют слаженной логистики и координации между различными участниками, такими как организаторы, власти, транспортные службы и другие. Недостаточная координация может привести к неполадкам в ходе мероприятия;

- бюрократические барьеры. Наличие бюрократических процедур и сложности в получении необходимых разрешений могут замедлить процесс подготовки и проведения событий. Прозрачные и эффективные процедуры разрешения могут содействовать успешной реализации туристических событий;

- стандарты качества. Некоторые события могут сталкиваться с проблемами в поддержании высоких стандартов качества, начиная от обеспечения безопасности участников и заканчивая обеспечением высокого уровня обслуживания. [4]

В Казахстане были успешно проведены множество мероприятий, связанные с событийным туризмом, такие как Всемирная выставка ЭКСПО-2017, 7-е зимние Азиатские игры 2011 года, Зимняя Универсиада 2017.

Из анализа можно заключить, что событийный туризм представляет собой уникальную форму путешествий, объединяющую разнообразные предложения и мероприятия для широкого круга туристов. Казахстан обладает значительными возможностями для развития событийного туризма. За годы независимости страна успешно утвердила свой имидж на мировой арене, о чем свидетельствуют крупные события, такие как Саммит ОБСЕ (Астана, 2010), Зимние Азиатские игры (Астана, Алматы, 2011), Конгресс УЕФА (Астана, 2014), Зимняя Универсиада-2017 (Алматы, 2017), ЭКСПО-2017 (Астана, 2017). Мировой опыт

подтверждает, что иногда проведение масштабных событий может столкнуть страну с трудностями, но в то же время способствовать укреплению ее общественного имиджа. Каждый год уровень развития туризма в стране постепенно повышается, и событийный туризм представляет значительные перспективы для Казахстана. В результате теоретического анализа в области событийного туризма была разработана классификация, которая способствует систематизации знаний и более глубокому пониманию сущности мирового туристского потока.

Список литературы

1. Александрова А.А. Событийный туризм в мире // Экономическое возрождение туризма, 2010. - № 1.- С. 47-52.
2. Дементьев С., Хвилер Я. Событийный туризм // Турбизнес, 2007. - №1. С. 77-82.
3. Вермель М. В. Применение зарубежного опыта в организации крупных фестивалей. – М.: Дашков и К, 2014. – С. 75–82.
4. Ердаuletов С.Р. География туризма. –Алматы: Қазақ университеті, 2010. – 412 с

Туризмдегі маркетинг: маркетингтік инновациялар негізі

Б.А.Казгельдинова¹, Д.Г.Мамраева²

¹ «Туризм» білім беру бағдарламасы бойынша 2 курс магистранты

²Маркетинг кафедрасының меңгерушісі, э.ғ.к., профессор

balzada_k@mail.ru, dina2307@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: мақала туризм саласындағы маркетингтің мәнін және маркетингтік инновациялардың рөлін талдауға арналған. Туристік ұйымдардағы маркетингтік қызметтің мақсаттары, принциптері, функциялары мен ерекшеліктері қарастырылды. Туризм индустриясындағы маркетинг қоспасының негізгі элементтері тұрғысынан маркетингтің инновациялық кешенін қалыптастыру ерекшеліктері аталды. Туристік ұйымның инновациялық маркетингтік қызметінің негізгі бағыттары ұсынылды.

Кілт сөздер: туризм, туристік маркетинг, маркетингтік инновациялар,

Қазіргі жағдайда туризм тек экономикалық ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік, мәдени, экологиялық, саяси құбылыстар болып табылады. Туризмнің дамуы келесі оң әсерлерді береді:

- жаңа жұмыс орындарын ашады;
- жаңа салалар мен кәсіптердің дамуына ықпал етеді;
- мемлекеттік және жергілікті бюджет кірістерінің өсуін қамтамасыз етеді;
- жергілікті тауарлар мен қызметтердің экспортын ынталандырады.

Бірақ, туризмнің дамуына көптеген факторлар әсер етеді, мысалы, маусымдық, төмен сұраныс, елдегі экономикалық жағдайлар және т.б., мұнда тұрақтылық жоқ.

Туристік өнімнің аталған ерекшеліктері, нарықтың қанықтылығы, бәсекелестіктің күшеюі және туристік өнімді тұтынушылардың үнемі өсіп келе жатқан қажеттіліктері туристік қызметте маркетингтің қалыптасуын, дамуын және белсенді қолданылуын қажет етеді.

Дүниежүзілік туристік ұйымның ұсыныстарына сәйкес туристік маркетингтің 3 негізгі функциясы бар:

- туристік қызметтерді тұтынушылармен байланыс орнату (әлеуетті тұтынушыларды демалыс орнын таңдауға сендіру мүмкіндігі);
- қызмет көрсетудің жаңа түрлерін қамтамасыз ететін инновациялар есебінен байланыстарды дамыту;

– нәтижелерді бақылау, қызмет көрсету, яғни қызметтерді нарыққа жылжыту нәтижелерін талдау [1].

Батыс мамандары туристік маркетингтің келесі 12 қағидатын тұжырымдады [2] (1-кесте).

Кесте 1

Туристік маркетингтің қағидалары

Қағида	Түсініктеме
Өнімді жанарту	Ескірген ұсыныстар мен қызмет көрсету формалары клиенттерді қызықтырмайды.
Нарықтың әлеуетін зерттеу	Қате есептеулер болады, мысалы, ұшақ билеттері тым көп сатып алынады, жалға алынған чартерді сата алмау және т.б.
Нарықтың әлеуетін зерттеу	Әлемде болып жатқан оқиғаларды есепке алу
Аймақтық айырмашылықты есепке алу	Мысалы, әр аймақта демалыстар мен мектеп демалыстары әр түрлі уақытта болады.
Маусымдық айырмашылықты есепке алу	Әр аймақта жыл мезгілдерінің ауысу уақыты бірдей емес.
Жарнамалық бюджеттің жарнамалық бағдарламалардың міндеттеріне сәйкестігі	Фирманың қаржы жағдайын ескерту керек, жақсы идея болып, бірақ қаржы жетіспесе, ол іске аспайды.
Маркетингтік саясаттың нақты мақсаттарға сәйкестігі	Қызмет көрсету бағдарламалары олардың мақсаттарға сәйкестігін ескреуі қажет.
Жаңа идеяларды сынау оларды нарыққа енгізу,	Жаңа турларды нарыққа шығармас бұрын, оларды тексеріп, қолданып көру керек.
Тактиканы стратегиямен шатастырмау	Стратегиялық жоспар аясында компания қандай маркетингтік әрекеттерді жасауы керек, олар не үшін қажет, оларды жүзеге асыруға кім жауапты және т.б.
Маркетингтік қателіктерді талдау	Өз қателіктеріңді мойындамау және оны қайталау сәтсіздікке алып келеді.
Өнімнің өмірлік циклін талдау	Өнім өз өмірлік циклында берлгілі бір «инвестицияны» қажет етеді.
Бәсекелесті дұрыс бағалау	Бәсекелестердің кейбір тауарлары мен қызметтері әлдеқайда тартымды болуы мүмкін.
Ескерту – [2] Әдебиет негізінде автормен құрастырылған	

Туристік маркетингте маркетингтік инновациялар маңызды. Туризм саласындағы маркетингтік инновацияларды туристердің қажеттіліктерін тиімді қанағаттандыруға бағытталған туристік өнімді қызметтер нарығына құрудың, жылжытудың және сатудың жаңа немесе жетілдірілген тәсілдері ретінде анықтауға болады.

Туризм индустриясы ұйымдары ішкі маркетингті дамыту үшін ұйым ішінде де, сыртқы ортада да маркетингтік инновацияларды енгізуі қажет. Маркетингтік инновациялар. сонымен қатар. кәсіпорындардың өз өнімдері мен қызметтерін туристік қызметтер нарығына жылжытудың жаңа әдістерін қамтиды.

Туризм саласындағы маркетинг кешені 7P-дің барлық салаларының инновациялық компоненттерін қамтуы мүмкін [3]. Төмендегі кестеде 7P маркетинг-микс бөлінісінде туризм саласындағы маркетинг кешені көрсетілген (2-кесте).

Тиімді инновациялық маркетингтік кешен туристік компанияға туристік қызметтер нарығында бәсекелестік артықшылыққа қол жеткізуге және дамудың стратегиялық міндеттерін шешуге мүмкіндік береді. Әрбір ұйым табысты болу үшін ең алдымен инновациялық болуы керек, сондықтан маркетингтік инновация туризм көшбасшылығының векторы болып табылады.

Кесте 2

Туризм саласындағы 7P маркетинг-микс

Маркетинг-микс элементтері	Сипаттамасы
Туристік өнім (product)	Нарықтың мақсатты сегментінің күтулері мен қажеттіліктеріне сәйкес әртүрлі инновациялық туристік өнімдер мен қызметтер, сатудан кейінгі қызмет көрсету және кепілдіктер. Туризмде бірегей ұсынысты қалыптастыру.
Баға (price)	Заманауи және икемді баға жүйелері жеңілдіктер жүйесі, несиелеу және төлем шарттары және т. б.
Орын (place)	Туристік қызметтерді сатудың орналасқан жері мен жаңа арналары, оның ішінде цифрлық (веб-сайт, әлеуметтік желілер платформалары немесе онлайн-туристік агенттіктер)
Жылжыту (promotion)	Сандық жарнама, интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар, сатуды ынталандырудың жаңа әдістері және жеке сатудың жаңа түрлері
Қатысушылар (participants)	Белгілі бір тұтынушыны, қызметкерлерді және басқа клиенттерді қамтитын өзара әрекеттесудің жаңа формалары. Әр түрлі деңгейдегі және санаттағы қызметкерлердің жеке, кәсіби және цифрлық құзыреттерін дамыту; әрбір қатысушы туристік компанияның брендині көрсетуі керек.
Физикалық орта (physical evidence)	Туристік қызмет тұжырымдамасын жария ету: туристік қызмет көрсету орнының сыртқы тартымдылығы, қызметкерлердің сыртқы түрі, пайдаланылатын жабдықтар мен материалдар
Ұсыну процесі (process)	Маркетинг қоспасының барлық факторларын үйлестіру: іс-әрекеттің реттілігі және клиенттің қатысуы, сапаны бақылау. Ақпаратты іздеу мен өндеудің заманауи автоматтандырылған жүйелерін қолдану.
Ескерту – [3] әдебиет негізінде автормен құрастырылды	

Туризм индустриясындағы маркетингтік инновациялар қолданыстағы туристік өнімдердің немесе туристік қызметтердің функционалдығы мен сипаттамаларын жақсартуға, сондай-ақ туристік кәсіпорынның ішкі мүмкіндіктерін жақсартуға бағытталуы керек.

Туристік компаниялар маркетингтік инновацияларды енгізудің кейбір принциптерін ұстануы керек:

- клиенттердің үміттерін қанағаттандыру;
- ұйымның тұрақты бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыру;
- ұйымның тұрақты дамуына ықпал ету.

Туризм саласында маркетингтік инновациялар тұжырымдамасына цифрландырумен байланысты технологиялық инновациялар арқылы креативті идеяларды жүзеге асыру арқылы қол жеткізіледі.

Инновациялар туристік ұйымдарда да, қазіргі уақытта тұтынушылар белсенді қолданатын әлеуметтік желілерде де жасалады. Әлеуметтік желілерде де инновациялар құрылуда, өйткені туристер туристік өнімді құру, жылжыту және сату процесіне қатысады

Осылайша, маркетингтік инновациялар кез-келген ұйымның, соның ішінде туристік ұйымның бизнес ортасында сәттіліктің кілтін қамтамасыз ететін негізгі элементтер болып табылады. Маркетингтік инновациялар сонымен қатар туристік фирманың өз өнімдері мен қызметтерін үнемі жетілдіру қабілетін көрсетеді және бұл үнемі жаңару процесі өз кезегінде клиенттер үшін үлкен экономикалық және әлеуметтік пайда әкеледі.

Туризм индустриясын тұрақты дамыту үшін туристік ұйымдар маркетингтік инновацияларды дамытуы, туристердің әртүрлі мақсатты топтарының саяхаттағы бірегей қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын жекелендірілген туристік өнімдерді әзірлеуі және жеке туристік стратегияларды әзірлеуі қажет.

Әдебиеттер тізімі

1. Дүниежүзілік туризм ұйымының ресми сайты <https://www.unwto.org/>
2. Загорская Л.М., В.А. Назаркина Маркетинг услуг: учебное пособие. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. - С.7-8.
3. Карпова Г.А., Волошинова М.В. Маркетинговые инновации в сфере туризма // Инновации и инвестиции (научный журнал) №9 – 2022. – С.5-7.
4. Волошинова М. В., Карпова Е. Г., Хорева Л. В., Шраер А. В. Инновации в сфере туризме. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019.
5. Тамаева А.М., Хирачигаджиева М.М. Цифровой маркетинг в сфере туризма // Вопросы науки и образования (научный журнал), 2022.
6. Современные маркетинговые технологии в управлении туристическими предприятиями [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-marketingovye-tehnologii-v-upravlenii-turisticheskimi-predpriyatiyami-1/viewer>

Основные тренды цифровой экономики и их влияние на маркетинговую деятельность.

Р.М. Кожабаяев¹, Ж.Ж. Тебаев²

¹бакалавр 3-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»

²м.э.н., ст. преподаватель кафедры маркетинга
krgkrg001@mail.ru kozabaevrustem@gmail.com

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: в эпоху быстрых цифровых трансформаций экономики ключевым аспектом является постоянно меняющиеся тренды цифровых технологий. Эти тенденции оказывают прямое воздействие на стратегии маркетинга, требуя от компаний постоянного обновления и улучшения своих подходов. Основные тренды цифровой экономики и их воздействие на маркетинговую деятельность.

Ключевые слова: тренды цифровой экономики, маркетинговая деятельность, цифровизация, искусственный интеллект, Интернет Вещей, Экспериментальный Маркетинг, онлайн-услуги, экономика Казахстана, цифровая экономика.

Цифровая экономика преобразует традиционные бизнес-модели, внедряя цифровые технологии и изменяя взаимодействие с клиентами. Маркетинг в цифровой экономике играет решающую роль, определяя успех бизнеса в условиях цифровых трансформаций. С появлением онлайн-каналов и социальных медиа маркетингологи могут эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией. Аналитика и Big Data обеспечивают более точное понимание потребностей клиентов через сегментацию данных. Искусственный интеллект и автоматизация улучшают персонализацию и оптимизацию кампаний. Экосистема контента, включая контент-маркетинг и визуальные элементы, становится ключевым средством привлечения внимания. Клиент ориентированный подход через онлайн-сервисы и быструю обратную связь обеспечивает удовлетворенность клиентов. Маркетинг в цифровой экономике стал неотъемлемым элементом успешной стратегии, формируя имидж бренда и обеспечивая конкурентоспособность на рынке.

В докладе Всемирного банка о мировом развитии «Цифровые дивиденды» показано, как цифровые технологии помогают компаниям повышать производительность, людям – находить работу и расширять возможности, а правительствам – оказывать гражданам более качественные государственные услуги [1].

Внедрение искусственного интеллекта (ИИ). Маркетологи используют ИИ для анализа больших объемов данных и прогнозирования тенденций потребительского спроса. Автоматизация процессов сбора и анализа данных позволяет более точно настраивать маркетинговые стратегии и персонализировать взаимодействие с клиентами. Виртуальная и дополненная реальность меняют подход к рекламе и продвижению товаров. Создание интерактивных виртуальных пространств позволяет потребителям более глубоко взаимодействовать с продуктами перед покупкой. Маркетологи активно используют эти технологии для создания уникальных и запоминающихся впечатлений.

Интернет Вещей (IoT). Развитие интернета вещей расширяет возможности сбора данных о поведении потребителей. Связанные устройства создают обширные потоки информации, которые могут быть использованы для более точного таргетирования рекламы. Маркетологи адаптируют свои стратегии, учитывая данные от умных устройств, чтобы лучше понимать потребительские предпочтения.

Экспериенциальный Маркетинг. Цифровая экономика стимулирует рост интереса к эффективным стратегиям, направленным на создание уникальных клиентских впечатлений. Экспериенциальный маркетинг сосредотачивается на вовлечении клиентов через эмоциональные и визуальные воздействия, что позволяет брендам выделиться в условиях перенасыщенного информацией рынка.

Влияние Социальных Сетей. Социальные сети продолжают оставаться мощным инструментом маркетинга. Развитие этих платформ создает новые возможности для рекламы, взаимодействия с аудиторией и сбора обратной связи. Маркетологи активно используют социальные сети для построения брендов и установления долгосрочных отношений с клиентами.

Кибербезопасность и защита данных. С ростом цифровой активности возрастает и важность кибербезопасности. Клиенты становятся более осведомленными о защите своих данных, и маркетологи вынуждены интегрировать меры безопасности в свои кампании. Доверие потребителя к бренду тесно связано с его способностью обеспечивать конфиденциальность и безопасность данных.

В Казахстане данное направление получило бурное развитие, это можно проследить, ознакомившись с мировым рейтингом и выступлением Министра цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности. В категории онлайн-услуг мы 8-е в мире, то есть по развитости онлайн-сервисов, онлайн-услуг Казахстан находится на 8-м месте среди 194 стран мира», - отметил Багдат Мусин.

Цифровизация всех сфер жизни и экономики Казахстана – это возможность занять передовые позиции на мировой арене, а также улучшить качество жизни граждан и создать благоприятные условия развития предпринимательства.

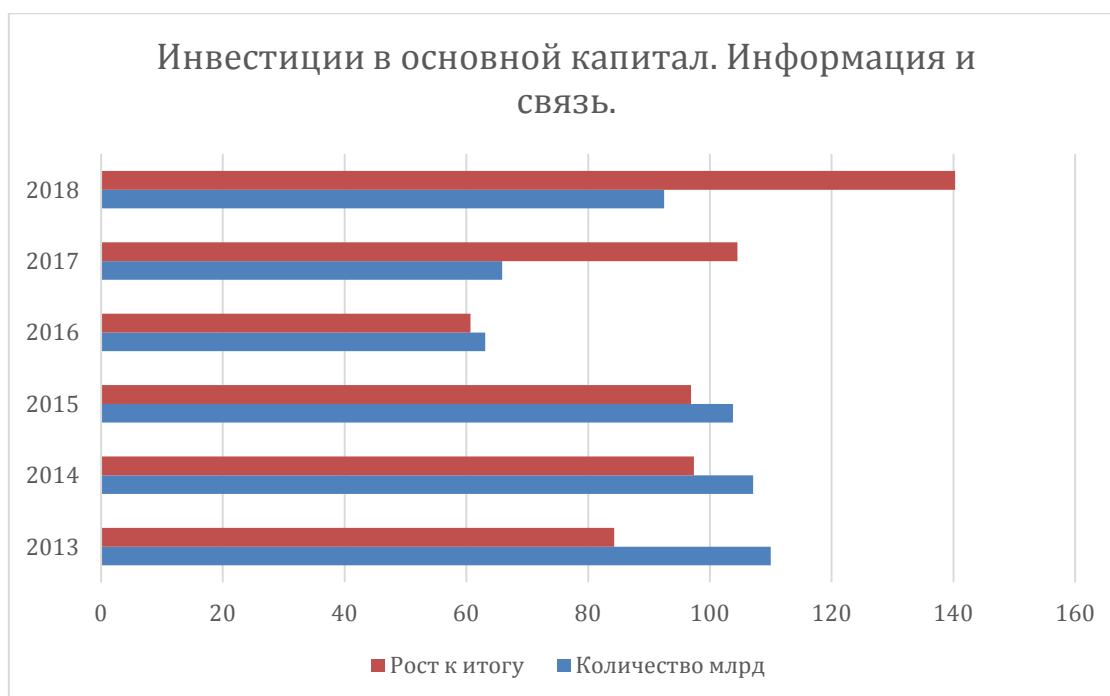


Рисунок 1. Инвестиции в основной капитал. Информация и связь.

Цифровая экономика преобразует традиционные бизнес-модели, внедряя цифровые технологии и изменяя взаимодействие с клиентами. Маркетинг играет ключевую роль в этом процессе.

Наблюдая данные изменения в цифровой экономике, они предоставляют маркетологам множество новых возможностей, но требует постоянного обновления знаний и адаптации к быстро меняющейся среде. Внимание к основным трендам позволяет компаниям оставаться конкурентоспособными, строя эффективные маркетинговые стратегии и удовлетворяя потребности современных потребителей. В современных реалиях без маркетинга нет продаж, так же как и отсутствие качественного продукта.

Мы можем наблюдать это по таким компаниям как: Kaspi.kz, Freedom Finance, JET, Glovo, Choco, Flip.kz и т.д.

Список литературы

1. Официальный сайт Всемирно Банка <https://worldbank.org>
2. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан <https://stat.gov.kz>
3. Доклад о мировом развитии 2016. «Цифровые дивиденды». – Режим доступа: <https://www.openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSum.pdf?sequence>.
4. Наумов, В. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: учеб. / В. Н. Наумов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 404 с.

Анализ сезонности туристского спроса методом поисковых запросов

Е. В. Конышев¹, С.М. Фадеева²

¹к.г.н., заведующий кафедрой социально-экономической географии

²магистрант 2-го года обучения по направлению «География»

konj@bk.ru, svetafadeewa59@yandex.ru

^{1,2}Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь

Аннотация: В статье изложены результаты анализа сезонности туристского спроса с использованием метода поисковых запросов жителей РФ с 2019 по 2022 годы. Анализ поисковых запросов осуществлялся по ключевым словам, характеризующим географию туристского спроса. База данных была сформирована на основе сервиса Яндекс Wordstat. Была проанализирована динамика изменения количества поисковых запросов по направлениям, рассчитан индекс сезонности, определены тенденции спроса. Результаты исследования могут найти применение для совершенствования маркетинговой деятельности, разработки туристских продуктов и документов территориального планирования и управления.

Ключевые слова: Яндекс Wordstat, маркетинг, туризм.

Поиск информации в поисковых системах, таких как Google или Яндекс, является одним из первых шагов в планировании отпуска. Поисковые запросы, связанные с путешествиями, включают как названия городов, стран и регионов, так и виды отдыха и туризма [1]. В сфере маркетинга анализ поисковых запросов является достаточно эффективным и оперативным методом оценки изменения потребительского поведения, вызванного каким-либо фактором [2].

Каждый потенциальный житель страны формулирует индивидуальные запросы. В данном исследовании в качестве основного источника информации выступил сервис Яндекс Wordstat, который предназначен для поиска информации о запросах пользователей. Особенностью сервиса является то, что история запросов сохраняется только за последние два года, поэтому необходимо регулярно обновлять собственную базу данных. Преимуществом сервиса Яндекс Wordstat над Google Trends является то, что статистика запросов показывается в абсолютных, а не относительных величинах. Это помогает накапливать объем данных и обрабатывать его с большими возможностями.

Ключевым условием эффективного применения сервиса является формулировка поисковых запросов. При проведении исследования вводилось множество вариантов поисковых запросов, однако в конечном варианте были выбраны наиболее популярные. Для оценки географии туристского спроса применялись следующие поисковые запросы: «Туры в Турцию», «Отдых в Крыму», «Отдых в Сочи», «Отдых на Алтае», «Отдых на Байкале».

Осуществлялось сравнение полученных результатов по определенным поисковым запросам за аналогичные месяцы в течение 2019, 2020, 2021 и 2022 годов, что позволяет проанализировать сезонность, а также выявить долгосрочные тренды. Кроме того, в анализируемый период входит год, когда в стране действовали ограничения из-за пандемии COVID-19. Этот фактор оказал существенное влияние на величину, структуру и географию поисковых запросов.

За четыре года наблюдений лидерами по количеству поисковых запросов стали сочетания «туры в Турцию» и «отдых в Крыму» (табл. 1). При этом следует отметить влияние последствий пандемии и геополитической ситуации. Так, в 2020-2021 году произошло значительное сокращение популярности запросов по выездным туристским направлениям и рост популярности направлений внутреннего туризма.

Таблица 1

География туристского спроса: общее количество и темп изменения (составлено автором по данным сервиса Яндекс Wordstat)

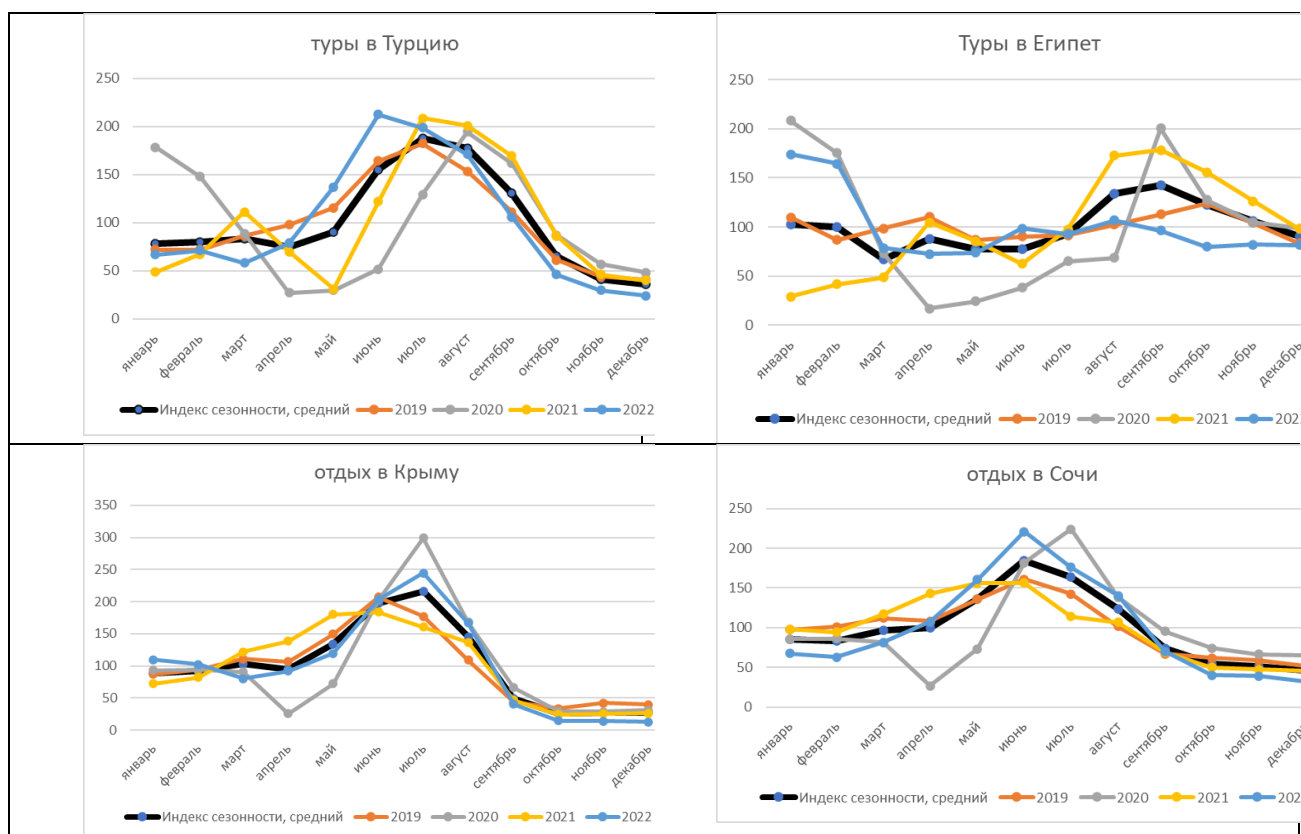
Поисковые запросы	Количество поисковых запросов, ед.				сумма за 4 года, ед.	темп роста за последние 2 года, %
	2019	2020	2021	2022		
туры в Турцию	4706896	2246886	4487160	6013699	17454641	134,0202
отдых в Крыму	3515346	3987863	5382862	3816525	16702596	70,90141
туры в Египет	827271	478453	3242679	2592355	7140758	79,94485

отдых в Сочи	909702	1012654	1253382	1617978	4793716	129,089
отдых на Алтае	709589	816866	1122758	1759210	4408423	156,6865
отдых на Байкале	308806	387089	494491	732917	1923303	148,2164

Общей тенденцией можно назвать что при сохраняющемся значительным лидерством направлений, специализирующихся на летнем, пляжном отдыхе, интенсивно растет интерес к отдыху в регионах, специализирующихся на спортивно-оздоровительном туризме.

На основании собранных поисковых запросов за 2019-2022 годы были проведены расчеты сезонности. Сезонные колебания измеряются при помощи индексов сезонности, которые рассчитываются как процентное отношение средних месячных уровней за ряд лет к общему среднемесячному объему реализованных услуг за весь расчетный период [3].

Практически для всех направлений выделяется один ярко выраженный сезон, во время которого резко возрастает интерес к дестинации (рис. 1). Исключением является Египет, к которому интерес во время зимнего сезона в некоторые годы даже выше, чем в летний. За четырехлетний период, показатель сезонности туристского спроса в 2020 году значительно выделяется на фоне других лет и среднего значения сезонности.



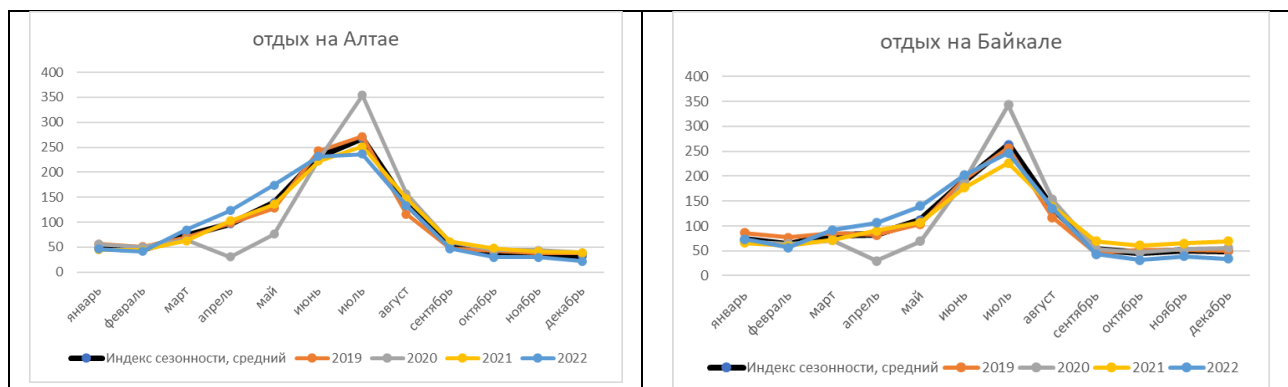


Рисунок 1. Сезонность поисковых запросов по туристским направлениям, в % (составлено автором по данным сервиса Яндекс Wordstat)

Фактор пандемии повлиял на рост числа поисковых запросов для направлений отдыха на территории России. При этом сначала выросла популярность на отдых с преобладанием самостоятельной формы путешествия на природных территориях, а затем при частичном снятии ограничений снова выросла популярность мест массового отдыха на морских курортах страны.

С 2021 года графики сезонности для направлений отдыха внутри России стали практически совпадать с усредненной кривой, что свидетельствует о стабильности туристского спроса. В этой связи представляется возможность прогнозирования изменения спроса на поездки внутри России с большой долей достоверности. В свою очередь прогнозирование с использованием поисковых запросов зарубежных направлений затруднено, в связи с нестабильностью туристского спроса и непредсказуемостью проявления внешних условий. В целом же, зная особенности поисковых запросов, представители туристского бизнеса могут скорректировать предложение туристского продукта. Кроме того, применение результатов анализа возможно и при разработке документов территориального планирования регионов, а также корректировке маркетинговой деятельности, в том числе при разработке программы продвижения туристских возможностей региона и формировании туристского бренда территории.

Список литературы

1. Önder I., Gunter U. Forecasting tourism demand with Google Trends for a major European city destination // *Tourism Analysis*. – 2016. – Т. 21. – №. 2-3. – С. 203-220.
2. Андреев А.Л., Садчикова А.С. Поисковые запросы в интернете как средство анализа социального поведения россиян в условиях социально-экономического кризиса (на примере Приволжского Федерального округа) // *Социологическая наука и социальная практика*. 2016. Т. 4. № 4 (16). С. 7-18.
3. Прогнозирование сезонных колебаний в туризме с использованием методов математической статистики / В. Г. Конюхов, В. В. Бритвина, Г. П. Конюхова, Н. В. Шабалина // *Теория и практика физической культуры*. – 2012. – № 11. – С. 037-039.

Влияние социальных медиа на изменение маркетинговых подходов

Н.А. Кузиненко¹, Ж.Ж. Тебаев²

¹ студент 3 курса, по образовательной программе 6В04104 - Предпринимательство и управление проектами

² м.э.н., ст. преподаватель кафедры маркетинга
krkg001@mail.ru, kuzinenko.nik@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В данной научной статье рассматривается влияние социальных медиа на трансформацию маркетинговых стратегий и тактик. Авторы анализируют, как социальные сети и другие онлайн-платформы изменили способы взаимодействия брендов с потребителями, и как это, в свою очередь, повлияло на эффективность маркетинговых кампаний.

Ключевые слова: Социальные медиа, декомпозирование, аналитика, рекламные кампании, маркетинг.

В статье описываются основные тенденции и возможности, которые предоставляют социальные медиа для маркетологов, а также потенциальные риски и проблемы, связанные с их использованием. Авторы также обсуждают вопросы адаптации традиционных маркетинговых подходов к новым условиям и предлагают возможные решения для оптимизации маркетинговых активностей в социальных сетях.

В современном мире социальные медиа играют значительную роль в жизни каждого человека. Они стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, предоставляя возможность общения, обмена информацией и развлечения. Социальные медиа также оказывают значительное влияние на маркетинг и рекламу. В данной статье мы рассмотрим, как социальные медиа изменили подходы к маркетингу и какие новые возможности они предоставили для продвижения товаров и услуг. Социальные медиа значительно изменили способы маркетинга компаний. Вот некоторые из основных изменений, которые они внесли:

– Переход от массового маркетинга к индивидуальному: Социальные медиа позволили компаниям собирать информацию о своих потребителях и их предпочтениях. Это позволило им создавать более персонализированные маркетинговые кампании и предложения.

– Увеличение интерактивности: Социальные медиа позволяют компаниям взаимодействовать с потребителями на более личном уровне. Они могут отвечать на вопросы, получать обратную связь и улучшать свои продукты и услуги на основе отзывов потребителей.

– Использование аналитики данных: Социальные медиа предоставляют компаниям доступ к огромным объемам данных, которые могут быть использованы для анализа поведения потребителей и оптимизации маркетинговых кампаний.

– Рост влияния блогеров и инфлюенсеров: Социальные медиа открыли новые возможности для влияния на аудиторию через блогеров и инфлюенсеров. Компании могут использовать их для продвижения своих продуктов и услуг.

– Видеоконтент стал более важным: С ростом популярности видео платформ, таких как YouTube и TikTok, компании стали уделять больше внимания созданию и распространению видеоконтента.

В целом, социальные медиа внесли значительные изменения в маркетинговые подходы, сделав их более индивидуальными, интерактивными и основанными на данных.

Рекламные кампании в социальных медиа. Социальные медиа открыли множество возможностей для маркетинга, одна из таких настройка рекламных кампаний. Рекламные кампании в социальных сетях помогают настраивать рекламу исходя из различных показателей, таких как: географическое местоположение, социальный статус, личные качества, поведение в социальных сетях и т.д. Таким образом мы получаем индивидуальную

рекламу для пользователей, максимально подходящую им и для того чтобы они совершили целевое действие. В зависимости от целей рекламных кампаний, компании могут достигать различных результатов таких, как: узнаваемость бренда, увеличения продаж, организация корпоративных мероприятий и т.д.

Использование социальных медиа для анализа и оптимизации маркетинговых стратегий.

Социальные медиа предоставляют маркетологам огромный объем данных для анализа, что позволяет оптимизировать маркетинговые стратегии и кампании на основе поведения и предпочтений потребителей. Благодаря анализу данных компании могут определить наиболее эффективные каналы коммуникации, типы контента и рекламные акции, чтобы привлечь и удержать внимание своей целевой аудитории.

Глубокая аналитика и точное декомпозирование.

Исходя из огромного объема данных маркетологи могут вычислить с огромной точностью: количество входящих заявок, количество продаж, конверсию в продажу стоимость продажи, цену клиента, оптимальное количество бюджета, которого нужно заложить для выполнения того или иного плана продаж. Иными словами маркетинг который мы с вами видим в социальных медиа достаточно предсказуемый и если у специалистов есть достаточная квалификация то они могут предсказывать результаты, которые можно получить, если сделать упор на нужный рычаг.

Таблица 1

Методы декомпозирования рекламных кампаний и их рекламных показателей

Декомпозирование						
Бюджет,\$	Объем продаж шт	Прибыль с продаж	Стоимость услуг	Итого затрат	Затраты на 1 продажу,\$	
500	26	\$12 172,30	323	822,58	31,33	11350
700	37	\$17 041,23	323	1022,58	27,82	16019
800	42	\$19 475,69	323	1122,58	26,72	18353
900	47	\$21 910,15	323	1222,58	25,87	20688
1000	53	\$24 344,61	323	1322,58	25,19	23022
1200	63	\$29 213,53	323	1522,58	24,16	27691
1500	79	\$36 516,91	323	1822,58	23,14	34694
2000	105	\$48 689,22	323	2322,58	22,12	46367

Примечание - Составлено автором по данным маркетинговых расчетов рекламных показателей.

Вот один из примеров декомпозирования, обратите внимание на основные показатели, это вложенный рекламный бюджет, количество продаж и прибыль. Мы можем заметить что есть прямая пропорциональность от количества вложенного бюджета к количеству продаж, а от количества продаж к количеству чистой прибыли. Тем самым, имея все необходимые данные для подробной и глубокой аналитики маркетологи умеют строить внушающие декомпозиции.

Контент социальных медиа тоже играет немаловажную роль в современных реалиях, его основная задача полностью раскрывать уникальное торговое предложения товара или услуги, привлекать и удерживать внимание аудитории, повышать узнаваемость бренда, стимулировать продажи и способствовать формированию положительного имиджа компании.

Маркетинг в социальных медиа-это один из главных основополагающих в современном предпринимательстве, но не есть панацея. Он является связующим звеном для улучшения и масштабирования бизнеса, но помимо него в бизнесе не стоит забывать про саму бизнес модель и отдел продаж бизнеса. Если в бизнесе есть продуманная и адаптирующаяся к современным изменениям бизнес-модель и квалифицированный отдел продаж, который

может закрывать входящие заявки с приемлемой конверсией, то при внедрении всех вышеперечисленных инструментов изменения не заставят себя ждать.

В заключении, социальные медиа оказали значительное влияние на маркетинговые подходы, позволив компаниям собирать и анализировать информацию о потребителях, создавать более персонализированные кампании и предложения, повышать интерактивность и эффективность маркетинговых активностей. В будущем, с развитием технологий и изменением потребительских предпочтений, роль социальных медиа в маркетинге будет только усиливаться, требуя от маркетологов гибкости и готовности к адаптации своих стратегий и подходов.

Список литературы

1. <https://www.facebook.com/business>
2. <https://www.warriorforum.com>
3. <https://www.webhostingtalk.com>
4. <https://cmsmagazine.ru>

Қазақстандағы көлік-логистикалық инфрақұрылымның жай-күйі мен дамуы

А.Т.Кулдеева

«Логистика» білім беру бағдарламасы бойынша 2 курс магистранты
kuldeeva.aiken@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: мақалада Қазақстан Республикасының логистикалық жай-күйіне шолу жасалынып, жалпы географиялық орналасуына байланысты тиімділігі көрсетілді. Логистиканы инновациялық технологиялар арқылы дамытудың мүмкіндіктеріне шолу жасалды, сонымен қатар инновациялық технологияларды қолданатын қазіргі таңдағы логистика саласындағы кәсіпорындар саны көрсетілді. Жалпы алғанда логистиканың даму бағыты айқындалып, логистикалық жүйедегі инновацияларды қолдану арқылы Қазақстан Республикасының стратегиялық дамуына тире пайдасы айқындалды.

Кілт сөздер: инновация, логистика, инфрақұрылым, экономика, индустрия, көлік, технология, интеграция, саясат.

Өнеркәсіп пен сауданың жаһандануы көптеген артықшылықтар мен қиындықтар әкелді. Бұрын бір жерде шоғырлаған кәсіпорындар қазіргі таңда әлемнің басқа бөлігінде де өз тұтынушыларына тауар немесе қызмет түрлерін ұсына алады. Осылайша, шикізат көздерін іздестіру және оңтайлы өндіріс пен тасымалдау механизмдерін құру қажеттілігі туындады. Жеке кәсіпорынның да, бүкіл мемлекеттің экономикалық өсуін қамтамасыз етуде логистика жүйесінің рөлі үлкен. Мысалы, Қазақстанның Еуропа және Азиямен шекарасы жоғары транзиттік әлеуетке ие. Қытай мен Еуропа арасындағы жүк ағынының ұлғаюын ескере отырып, еліміздің көлік саясатының басты міндеті еуразиялық трансұрлықтық көпір құру болып табылады.

Әлеуметтік-экономикалық мәселелерді шешуде логистиканың маңызы зор. Аумақты дамыған көлік жүйесімен қамтамасыз ету халық пен өндірісті тартатын факторлардың бірі бола отырып, интеграциялық әсерді тудырады. Көлік материалдық игіліктерді өндірмей, оларды тұтыну орындарына жеткізуге ғана қатысқанымен, тауар бағасында көлік шығындары есепке алынады [1]. Кейбір салаларда көлік шығындары айтарлықтай үлкен, мысалы, орман және мұнай өнеркәсібінде 50%-дан асуы мүмкін. Осының негізінде көлік секторындағы жеткізу тізбегін үнемді басқару қажеттілігі туындайды. Көлік факторы Қазақстан Республикасында өзінің кең ауқымды территориясымен және ресурстардың,

халық пен негізгі өндірістік қорлардың біркелкі бөлінбеуімен ерекше сипатқа ие. Осылайша, логистика – кез келген мемлекеттің экономикасының маңызды құрамдас бөлігі [2].

Қазақстан Республикасының мемлекеттік көлік саясаты тұжырымдамасы Қазақстан Республикасының аумағында транзиттік тасымалдаудың тиімділігін арттыру мақсатында көлік жүйесін дамытуды өзінің негізгі мақсаты етіп қойды [3]. Стратегия көліктің барлық түрлерін қамтиды: темір жол, автомобиль, қалалық жолаушылар, әуе және су, оның дамуы мен тиімді жұмыс істеуі көбінесе мемлекеттік саясатқа байланысты. Стратегияда айқындалған негізгі міндет – Шығыс-Батыс және Солтүстік-Оңтүстік бағыттары негізінде көлік инфрақұрылымының даму деңгейін арттыру арқылы Қазақстанның көлік жүйесін әлемдік көлік жүйесіне интеграциялау. Қазақстан Республикасының Көлік стратегиясының негізгі мақсаты Қазақстанның көлік жүйесін жаһандық көлік желісіне мыналар арқылы интеграциялау болып табылады:

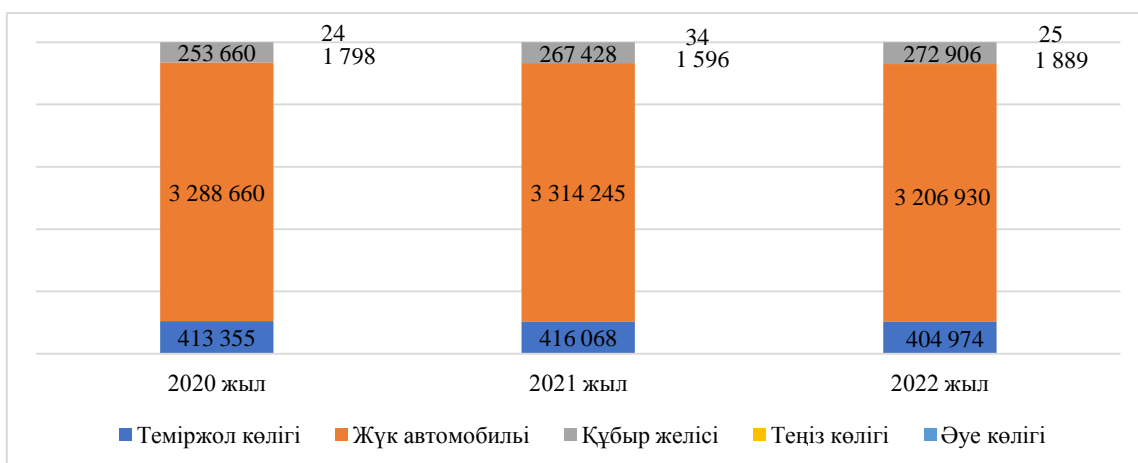
- Шығыс-Батыс және Солтүстік-Оңтүстік бағыттарындағы негізгі меридиандық және ендік көлік бағыттары, байланыстыратын маршруттар мен түйіндер негізінде көлік инфрақұрылымының даму деңгейін арттыру;

- тасымалдау процестерінің максималды тиімділігіне қол жеткізу;

- ішкі, транзиттік және экспорттық-импорттық тасымалдауда түпкілікті өнімнің өзіндік құнында көлік құрамдас бөлігінің үлесін азайту;

- көлік жүйесінің сапалы деңгейге көшуі, оңтайлы логистика желісін құру [4].

Жалпы алғанда көлік-логистикалық инфрақұрылымның жүк тасымалы негізіндегі жай-күйін соңғы 3 жыл көлемінде қарастырсақ айтарлықтай жүк тасымалында өзгерістің болмағанын байқауға болады (сурет 1).

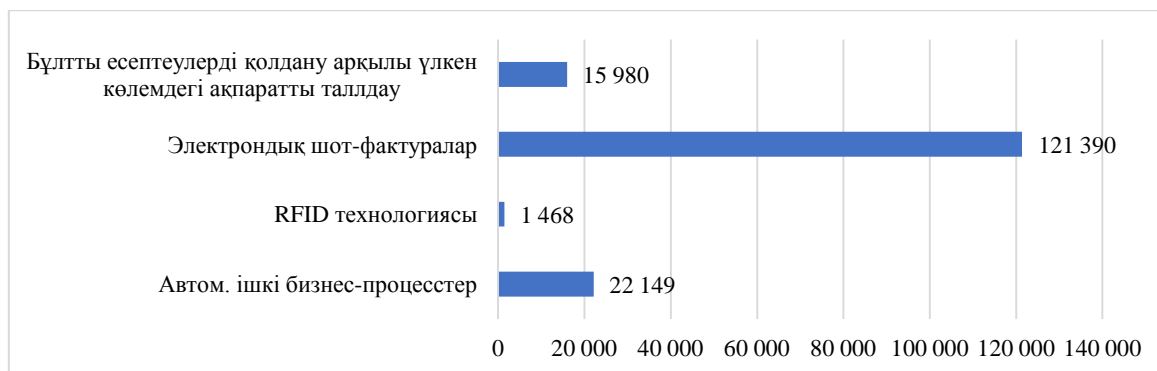


Сурет 1. 2020-2022 жылға Қазақстан Республикасындағы жүк тасымалының негізгі . көлемі, мың тонна

Ескерту – ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің мәліметтері бойынша автормен жасалған [5]

Жүк тасымалындағы айтарлықтай өзгерістің болмауы әр түрді шешімдерге байланысты болуы мүмкін. Бұл ретте тек қана тасылмау, кедендік рәсімдеудегі қиындықтар емес, сонымен қатар басқа да факторлар әсер етуі ықтимал. Сонымен бірге, инновацияны пайдалану Қазақстан Республикасының көлік-логистикалық инфрақұрылымында логистиканың келер жылдағы қарқының едәуір арттырады.

Ұлттық статистика бюросының соңғы мәліметтеріне сүйенетін болсақ, логистика саласында инновациялық технологияларды, пайдаланатын кәсіпорындар нақты саны көрсетілген (сурет 2).



Сурет 2. Инновациялық технологияларды қолданатын кәсіпорындар саны, бірлік
Ескерту – ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің мәліметтері бойынша автормен жасалған [5]

Жалпы Қазақстан Республикасындағы логистикадағы инновациялық процесстерді арттыруда ақпараттық технологиялар үлкен рөл атқарады. 2022 жылдың соңғы мәліметтеріне сүйенсек логистика саласының инновациялық перспективасын дамытуда 34671,7 млн. теңге қаражат жұмсалған. Үлкен көлемдегі қаражаттың инновацияға жұмсалуды, логистиканың инновациялық әлеуетін келер жылға жоғарылатып, тасымал мөлшерін арттырып ғана қоймай, шығын көлемінде азайтады [6].

Логистика – экономикалық қызметтің бір бөлігі, оның мақсаты тауарлар мен адамдардың географиялық орналасуын өзгерту арқылы қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыру дәрежесін арттыру болып табылады. Қазақстан үшін логистиканың экономикалық маңызы мынандай ерекшеліктерге байланысты үлкен рөл атқарады: республиканың батыстан шығысқа қарай 3000 км-ге, ал солтүстіктен оңтүстікке қарай 1700 км-ге жуық созылып жатқан кең-байтақ аумағы және жүк тасымалының ұзақ диапазоны. Азия-Тынық мұхиты аймағындағы (АТР) ірі индустриалды елдердің, соның ішінде Қытайдың, Еуропа елдерінің және Ресейдің орасан зор ауқымы мен ресурстарының мүдделері Қазақстанды белсенді сыртқы экономикалық саясаттың объектісіне айналдырады. Осы факторлардың жиынтығы, өз кезегінде, әлемдік экономикалық процестер жүйесіндегі Қазақстанның логистика инфрақұрылымын айтарлықтай дәрежеде күшейтеді.

Қорытындылай келе логистиканың еліміздің географиялық жағдайына байланысты орасан зор әлеуеті бар екенің байқауға болады. Географиялық жағдайымызға байланысты сол әлеуетті дұрыс пайдалана біліп, логистика саласына инновациялық технологияларды енгізу арқылы тасымалдау көлемін арттырып, Қазақстан Республикасының дамуына да үлкен үлесі тиетіні анық.

Әдебиеттер тізімі

1. Akhmetkaliyeva S.K., Sokira T.S. Description of control mechanisms for business games in logistics. *European Journal of Economics and Management Sciences*. – 2017. – No. 2 – pp.10-13.
2. Инфрақұрылымды дамытудың 2020 – 2025 жылдарға арналған «Нұрлы жол» мемлекеттік бағдарламасы// Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 желтоқсандағы № 1055 Қаулысы
3. Габдуллина Л.Б. Развитие транспортно-логистической системы Республики Казахстан // Экономика знаний: экономика, практика, перспективы развития: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию ЕНУ им. Л.Н. Гумилева. – Нур-Султан, 2020. – С. 743-752.
4. Қазақстан Республикасының көлік-логистикалық әлеуетін дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2022 жылғы 30 желтоқсандағы № 1116 қаулысы
5. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі, Ұлттық статистика бюросы [Электронды ресурс]. – Сілтеме: <https://www.stat.gov.kz/>

6. Складская логистика на пороге изменений // Forbes Kazakhstan. – [Электронный ресурс]. –2020. - https://forbes.kz/stats/3pl_dravver_razvitiya_riteyla/

Безопасность и киберзащита в гостиничной индустрии: как защитить личные данные гостей

Л.М. Курпебаева¹, А.Ж. Нурмаганбетова²

¹Студент 4-го года обучения по специальности «Ресторанное дело гостиничный бизнес»,

²к.э.н., ассистент профессора кафедры маркетинга

Ms.kurpebaeva@gmail.com, Aiguln71@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья обсуждает растущие угрозы кибербезопасности для гостиничной индустрии и предлагает стратегии укрепления защиты данных. Она подчеркивает рост уязвимостей из-за технологических изменений и сбоя в системах управления информационной безопасностью. Так же предлагаются методы предотвращения кибератак и укрепления защиты, такие как создание Центра операций по безопасности и участие в платформах обмена информацией о киберугрозах.

Ключевые слова: Кибербезопасность, гостиничная индустрия, утечка данных, Центр операций по безопасности (SOC), Команда реагирования на кибератаки (IR Team), платформа для обмена информацией о кибербезопасности (CISP), уязвимости, защита данных, кибератаки, информационная безопасность.

Перед пандемией коронавируса (COVID-19) гостиничные предприниматели считали утечку данных крупнейшей угрозой для отелей, поскольку кибератаки на отели привели к компрометации личных данных более сотен миллионов гостей, значительным финансовым убыткам и серьезному ущербу репутации компании, что влияет на лояльность и доверие гостей. Мобильные устройства создают больше точек входа для хакеров путем рассеивания данных. Облако, где хранятся данные, делает их более доступными, что приносит уязвимость. Тем самым ситуация становится все более сложной и вызывающей тревогу у многих предпринимателей гостиничного бизнеса. Для смягчения угроз отели должны пересмотреть все аспекты своего бизнеса и установить внутренние протоколы для их эффективного управления. Кроме того, по мере того как предприятия агрегируют и анализируют больше данных о гостях и процессах, данные становятся все более ценными и привлекательной мишенью для хакеров. Это двусмысленное оружие также распространяется на технологии. Хотя улучшенные технологии позволяют предприятиям лучше понимать и нацеливать своих клиентов, развитие технологий также предоставляет хакерам более сложные средства для совершения атак. Так, например, в 2014 году произошла утечка личных данных более чем 300 миллионов гостей гостиничной сети Marriott из-за атаки на глобальную базу данных бронирования гостей бренда. Группа отелей Marriott была оштрафована на сумму около 23,8 миллиона долларов. Приведенный выше случай показывает, что кибербезопасность в глобальной гостиничной индустрии уязвима перед кибератаками. Это свидетельствует о том, что отели использовали неэффективные защитные меры. Они не обладали эффективными системами управления информационной безопасностью (СУИБ), чтобы обнаруживать и защищать персонал, гостей, процессы транзакций, технологии и активы.

Избежать кибератак в гостинице может быть сложной задачей, но с правильными мерами по кибербезопасности и сознательным подходом это вполне осуществимо:

1. Создание Центра операций по безопасности (SOC) и Команды реагирования на кибератаки (IR Team)

SOC - это специализированная команда кибербезопасности, которая отслеживает физическую и онлайн-безопасность информационно-коммуникационной инфраструктуры гостиницы и каналов доставки онлайн-услуг гостиничного бизнеса. Обычно SOC аутсорсится профессиональными консалтинговыми фирмами по кибербезопасности для экономии масштабов операций и доступа к опыту специалистов [1]. IR Team - это команда исполнения на передовой в случае кибератаки на гостиницы. Когда обнаруживается кибератака, IR Team расследует действия векторов кибератаки, противодействует хакерам и управляет общим реагированием организации внутри и снаружи, пока инцидент не будет устранен. Внешние коммуникации включают в себя подачу отчетов и уведомлений регулирующим органам (например, правоохранительным органам, комиссиям по защите данных) и организациям отрасли (например, локальным и мировым службам реагирования на компьютерные чрезвычайные ситуации («CERT»), ассоциациям гостиничников и платформе для обмена информацией о кибербезопасности гостиницы (CISP).

2. Участие в платформе для обмена информацией о кибербезопасности и разведки в гостиничной индустрии (CISP).

Специфическая для отрасли CISP, также известная как платформа обмена информацией о киберугрозах, предоставляет высоко актуальную информацию о киберугрозах для планирования и оперативного выполнения стратегии по кибербезопасности, а также для реагирования участвующей компании в быстром и профессиональном режиме. CISP может быть государственным органом или коммерчески эксплуатируемой платформой. Обычно CISP предоставляет информацию о киберугрозах, связанных с соответствующей отраслью, в виде информационных панелей и оповещений для отдельных SOC (центров операций по безопасности) каждой гостиницы в режиме реального времени. Продвинутое CISP могут использовать экспертные системы, управляемые искусственным интеллектом, для анализа кибератак и предложения технических решений на основе знаний CISP о внутренней информационно-коммуникационной инфраструктуре и деталях систем каждой участвующей гостиницы.

3. Рекомендации для компаний по обработке платежей и электронным кошелькам.

Платежные карты включают как физические, так и электронные карты, которые могут проводить транзакции онлайн и оффлайн, и могут представлять собой кредитные карты, дебетовые карты и электронные кошельки. Потенциальной корреляцией является то, что в гостиничной индустрии один из самых низких уровней устойчивости в области безопасности данных платежных карт по сравнению с другими ключевыми отраслями. Эти компании по обработке платежей и электронным кошелькам должны создать механизм предупреждения и ограничения платежных транзакций с гостиницами, которые имеют повторные записи о несанкционированных платежных транзакциях гостей и не имеют надежного контроля в области электронных платежей. Например, если гостиница не соответствует PCI DSS в течение более двух лет подряд, гостинице должны быть наложены ограничения на проведение онлайн-транзакций на сумму выше определенного порога [2].

4. Подписка на корпоративные страховые полисы на случаи киберинцидентов.

Ни один риск в области кибербезопасности полностью не может быть устранен в современном обществе. Управление гостиницы должно покрыть любой оставшийся риск в области кибербезопасности, подписывая корпоративные страховые полисы на случаи киберинцидентов. Страховые агенты по киберинцидентам обычно требуют от гостиницы внедрить дополнительные меры по управлению киберрисками, сопоставимые со страховой премией и покрытием, которые представляют собой оставшийся риск в данной ситуации; этот внешний инструмент управления рисками может дополнительно улучшить общее корпоративное управление гостиницей в части управления кибербезопасностями.

В современном мире безопасность и киберзащита становятся все более важными аспектами в гостиничной индустрии. Защита личных данных гостей является неотъемлемой частью обязанностей каждой гостиницы, и управление кибербезопасностью становится неотъемлемой частью общей стратегии безопасности. Цель исследования - подтолкнуть все

гостиницы, правительства и компании по обработке платежей и электронным кошелькам работать сообща в области кибербезопасности [3]. В этой связи необходимо вкладывать больше ресурсов и прикладывать больше усилий для усиления профилактических, защитных и реактивных мер в области кибербезопасности в гостиницах.

Как показывают последние кибератаки, утечки данных могут иметь разрушительные последствия для гостиниц, включая финансовые убытки, ущерб репутации и потерю доверия гостей.

Список литературы

1. Андерсон, С. А., и Бирос, Д. П. (2018). «Кибербезопасность в гостиничной индустрии: обзор литературы.» Журнал исследований в области кибербезопасности, 3(2), 69-80.
2. Ландвер, С. Э., и Шелл, Р. Р. (2018). «Кибербезопасность в гостиничной индустрии: исследование текущей практики.» Журнал технологий в гостеприимстве и туризме, 9(3), 218-230.
3. Липовски, С. (2019). «Роль кибербезопасности в гостиничной индустрии: эмпирический анализ нарушений данных.» Журнал информационной конфиденциальности и безопасности, 15(2), 118-134.

Цифровая трансформация высших учебных заведений

А.С. Кучаров¹, А.А. Абдурахманов², Н.Н. Набиева²

¹Д.э.н., профессор

²Докторант

abrorok1967@gmail.com

Ташкентский государственный экономический университет, г. Ташкент

Аннотация: В данной статье освещаются цифровая трансформация и цифровые технологии в высшем образовании, влияние, преимущества и недостатки цифровой трансформации на высшее образование, а также проблемы, препятствующие эффективному внедрению дистанционного обучения с использованием цифровых технологий, и предложения по их решению.

Ключевые слова: цифровая трансформация, тенденции цифровой трансформации, цифровые технологии, система обучения цифровому обучению, удаленные платформы, сеть Интернет.

Цифровая трансформация становится важным аспектом современных систем образования. Высшие учебные заведения внедряют цифровые решения для создания более эффективной учебной среды и обеспечения лучшего опыта студентов. Использование цифровых технологий в высшем образовании имеет ряд преимуществ, включая повышение гибкости, улучшение доступа к данным и улучшение совместной работы в том числе. Внедрение цифровой трансформации в высших учебных заведениях может революционизировать всю образовательную экосистему. Использование технологий позволяет учреждениям создавать персонализированный и увлекательный опыт обучения для студентов. Например, адаптивные учебные платформы могут отслеживать прогресс учащегося и соответствующим образом корректировать уровень сложности контента, обеспечивая индивидуальный опыт обучения.

Однако использование цифровых инструментов может укрепить сотрудничество между учащимися и учителями, облегчить дистанционное обучение и обеспечить доступ к богатым образовательным ресурсам. Это может не только повысить качество образования, но и повысить доступность образования для учащихся, которые не могут посещать традиционное учебное заведение из-за географических или финансовых ограничений.

Хотя преимущества цифровой трансформации в высшем образовании очевидны, есть также проблемы, которые необходимо решить учреждениям. Одна из важнейших проблем – затраты на внедрение цифровой трансформации. Институты должны инвестировать в технологии, инфраструктуру и обучение, что может стать огромным финансовым бременем.

Кроме того, учреждениям необходимо решать вопросы конфиденциальности и безопасности данных, доступности и справедливости. Внедрение цифровых инструментов может привести к цифровому разделению, когда учащиеся с низким доходом не будут иметь доступа к тем же ресурсам, что и их более обеспеченные сверстники.

Еще одна трудность – это необходимость для институтов идти быстрыми темпами вместе с техническим прогрессом. Институты должны постоянно инвестировать в технологии и поддерживать свою инфраструктуру в актуальном состоянии, а также предоставлять студентам лучший опыт обучения.

Цифровая трансформация в высшем образовании предполагает интеграцию технологий во все аспекты академической среды. Некоторые из основных методов, используемых в процессе цифровой трансформации, включают использование систем управления онлайн-обучением, цифровых учебников и инструментов для совместной работы. Эти инструменты позволяют создавать более гибкий и индивидуальный опыт обучения. Кроме того, цифровые решения открывают больший доступ к образовательным ресурсам, что побуждает учащихся учиться в своем собственном темпе и в предпочитаемой ими среде.

Внедрение цифровой трансформации в высшее образование дало несколько положительных результатов. Одним из основных преимуществ является повышение вовлеченности студентов. Интегрируя цифровые инструменты в учебный процесс, студенты становятся более активными и мотивированными, что приводит к более высокой успеваемости. Кроме того, цифровые решения позволяют учителям отслеживать прогресс учащихся и определять области, где требуется дополнительная помощь.

Использование цифровых технологий в высшем образовании также привело к увеличению доступа к образованию. Студенты, которые ранее сталкивались с образовательными препятствиями, такими как люди с ограниченными возможностями или живущие в отдаленных районах, теперь могут получить доступ к учебным ресурсам и посещать курсы из любого места с подключением к интернету. Кроме того, цифровые решения привели к экономии средств для студентов и учебных заведений, поскольку цифровые учебники и онлайн-курсы устраняют необходимость в дорогих физических учебниках и материалах.

Несмотря на многочисленные преимущества цифровой трансформации в высшем образовании, необходимо учитывать некоторые проблемы и ограничения. Одной из потенциальных проблем является необходимость постоянных инвестиций в технологическую инфраструктуру и службы поддержки. Кроме того, внедрение цифровых решений может потребовать значительных изменений в методах обучения и дизайне курсов, которые некоторым преподавателям может быть трудно адаптировать.

Актуальные проблемы цифровой трансформации университетской образовательной среды являются важной темой для исследований в современном обществе. Были проанализированы основные проблемы, с которыми сталкиваются высшие учебные заведения в процессе внедрения цифровых технологий.

Одной из основных проблем является отсутствие единой стратегии внедрения цифровых технологий в образовательный процесс. Считается целесообразным, чтобы каждое отдельное учебное заведение разработало свой план внедрения цифровых технологий, исключающий возможность возникновения несоответствий и противоречий в процессе взаимодействия различных систем и программ.

Во-вторых, была выявлена нехватка квалифицированных кадров в области цифровых технологий. Тот факт, что некоторые преподаватели и Административный персонал университетов не обладают достаточными знаниями и навыками для эффективного

использования современных цифровых технологий в учебном процессе, приводит к различным трудностям.

В-третьих, причиной может быть ограниченное использование цифровых технологий. В частности, учитывая, что большинство студентов проживают в провинции, инфраструктура интернета не охватывает отдаленные и отдаленные районы провинций. т.е. скорость обработки даже не достигает 0,5 Мбит/с. Это, в свою очередь, станет препятствием для использования высокоскоростного интернета и современных компьютеров, что приведет к ограничению доступа к цифровым технологиям в образовательном процессе.

Однако, несмотря на эти проблемы, внедрение цифровых технологий в учебный процесс вузов имеет ряд преимуществ. Одним из главных преимуществ является повышение качества образования. Использование современных цифровых технологий позволяет улучшить качество обучения и повысить интерактивность учебного процесса.

Второе преимущество - это улучшение доступа к образованию. Цифровая трансформация образовательной среды позволяет дистанционное обучение без привязки к месту и времени, что особенно доказано в условиях пандемии. В то же время — это преимущество открывает возможности для обучения широкому кругу людей, включая тех, кто не может участвовать в очных занятиях, таких как дистанционное проживание или инвалидность.

Третьим преимуществом было сокращение времени обучения. Цифровые технологии ускоряют обучение и оптимизируют процесс усвоения материала. Например, использование онлайн-курсов позволяет вам изучать материалы в своем собственном темпе, а также воспроизводить сложные темы, не тратя время на личные занятия.

Четвертое преимущество-повышение эффективности работы учителей. Внедрение цифровых технологий позволяет автоматизировать многие процессы, связанные с оценкой и контролем знаний учащихся, что дает время для более творческой и продуктивной работы. Кроме того, использование онлайн-платформ позволяет сократить время на подготовку, распространение учебных материалов и снизить затраты на бумажные документы.

Наконец, пятое преимущество-это улучшение качества взаимодействия учащихся с преподавателями. Цифровые технологии позволяют выполнять интерактивные и динамические действия, которые повышают мотивацию учащихся и способствуют более эффективному обучению. Кроме того, онлайн-платформы позволяют учителям получать мгновенную обратную связь от учащихся и анализировать их прогресс в режиме реального времени.

Развитым странам удалось на раннем этапе освоить цифровые технологии в сфере высшего образования, и их опыт имеет значительный опыт в отношении возможностей и проблем, связанных с этим процессом.

В Соединенных Штатах, например, оцифровка связана с необходимостью повышения качества образования и доступа к образовательным ресурсам. Использование цифровых инструментов, таких как системы управления онлайн-обучением, цифровые учебники и инструменты для совместной работы, позволило учреждениям создать более гибкий и индивидуальный опыт обучения для студентов. Кроме того, использование онлайн-ресурсов, таких как открытые образовательные ресурсы, позволило учреждениям увеличить доступ к образовательным ресурсам и снизить расходы на образование.

В Великобритании использование цифровых технологий в высшем образовании связано с необходимостью повышения эффективности и снижения затрат. Использование цифровых инструментов, таких как облачное хранилище и инструменты для совместной работы, проложило путь для учреждений, чтобы упростить административные задачи и улучшить общение и сотрудничество между преподавателями, сотрудниками и студентами. Кроме того, использование онлайн-ресурсов позволило учреждениям сократить расходы на образование и увеличить доступ к образовательным ресурсам.

Использование цифровых технологий в высшем образовании в Австралии связано с необходимостью улучшения опыта студентов и улучшения результатов обучения.

Использование цифровых инструментов, таких как системы управления онлайн-обучением, цифровые учебники и инструменты для совместной работы, позволило учреждениям создать более увлекательный и интерактивный опыт обучения для студентов. Кроме того, использование онлайн-ресурсов позволило учреждениям расширить доступ к образовательным ресурсам и улучшить результаты обучения.

Несмотря на многочисленные преимущества цифровизации в высшем образовании, развитые страны также столкнулись с проблемами, связанными с этим процессом. Эти проблемы включают значительные инвестиции в технологическую инфраструктуру, необходимость обучения и поддержки преподавателей и сотрудников, а также необходимость решения проблем, связанных с конфиденциальностью и безопасностью данных.

Чтобы преодолеть эти проблемы, развитые страны разработали комплексные стратегии цифровой трансформации, уделяя первоочередное внимание развитию поддерживающей культуры, привлекая заинтересованные стороны, включая постоянную оценку и мониторинг, инновации и опыт.

Из приведенного анализа видно, что, несмотря на ряд проблем, связанных с внедрением цифровых технологий в учебный процесс вузов, их преимущества, несомненно, перевешивают недостатки. Каждый университет должен соблюдать баланс между традиционными методами обучения и новыми цифровыми технологиями, чтобы обеспечить эффективное и качественное образование для своих студентов. Также следует обратить внимание на необходимость обучения учителей использованию новых технологий, а также на безопасность данных и защиту от кибератак.

Подводя итог, можно сказать, что цифровая трансформация образовательной среды университета является необходимым шагом для удовлетворения потребностей студентов и повышения качества образования в современном мире. Однако внедрение новых технологий сопряжено с рядом проблем, которые необходимо учитывать при их использовании. Перед внедрением цифровой трансформации важно, чтобы учреждения тщательно обдумали эти преимущества и недостатки, чтобы гарантировать, что они максимизируют ее преимущества при минимизации.

Однако существуют трудности и ограничения, которые необходимо учитывать, в том числе постоянные инвестиции в технологическую инфраструктуру и препятствия, с которыми мы сталкиваемся при доступе к цифровым ресурсам из всех регионов республики. Несмотря на эти проблемы, цифровая трансформация в высшем образовании будет продолжать развиваться и играть решающую роль в формировании будущего образования.

Список литературы

1. Лодде о.а. Актуальные проблемы цифровой трансформации образовательной среды вуза // Современные проблемы науки и образования. – 2021. – № 5.;
2. Талабаларга Таълим Беришда Рақамли Технологиялардан Фойдаланишнинг Аҳамияти Абдуллаев Мунис Курбнович ТДИУ “Рақамли иқтисодиёт ва ахборот технологиялари” кафедраси мудири в.в.б., и.ф.ф.д. (PhD), доцент E-mail: m.abdullayev@tsue.uz.;
3. Цифровая Трансформация Высшего Образования: Тенденции И Особенности Реализации Для Стран С Развивающейся Экономикой - Усманова Н.Б.;
4. Цифровая Трансформация Высшего Образования: Технологии И Цифровые Компетенции в. Г. Ларионов, Е. Н. Шереметьева, Л. А. Горшкова.;
5. Saidahror, G., Abdullayev, M., & Ayupov, R. (2020). Рақамли иқтисодиёт - кадрлар тайёрлашнинг долзарб йўналишлари. Архив научных исследований, 1(23). извлечено от <https://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/2702>.

Цифрлық экономика жүйесіндегі контейнерлік тасымалдау мәселесі

Г.Қ. Қамидолла
«Логистика (салалар бойынша)» мамандығының 4 курс студенті
g.kamidolla@mail.ru

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: көлік-логистика жүйесіндегі контейнерлік тасымалдаудың қазіргі ахуалы, контейнерлік тасымалды дамытудағы мәселелер мен жолдары ұсынылған. Дамытуға қатысты жауапты орындаушылар мен орындау мерзімдері қарастырылған.

Кілт сөздер: көлік, логистика, жүйе, экономика, инфрақұрылым, контейнер, тасымалдау, тиімділік.

Логистикалық саланы цифрландыру - осы нарықта жұмыс істейтін компаниялардың бәсекеге қабілеттілігі мәселесі, сондықтан осы нарықтың барлық стейкхолдерлері тарапынан технологияларды дамытуды қолдау нарыққа қатысатын барлық компанияларға пайда әкеледі. Контейнерлердегі жүк тасымалын цифрландыру бүкіл әлем бойынша салалық БАҚ-тағы ең танымал тақырыптардың біріне айналды. Көптеген ірі логистикалық компаниялар өз жүйелерін құруда; стартаптар логистикалық саланың түбегейлі өзгеруіне байыпты қарайды және көптеген инвесторлар бұл тенденцияны миллиондаған долларлық венчурлық капиталмен қолдайды.

Соңғы екі жыл бүкіл әлем бойынша контейнерлік тасымалдау индустриясы үшін қиын болды және салалық БАҚ тақырыптарында жағымсыз жаңалықтар басым болды: артық өндіріс орындары, төмен бағалар, банкроттық және бірігу мен сатып алу қажеттілігі. Бұл сектор мен оның ойыншылары дағдарысты бастан өткерді, бірақ қазір кейбір маршруттарда ставкалар баяу өсе бастады және бірқатар компаниялардың шоғырлануы нарыққа тұрақтылық әкелетін сияқты. Дегенмен, саладағы ең үлкен өзгерістердің бірі әлі алда: логистикалық процестерді цифрландыру және 4.0 индустриясына көшу.

Ақпарат алмасу жеткізу тізбегін басқарудағы сәттіліктің маңызды факторы болып табылады. Физикалық интернет, заттар интернеті, автоматтандыру логистикалық желілердің шоғырлануына әкеледі. Теміржол көлігінің негізгі міндеті цифрлық логистикалық экожүйеге қосылу мүмкіндігін қамтамасыз ету болып табылады.

Компаниялардың процестердің тиімділігіне деген ұмтылысы дәстүрлі компоненттер арасындағы шекараны бұлдыратады: жаһандық логистикаға байланысты өндіріс, тасымалдау, нарық. Деректер ағындары – заманауи логистиканың импульсі-қатаң жүйелік процестерді ауыстырады. Интеллектуалды байланысты, олар сандық логистикалық экожүйенің негізін құрайды.

Сарапшылар 2018 жылдың көктемінде жүк тасымалы ставкаларының айтарлықтай төмендеуімен ерекшеленді: теңіз желілері арасындағы бәсекелестіктің қатал сипаты ірі жүк иелеріне жағдайды өз пайдасына – бағаны төмен деңгейге көтеру үшін пайдалануға мүмкіндік берді. 2019 жылдың аяғынан бастап альянстар пайда бола бастады, мысалы 2М (Maersk, MSC), Мұхит альянсы (COSCO, CMA CGM, Evergreen, OOCL), Альянс (NYK Line, MOL, «К» желісі, Hapag-Lloyd, UASC, Yang Ming Line).

Альянстардың артықшылықтары айқын-компанияларға кемелердің бүкіл паркін қолданыстағы трейдтерге шығарудың қажеті жоқ, ал жұмыс істейтін кемелер толық және жедел жүктеледі. Жүк орындарының қысқаруы байқалады, бұл ставкалардың өсуін және сәйкесінше тасымалдаушылардың пайдасының өсуін ынталандырады. Сонымен қатар, альянсқа кіретін компаниялар ұсынылатын қызметтердің сапасын жақсартуға және географиялық қатысуын кеңейтуге мүмкіндік беретін бір-бірінің дайын қызметтеріне қол жеткізе алады.

Қазіргі заманғы логистика және технологиялардың дамуы қазіргі уақытта контейнерлік тасымалдарға бүкіл жүк айналымы арасында көшбасшы болуға мүмкіндік берді, бұл жүк тасымалын контейнерлеу деңгейі туралы деректермен расталады [1].

Кесте 1

Елдердегі жүк тасымалдарын контейнерлендіру деңгейі

Контейнерлік тасымалдау дамыған елдер	Контейнерлік тасымалдаудың алатын үлесі
Қытай	72%
Еуропа	70%
АҚШ	68%
Бразилия	64%
Индия	52%
Ресей	35%

Контейнерлік тасымалдарды цифрландырудағы негізгі мәселелер. Біздің еліміздегі көліктегі заманауи технологияларға біртіндеп көшу инфрақұрылымды дамытудағы артта қалумен шектеледі. Мысалы: Ресей Дүниежүзілік экономикалық форумның рейтингтік бағасына қатысатын 144 елдің ішінде көлік инфрақұрылымының сапасы бойынша 64-ші орында, ал Ресей автомобиль жолдарының сапасы бойынша ең нашар орынға ие. Энгель коэффициенті (халық тығыздығы көрсеткішіне түзетілген автомобиль жолдары желісінің тығыздығы) барлық БРИКС елдеріне қарағанда айтарлықтай төмен. Сонымен қатар, Ресейде жоғары жылдамдықты теміржол магистральдары жоқ, әуежайлар мен аэродромдар желісі өте нашар дамыған.

Соңғы екі жыл бүкіл әлем бойынша контейнерлік тасымалдау индустриясы үшін қиын болды: артық өндіріс орындары, төмен бағалар, банкроттық және бірігу мен сатып алу қажеттілігі. Бұл сектор мен оның ойыншылары дағдарысты бастан өткерді, бірақ қазір кейбір маршруттарда ставкалар баяу өсе бастады және бірқатар компаниялардың шоғырлануы нарыққа тұрақтылық әкелетін сияқты. Дегенмен, саладағы ең үлкен өзгерістердің бірі әлі алда: логистикалық процестерді цифрландыру және 4.0 индустриясына көшу.

Бүгін біз «индустрия 4.0» деп аталатын төртінші технологиялық революцияға кірдік, оның келесі компоненттері бар:

- кеңістікті, субъектілерді және процестерді толық цифрландыру,
- жаңа материалдар,
- жаңа өндіріс,
- жаңа басқару жүйелері.

Индустрия 4.0 технологиясының мозаикасы Заттар интернеті, кванттық есептеу, ұшқышсыз тасымалдау, 3D басып шығару, үлкен деректер және таратылған тізілімдер және т. б. сияқты жиі айтылатын технологиялармен ұсынылған.

Төртінші технологиялық революцияның туындыларының бірі-Цифрлық экономика. Ағымдағы экономика мен цифрлық экономика арасындағы негізгі айырмашылық мынада: біріншісінде экономиканың тиімділігін бағалау үшін ЖІӨ көрсеткіші негізгі мәнге ие. Кәсіпорындар алдымен өнім шығарады, содан кейін олар нарықтарды іздеумен айналысады [2].

Жаңа экономикада болжау шешуші рөл атқарады-алдымен сұраныстың болжамы есептеледі, содан кейін ұсыныс қалыптасады, басқаша айтқанда, нақты уақыт режимінде тауар жұптары қалыптасады. Болжам сатуға да, сатып алуға да, тәуекелге немесе оқиғаға да қатысты болуы мүмкін. Осылайша, басқару жүйелеріне қатысты экономиканы цифрландыру шаруашылық жүргізуші субъектілерге қазірдің өзінде болып жатқан, сондай-ақ болашақ экономикалық процестер туралы әлдеқайда ақпараттандырылған жағдайда шешім қабылдауға мүмкіндік береді.

Бүгінгі күннің шындықтары үлкен деректер массивтеріне негізделген математикалық модельдер негізінде жүзеге асырылатын нақты болжам мәнінің айтарлықтай өсуін айқын

көрсетеді. Жоғарыда аталған мүмкіндіктер, атап айтқанда, оның сенімділігін тексеру, сондай-ақ сұраныс пен ұсыныс балансын реттеу және сату мен логистика шығындарын азайту мақсатында іскери серіктес туралы егжей-тегжейлі ақпарат алу үшін сәтті жүзеге асырылуда. Сонымен қатар, болжамды оқиғаның мерзімі неғұрлым жақын болса, оның белгіленген болжамға сәйкес максималды түрде болу ықтималдығы соғұрлым жоғары болады.

Осылайша, негізгі көрсеткіштер – бұл экономика болжамды және жекелендірілген. Сонымен қатар, жаңа цифрлық экономиканың рельстеріне толық көшу экономикалық көрсеткіштердің бірнеше пайызға емес, бірнеше пайызға сапалы өсуімен белгіленетінін атап өту қажет, бұл ақпараттандыру арқылы уақытша оңтайландыруды білдіреді.

Цифрлық трансформация теміржол, теңіз және жол логистикасы арасындағы алшақтықты тағы да арттырады. Бұған дәлел-теңіз және автомобиль көлігімен контейнерлік тасымалдау нарығында заманауи технологияларды енгізуге арналған көптеген зерттеу жұмыстары және теміржол көлігінде заманауи шешімдерді енгізу тақырыбында жұмыстардың жоқтығы. Осы уақыт ішінде жүк теміржолдары цифрлық логистикалық экожүйелерге қосылу мүмкіндігін қамтамасыз ететін 4.0 индустриясының цифрлық әлеміне өтудің үлкен проблемасына тап болды. Мысалы: Ресей экономикасында теміржол үлкен аумаққа және инфрақұрылымдық нысандардың даму ерекшеліктеріне байланысты маңызды рөл атқарады, мұнда Қиыр Шығыстан еуропалық бөлікке тауарларды қысқа мерзімде тек осы көлік түрі арқылы жеткізуге болады. Жүктерді теміржолмен тасымалдаудың көптеген артықшылықтары бар, бірақ бұл тауарларды жеткізудің жалғыз форматы емес, көбінесе мұхитпен, әсіресе контейнерлік жүктермен жеткізу жүк тасымалының төмен мөлшерлемесіне байланысты тиімді. Сонымен қатар, қазіргі заманғы мультимодальды хабтар мұхитпен жеткізудің арзан форматын сарапшылардың негізгі жүк ағындарын бағалауы мен жүк нарығына қатысушылардың пікірлеріне сәйкес ең икемді, нақты калибрге байланбаған автомобиль көлігімен біріктіруге мүмкіндік береді. Теміржол инфрақұрылымдарының иелері бәсекелестіктің күшеюі және технологиялардың серпінді дамуы жағдайында нивелирлеу қажет барлық жаңа қауіптерге ие.

Транзиттік тасымалдарды дамыту ерекшелігін атап өткен жөн. Қазіргі уақытта бұл Қазақстан аумағында жүк тасымалының ең жылдам дамып келе жатқан сегменті. Контейнерлердің транзиттік теміржол тасымалы сегменті біздің еліміз үшін ғана тартымды емес, өйткені Азия – Еуропа бағыты бойынша қазіргі уақытта Қазақстан темір жолдарымен бәсекелесуге тура келетін басқа да елдер орналасқан – қазіргі уақытта жаһандық Еуразиялық сауданың алты балама жолын құру жобасы іске асырылуда және бұл жобалардың барлығы қаржыландырумен қамтамасыз етілген. Қазақстан транзиттік тасымалдар үшін жылдамдық қатынасын дамыту бойынша белсенді позицияға ие болуы керек және негізгі бәсекелестік артықшылықты – А пунктiнен В пунктiне пойыздың жүру жолындағы ең аз шекараны дұрыс пайдалану керек.

Транзиттік тасымалдар үшін инфрақұрылымды дамытудың артықшылықтары біздің елімізге бүкіл әлем тасымалдаушылары үшін бәсекеге қабілетті қызметтерді ұсынуға мүмкіндік береді, ал елдің тиімді географиялық жағдайы жүк логистикасы мен контейнерлік тасымалдар саласында тұрақты даму үшін бастапқы мүмкіндіктерді ғана нығайтады.

Жоспарланған жетілдірулерді техникалық қамтамасыз ету туралы айта отырып, мамандандырылған контейнерлер мен ауыстырылатын жүктер паркін дамыту, сондай-ақ контейнерлерді дәлірек және жылдам ресімдеу үшін, сондай-ақ тасымалдау шығындары тұрғысынан қауіпсіз және тиімді, тасымалдау қозғалысын ұйымдастыру үшін жаңа және ағымдағы технологиялық бағдарламаларды құру және жетілдіру қажет [3].

Жұмыста Қазақстан контейнерлік тасымалдарды цифрландыру мәселелері зерттелді, сонымен қатар Қазақстан цифрлық экономиканың жаңа деңгейіне шығуы үшін қажетті ұсыныстар. Айта кету керек, шетелде стратегиялық жоспарлар деңгейінде экономиканы трансформациялау процесінде көлік саласын дамытуға жеткілікті көңіл бөлінеді. Сондықтан халықаралық тәжірибе мен үздік тәжірибелерді мұқият зерделеу қажет.

Цифрлық экономиканың көлік саласына қойылатын жаңа талаптары, бұл жекелендірілген, бөлінген (географиялық ерекшелікке сәйкес) тұтынудың артуымен көрінеді. Осылайша, жаңа шындыққа сәйкес келу үшін логистика цифрлық және соның салдарынан болжамды болуы керек.

Сонымен қатар, цифрлық логистика бір мезгілде және басқа салалармен өзара байланыста дамуға міндетті. Цифрлық логистиканың қарқынды дамуының драйверлерінің бірі-электрондық сауда. Соңғы бірнеше жылда оның көлемі Ресейде де, бүкіл әлемде де өте тез өсіп келеді, бұл көлік инфрақұрылымы мүмкіндігінше тезірек шешуі керек жаңа міндеттерді қояды.

Әдебиеттер тізімі

1. Государственная программа инфраструктурного развития Республики Казахстан на 2020-2025 гг., Нур-Султан, 2019.

2. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года, утвержденный Указом Президента Республики Казахстан от 15 февраля 2018 года № 636

3. Резер С.М. Контейнеризация грузовых перевозок [Текст] / С.М. Резер. – М.: ВИНТИ РАН. – 2012. – 678 с.

Тренды в цифровом маркетинге: навстречу будущему

К.С. Логач¹, Ж.Ж. Тебаев²

¹студент 3-его курса по образовательной программе «Маркетинг и SMM»

²м.э.н.; старший преподаватель кафедры маркетинга

logachk@mail.ru krgrg001@mail.ru

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В данной статье рассматриваются современные тенденции в цифровом маркетинге, охватывая ключевые аспекты, влияющие на стратегии брендов и компаний.

Ключевые слова: маркетинг, цифровой, экономика, тренды, искусственный интеллект, контент, видео маркетинг, бренд, инновации.

Цифровой маркетинг — это комплекс стратегий и методов продвижения товаров, услуг или брендов с использованием цифровых каналов коммуникации. Он включает в себя использование интернет-технологий, мобильных устройств, социальных сетей, поисковых систем, аналитики данных и других средств для достижения маркетинговых целей.

Цифровой маркетинг становится неотъемлемой частью успешной стратегии бизнеса по нескольким ключевым причинам:

1. Глобальный охват:

- Доступ к цифровым каналам позволяет бизнесу привлекать аудиторию не только локально, но и глобально.

2. Таргетирование и персонализация:

- Цифровые инструменты позволяют более точно определять целевую аудиторию и предоставлять персонализированный контент, что повышает эффективность маркетинговых кампаний.

3. Измерение эффективности:

- Цифровые платформы предоставляют обширные данные для анализа и измерения результатов маркетинговых усилий, что облегчает оценку эффективности и корректировку стратегии.

4. Взаимодействие с аудиторией:

- Социальные сети и другие цифровые каналы предоставляют возможность непосредственного взаимодействия с клиентами, сбора обратной связи и участия в обсуждениях.

5. Экономическая эффективность:

- Цифровые кампании часто более экономичны по сравнению с традиционными формами маркетинга, что особенно важно для малых и средних предприятий.

Отслеживание трендов в цифровом маркетинге играет ключевую роль в формировании успешной стратегии:

1. Быстрое реагирование на изменения:

- Тренды меняются быстро в цифровой среде, и компании, способные быстро адаптироваться, выигрывают в конкурентной борьбе.

2. Инновации и конкурентное преимущество:

- Внедрение новых технологий и подходов, отражающих актуальные тренды, помогает создать конкурентное преимущество.

3. Лучшее взаимодействие с аудиторией:

- Следование трендам в поведении потребителей позволяет лучше понимать и взаимодействовать с аудиторией.

4. Оптимизация бюджета:

- Отслеживание трендов помогает распределять бюджет максимально эффективно, учитывая актуальные потребности рынка.

5. Поддержание актуальности бренда:

- Компании, следящие за трендами, демонстрируют свою готовность и способность адаптироваться, что подчеркивает их актуальность в глазах потребителей.

Отслеживание и использование трендов в цифровом маркетинге становится ключевым фактором успешной стратегии, обеспечивая компаниям конкурентное преимущество и эффективное взаимодействие с аудиторией.

Роль искусственного интеллекта в персонализации маркетинговых кампаний:

1. Анализ больших данных:

- ИИ способен обрабатывать огромные объемы данных, анализируя поведение потребителей, предпочтения, их взаимодействие с контентом. Это позволяет лучше понимать целевую аудиторию.

2. Персонализированный контент:

- На основе данных об аудитории, ИИ помогает создавать персонализированный контент, адаптированный к индивидуальным предпочтениям, поведению и контексту взаимодействия.

3. Прогнозирование поведения клиентов:

- Алгоритмы машинного обучения позволяют предсказывать будущее поведение клиентов на основе их предыдущих действий. Это помогает адаптировать стратегии маркетинга заранее.

4. Автоматизированный таргетинг:

- ИИ оптимизирует процесс выбора целевой аудитории для конкретной кампании, учитывая различные факторы, такие как демография, предпочтения и поведение.

5. Улучшение опыта клиентов:

- Использование ИИ для персонализации помогает создать более уникальный и удовлетворительный опыт для каждого клиента, что в свою очередь может повысить лояльность и уровень вовлеченности.

Значение ценного контента в цифровой эпохе:

1. Привлечение внимания аудитории:

- В мире, где информационный шум постоянно растет, ценный контент выделяется и привлекает внимание аудитории. Качественный и полезный контент обеспечивает конкурентное преимущество.

2. Установление экспертности:

- Предоставление информативного и авторитетного контента позволяет брендам установить свою экспертность в отрасли. Это создает доверие у потребителей и укрепляет репутацию компании.

3. Взаимодействие и удержание аудитории:

- Контент, отвечающий интересам и потребностям аудитории, способствует взаимодействию и удержанию клиентов. Постоянное предоставление ценной информации укрепляет связь с аудиторией.

4. Повышение узнаваемости бренда:

- Стратегическое создание контента помогает укрепить узнаваемость бренда. Качественный контент становится ключевым элементом формирования позитивного образа компании.

5. Оптимизация для поисковых систем (SEO):

- Ценный контент, оптимизированный для поисковых систем, повышает видимость бренда в поисковых результатах. Это способствует привлечению новой аудитории и повышению трафика на сайт.

6. Расширение охвата в социальных сетях:

- Социальные медиа являются важным каналом распространения контента. Ценный контент, который легко поддается шерингу, расширяет охват аудитории через социальные сети.

7. Поддержание актуальности и релевантности:

- Регулярное обновление ценного контента поддерживает актуальность бренда в глазах аудитории. Это особенно важно в быстро меняющейся цифровой среде.

Видео маркетинг как ключевой элемент стратегии контент-маркетинга:

1. Эмоциональное воздействие:

- Видео может эффективно передавать эмоции и создавать глубокое впечатление у зрителей, что делает его мощным инструментом воздействия на аудиторию.

2. Увлечательность и запоминаемость:

- Зрителю легче воспринимать информацию через видео, что повышает его запоминаемость. Это особенно важно в условиях, когда внимание аудитории ограничено.

3. Социальная долгота:

- Видеоматериалы чаще всего совместно обсуждаются в социальных сетях, что способствует распространению контента и привлечению новой аудитории.

4. Поддержание взаимодействия:

- Видео позволяет более тесно взаимодействовать с аудиторией, предоставляя возможность комментариев, лайков, и обратной связи.

5. Многообразие форматов:

- Видео маркетинг может принимать различные формы, включая ролики, вебинары, интервью, промо-ролики, что позволяет разнообразить контент и подходить к различным аудиториям.

6. SEO-Оптимизация для видео-поиска:

- Видео-контент также способствует оптимизации для видео-поиска, что улучшает видимость бренда в поисковых системах.

7. Использование трендов:

- Видео маркетинг позволяет использовать актуальные тренды, такие как стриминг, виртуальная реальность, и другие инновации, что делает стратегию более современной и привлекательной.

В цифровой эпохе видео маркетинг становится ключевым элементом контент-маркетинга, обеспечивая компаниям эффективные средства воздействия на аудиторию, создания уникального опыта, и улучшения общей видимости бренда.

Сводка основных трендов в цифровом маркетинге:

1. Искусственный интеллект (ИИ) и Машинное Обучение:

- Использование ИИ для персонализации контента, прогнозирования поведения потребителей, и оптимизации рекламных кампаний.

2. Видео маркетинг:

- Растущая популярность видео в маркетинге, включая стриминг, вебинары, креативные ролики, и использование новых форматов, таких как короткие видео в социальных сетях.

3. Содержание в реальном времени:

- Повышенный интерес к контенту в реальном времени, такому как стриминг, чаты, истории в социальных сетях, что создает непосредственное взаимодействие с аудиторией.

4. Экспериментальный маркетинг:

- Стремление к созданию уникальных и запоминающихся впечатлений, в том числе виртуальных и расширенной реальности для взаимодействия с потребителями.

5. Смарт-технологии и интернет вещей (IoT):

- Интеграция смарт-технологий и IoT в маркетинговые стратегии для создания более персонализированных и взаимодействующих опытов.

6. Голосовой поиск и ассистенты:

- Растущее внимание к голосовым технологиям и использование ассистентов, что требует оптимизации контента для голосовых запросов.

7. Социальная ответственность и устойчивость:

- Увеличение интереса к брендам, которые активно занимаются социальной ответственностью и устойчивостью, что становится ключевым фактором выбора потребителями.

8. Мобильный первый подход:

- Продолжающееся увеличение использования мобильных устройств, что требует разработки мобильно-оптимизированных стратегий маркетинга.

Постоянное обновление стратегии в цифровом маркетинге необходимо для того, чтобы компании могли эффективно адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка, внедрять новые технологии и оставаться конкурентоспособными в динамичной цифровой среде.

Список литературы

1. «Подробнее о цифровом маркетинге» - Дэвид MeermanScott
2. «Подлинная история цифрового маркетинга» - Андреа Вингфилд
3. «Цифровое маркетинговое революция» - Дэйв Чаффи
4. «Маркетинг 4.0: Перемещение от традиционного к цифровому» - Филип Котлер и Гермаунд Ван Ден Дууль
5. «Тренды в цифровом маркетинге» - Дэйв Чаффи и Грег Фримен

Қонақжайлылық индустриясындағы азық-түлік өнімдерінің қалдықтарын басқарудың халықаралық тәжірибесі

Масгутова А.¹, Торжанова Д.А.²

¹Э.ғ.м., аға оқытушы,

²«Мейрамхана ісі және мейманхана бизнесі» мамандығының 4 курс студенті

aiz.masgutovaa@mail.ru, danagul.ru@mail.ru

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ

Түйіндеме: Мақалада мейрамханалар мен қонақ үйлердегі тамақ қалдықтарын басқарудың негізгі мәселелері қарастырылған, сонымен қатар тамақ қалдықтарымен жұмыс істейтін шетелдік кәсіпорындардың тәжірибесі берілген.

Кілт сөздер: азық-түлік қалдықтары, экологиялық мәселе, тұрақтылық тұжырымдамасы, нөлдік қалдықтар

Азық-түлік қалдықтары қоршаған ортаға да, экономикаға да әсер ететін жаһандық маңызды мәселе болып табылады. Азық-түлік тізбегінің барлық кезеңдерінде, өндірістен тұтынуға дейін пайда болатын қалдықтар мұқият басқаруды және тиімді қайта өңдеу және кәдеге жарату стратегияларын талап етеді. Азық-түлік қалдықтары алаңдатарлық деңгейге жетіп, әлемдегі азық-түлік қорының үштен біріне әсер етті. Олар – өндіру, өңдеу, тұтыну немесе сақтау процестерінде өзінің бастапқы тұтынушылық қасиеттерін толық немесе ішінара жоғалтқан тамақ өнімдері. Азық-түлік қалдықтарының сақталуын және олардың қалай өңделетінін және жойылатынын қарастыру тұрақты дамуға қол жеткізудің кілті болып табылады.

Азық-түлік өнімдерін және оның қалдықтарын басқару заманауи тұрақтылық тұжырымдамасымен үйлеседі. Осы себептен де аталған тақырып аясында бірқатар зерттеулер жүргізіліп, мәселе күрделі талқыға түсті.

Біріккен Ұлттар Ұйымының Азық-түлік және ауыл шаруашылығы ұйымының (ФАО) соңғы есебіне сәйкес, әлемде аштықтан зардап шегетін адамдардың саны шамамен 828 миллионды құрайды. Сонымен қатар, шамамен 3,1 миллиард адам дұрыс және құнарлы тағамды сатып ала алмайды. Тұтастай алғанда, әлем халқының 11,7% азық-түлікпен қамтамасыз етілмейді. Дүние жүзіндегі халық саны 2022 жылы 8 миллиардтан 2050 жылы 9,7 миллиардқа дейін өседі деп болжанған кезде, азық-түлікке деген жаһандық сұраныстың күтілетін өсуін қанағаттандыру үшін ағымдағы азық-түлік өндірісі екі есеге артуы керек [1].

Өндірілетін азық-түліктің үштен бір бөлігі ысырап болғандықтан, барлық егістік алқаптарының үштен бірі қарқынды ауыл шаруашылығымен шектен тыс пайдаланылуда, бұл сөзсіз топырақтың деградациясына әкеледі. Азық-түлік қалдықтары да климаттың өзгеруіне ықпал етеді, өйткені тыңайтқыштарды өндіруден бастап өндірілген азық-түлікті тасымалдауға дейінгі азық-түлік өндірісіндегі қадамдардың ешқайсысы қазбалы отынды (мұнай) пайдаланбай жүзеге асырылмайды. Сонымен қатар, полигонға лақтырылған кезде азық-түлік анаэробты жағдайда ыдырайды және кейіннен парниктік газды метан шығарады.

Азық-түлік қалдықтарының жаһандық дамуға тигізетін көптеген жағымсыз әсерлерін ескере отырып, бұл әсерлерді азық-түлік қалдықтарының түзілетін мөлшерін шектеу стратегияларын жүзеге асыру арқылы ғана азайтуға болатыны анық. Бұл, ең алдымен, жеке адамдар арасында хабардарлықты арттыруды, озық тәжірибелер мен жауапты мінез-құлықты қолдануды, сондай-ақ ғылыми қауымдастық пен құзырлы органдарды тартуды талап етеді.

Сонымен қатар, азық-түлік кәсіпорындары өндіретін азық-түлік қалдықтарының көлемін және оның жаһандық деңгейге әсерін білуі керек. Барлық қатысушылардың бірлескен күш-жігері табиғи жүйелер мен қоршаған ортаға одан әрі зиян келтірместен қолда бар ресурстарды пайдалану арқылы адам қажеттіліктерін қанағаттандыратын қоғамның дамуына ықпал етеді. Бұл адамзат қоғамының және оны қоршаған ортаның ұзақ мерзімді өмір сүруін қамтамасыз етудің бірден-бір жолы. Азық-түлік ысыраптары ауылшаруашылық өндірісінен, егін жинаудан кейінгі өңдеуден және сақтаудан бастап азық-түлік тізбегінде болады және азық-түлік өндірісі, тарату, тұтыну және қызмет ету мерзімінің аяқталуы бойына жалғасады, яғни даладан үстелге дейін, соның ішінде қонақжайлылық индустриясында [2].

Туризм индустриясында «тұрақтылық» термині жиі қолданылады. Бұл қонақжайлылық секторының шешуді қажет ететін көптеген жағымсыз әсерлеріне байланысты. Қоршаған ортаға қатысты әсерлерге суды тұтыну, қалдықтардың түзілуі және азық-түлік қалдықтары жатады. Тұрақтылық туристік ресурстарды болашақ ұрпақтар пайдалана алмайтындай етіп ластанбауы немесе сарқылмауы үшін пайдалануды реттеу керек деген идеяны қамтуы мүмкін. Тұрақтылық тәжірибесі қонақ үйлерге операциялық шығындарды азайтуға, нормативтік талаптарға сәйкестікке қол жеткізуге, бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізуге, қызметкерлердің өнімділігін арттыруға, акционерлердің үміттерін қанағаттандыруға және тұтынушылардың адалдығын арттыруға көмектеседі. Азық-түлікті

жеткізу тізбегінде түзілетін тамақ қалдықтарының үлкен көлемі және олардың әлеуметтік, экономикалық және экологиялық тұрақтылыққа ұзақ мерзімді әсері танылды.

Азық-түлік қалдықтары мәселесі ауыл шаруашылығы және азық-түлік бөлшек саудасы контекстінде қаралды, бірақ қонақжайлылық секторы талдаудан негізінен алынып тасталды. Азық-түлік қалдықтары қонақ үй жұмысының әртүрлі кезеңдерінде орын алады, өйткені қонақ үй бөлімшелері тұтынушылар табысының өсуіне және тамақты жол бойында тұтыну үрдісінің өсуіне байланысты азық-түлік қалдықтарының көбеюін тудырады. Сонымен қатар, қонақтардың қонақ үй өнімдеріне сапасы мен санына қатысты күтуі қонақ үй менеджерлерін тағамды ысырап етуден гөрі қонақтардың қанағаттануын бірінші орынға қоюға итермелейтін фактор болып табылады. Бұл жауапты іскерлік тәжірибелердің мысалдарын және салдарын азайту шараларын анықтау үшін шешуді қажет ететін басты бағыттарды анықтау үшін қонақжайлылық секторындағы тамақ қалдықтары мәселесін терең зерттеу қажеттілігін көрсетеді. Сонымен қатар, егер қонақ үй индустриясы тұрақты дамуға белсенді түрде үлес қосқысы келсе, ол тұрақты тұтыну мен өндіріс үлгілерін ынталандыру жолдарын іздеуі керек [3].

Туристерге қонақ үй таңдағанда көбінесе барлығын қамтитын пакеттерді ұсынады. Осылайша, туристер таңғы, түскі және кешкі асты (швед үстелі) басқа мейрамханаларға бармай, қонақ үйде іше алады. Швед үстелінің бұл түрі әр тағамда үлкен шығындарға әкеледі және тамақ қалдықтары мәселесіне ықпал етеді. Швед үстелдері тұтынушылардың қанағаттануының жоғары деңгейімен анықталады. Бұл қонақтар өз таңдауын жасайтын және қалағанынша жей алатын тамақтандыру түрі. Тұтынушылар әдетте мәзір арқылы тапсырыс бергенге қарағанда, швед үстелін таңдағанды ұнатады, бірақ ол азық-түлік қалдықтарды көбейтеді, оларды бақылау қиын.

Тамақ қалдықтары соңғы уақытта қонақжайлылық секторының алдында тұрған ең көп таралған экологиялық мәселелердің біріне айналды. Қонақ үйлердегі азық-түлік қалдықтарының 75% -ын тиімді басқару арқылы болдырмауға болады. Азық-түлік қорын нашар басқару және сұранысты нашар болжау ысырапқа әкелетін дұрыс емес басқару мысалдары болып табылады [4].

Кесте 1

Шет елдердің азық-түлік қалдықтарын басқарудағы тәжірибесі

Мемлекет	Азық-түлік қалдықтарын басқарудағы негізгі сипаттар
Кипр	<ul style="list-style-type: none"> - Тұтынушылардың сұранысын дәл болжау арқылы қажетті тағамның оңтайлы мөлшеріне тапсырыс беру сияқты операциялық процедуралар; - Тамақ қалдықтарын азайту үшін сұранысты болжауды басқарудың тиімді әдістері; - Тауарлық-материалдық қорлардың аудиті; - Азық-түлікті тиімді сақтау тағам қалдықтарын азайтудың жолы ретінде; - Асхана қызметкерлері мен аспаздарды оқыту арқылы қонақ үйлердегі тамақ қалдықтарын азайту [3].
Жапония	<ul style="list-style-type: none"> - Кептірілген тамақ қалдықтарын бетонға айналдыру; - 3D басып шығарылған жұмыртқа қабығы және кофеден жасалған жиһаз; - Автоматтандырылған суши аспаздары [5].
АҚШ	<ul style="list-style-type: none"> - Мейрамханалар мен кафелерде қолданылатын тарелкалардың кішірек өлшемдерін таңдау; - Бір кісілік тағам мөлшерін азайтыңыз; - Өнімдерді аз мөлшерде сатып алып отыру; - Сақтау мерзімі қысқа өнімдерді сақтаудың оңтайлы жүйесін құру; - Осы шартқа сай мәзір құра отырып, өнімнің барлық

	бөліктерін пайдалану; [6]
Швеция	- Швецияның Мальмё қаласындағы мейрамхана қонақтарға тек тамақ қалдықтарынан жасалған тағамдар ұсынады [7].
Ескерту - авторлармен құрастырылған	

Кәсіпорындар қаржылық, экологиялық және әлеуметтік шығындарды азайту үшін азық-түлікті тиімді пайдалануды бейімдеу керек. Туристік қонақ үйлерде азық-түлік ысыраптары жоғары болса да, қонақ үй иелері экономикалық пайда табады. Дегенмен, мәселе экологиялық тұрақтылықты сақтауда жатыр, сондықтан барлық мүдделі тараптар жиналып, тұрақты шешімдерді табуы керек. Бөлімнен тыс осы мүмкіндіктерге сәйкес, қоғамдық тамақтандыру және азық-түлікті тарату жағында артықшылықтар беретін артықшылықты тарату арналарын құру әрекеті үшін қонақ үйлер мен жергілікті жеткізушілер арасындағы ресми транзакцияларды кеңейту қажет.

Сонымен қатар, қонақ үйлер мен азық-түлік ұйымдары арасында компанияларды, бөлшек саудагерлерді және қайырымдылық ұйымдарын біріктіретін азық-түлік желісін құру үшін ресми келісімдер жасалуы керек. Кәсіпорын ішіндегі шешімдерге қатысты әкімшілік, асхана және қызмет көрсету деңгейлеріндегі процестерді жақсарту үшін бірнеше күш салу қажет. Шынында да, кәсіпорындарға тамақ қалдықтарын басқару технологияларын тартудың маңыздылығын ескере отырып, бөлімшелер қаржыландыру тұрғысынан мемлекеттік органдардан көбірек қолдау алуы керек.

Әдебиеттер тізімі

1. Seth Etuah, Faizal Adams, James Osei Mensah, Awura-Abena Amoah Osei, Amos Mensah, Zhen Liu , Robert Aidoo, Paul Effah, Kelvin Asamoah, Eugenia Boafoa Kwakye, Nurideen Halid, WASTE GENERATION AND MANAGEMENT IN THE FOOD SERVICE SECTOR: EVIDENCE FROM GHANA, Cleaner and Circular Bioeconomy (2023), doi: <https://doi.org/10.1016/j.clcb.2023.100067>. Электронды дереккөз: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772801323000325>)
2. Natasa Kilibarda, Filip Djokovic, Radmila Suzic. Food waste management — reducing and managing food waste in hospitality. Meat Technology 60 (2019) 2, 134–142. Электронды дереккөз: https://www.academia.edu/53749017/Food_Waste_Management_Reducing_and_Managing_Food_Waste_in_Hospitality
3. Petros Demetriou. Hotel food waste in Cyprus: An exploratory case study of hotels in Limassol. Cogent Social Sciences, 2022, vol. 8, iss. 1. Электронды дереккөз: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2022.2026556>
4. Kevin Gatt. Food Waste Generation Within the Hospitality Sector in Malta. International Journal of Information Systems and Social Change. Volume 14 Issue 1. Электронды дереккөз: <https://www.igi-global.com/article/food-waste-generation-within-the-hospitality-sector-in-malta/324610>
5. Электронды дереккөз: <https://w2e.ru/blog/yaponiya-novyy-vzglyad-na-pishchevye-otkhody/>
6. Электронды дереккөз: <https://moluch.ru/archive/415/91919/>
7. Электронды дереккөз: <https://ntdtv.ru/125020-restoran-v-shvetsii-predlagaet-blyuda-iz-pishhevyyh-otkhodov>

Особенности использования инструментов event-маркетинга в ресторанном бизнесе

А.Б. Мейманова¹, Д.Г. Мамраева²

¹студент 4-го года обучения образовательной программы «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»

² к.э.н., профессор кафедры маркетинга
meimanova.aigerim.2003@mail.ru, dina2307@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация. Статья включает в себя обзор основных инструментов event-маркетинга, таких как организация тематических мероприятий, партнерские программы, сезонные акции и активное участие в местных и культурных мероприятиях. Особое внимание уделяется выбору событий и их адаптации к виду и характеру ресторанного бизнеса. В статье также представлены успешные методы применения событийного маркетинга в ресторанной сфере, рассматриваются преимущества, возникающие в связи с трудностями предпринимателей и виды событий. Также предоставляются практические рекомендации по разработке и реализации событийных стратегий, включая развитие бренда в ресторане, привлечение новых клиентов маркетинговый план.

Ключевые слова: ресторан, ресторанный бизнес, маркетинг, event-маркетинг, маркетинговый план, мероприятия.

Большую часть времени владельцам ресторанов ежедневно приходится с трудом управлять своим бизнесом. Несомненно, одна из самых сложных обязанностей, которую может взять на себя предприниматель, - это управление рестораном, и особенные инструменты могут проложить путь в этом отношении.

Стремление к инновациям перед лицом такого быстрого развития технологий может показаться многим владельцам сложной задачей, и это вполне понятно. Однако благодаря этому прогрессивному бизнесу охватить цифровую революцию стало очень просто.

Управление рестораном включает в себя множество процедур, которые, если они выполняются правильно, гарантируют эффективную работу бизнеса и даже увеличивают доходы и максимизируют охват ресторана. Но продвижение ресторанного бизнеса может оказаться непростой задачей, поскольку многие стремятся сделать его известным и доступным для потенциальных клиентов. Выделиться на переполненном рынке может быть довольно сложно. Тем не менее, event-маркетинг представляет собой высокоэффективный инструмент для продвижения ресторанного бизнеса и выделения его среди конкурентов. Мероприятия служат мощным маркетинговым инструментом для ресторанов, если они проводятся вместе с хорошо продуманными бизнес-планами.

Event-маркетинг - это маркетинговая тактика, направленная на создание запоминающихся впечатлений для целевой аудитории. Цели событийного маркетинга могут варьироваться от повышения узнаваемости ресторана до увеличения продаж, доходов или лояльности клиентов.

Событийный маркетинг дает возможность связаться с потенциальными или существующими гостями. Посредством таких мероприятий, как презентации новых блюд, VIP-мероприятия и семинары, таким образом можно легко увидеть, как покупатели взаимодействуют с рестораном, и услышать их мысли о бизнесе в целом.

Event-маркетинг обычно фокусируется на личном общении, семинарах и демонстрациях продуктов. Однако розничные мероприятия также могут происходить онлайн и потенциально охватывать еще больше людей в разных местах [1].

Преимущества event-маркетинга:

Узнаваемость бренда:

Проведение накануне мероприятий создаст репутацию ресторанного бизнеса как запоминающегося. Показ продуктов, блюд и услуг потенциальным клиентам дает

возможность пообщаться с этими людьми и построить отношения с существующими клиентами. Успех этих мероприятий вызывает ажиотаж вокруг бизнеса общественного питания, который вызывает местные сплетни и узнаваемость бренда.

Генерирование дохода:

Рестораны могут сделать проведение мероприятий прибыльным бизнесом и способом заработка. Взимание с посетителей платы за вход или продажа билетов может стать первым источником дохода. Более того, мероприятия дают возможность продать свои товары. Присутствует возможность увеличения продаж, продвигая свой бизнес, например, предлагая сниженную цену или дополнительные услуги в меню, особенно для участников мероприятий. Такой способ планирования позволяет получить максимальный доход и представить суть вашего ресторана.

Взаимодействие с гостями:

Организация мероприятий — это важный шанс лично связаться с клиентами. При личном общении появляется возможность строить и развивать с ними отношения. Установление таких отношений для удовлетворения клиентов и мероприятий действительно помогает в достижении этой цели. Более того, вечеринки дают хорошую возможность получить отзывы клиентов о своих продуктах и услугах. Их точка зрения имеет решающее значение, когда дело доходит до расшифровки рыночных тенденций и, следовательно, совершенствования услуг.

Сотрудничество с местным бизнесом:

Тесное сотрудничество с местными предприятиями - один из наиболее эффективных способов продвижения ресторана. Во-вторых, это позволяет охватить дополнительную аудиторию, одновременно предоставляя возможность разделить расходы с другими людьми. Наконец, совместная работа с местными влиятельными лицами и блогерами может значительно расширить диапазон рекламных усилий мероприятия. Партнерство повысит осведомленность и будет способствовать росту бизнеса среди более широкой аудитории.

Увеличение трафика посетителей:

Наконец, организация вечеринок и мероприятий в соответствующей атмосфере окажет большое влияние на посещаемость заведения. Мероприятия дают им возможность осмотреть помещения заведения, даже если они не обязательно являются целевыми рынками для продуктов питания или услуг. Проведение мероприятий позволит расширить свою клиентскую базу, привлекая внимание и привлекая людей [2].

Однако новые владельцы ресторанов могут столкнуться с проблемами, которые могут помешать их успеху. Жизненно важной проблемой является отсутствие весьма успешных маркетинговых стратегий, которые могут привести к низкой осведомленности и постепенному увеличению клиентской базы. Поэтому необходимо использовать такие инструменты, как событийный маркетинг, чтобы создать ажиотаж и позвонить потенциальным клиентам. Работа с местным бизнесом или влиятельным лицом имеет большое значение для расширения охвата и усиления воздействия. Другой важный аспект предполагает формирование хороших отношений с клиентами, поскольку игнорирование этой области может привести к потере повторных сделок. Также для увеличения посещаемости необходимо проводить электронные мероприятия, которые привлекают внимание и привлекают людей за покупками. Важно преодолеть эти проблемы, чтобы добиться успеха на очень конкурентной ресторанной арене.

Как и в любом другом инструменте продвижения бизнеса, в event-маркетинге есть различные виды событий, такие как:

VIP-мероприятия

Мероприятия по запуску продукта

Мастер-классы

Конференции и выставки

Коллаборации

VIP-мероприятие - это мероприятие любого типа, доступное только по приглашению, на котором гости могут встретиться с основателем ресторана, представителями и друг с другом. VIP-элемент означает, что присутствует возможность вручную выбирать клиентов, которых можно пригласить и построить с ними более тесную связь.

Мероприятие по запуску продукта - это заранее определенный период, обычно продолжительностью до недели, когда все внимание привлекается к новому блюду или услуге. Это также может быть однодневное мероприятие, например вечеринка по случаю запуска проекта.

Мастер-классы и дегустации – это отличный способ привлечения посетителей. Такие мероприятия могут быть платными или бесплатными, зависит от того, чего хочет сам предприниматель и с какой регулярностью они проводятся. Также, платные ивенты отлично подойдут для подарка в виде сертификата на мероприятие. В отличие от VIP-мероприятий, мастер-классы и дегустации чаще всего доступны для всех, при условии, что они заранее забронируют свое место.

Конференции и выставки

Для узнавания в своем городе, это отличный способ знакомства с новыми гостями. В ресторане можно проводить выставки алкогольных напитков(вино) или других гастрономических продуктов. Также можно участвовать в конференциях или проводить их, предназначенных для широкой публики, где люди делятся опытом и фишками работы в предприятиях общественного питания

Коллаборации – это хороший способ привлечения новой аудитории посетителей. Ресторан может сотрудничать с различными предприятиями и тем самым, продвигать свои услуги и продукты [3].

Маркетинговый план - это описание шагов, которые нужны для достижения целей компании. Он нужен для полного понимания маркетинговой стратегии и ее действий

Для составления маркетингового плана мероприятия нужно:

1. Ставить четкие и реалистичные цели

Почему вы хотите инвестировать свои ресурсы в событийный маркетинг? Как и в случае с любой маркетинговой стратегией, определите цели, которых вы хотите достичь с помощью нее, например:

Увеличить посещаемость ресторана

Охватить новую демографическую группу

Расшириться в новом месте

Развивать свой самый прибыльный канал

Запустить новый продукт

Увеличить продаж и/или доходов от конкретного продукта или линейки продуктов.

Повысить лояльность существующих клиентов

А также нужно обязательно помнить, что все зависит от главной цели, под нее уже подстраивается сам тип event-маркетинга

2. Использовать несколько каналов для продвижения.

Целевой клиент может пропустить первое объявление о мероприятии. Фактически, они могут пропустить это дюжину раз, прежде чем увидят.

Вот почему важно рекламировать мероприятие на всех каналах, которые прежде использовались. Сюда входят различные каналы социальных сетей, информационный бюллетень, электронные письма, реклама мероприятий, веб-сайт, физические квитанции и вывески. Использование таргетированной рекламы мероприятия социальные сети - это простой способ периодически напоминать возможным посетителям о мероприятии.

3. Убедиться, что в правильном измерении рентабельности инвестиций.

Какие показатели и системы можете использовать для отслеживания эффективности мероприятий по маркетингу событий? Это будет зависеть от маркетинговых целей и может включать в себя:

Изменение посещаемости магазинов во время и вскоре после мероприятия

Количество новых подписчиков на рассылку
Продажи и доход от запуска нового продукта
Количество использований индивидуального кода скидки
Расходы клиентов в течение недель/месяцев после мероприятия, которое они посетили
Измерение рентабельности инвестиций означает, что можно реализовать то, что сработало, и извлечь уроки из того, что не помогло, для будущих мероприятий.

4. Проведение мероприятия с максимальным результатом.

Успешный событийный маркетинг - это создание ажиотажа вокруг мероприятия и выполнение того, что обещали при создании этого ажиотажа. Несколько советов для этого:

План: нужно дать людям достаточно времени, чтобы они заинтересовались тем, что продвигается на мероприятии, и использовать инструменты, которые упрощают оптимизацию продвижения между каналами.

Прибытие: включить запахи, звуки и визуальные эффекты, чтобы подчеркнуть момент, когда люди присоединяются к мероприятию; сделать процесс регистрации более плавным.

Опыт: полностью сосредоточиться на том, за чем пришли клиенты (мастер-класс, дегустация и т. д.), объединить опыт с впечатлениями о ресторане.

Память: сделать это событие запоминающимся, продолжительным с помощью фотобудок, презентов, электронных писем после мероприятия и многого другого [4].

Сам опыт использования инструментов event-маркетинга в ресторанном бизнесе в статье рассмотрен на примере гастрономического кафе под названием «Мечтатели» в Санкт-Петербурге. Данное кафе на рынке уже 7 лет и за это время его можно назвать постоянным пользователем инструментов событийного маркетинга. Основные фишки в меню рассматриваемого заведения – это вкусные завтраки, необычные гастрономические сочетания и вино, его здесь более 300 видов. Местные жители называют его «культовым», но не только благодаря вышеупомянутым позициям. Кафе активным образом проводит различные мастер-классы по винному делу, тем самым привлекая гостей. При этом редко повторяются, например: в декабре планируется проведения трёх мастер-классов, но с разными названиями. 1 декабря всех желающих ждут на «Столовые вина 2.0 Италия», 15 декабря на «Петнаты всех мастей», а 22 декабря состоится «Традишнл Бабблс». Цены варьируются от 4500 рублей до 4900 рублей за человека. Кроме того, 8 декабря в «Мечтателях» пройдет ужин-коллаборация «Мечтатели X Pap Michele». В описании этого события пишут, что на данном ужине будут рассказывать об истории любви к северному городу, гастрономии и вину. Гостям предоставляется 2 пакета услуг: ужин (без алкоголя) и ужин + винное сопровождение. Большую любовь и поддержку от клиентов гастрономическое кафе получило благодаря благотворительности. В 2022 году заведение запустило коллаборацию с фондом «Антон тут рядом», помогающий людям с аутизмом. Они предоставляли гостям сезонный завтрак, который состоял из сырников из рикотты с земляникой и сливочным кремом. Подавался данный завтрак на тарелках ручной работы, изготовленных людьми из фонда «Антон тут рядом». В фонд отправляли 10% от прибыли с этого завтрака, а при покупке тарелки гостями, фонду шла 100% выручка. Используя вышеупомянутые инструменты событийного маркетинга, «Мечтатели» получили хорошую вовлеченность и популярность среди жителей и гостей Санкт-Петербурга. Тем самым, доказывая, что инструменты event-маркетинга являются действенным способом продвижения в ресторанном бизнесе.

Список литературы

1. Event-маркетинг: что это, инструменты и задачи /Электронный ресурс/
<https://www.unisender.com/ru/glossary/event-marketing-cto-eto-instrumenty-i-zadachi/#anchor-1>
2. Event-маркетинг /Электронный ресурс/ <https://sok.marketing/event-marketing/>
3. Событийный маркетинг /Электронный ресурс/
<https://sendpulse.com/ru/support/glossary/event-marketing>

4. Маркетинговый план /Электронный ресурс/
<https://sendpulse.kz/support/glossary/marketing-plan>
5. С миру по нитке: 12 ресторанов, которые помогают благотворительным проектам /Электронный ресурс/ <https://daily.afisha.ru/eating/23575-s-miru-po-nitke-12-restoranov-kotorye-pomogayut-blagotvoritelnym-proektam/>
6. Гастрономическое кафе «Мечтатели» /Электронный ресурс/
<https://thedreamerscafe.ru/>

Цифровые инновации в логистике на примере компании DHL

Б.О. Муканов¹, М.Б.Каппанов²

¹к.т.н., доцент кафедры Маркетинг

²студент 4-го года обучения по специальности «Логистика (по отраслям)»

mukanovbo@mail.ru, kappanov2002@gmail.com

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматриваются инновационные цифровые технологии, внедряемые компанией DHL в логистические операции. В компании для повышения эффективности, прозрачности и устойчивости в цепочках поставок применяется интернет вещей, искусственный интеллект, технологии блокчейна и автоматизированные системы. DHL также рассматривает беспилотные транспортные средства и цифровые платформы в контексте электронной коммерции. Компания уделяет больше внимание цифровым инновациям в улучшении клиентского опыта и адаптации к современным вызовам в логистике.

Ключевые слова: Цифровые технологии, Инновации в логистике, Интернет вещей, Искусственный интеллект, Блокчейн, Автоматизация, транспортные средства, Электронная коммерция

Вопрос применения цифровых технологий в логистике является актуальным в контексте быстро меняющихся глобальных транспортных потоков. Современные компании, такие как DHL, стремятся адаптироваться к вызовам и возможностям, предоставляемым цифровыми инновациями. Роль интернета вещей (IoT), искусственного интеллекта (ИИ) и блокчейна в контексте цепочек поставок и логистических операций становится ключевой в обеспечении эффективности, прозрачности и устойчивости [1].

Время, затраченное на разработку и внедрение современных технологических решений, становится стратегической инвестицией для компаний, стремящихся оставаться конкурентоспособными. Для современных компаний важно освоение беспилотных транспортных средств, электронной коммерции и цифровых платформ для удовлетворения требований современных логистических коммуникаций.

Рассмотрим инновационные технологии, применяемые в компании DHL.

Компания DHL в логистической деятельности применяет технологии искусственного интеллекта.

Использование искусственного интеллекта (ИИ) в логистике представляет собой перспективный путь к совершенствованию эффективности и оптимизации всех этапов поставочных цепей. Эта технология проникает в различные аспекты логистики, начиная от управления запасами и заканчивая маршрутизацией грузов, предоставляя компаниям мощный инструмент для современного управления бизнес-процессами.

Одним из ключевых аспектов использования ИИ в логистике является повышение точности прогнозирования спроса. Алгоритмы машинного обучения анализируют большие объемы данных, учитывая различные факторы, такие как сезонные изменения, рекламные акции и поведение потребителей. Это позволяет компаниям лучше понимать рыночные

тенденции и эффективнее управлять запасами, предотвращая избыточные запасы или нехватку товаров.

Другой важной областью применения ИИ является управление маршрутами и транспортировкой. Системы искусственного интеллекта могут оптимизировать маршруты доставки, учитывая текущие условия дорожного движения, расписания транспорта и другие факторы. Это не только сокращает время в пути, но и снижает затраты на топливо и обслуживание транспортных средств [2].

В области складского управления ИИ также вносит значительный вклад. Автоматизация процессов с использованием роботов и автоматизированных систем позволяет улучшить эффективность сортировки и упаковки товаров. Машины, обученные ИИ, могут оптимизировать планирование пространства на складе, предсказывать потребность в определенных товарах и даже автоматически перераспределять ресурсы для удовлетворения изменяющегося спроса.

Благодаря использованию ИИ, компания DHL улучшила процессы отслеживания грузов. Системы машинного обучения способны анализировать данные от сенсоров и устройств IoT на грузах, предоставляя более точную информацию о их местонахождении и состоянии.

Однако, несмотря на все преимущества, существуют и вызовы, такие как вопросы кибербезопасности и необходимость обучения персонала. Тем не менее, с учетом быстрого развития технологий, использование искусственного интеллекта в логистике продолжает расширять свои возможности, играя ключевую роль в создании более эффективных, гибких и клиентоориентированных логистических систем.

Рассмотрим вопросы автоматизации процессов компании DHL с помощью внедрения роботизации.

Автоматизация процессов с использованием роботизации становится неотъемлемой частью цифровой трансформации в сфере логистики. Эта технология приносит значительные изменения в стандартные методы управления складами, обработки заказов и других операций в снабжении. Вместо традиционных методов, основанных на ручной работе, роботизированные системы предоставляют более эффективные и точные решения.

Одним из основных аспектов внедрения роботизации в логистические процессы является автоматизация складских операций. Роботы, оснащенные технологиями искусственного интеллекта и машинного обучения, выполняют сложные задачи, такие как сортировка и упаковка товаров, с большой скоростью и высокой точностью. Это позволяет значительно ускорить процессы обработки заказов и снизить вероятность ошибок.

Автономные роботы и беспилотные транспортные средства используются для перемещения товаров по складу и даже на последнем этапе доставки до конечного потребителя. Это не только повышает эффективность, но и снижает затраты на рабочую силу, освобождая человеческие ресурсы для более сложных задач, требующих творческого и стратегического мышления.

Системы роботов в логистике также способствуют улучшению условий работы. Они могут выполнять тяжелые и рутинные задачи, освобождая сотрудников от монотонной работы и позволяя им фокусироваться на более креативных и ответственных аспектах своих обязанностей.

Однако внедрение роботизации не лишено вызовов. Вопросы безопасности, необходимость обновления инфраструктуры и обучения персонала становятся актуальными в процессе перехода к более автоматизированным логистическим системам. Тем не менее, преимущества в виде повышенной эффективности, снижения ошибок и более быстрой обработки заказов делают роботизацию неотъемлемым элементом современных логистических операций, способствуя созданию более гибких и конкурентоспособных поставочных цепей.

Рассмотрим применение интернета вещей (IoT) для мониторинга и отслеживания грузов компании DHL.

Интеграция интернета вещей (IoT) в сфере логистики открывает перед компанией широкий спектр возможностей, направленных на повышение эффективности и улучшение процессов управления поставочными цепями. Основной принцип использования IoT заключается в создании цифровых связей между физическими объектами, позволяя им взаимодействовать и обмениваться данными в реальном времени.

В контексте логистики компании DHL, применение IoT охватывает несколько ключевых аспектов. В первую очередь, это касается отслеживания и мониторинга грузов. Датчики и устройства, встроенные в упаковку или транспортные средства, предоставляют постоянные потоки данных о местоположении, температуре, влажности и других важных параметрах. Это обеспечивает высокую степень прозрачности и контроля над всеми этапами поставки, сокращая риски утраты, повреждения или недостаточных условий хранения товаров.

Благодаря IoT, возможности мониторинга не ограничиваются только грузами. Транспортные средства также становятся «умными», оборудованными датчиками и системами связи, что обеспечивает операторам возможность отслеживать техническое состояние и расход топлива. Это способствует рациональному распределению ресурсов и позволяет своевременно предотвращать возможные сбои [3].

Кроме того, IoT играет важную роль в оптимизации складских операций компании DHL. Системы умного склада, подпитываемые данными от сенсоров и устройств IoT, позволяют автоматизировать процессы сортировки, хранения и отгрузки товаров. Это приводит к более эффективному использованию пространства, уменьшению времени на подготовку заказов и повышению общей производительности склада [4].

Однако, несмотря на множество преимуществ, использование IoT в логистике также вызывает вопросы безопасности данных и потребности в стандартизации протоколов связи. Тем не менее, с развитием технологий и улучшением систем безопасности, IoT продолжает оставаться ключевым элементом цифровой трансформации в логистической отрасли, обеспечивая более эффективное и ответственное управление поставочными цепями.

Таким образом, цифровая трансформация играет решающую роль в переформатировании логистической отрасли, предоставляя компаниям инструменты для совершенствования операций и адаптации к быстро меняющимся рыночным условиям.

Прежде всего, становится ясной важность искусственного интеллекта. Компании, внедряющие алгоритмы машинного обучения и аналитики данных, могут более точно прогнозировать спрос, оптимизировать маршруты доставки и управлять запасами. Это не только снижает операционные затраты, но и повышает общую эффективность поставочных цепей.

Далее, роботизация и автоматизация операций на складах и в процессах сортировки существенно улучшают производительность. Компании, активно использующие роботов и автоматизированные системы, выигрывают в эффективности, сокращая время обработки заказов и уменьшая вероятность ошибок.

Интернет вещей (IoT) также становится ключевым элементом будущей логистики. Мониторинг и отслеживание грузов в реальном времени, а также умное управление транспортными средствами, позволяют компаниям обеспечивать высокую степень прозрачности и контроля над поставочными цепями.

В целом, цифровые технологии предоставляют логистике необходимые инструменты для совершенствования процессов, оптимизации ресурсов и создания более гибких, эффективных и клиентоориентированных поставочных цепей. Это становится не просто трендом, но и стратегической необходимостью для компаний, стремящихся оставаться конкурентоспособными в быстро меняющемся мире логистики.

Список литературы

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/DHL>–Википедия «О компании «DHL»
2. <https://express.dhl.ru/>- Официальный сайт компании «DHL»

3. <https://www.forbes.com/sites/stevebanker/2022/09/01/dhl-supply-chains-digital-transformation/?sh=9eb26792a15a> –Forbes о компании «DHL»

4. <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/aytob-tekhnologicheskie-trendy-i-innovatsii-v-logistike-v-radare-dhl-2020-2021/> - Инновации в компании «DHL»

Принципы создания планетарной сети цифровых выставок и информационного выставочного центра

¹Б.О.Муканов, ²А.Ж.Садуов, ³Е.С.Петренко, ⁴Г.А.Абзалбек

¹к.т.н., доцент, Карагандинский университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда

²д.э.н., профессор, Карагандинский университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда

³д.э.н., профессор кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

⁴ст. преподаватель, Карагандинский университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда
mukanovbo@mail.ru, saduovaj@mail.ru, petrenko_yelena@bk.ru, gulnara15-75@inbox.ru

^{1,2,4} Карагандинский университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда
³ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», г. Москва

Аннотация: В настоящее время цифровые выставки развиваются по всему миру. Но все цифровые выставки проводятся в своем собственном цифровом формате. При развитии такой ситуации цифровые выставки мира невозможно будет собрать в одну сеть, централизованно собирать и обрабатывать данные об экспонатах. Идея статьи заключается в создании планетарной сети цифровых выставок. Для создания сети выставок необходимо проводить цифровые выставки в цифровом формате по единой информационной структуре, что позволит объединять цифровые выставки в одну сеть, позволит собирать и обрабатывать информацию в едином информационно-выставочном центре по единой структуре. Будет создана база данных последних достижений всех отраслей промышленности, представленных на всемирных выставках. С помощью поисковой системы можно будет найти необходимые новейшие разработки в конкретной отрасли.

Ключевые слова: выставка, информационные технологии, экспонат, веб-сайт, мониторинг, продукция, международное сотрудничество, инновации

По всему миру существуют порталы цифровых выставок, организуемые частными компаниями, но охват их выставок невелик. Аналогов сети цифровых выставок всех стран мира нет.

Одним из методов выставочной деятельности является виртуальная среда, которая устраняет недостатки нехватки пространства и ограничений по местоположению, позволяет зрителям по всему миру получить доступ к интригующим экспонатам в течение 24 часов [1]. Хорошо спроектированная виртуальная среда может стать альтернативой реальной выставке, открывает новые возможности для обучения, доступа к знаниям [2].

В текущей ситуации и возможной ситуации в будущем, когда цифровые выставки будут проводиться каждая в своем собственном цифровом информационном формате, будет невозможно объединить их в одну сеть, централизованно собирать и обрабатывать данные, определять эффективность проводимых выставок, будет невозможно централизованно собирать информацию о информационной база данных экспонатов из всех стран.

Идея статьи заключается в создании планетарной сети цифровых выставок. Для создания сети выставок необходимо проводить цифровые выставки в цифровом формате по единой информационной структуре, что позволит объединять цифровые выставки в одну сеть, позволит собирать и обрабатывать информацию в едином информационно-выставочном центре по единой структуре, работать с большими данными Big Данные о экспозициях, оценка эффективности мероприятий. То есть, сеть цифровых выставок будет

напоминать по принципам организации Интернет, используя стандартные протоколы по всему миру.

В сети цифровых выставок для каждой страны будут собраны и представлены в цифровом виде данные об экспонатах со всех выставок этой страны. Таким образом, будут собраны информационные базы данных об экспонатах из всех стран мира. Будет сформирована «Сеть цифровых выставок планеты». Будет организован единый информационный центр по выставочной деятельности планеты, целью которого является сбор информационной базы данных о выставках и экспонатах из всех стран мира, ее систематизация и анализ.

Создание единого информационного центра по выставочной деятельности планеты позволит проводить анализ глобальной выставочной деятельности. На основе анализа можно разрабатывать и применять меры по повышению экономической эффективности выставочной деятельности. На основе анализа динамики показателей, структурного анализа можно разработать наиболее эффективные механизмы организации планетарной выставочной деятельности, которые могут лечь в основу планирования и создания будущих структур планетарной выставочной деятельности как в цифровом, так и в смешанном форматах.

Таким образом, четкая система цифровой выставочной деятельности будет гораздо более рентабельной, чем хаос независимых цифровых выставок, которые не поддаются четкому анализу и разработке мер по повышению экономической эффективности.

Участие в «Сети цифровых выставок Планеты» даст любому выставочному центру гораздо больше клиентов, чем при отдельной операции. Поэтому для выставочных центров участие в «Сети цифровых выставок Планеты» будет экономически выгодным.

Будет создана база данных последних достижений всех отраслей промышленности, представленных на всемирных выставках. С помощью поисковой системы можно будет найти необходимые новейшие разработки в конкретной отрасли. Это позволит ученым одной области найти друг друга и продолжить совместные исследования по интересующей теме или технологии.

Благодаря возможному сочетанию нескольких достижений, представленных в планетарной сети выставок, можно создать новый продукт, услугу или технологию.

Этот принцип позволит нам работать над универсальными проблемами, которые иногда не могут быть решены отдельными учеными, а только коллективными усилиями ученых планеты. Это может быть в любой отрасли знаний: медицине, химии, металлургии, машиностроении и т.д.

Систематизация выставочного материала планеты позволит сравнивать разработки различных отраслей промышленности, находить аналоги, создавать новые продукты.

Обычные выставки длятся 2-3 дня, а сеть цифровых выставок планеты будет работать круглый год. После окончания 2-3 дней реальных выставок заинтересованные лица не смогут ознакомиться с экспонатами. Предлагается создать цифровую базу данных экспонатов выставок, проводимых во всех странах, а также организовать онлайн-выставки, работающие круглый год, в дополнение к реальным выставкам.

Будет создан веб-сайт и запущено посещение виртуальной платформы сети цифровых выставок планеты с 3D павильонами стран, 3D павильонами выставок по направлениям, в которых вы сможете выбрать интересующее направление и выбрать любую выставку в этом направлении любой страны, выполнить цифровой поиск, заказать выставку представляющий интерес материал, примите участие в конференции. Будут организованы 3D-экскурсии, онлайн-трансляции событийных мероприятий, выставки в смешанном формате.

Клиенты могут ознакомиться с экспонатами как существующих, так и проводимых выставок. Для каждого экспоната будут представлены цифровые изображения (видео, при необходимости), описания и контактные данные. Найти необходимые товары и контакты можно будет в поисковой системе.

Информационная база также будет содержать продукты или услуги, планируемые к производству в будущем, это позволит вам наладить контакты с необходимыми организациями: поставщиками, производителями, покупателями. Цифровой формат выставок будет независим от пандемий.

Может быть создан фонд для разработки организационно-экономических механизмов, технических аспектов и организации деятельности планетарной сети цифровых выставок и единого информационного центра выставочной деятельности. Фонд может финансироваться за счет частных инвестиций и пожертвований, путем предоставления услуг, а также за счет государственных средств заинтересованных стран.

Клиенты со всего мира могут в любое время получить доступ к сети digital inserts, приобрести онлайн-билет на выставку или онлайн-тур. Организации также могут оплатить организационный взнос за то, чтобы их цифровые экспозиции были представлены в сети цифровых выставок. Информационно-выставочный центр может предложить услуги по оцифровке экспонатов для реальных выставок в едином формате.

Благодаря тому, что экспозиции выставок будут представлены не в течение 2-3 дней, а круглый год 24 часа в сутки онлайн, доход от выставочной деятельности может вырасти более чем в 100 раз. Также возможен доход от продажи электронных каталогов, сувениров и сопутствующих услуг.

Возможно проведение запланированных глобальных цифровых выставок в определенных областях через планетарную выставочную сеть. Эти выставки будут представлять достижения планеты в определенной отрасли и станут значимым событием в определенной области знаний.

Создание планетарной сети цифровых выставок является новой концепцией для науки, позволит углубить международное сотрудничество во всех отраслях знаний, науки и промышленности, а также увеличит проникновение передовых инноваций в экономику стран. Это будет способствовать повышению уровня научных исследований в странах, наращиванию научно-технического потенциала.

Развитие выставочной деятельности в цифровом и реальном формате удовлетворит интересы студентов из всех стран в познании, культурном, научном и образовательном обмене. Поскольку стоимость билета на цифровую выставку намного дешевле, чем на обычную, это повышает доступность посещения выставок. Организация цифровой выставки - гораздо менее затратный процесс, чем организация реальной выставки.

Сеть цифровых выставок привлечет внимание мирового рынка к достижениям национальной экономики различных стран, обеспечит поступление средств от онлайн-продажи билетов, создаст рабочие места, углубит международное сотрудничество во всех отраслях знаний, науки и промышленности. Сеть цифровых выставок позволит продвигать производителей разных стран на зарубежные рынки.

Цифровые выставки могут быть созданы с помощью сервисов: NFT Market Place, веб-хостинг онлайн-видео, облачный сервис хранения данных.

Для тех выставок, где оцифровка экспонатов уже проведена, на начальном этапе в планетарной сети цифровых выставок может быть создана интернет-ссылка к этой выставке. В будущем, при стремительном развитии цифровых технологий, повторная оцифровка будет осуществляться уже по единому планетарному цифровому формату, чтобы иметь беспрепятственный доступ к клиентам со всего мира, поскольку участие в «Сети цифровых выставок Планеты» даст любому выставочному центру гораздо больше клиентов, чем при отдельной операции.

Список литературы

1. Fajar, M., Kekal, H.A., Aditya, I., Iham, R., Keswaraet., Y.S. 2022. The Metaverse to Enhance Safety Campaign toward Shipping Industry. International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering, 12(8): 1–11
2. Mystakidis, S., 2022. Metaverse. Encyclopedia, 2(1): 486–497

Логистиканың негізгі және функционалды ішкі жүйелерін қамтамасыз ету: теориялық аспектілері

Ш.У. Ниязбекова¹, Ж.З. Арынова²

¹Э.ғ.к., философияның докторы PhD, доценті

²Э.ғ.к., кафедра маркетинг қауымдастырылған профессоры
shakizada.niyazbekova@gmail.com , mamatai1966@mail.ru

¹Ресей Федерациясының Үкіметі жанындағы Қаржы университеті

²Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Аннотация: Мақалада өндірістік кәсіпорынның логистикалық жүйесінің тиімділігін бағалау критерийлері қарастырылады. Бұл критерийлер нарықтық экономика жағдайында кәсіпорынның тұрақты дамуы үшін қажет

Кілт сөздері: логистикалық жүйе, бағалау критерийлері, «мінсіз тапсырыс», дәлдік болжамдар, қорлардың қартаюуы, байланысты шығыстар, қуаттарды жүктеу.

Логистикалық жүйе фирмалар мен әртүрлі кәсіпорындардың практикалық қызметінде кеңінен қолданылады. Ол өндіріс шығындарын азайту мақсатында материал ағынын басқарудың тиімді дәлелді тәсілі ретінде қарастырылады.

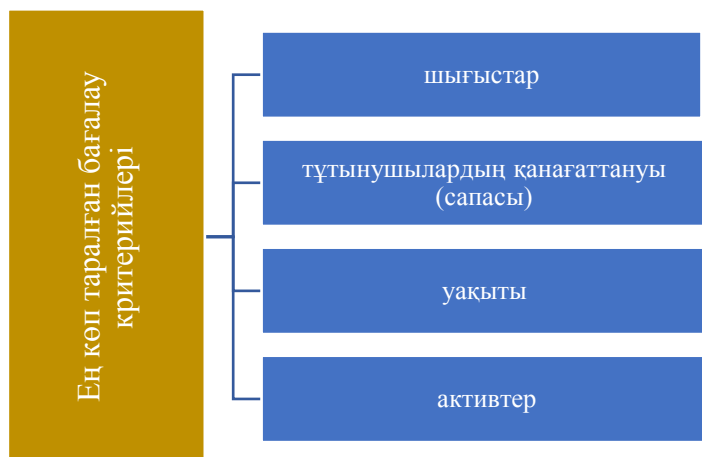
Логистикалық жүйені жасау кезінде оған әсер ететін көптеген факторлар ескеріледі. Кәсіпорында логистикалық жүйе логистикалық операцияларды жүргізуге байланысты минималды байланысты шығындармен қажетті қызметтерді орындайды. Сондықтан логистикалық саясат екі факторды ескереді-логистикалық қызметтің қажетті деңгейі және оған жету үшін логистикалық шығындардың минималды мөлшері, ал логистикалық менеджменттің мақсаты тұтынушыға да, материалдық ағын генераторына да пайдалы екі компонент арасында тепе-теңдік орнату болып табылады [1].

Логистикалық жүйенің тиімділігі жалпы логистикалық шығындардың белгілі бір деңгейінде логистикалық жүйенің жұмыс істеу сапасының деңгейін көрсететін индикатор (немесе көрсеткіштер жүйесі) деп аталады.

Бүкіл логистикалық тізбектің тиімділігін арттыру үшін логистикалық процестерді бағалауды қамтамасыз ететін бағалау көрсеткіштері жүйесіне жоғары талаптар қажет.

Ең көп таралған бағалау критерийлері (1 сурет):

- шығыстар;
- тұтынушылардың қанағаттануы (сапасы);
- уақыты;
- активтер.



Сурет 1. Логистикалық жүйелерді бағалаудың негізгі критерийлері
Е с к е р т у - [2] деректері бойынша автормен жасақталған

Логистикалық тізбектің соңғы буыны болып табылатын тұтынушының пікірі бойынша логистикалық жүйенің тиімділігі оның тапсырысына қызмет көрсету сапасының деңгейімен сипатталады.

Бірінші өлшем – шығындар. Белгілі бір логистикалық операцияларды жүргізуге байланысты нақты шығындар логистикалық қызметтің нәтижелерін көрсетеді.

Екінші критерий – тұтынушыларды қанағаттандыру (сапа). Бұл көрсеткіш тұтынушыларға қызмет көрсетуді білдіреді және кәсіпорынның өз клиенттерінің сұраныстарын толық қанағаттандыруға қабілеттілігін сипаттайды.

Тұтынушыларға қызмет көрсетуді бағалауға заманауи көзқараспен мінсіз Тапсырыс түсінігі қызығушылық тудырады. Мінсіз тапсырыс – бұл логистикалық операциялар сапасының ең жоғары критерийі, «мінсіз тапсырыс» – бұл жеке функцияларды емес, компанияның интеграцияланған қызметінің жалпы тиімділігінің өлшемі. Ол барлық сатыларда тапсырысты орындаудың біркелкілігі мен үздіксіздігін сипаттайды, яғни тапсырысты басқарудың барлық көп сатылы процесінің реттелуі және ондағы ақаулардың пайда болуы.

Тамаша тапсырыс келесі талаптарға сай болуы керек:

-барлық тапсырыс берілген тауар позициялары бойынша барлық бұйымдарды толық жеткізу;

-±1 күн рұқсат етілген ауытқумен тұтынушыларға қажетті мерзімде жеткізу;

-тапсырыс бойынша құжаттаманы толық және дәл жүргізу;

-жеткізудің келісілген шарттарын мінсіз сақтау (сапалы орнату, дұрыс жинақтау, пайдалануға дайын болу және зақымданудың болмауы).

Қазіргі уақытта ең жақсы логистикалық ұйымдар барлық операциялардың 55-60% деңгейіне жетеді, ал көптеген ұйымдар 20% қол жеткізе алмайды[3].

Тұтынушыны қанағаттандыруды бағалау мыналарға сүйене отырып жүргізіледі:

-тапсырысты орындау мерзімі (функционалдық цикл ұзақтығы);

-тапсырысты орындау элементтері;

-фирманың тапсырыс жағдайына және ұсынылған сұрауларға (шағымдарға) жауап беру қабілеті.

Тұтынушыларды қанағаттандырудың негізгі көрсеткіштері:

-белгіленген мерзімде жеткізу – белгіленген мерзімде немесе бұрын орындалған тапсырыстардың үлесі;

-кепілдік қызмет көрсету шығыстары-кірістегі кепілдік қызмет көрсетуге арналған орташа нақты шығыстардың деңгейі;

-тұтынушылардың шағымдарына жауап беру және оларды қанағаттандыру уақыты: шағымдарға жауап беру уақыты – клиенттен өтініш қабылдау мен оның компанияның тиісті өкілімен байланысы арасындағы орташа мерзім; талаптарды қанағаттандыру уақыты – клиенттің талаптарын толық қанағаттандырғанға дейінгі орташа мерзім.

Уақыт көрсеткіштері компанияның тұтынушылардың қажеттіліктеріне тез жауап беру қабілетін анықтайды.

Тапсырыстарды орындау уақытының негізгі көрсеткіштері:

-өндірістік циклдің ресурстарды жеткізуге тапсырыс беруден бастап дайын өнімді шығаруға дейінгі ұзақтығы;

-жеткізу тізбегінің реакция уақыты;

-өндірістік жоспарды орындау.

Активтерді бағалау құрылыстар мен жабдықтарға салынған капиталды, сондай-ақ қорларға салынған айналым капиталын пайдалану тиімділігімен сипатталады.

Активтерді пайдаланудың негізгі диагностикалық көрсеткіштері:

-дәлдік болжамдар – қысқа мерзімді үш айлық кезең негізінде орташа сұраныстың қатесіз болжамдары негізінде ретроспективті бағалау;

-қорлардың қартаюы – қорлардың олардың орташа құнынан пайызбен қартаюына байланысты шығыстар;

- қуаттарды жүктеу – қолда бар қуаттардың жалпы көлеміндегі жүктелген қуаттардың үлесі [4].

Логистикалық активтерді пайдалану тиімділігінің маңызды көрсеткіштері:

- операциялық циклдің ұзақтығы;
- қорлардың айналымдылығы (айналымдарда және күндерде);
- жиынтық активтердің рентабельділігі;
- айналым капиталының рентабельділігі;
- негізгі капиталдың рентабельділігі;
- инвестициялардың рентабельділігі және т. б.

Бұл логистикалық көрсеткіштер өздігінен маңызды емес, бірақ оларды салыстыру үшін қолдануға болады:

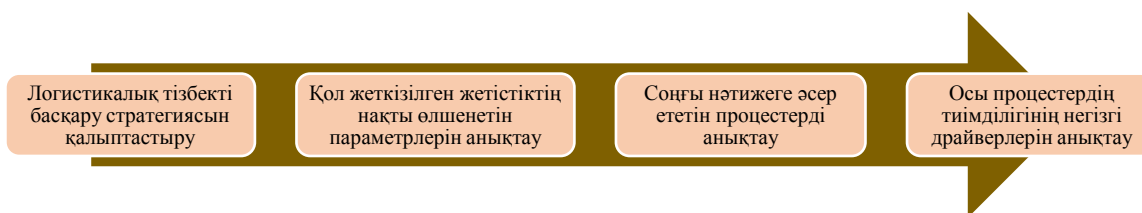
- абсолютті стандарттармен-ең жақсы нәтижелерге қол жеткізуге болады;
- нақты және қол жетімді мақсаттар негізінде белгіленген мақсатты стандарттармен;
- өткен стандарттармен, өткен уақытта алынған нәтижелер талданған кезде;
- бәсекелестердің нәтижелері зерттелген кезде бәсекелестердің стандарттарымен.

Логистикалық жүйенің тиімділігін анықтау үшін қаржылық көрсеткіштер жиі қолданылады, бұл талданған проблемаларға жүйелі түрде жақындауға және нәтижелерді салыстыруға мүмкіндік береді. Алайда, олар ағымдағы емес, өткен нәтижелерді көбірек көрсетеді, өзгерістерге баяу жауап береді, бірқатар бухгалтерлік әдістерге тәуелді және логистиканың маңызды аспектілерін ескермейді. Кейде қаржылық көрсеткіштер бір нәрсенің дұрыс емес екенін көрсетуі мүмкін, бірақ дәл не дұрыс емес екенін немесе оны қалай түзетуге болатындығын көрсетпейді [5].

Соңғы жылдары логистикалық жүйенің тиімділігін анықтауға жаңа тәсіл – «теңдестірілген артықшылықтар диаграммалары» тұжырымдамасын қолдануға болады. Бұл тұжырымдама тиімділіктің негізгі көрсеткіштерін есепке алуға негізделген, көп жағдайда компания басшылығына қаржылық көрсеткіштерді өлшеуге бағытталған дәстүрлі бағалауды қолданатын әдістермен салыстырғанда стратегиялық мақсаттарға қол жеткізудің жетілдірілген құралдарын ұсынатын қаржылық емес.

Мұндай диаграмманы құру үшін төрт сатылы процесті қолдануға болады (2 сурет):

- логистикалық тізбекті басқару стратегиясын қалыптастыру;
- қол жеткізілген жетістіктің нақты өлшенетін параметрлерін анықтау;
- соңғы нәтижеге әсер ететін процестерді анықтау;
- осы процестердің тиімділігінің негізгі драйверлерін анықтау.



Сурет 2. Балансталған пайда бағдарламасының төрт қадамдық процесі
Е с к е р т у - [6] деректері бойынша автормен жасақталған

Бұл схемада табыстың үш негізгі көрінісі сапа, жылдамдық және арзандық болып табылады. Бұл мақсаттар үлкен мәнге ие, өйткені олар сатып алушының сапа туралы түсінігі тұрғысынан тиімділікті бағалауды ресурстар мен активтерді пайдаланудың ішкі көрсеткіштерімен біріктіреді.

Ғылыми-техникалық прогрестің дамуы, сатып алушы нарығының қалыптасуы, тұтынушылардың уәждеріндегі басымдықтардың өзгеруі және бәсекелестіктің барлық түрлерінің шиеленісуі кезінде нарықтық ортаның динамикасы артады. Сонымен бірге, жаппай өндірістің артықшылықтарын сақтауға тырысып, бірақ дараландыру үрдісіне Бағынып, кәсіпкерлер өндірісті икемді логистикалық жүйелер түрінде ұйымдастыру қажеттілігіне көбірек сенеді.

Икемді логистикалық жүйені пайдалану еркін номенклатуралық өнімді өндіру немесе өндірістік сипаттағы қызметтерді көрсету процесінде автоматтандырылған қайта реттеуге мүмкіндік береді. Бұл жүк тиеу-түсіру және көлік-қойма жұмыстары кезінде қол еңбегін толығымен алып тастауға, адам аз технологияға көшуге мүмкіндік береді.

Икемді логистикалық жүйелерді қолдана отырып өндірісті ұйымдастыру материалдық және ақпараттық ағындарды басқаруда логистикалық тәсілдерді қолданбай іс жүзінде мүмкін емес. Икемді логистикалық жүйелерді құру тұжырымдамасы өте тез дамып келеді, сондықтан негізгі өндіріс саласындағы логистика тұжырымдамасының кең таралуы перспективалы және бір мәнді болып табылады.

Икемділік логистикалық жүйенің минималды шығындармен және шығынсыз жұмыс жағдайларының өзгеруіне тез бейімделу қабілетімен сипатталады. Икемділік өндіріс процесінің тұрақтылығын қамтамасыз етудің тиімді құралдарының бірі болып табылады.

Сонымен, құрылымдық икемділіктің негізгі көрсеткіші логистикалық (көліктік-қоймалық) жүйе мен басқару жүйесі бойынша негізгі жобалық шешімдерді сақтай отырып, икемді логистикалық жүйеге тартылуы мүмкін жабдық бірліктерінің ең көп саны болып табылады.

Жүйенің әмбебаптығы икемді логистикалық жүйелерде өңделуі мүмкін көптеген бөлшектермен (жартылай фабрикаттармен) сипатталады.

Жүйенің әмбебаптығының көрсеткіші оның жұмыс істеуінің барлық кезеңінде икемді логистикалық жүйеде өңделетін бөлшектердің (жартылай фабрикаттардың) модификацияларының болжамды саны болып табылады.

Логистикалық жүйелер нақты кәсіпорындардың қажеттіліктері мен стратегияларын қанағаттандыру үшін жасалады. Сондықтан олар тек технологиялық мақсатта ғана емес, сонымен қатар өндірістік және экономикалық міндеттердің барлық спектрі бойынша мамандандырылған.

Негізгі өндіріс саласындағы логистиканың маңызды интеграциялық жүйесі автоматтандырылған көлік және қойма жүйесі болып табылады. Оның арқасында икемді логистикалық жүйелердің жұмыс істеуі қамтамасыз етіледі.

Әдебиеттер тізімі

1. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основные и обеспечивающие функциональные подсистемы логистики: учебник / Под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родькиной. – М.: Проспект, 2021. – 608 с.
2. Миротин Л.Б., Ташбаев Ы.Э. Логистика для предпринимателя: основные понятия, положения и процедуры; Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2020
3. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок: Пер. с 6-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2022. 798с.
4. Аникин Б.А. Коммерческая логистика: учебник / Б. А. Аникин, А. П. Тяпухин. – Москва: Проспект, 2021. – 426 с.
5. Сергеев, В.И. Логистика снабжения: учебник для бакалавриата и магистратуры / В.И. Сергеев, И.П. Эльяшевич. – Москва: Юрайт, 2020. – 522 с.
6. Дыбская В.В., Зайцев Е.И., Сергеев В.И., Стерлигова А.Н. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок / Учебник под ред. проф. В.И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2022. – 944с.

Neuromarketing: problems and prospects of development

S.K. Novikova¹, A.Zh.Nurmaganbetova²

¹Ph.D., Associate Professor of the Department of Marketing, Service and Tourism

²Ph.D. Candidate, Assistant Professor of the Marketing department

¹Maikop State Technological University, Russian Federation

²Karaganda Buketov University, Karaganda

Annotation: Neuromarketing is a field of science that measures physiological and neural signals to understand consumer motivation and preferences. Using special procedures, researchers record the brain's reaction to a product or marketing message and track the unconscious processes occurring therein. So, neuromarketing helps understand what sells best, what advertising video will be more effective, and even how best to place products on a store shelf. From black and white newspaper advertising to keyword research, marketing trends are emerging as new technologies are introduced. In an ever-changing marketing landscape, companies can't simply rely on their proven marketing expertise. Consumer values and preferences are changing, and so are effective marketing tactics. The article examines the influence of neuromarketing on marketing in general, explores innovations that were introduced abroad before 2022 and identifies trends for 2023, and also analyzes the effectiveness of using neuromarketing in advertising.

Key words: neuromarketing, advertising, marketing, new technologies, tactics, consumers.

Neuromarketing research is mainly used to study the effectiveness of advertising. Neuromarketing assists to determine which colors, images, music, or messages resonate most with the audience. Neuromarketing combines neuroscience and marketing to help brands assess the emotional resonance of their current and future campaigns. To do this, the teams use technology that tracks the neurochemical and physiological reactions of customers when consuming marketing content. Then marketers can test ads that signal the most emotional interaction [1]. Advertisers can use neural tools and solutions in different ways. Tools such as face coding can help brands: — understand the level of emotional interaction of consumers with advertising; — determine which parts of advertising work well (peak engagement). — determine which parts are less attractive. Face coding helps identify those points that can be used to optimize advertising and improve less attractive parts. The most exciting moments can also be repurposed into a print campaign, since the most exciting moments are also encoded in memory — explicitly or implicitly. Tools such as intuitive associations help understand spontaneous positive or negative associations with advertising — first impressions of advertising, which often color what people think about advertising. Overlaying tools such as gaze tracking can further help understand whether people are paying attention to the brand and other important aspects of advertising, such as product demonstrations or subtle brand cues that help make the brand memorable. Neuromarketing research allows manufacturers to build a more effective advertising campaign. [2, c. 105]

Studies of human physiological reactions to advertising often violate the principles of confidentiality of information and privacy and involve manipulation with the consciousness at the level of instincts. In fact, any modern advertising or communication is manipulation. The interlocutors influence each other in a conversation, argue, defend their positions. Advertising messages try to distinguish the product from competitors and present it as an irreplaceable solution.

Neuromarketing studies often end up with controversial conclusions. For example, the results of studying the reactions of a focus group of 10-20 people cannot be applied to a wider group of people. They will simply be incorrect. The development of neuromarketing depends on the growing interest in neuroscience associated with the development of new brain imaging technologies and theories about the role of emotions in consumer decision-making. Neuromarketologists claim that people's bodies are more truthful for marketing purposes than the words they utter, promising direct access to previously hidden aspects of consumer desire [3, p. 169]. Most modern giant brands use neuromarketing laboratories to test hypotheses of impact on the

target audience. For example, Coca-Cola, “runs” all its advertising campaigns» with the help of neuroimaging first. As a result, the brand’s video ads, banners and all marketing products perform successfully. Over the past 20 years of the emergence and development of neuromarketing, thousands of studies and dozens of scientific articles have been introduced, two of which have received Nobel Prizes in Economics. In addition, the number of articles and publications on neuromarketing has increased significantly, and now more than 200 companies specialize in such an interesting field. The Coca-Cola and Pepsi study was very illustrative in the field of neuromarketing. The beginning of the 19th century brought Coca-Cola to a new level and especially lowered the rating of Pepsi. But blind tests conducted in large focus groups showed that Pepsi is better. In contrast to the trials, in which the name of a beverage was noticeable, where Coca-Cola was better. Since the early 2000s, neuromarketing technologies have been developing rapidly, and their clients are almost all of the largest Fortune-500 companies. The international community of companies engaged in neuromarketing, NeuroMarketing Science and Business Association, already includes more than 180 companies.

The history of neuromarketing began in the early 2000s, but the main principles that made this science unique and effective were at the heart of ancient economics and psychology. Currently, it is difficult to overestimate the importance of neuromarketing research, which many large companies turn to to win the love of customers and increase profits. The demand for neuromarketing is growing every year, which confirms its efficiency and quality. In 1970s, Nestle wondered how it could sell coffee in a country where tea is the most preferred drink. They turned to Clothier Rapay, a market researcher and psychologist, for help. The psychoanalyst began the research: he gathered several large groups and organized a number of eccentric experiments. During one of them, he turned on soothing music and invited all participants to sit on the floor and recall childhood moments. Then Rapai began to list various products and asked what feelings they evoke. He concluded that for the Japanese, coffee was not part of their culture, and they had no “label” for it. Therefore, the task was to make coffee the food of an ordinary Japanese. Nestle started adding coffee flavors to desserts and creating a “footprint” that people didn’t have, so they loved coffee and its taste from a young age. This phenomenon is called imprinting: childhood experiences affect human behavior in adulthood. The strategy worked because Nestle was a confectionery manufacturer, the Swiss company took a leading position in the global market [4]. Nestle filled the shelves of Japanese stores with coffee sweets, which immediately became popular among Japanese children and teenagers. Over time, the parents got used to the taste of coffee and decided out of curiosity to try new sweets. In 2012, Nestle Japan introduced the concept of a Nescafe ambassador, a person in the workplace who enjoys coffee and acts as an “office barista” [4]. Nescafe coffee machines were installed in the offices of Nescafe Ambassadors, the ambassadors brewed coffee and collected money for it from their colleagues. This campaign paid off not only by the fact that good coffee was prepared at the workplace, but also by the fact that people had the opportunity to communicate. They had the opportunity to have coffee together, talk and relax. Nescafe has brought a sense of unity and camaraderie to the workplace — two factors that are often necessary for work [5, p. 352].

Neuromarketing research technologies have gone far ahead. Almost all Fortune-500 players became clients of neuromarketing companies, and leading research companies began to open their neuromarketing cabinets. There is an association of companies that conduct neuromarketing research — NeuroMarketing Science and Business Association, which already includes more than 180 companies from all continents. According to Transparency Market Research, the neuromarketing market in 2016 amounted to \$960 million; by 2025 it is expected to grow to \$2.2 billion with a CAGR of 10.2%.

Another study was conducted four years later. A team led by Hilke Plassmann from INSEAD scanned the brains of the subjects when they tasted three distinct wines with differing prices. Their brains reacted to wines in different ways, with neural signatures indicating a preference for the most expensive wine. In reality, all three wines were the same. In another academic study, fMRI showed that when consumers see the price, they can change their cost calculation: when the price was

shown before exposure to the product, the neural data was different from when it was shown after exposure. Today, neuromarketing is used by more than 200 large Western companies. Google orders research with tracking in order to understand the difference between advertising, which is not missed, but watched through the end. Apple uses EEG to develop the appearance and advertising strategy of devices, and the company recently acquired the manufacturer of SMI eye trackers. Microsoft uses EEG data from users to understand how they interact with computers, what feelings they experience — surprise, satisfaction or disappointment. Hyundai changes the design of cars depending on the fMRI indicators of the target audience, and Daimler, thanks to the same fMRI, found out that customers prefer cars that look like human faces from the front, so the company redesigned the headlights so that they resemble eyes. Coca-Cola and PepsiCo analyze the taste of drinks by comparing EEG readings. CBS orders research on the neurophysiological response to advertising on TV. Ebay, General Electric, IBM, Disney and Amazon all use neuromarketing technologies [6].

Increasing the commercial benefits associated with neuroimaging is one of the main problems that arise in neuromarketing research. Neuromarketing is quite ambiguously perceived, for example, by neuroscientists. Experts in this field point out that marketing research has lost its real meaning, and now “marketing research is a commercial activity intended exclusively for the sale of goods to the public.” Among other arguments hindering the popularity of neuromarketing is a small sample. First of all, this is due to the procedure for selecting respondents for research. Among them, mostly right-handed people who do not have brain injuries corresponding to socio-demographic characteristics. The third problem pointed out by neuroscientists is the need for correct interpretation of the results obtained. Marketers most often do not have knowledge in the field of neuroscience. Therefore, the interpretation of the obtained results requires additional costs for joint work with specialists from this field. The adoption of a code of ethics, which assumes:

- protection of research subjects from coercion, will contribute to solving these problems;
- full disclosure of the ethical principles of the experiment;
- accurate representation of scientific methods for enterprises and the media.

According to the results of the study, one can conclude that, despite many unresolved problems and radically opposite opinions, the use of neuromarketing in commercial activities will grow. Currently, neuromarketing studies are not widely used in some countries. However, many marketers see great potential in neuroimaging. First of all, this is due to the fact that the market as a whole is becoming more knowledge-intensive and digitalized [7]. According to experts, in 2021-2023 the neuromarketing market will reach the stage of early maturity, which is due to the amount of digital content, emergence of a variety of online resources and the growing demand for B2B marketing. Research-marketers have noticed an increase in the popularity of influencer marketing in recent years. In fact, one of the Oberlo reports also states that: it is expected that in 2023 the volume of the global market for influencer marketing will reach \$16.4 billion. Original and brand-specific, this type of content is created by customers, not brands. Examples of how companies can use user-generated content are unboxing videos, cosmetics reviews, branded hashtags and photo tags. Consumers are more likely to trust user-generated content than materials created by the brand, according to one of the reports, which indicates the importance of emphasizing authenticity in the marketing approach right now [8].

Account-based marketing personalizes messaging with businesses by sending each decision-maker the information needed to solve the department’s specific problems. Like personalized messaging directly with customers, account-based marketing provides a higher return on investment. It is one of the “already existing” digital marketing trends that will be relevant in the coming years. The marketing industry has been obsessed with millennials for the past two decades. But now the first of them are approaching their 40th anniversary and, although this age group still makes up a significant part of the audience of many marketers, some predictions about their importance have not been justified. Generation Z consists of people born between 1995 and 2010. They grew up in the digital world and have completely different views than those of previous generations. Such an audience can complicate content marketing, but it also opens up more

opportunities to reach different segments through personalization. Therefore, if the company has focused its marketing strategy on millennials, it may be time to take a new step and come up with ideas to reach the audience making the decisions of tomorrow. Emerging markets in Asia have grown significantly over the past decade and are expected to continue to grow over the next 10 years. The global consumer pool will be replenished with more than a billion new customers from China, India and Indonesia. Companies that want to expand their marketing efforts and attract new consumers will have to think carefully about how best to reach them in 2023. A huge number of consumers are transferring their purchases and daily activities online. However, physical stores may not become a relic of the past if brands adjust their marketing strategy to take advantage of the growing digitalization and come to a hybrid strategy. It will be popular in 2024. On social networks, videos have become the most popular among other content types. This feature is implemented in some domestic platforms, for example, VK Clips and companies seeking to increase awareness, engagement, and conversion from social media should start trying using short videos. AI technologies can be used not only to automate communication, but also to process a large flow of customer data. Artificial intelligence allows digital marketing specialists to better analyze users to further customize the customer's path and target the target audience. This is how companies can achieve high quality customer service. In future, stores will become more than just a place to shop. They will become a point where brands will be able to interact with their customers and improve the quality of their service. And VR and AR technologies will bring even more sales.

Augmented reality apps that allow customers to try on products before buying will change the market. This technology is already used by Lamoda, which introduced the virtual fitting function [8]. The use of not only social networks, but also various media for unhindered interaction with the target market in 2024 will continue to bring good results. Multi-channel marketing removes any barriers between the company and the buyer. For example, a product advertised on television should also have an online binding optimized for mobile users. The fact is that consumers can use various media to learn about the product (or service) and interact with it before and after the purchase. If there is no connection between these different platforms, it can damage the customer experience and lead to loss of sales.

Interactive content is nothing new, but in 2024 it will continue to be an effective marketing tool. It not only increases the time, during which a potential customer interacts with the brand, but also allows you to collect even more data and, in turn, adjust the digital marketing strategy [7]. Interactive content may include contests, surveys, reviews, or even games. Providing users with more opportunities to interact with the company also contributes to greater personalization. Regardless of whether the company operates in the B2B or B2C market, it is no longer possible to track the buyer's path with a simple linear approach. Consumers come to the company from different sources, and with the help of marketing automation software, the company can start mapping and understanding these paths. It allows:

- Calculate the payback of the strategy;
- Identify the most common ways to make a purchase;
- Combine marketing and sales data;
- Prioritize and optimize conversion paths.

The popularity of marketing influence has increased dramatically over the years and this trend will continue in 2024 [8]. Thus, one could say the neuromarketing market is in its nascent stage. But it will grow, and more automatic data processing tools and analytics of various effects will be introduced there. Before the pandemic, it was predicted that the market would reach early maturity in 2021-2023. In recent years, the amount of digital content has grown, a lot of online resources have emerged, and the demand for research has grown. Over the past couple of years, marketing trends and best practices have changed radically. Today's consumers value brand authenticity, transparency, privacy and inclusivity more than ever. Thanks to the widespread adoption of advanced technologies such as VR and IoT, marketers have the opportunity to link these values in their advertising appeals in new, innovative ways.

References

1. Why neuromarketing is necessary to create effective advertising. [electronic resource]. — URL: <https://www.kantar.com/north-america/inspiration/advertising-media/why-neuromarketing-is-essential-for-creating-impactful-ads>
2. Renvoise P. Neuromarketing training. Where is the «Buy» button in the buyer's mind?. — Moscow: Eksmo, 2018. — 331 p.
3. Dooley R. NeuroMarketing. How to influence the subconscious of the consumer. — M.: Potpourri, 2019. — 800 p.
4. How Nestle accustomed the Japanese to coffee with the help of a psychoanalyst // RUSBASE. [electronic resource]. — URL: <https://rb.ru/story/coffee-in-japan/>
5. Lewis D. Neuromarketing in action. How to get into the buyer's brain. — Moscow: RSUH, 2019. — 632 p.
6. Neuromarketing: how to read a consumer's thoughts and predict his actions. [electronic resource]. — URL: <https://mymarilyn.ru/blog/marketing/na-chto-sposoben-sovremennyj-nejromarketing-a-vy-ob-etom-ne-dogadyvalis/>
7. Neuromarketing: How Brain Research helps Brands sell. [electronic resource]. — URL: <https://habr.com/ru/company/surfingbird/blog/311340/> / Theoretical foundations of neuromarketing. [electronic resource]. — URL: <https://apni.ru/article/294-teoreticheskie-osnovi-nejromarketinga>

Туристік қызметті ілгерілетудегі заманауи маркетинг құралдарының рөлі

А. Нұрлан¹, Д.А. Торжанова²

¹«Туризм» білім беру бағдарламасының 4 курс студенті,

²Э.ғ.м., аға оқытушы

ayuw777@gmail.com

Бөкетов университеті, Қарағанды қ

Түйіндеме: Мақалада Қарағанды қаласында туристік қызметтер туралы ақпарат пен жарнаманың өзекті таралуы қарастырылады. Туристік қызметтер туралы жарнаманы таратудың әртүрлі арналарын пайдалануға, олардың тиімділігі мен даму мүмкіндігіне талдау жасалды. Интернет желісінің жарнамалық-ақпараттық қызметін дамытудың әсері қарастырылды.

Кілт сөздер: туризм, ақпарат, жарнама, арна, бұқаралық ақпарат құралдары.

Заманауи кезеңде цифрлық құралдардың және маркетингтің ғаламторлық ортада кең етек алуы себебінен маркетингтік құралдарды қолдану аясы да кеңейуде. Бірқатар қызмет салаларының жылжыту саясаты да осы үрдісті ескере жүзеге асырылады.

Бүгінде туризм әлемдік маңызы бар көпұлтты бизнеске айналды. Бұл, әрине, бүгінгі дүниежүзілік желіге, әлеуметтік өзара әрекеттесудің жаңа дәуіріне және тек осы ортаның айналасында құрылған мәдениетке байланысты. Туризм-бұл кез-келген елдің экономикасы үшін қол жетімді экономикалық, жеке бизнес және адами ресурстардың негізін құрайтын ең табысты және тиімді салалардың бірі, бұл жарнамаға қатысатын елдің бүкіләлемдік танымалдылығын айтпағанда, Қазақстанның экономикалық өсуі мен өнеркәсіптік дамуы мұнай және автомобиль өнеркәсібі құрылғаннан кейін, одан кейін халықаралық туризмнің кешенді бағдарламасы орын алғаны жалпыға бірдей танылды.

Бірқатар алыс және жақын шет ел ғалымдары мен кәсіби мамандардың ғылыми еңбектері мен кәсіптік кейстерін зерделей келе келесі заманауи маркетингтік құралдарды бөліп көрсетуге болады:

- Жылжытуда қолданылатын ойындық механикалар (геймификация). Геймификация нарығы қарқынды дамып келе жатқан нарықтардың бірі: 2014 жылы нарықтың табыстылық көрсеткіші 1,4 млрд. долларды құраса, 2022 жылы бұл көрсеткіш 22,9 млрд. долларға жетті.

Finance Online порталының болжамына сәйкес 2026 жылы бұл көрсеткіш 38 млрд.долларды құрауы тиіс. Бұл үдерісті туристік қызметті жылжытуда тиімді пайдалануға болады [1, 2];

- Туристік өнімді жылжытудағы сенсорлы маркетингтік құралдар. Аромаркетинг, нейромаркетинг немесе визуалды элементтердің күшін туристерді тарту құралы ретінде ұсыну да жүзеге асырылуда. Қонақ үйлер мен әуе компанияларды да туристік өнімді қалыптастырушы кәсіпорында ретінде осы құралдарды жиі пайдаланады [3];

- Туристік қызметтер мен өнімдерді жылжытуда виртуалды құралдарды пайдалану. VR/AR құралдарының көмегімен туристке жағымды тұтынушылық тәжірибені қамтамасыз етуге болады. Бұл тек туристік аймақтардың ғана емес, сонымен бірге туристік өнімді жүзеге асырумен айналысатын компаниялардың бәсекеқабілеттілігінің кепілі бола алады [4];

- Туристік өнімді жылжытудағы цифрлы құралдарды пайдалану. Веб-сайттар, лендинг, таргеттелген жарнама және басқа да кең қолданылатын құралдар негізінде туристік өнімді жылжыту өз әлеуеттілігін бірқатар жылдар бойы сақтап тұр. Цифрлық маркетинг құралдары негізінде кешенді және үйлесімді жылжыту стратегиясын қалыптастыруға болады [5].

Жоғарыда келтірілген тізімді шекті және соңғы деп есептеуге болмайды, әрбір туристік компания мен аймақтың жылжыту стратегиясында басқа да ұтымды маркетингтік құралдар жеткілікті.

Интернетті пайдалану-бұл әр түрлі адамдардан кез-келген мәселе бойынша ақпарат алудың ең жылдам және объективті тәсілдерінің бірі. Деректер көзі ретінде интернетке көбірек көңіл бөлу көбінесе ұсынылған ақпаратқа бастапқы көзқарастың қалыптасуына әсер етеді.

Сондықтан желіде ұсынылған Қарағанды өңірінің бейнесі әлеуетті инвесторларды, туристерді және білікті жұмысшы кадрларды тарту үшін ерекше маңызды. Ол қала мен аймақ туралы алғашқы және ең кең көріністі олар барғанға дейін қалыптастырады. Пайдаланушылардың облысқа қатынасы және оның дамуына қатысу туралы шешімі Интернетте ұсынылған материалдардың саны мен сапасына байланысты. Әрине, интернеттің барлық беттерін зерттеу мүмкін емес.

Қарағанды өңірінің имиджін бағалау және ол туралы ақпаратты іздеу үшін біз қызықтыратын ақпаратты алғаш іздеген барлық пайдаланушылар ойнайтын алгоритмді қолдандық. Әлеуетті инвестор, турист немесе біздің аймаққа баруды көздейтін немесе оған қандай да бір іскерлік немесе жеке мүддесі бар кез келген басқа адам үшін қызығушылық тудыратын мәселе бойынша әртүрлі материалдарды, пікірлерді немесе бағаларды табу мәселесі туындайды.

Уақытша ресурстың күрделілігіне байланысты біз ағылшын тіліндегі ақпаратты талдаудан бас тарттық, дегенмен бұл шетелдік бизнесмендер үшін Қазақстанмен ынтымақтастық туралы шешім қабылдау кезінде өте маңызды. Зерттеу барысында 100 сайт зерттелді. Оларды таңдау үшін бес ірі орыс тілді іздеу жүйелері қолданылды: [instagram](#), [yandex.ru](#), [Google.kz](#). жүйелердің әрқайсысында іздеу жолына «Қарағанды, Қарағанды облысы» тіркесімі енгізілді. Объективті деректерді алу үшін іздеу нәтижелерінде көрсетілген алғашқы 20 бет ескерілді. Жүйелердің қателіктері мен кейбір сайттардағы ақауларды, сондай-ақ бет мазмұнының берілген іздеу параметрлеріне сәйкес келмеуін ескере отырып, олардың тек 73-ін ғана зерттеуге болады.

Таңдалған 73 беттің 33% - шетелдік хостинг (ресейлік, халықаралық) бар. Мұндай сайттардағы материалдардың көпшілігі қазақстандық және халықаралық ақпараттық агенттіктердің деректері немесе қазақстандық сайттардан алынған материалдар болып табылады. Әдетте, бұл саясат, экономика, мәдениет және спорт сияқты қоғам саласының өмір салаларын білдіретін жаңалықтар сипатындағы материалдар. Олардың ішінде келесі сайттар бар [ru.wikipedia.org](#), [www.nomad.kz](#) басқалары, олардың көпшілігі жаңалықтар ресурстары. [2]

Барлық ұсынылған беттердің 29%-ПОИСК іздеу параметрлеріне сәйкес келетін бірнеше хабарлама бар, ал тек 8% - сол сайтта немесе басқа веб-беттерде көрсетілген басқа хабарламаларға сілтеме бар. Бұл дегеніміз, бет қалыптастыратын кескін автоматты түрде

бірнеше рет күшейтіледі. Бұл жерде аймақты позитивті контексте атап өту арқылы келушілердің аймаққа деген оң көзқарасын қалыптастыру маңызды.

Зерттеу деректерін өңдеу Интернетте ұсынылған материалдардың көпшілігінде аймақ туралы бейтарап ақпарат бар екенін көрсетті (41%). Бұл көп жағдайда анықтамалық деректер, елтану немесе каталогтық сипаттағы жарнамалық ақпарат. Айта кету керек, аймақтағы тұрғындардың саны туралы мәліметтер, өндіріс пен ауыл шаруашылығына қатысты статистика, саяси ақпарат шындыққа сәйкес келу үшін үнемі жаңартуды қажет етеді. Мұны қазақстандық және шетелдік хостингтің әртүрлі сайттарында ұсынылған деректер көбінесе жарияланған күніне байланысты белгілі бір дәрежеде әр түрлі болатындығы дәлелдейді. Мұндай сайттардың үштен бірінде ғана шетелдік хостинг бар, қалғандары KZ кеңістігінде тіркелген. Олар бастапқыда келушінің сенімін тудырады, яғни оларда ұсынылған ақпараттың шындыққа сәйкестігі аймақтың оң имиджін қалыптастыру кезінде өте маңызды.

Зерттелген беттердің 37% - ы Қарағанды өңірі туралы теріс түсінік қалыптастырады.

Іздеу нәтижесінде алынған беттердің тек 22% - ы аймақтың жағымды бейнесін қалыптастырады. Олардың кейбіреулері бір сайтта. Мысал ретінде Мәдени және спорттық өмірге арналған тақырыптық сайттарды келтіруге болады.

Беттердің тек 19% - ы мемлекеттік органдар немесе үкіметті қолдайтын бірлестіктер, ал 13% - ы «өзін-өзі жарнамалау» санатына жатқызуға болатын материалдармен ұсынылған. Қалғандары жаңалықтар мен аналитика, сондай-ақ аймақтың көрнекті адамдарының өмірбаяны, форумдардағы түсініктемелер, мәдениет пен спорт туралы хабарламалар.

Интернет желісін пайдаланушылар санының артуы жағдайында желідегі объективті және өзекті деректердің ұсынылуы аймаққа, жеке адамдардың да, ірі корпорациялардың да инвестицияларының, туризмінің және бизнес-серіктесінің әлеуетті объектісіне де оң көзқарасты қалыптастыру үшін ерекше маңызды.

Әлеуетті туристер тұрғысынан Қарағанды облысының бейнесі бірінші кезекте Интернет желісінде ұсынылған газеттерден алынған материалдармен қалыптастырылады. Олардың көпшілігі аймақтағы төтенше жағдайлар, ауыр қылмыстар және дағдарыс жағдайлары туралы айтады. Облыстың мерейтойы немесе жалақының өсуі сияқты аймақтың мәдени және экономикалық өміріндегі ең жарқын оқиғалар ғана газеттердің электронды беттерінде көрініс табады.

Потенциалды туристер қонақүйлер тізімі, көрікті жерлер туралы ақпарат, қызметтерге баға ұсыныстары және т.б. сияқты арнайы ақпараттан айырылған. Мұндай ақпаратты елтану деректерін ұсынатын қолданыстағы сайттарда және Қарағанды облысын «ресми түрде» ұсынатын сайттарда орналастыру қажет. Осы саладағы ақпараттық вакуумнан мұндай шығу ең соңғы және сенімді ақпаратты жариялау арқылы соңғысының беделін арттыруға ықпал етеді.

Аймақтың оң имиджін қалыптастыру ғана емес, сонымен қатар әлеуетті туристерге өздерін қызықтыратын ақпаратты көбірек алуға, мүмкін сапардың барлық артықшылықтарын және оның қаржылық және зияткерлік артықшылықтарын көрсетуге мүмкіндік беру өте қажет болып көрінеді. Өкінішке орай, біз желіде аймақ өмірінің әртүрлі салаларына назар аударатын осындай аналитиканы немесе сауатты өзін-өзі жарнамалауды таба алмадық.

Әлеуетті инвесторлар тұрғысынан экономиканың жай-күйі мен оның даму қарқынын көрсететін нақты ақпарат жетіспейді. Желідегі материалдардың мазмұны тұрақтылық сезімін тудырмайды, өйткені олардың көпшілігінде жағымсыз және жарқын оқиғаларға баса назар аударылады.

Интернет желісін пайдаланушылардың көз алдында инвестициялық тартымдылық деңгейін арттыру республикалық немесе халықаралық ауқымдағы мамандандырылған сайттарды (өйткені жергілікті сайттар арасында мамандану іс жүзінде жоқ) пайдалана отырып, сондай-ақ жергілікті және әсіресе республикалық БАҚ-тарды, елтану ақпараты бар сайттарды ынтымақтастыққа тарта отырып, қажет. Бұл тұрғыдан Қарағандыға арналған

сайттар ерекше қызығушылық тудырады, онда аймақтың бұрынғы тұрғындарының қарым-қатынасы жүреді, олардың көпшілігі қазір шетелдік бизнестің табысты өкілдері болып табылады және облыста болып жатқан өзгерістерге, соның ішінде бизнес-жобаларды іске асыра отырып, осында оралу ниетімен белсенді қызығушылық танытады. Әдетте, бұл шетелдік, көбінесе ресейлік хостинг сайттары, олар пайдаланушыларға өздерінің форумдарын құруға мүмкіндік береді және оларды іс жүзінде модерацияламайды. Немесе бұл Қарағанды елтану сайттарындағы форумдар, оларға деген көзқарас негізгі мазмұнға және оны келушілердің талқылауына сәйкес қалыптасады. Мұндай пікірлер пайдаланушылардан жауап алудың және қабылданған шаралардың тиімділігін бағалаудың ең тиімді әдістерінің бірі болып табылады. Мұнда сіз талқылау және мәлімдеме бағыттары үшін тақырыптарды өзіңіз қоя аласыз.

Алайда, мұндай бөлімдерде жалпы бақылауға жол берілмейді және материал авторлары түсініктемелерде айтылған сынға және сайттағы тұрақты жаңартуларға дайын болуы керек.

Сонымен қатар, мемлекеттік құрылымдар мен мекемелердің сайттарындағы ақпарат аз болуы керек «құрғақ және ресми» әлеуетті инвесторлардың назарын тек үлкен атпен ғана емес, сонымен қатар әртүрлі және қызықты мазмұнмен де аудару. Мұнда ең тиімді нәтиже алу үшін кәсіби журналистерді конкурстық негізде ынтымақтастыққа тартуға болады. Мазмұнның объективтілігі мен сенімділігін сақтай отырып, материалды беру формаларын әртараптандыру қажет.

Арна бойынша Интернет-ресурсты «қанағаттанарлық» деп бағалауға болады - ол фрагменттелген, дамымаған, туристік артықшылық деп санауға болмайды, қолдауды және дамуды жеделдетуді қажет етеді.

Қазақстандағы нарықтық қатынастардың даму жылдарында БАҚ елдің экономикалық және әлеуметтік өмірінің ажырамас бөлігіне айналды. Жауапты бизнестің бәсекеге қабілеттілігін нығайту үшін БАҚ-тың даму құралы ретінде, тауарлар мен қызметтердің сапасын арттыру, халықтың кең тобын ақпараттандыру аса маңызды мәнге ие.

Әдебиеттер тізімі

1. Лобанова, С. Н. Игровые механики как современный маркетинговый инструмент продвижения / С. Н. Лобанова // Индустриальная экономика. – 2023. – № 2. – С. 59-64. – DOI 10.47576/2949-1886_2023_2_59. – EDN BLSKGQ.
2. Gamification Statistics You Must Know: 2023 Market Share Analysis & Data. URL: <https://financesonline.com/gamification-statistics/>
3. Богданова, О. А. Современные технологии в продвижении услуг индустрии гостеприимства / О. А. Богданова // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2020. – № 2(61). – С. 28-33.
4. Амет-Устаева, Д. М. Виртуальные технологии в продвижении туристического продукта / Д. М. Амет-Устаева // Инновации. Наука. Образование. – 2022. – № 52. – С. 1193-1197.
5. Полякова, И. Е. Новые маркетинговые инструменты в деятельности туристского предприятия: тенденции формирования и выбора / И. Е. Полякова, Г. Ю. Карасева // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 3(60). – С. 43-48. – DOI 10.25683/VOLBI.2022.60.314.

Информационные технологии: взгляд на мировой и казахстанский рынки

Б.Н. Омарова¹, К.П. Ангелов², М.П. Аяганова³

¹магистрант 2-го года обучения по специальности «Маркетинг»

²доктор технических наук, профессор

³PhD, ассоциированный профессор кафедры маркетинга
omarovabenazir@gmail.com, ang@tu-sofia.bg, mira6907@mail.ru

^{1,3}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

²Технический университет София, Болгария, г. София

Аннотация: Современный мир сегодня невозможно представить без влияния информационных технологий (ИТ). Они стали движущей силой инноваций, переформируя бизнес, образование и общество. В данной статье рассмотрены тенденции мирового рынка ИТ, выявлены его основные проблемы, а также показаны аспекты казахстанского ИТ-сектора. Проведен маркетинговый анализ на основе SWOT-фреймворка который позволяет лучше понять сильные и слабые стороны обоих рынков.

Ключевые слова: информационные технологий, SWOT-анализ, PEST-анализ, цифровые технологии.

Глобальные тенденции в мире ИТ.

Искусственный интеллект и машинное обучение:

Мировые технологические лидеры, такие как Google, Microsoft и Amazon, на фронте инвестиций в искусственный интеллект и машинное обучение. Продвинутые алгоритмы и нейронные сети внедряются в различные сферы, от медицины до финансов [1].

Кибербезопасность и Кибератаки:

С ростом сложности киберугроз стоит вопрос о безопасности данных. Компании разрабатывают и внедряют новейшие технологии для защиты конфиденциальной информации от кибератак [2].

Облачные технологии и инфраструктура как сервис:

Облачные технологии становятся неотъемлемой частью ИТ-стратегий компаний. Это обеспечивает гибкость, масштабируемость и снижение затрат на ИТ-инфраструктуру.

Интернет вещей (IoT):

Сеть подключенных устройств продолжает расширяться, от умных домов до промышленных предприятий. Это требует инновационных решений для управления данными и обеспечения безопасности.

Глобальные проблемы в мире ИТ

Дефицит квалифицированных кадров:

В условиях стремительного развития технологий возникает недостаток высококвалифицированных специалистов. Конкуренция за опытных профессионалов становится жесткой, требуя инновационных методов обучения и найма персонала [3].

Эскалация киберугроз:

С ростом объема цифровых данных угрозы кибератак становятся более изощренными и опасными. Кибербезопасность становится приоритетом для предотвращения утечек и атак.

Регулирование и соблюдение нормативов:

Ужесточение законодательства и требований к защите данных требует от компаний строго соблюдать нормативы. Это может замедлить внедрение новых технологий из-за необходимости обеспечения соответствия [2].

Тенденции казахстанского рынка ИТ.

Цифровая трансформация:

В Казахстане активно внедряются цифровые технологии в государственном управлении, образовании и здравоохранении. Программы цифровой трансформации направлены на повышение эффективности и доступности государственных услуг.

Стартап-экосистема:

Казахстан развивает благоприятную экосистему для стартапов в сфере ИТ. Местные иностранные инвесторы поддерживают инновационные идеи, что способствует росту стартап-сектора.

Проблемы кибербезопасности:

С ростом цифровизации в стране усиливаются и киберугрозы. Казахстан сталкивается с вызовами в области кибербезопасности, что подчеркивает необходимость внедрения современных технологий для защиты от кибератак.

Маркетинговый SWOT-анализ для глобального и казахстанского рынков ИТ показаны ниже:

Глобальный рынок ИТ

Сильные стороны (Strengths):	Слабые стороны (Weaknesses):
Мощные технологические лидеры. Высокий уровень инвестиций в исследования и разработки. Широкое распространение облачных технологий.	Дефицит квалифицированных специалистов. Необходимость в постоянном обновлении систем безопасности. Регулирование может замедлить процессы внедрения инноваций.
Возможности (Opportunities):	Угрозы (Threats):
Привлечение инвестиций в развитие местных стартапов. Поддержка инноваций в образовании. Рост интереса к местным ИТ-решениям.	Усиление кибератак и киберугроз. Конкуренция за квалифицированных специалистов. Сложности соблюдения нормативов в разных странах.

Казахстанский рынок ИТ

Сильные стороны (Strengths):	Слабые стороны (Weaknesses):
Активная поддержка государства в цифровой трансформации. Развивающаяся стартап-экосистема. Возрастающая осведомленность о цифровых решениях.	Зависимость от иностранных технологий. Ограниченные ресурсы для кибербезопасности. Недостаточная конкуренция на рынке.
Возможности (Opportunities):	Угрозы (Threats):
Привлечение инвестиций в развитие местных стартапов. Поддержка инноваций в образовании. Рост интереса к местным ИТ-решениям.	Рост угроз кибербезопасности. Недостаток высококвалифицированных специалистов. Необходимость в устойчивости к мировым экономическим колебаниям.

PEST-анализ мирового и казахстанского рынков информационных технологий:

Мировой рынок ИТ:

- Политический аспект:
- Влияние геополитики: Напряженные международные отношения могут повлиять на трансграничную сделку и международное сотрудничество в ИТ.
- Экономический аспект:

- Финансирование и инвестиции: Экономическая нестабильность может повлиять на доступность финансирования и инвестиций в проекты ИТ.
- Социокультурный аспект:
- Культурные различия: Разнообразие культур может повлиять на принятие и внедрение технологий в различных обществах.
- Технологический аспект:
- Инновации и конкуренция: Бурное развитие технологий требует постоянного внимания к инновациям и высокий уровень конкуренции.
- Юридический аспект:
- Законодательство о кибербезопасности: Строгие нормы по защите данных и кибербезопасности требуют соблюдения стандартов компаниями в сфере ИТ.
- Экологический аспект:
- Устойчивость и энергопотребление: Растущий интерес к устойчивым технологиям и снижению энергопотребления.
- Казахстанский рынок ИТ (Астана - ИТ Хаб):
- Политический аспект:
- Государственная поддержка: Инициативы правительства по созданию ИТ-хаба в Астане и поддержка стартапов в области информационных технологий.
- Экономический аспект:
- Инвестиции в ИТ-проекты: Привлечение инвестиций в технологические стартапы и проекты в Астане.
- Социокультурный аспект:
- Цифровая трансформация: Активные программы цифровой трансформации в различных сферах, включая государственное управление и образование.
- Технологический аспект:
- ИТ-инфраструктура: Развитая ИТ-инфраструктура и учреждения поддержки стартапов в Астане.
- Юридический аспект:
- Регулирование инноваций: Законы, регулирующие инновационные проекты и обеспечивающие их безопасность.
- Экологический аспект:
- Сознание экологии: Растущий интерес к экологически устойчивым технологиям в контексте формирования ИТ-хаба.

Отличительная особенность ИТ в Казахстане (Астана - ИТ Хаб):

ИТ-Хаб в Астане: Формирование ИТ-хаба в Астане создает центр инноваций, собирая под своим крылом талантливых разработчиков, инвесторов и стартапы. Это обеспечивает благоприятную среду для обмена идеями и совместной работы, способствуя развитию ИТ-сферы в регионе [5].

Таким образом, ИТ-сектор продолжает эволюционировать, предоставляя обширные возможности и вызовы для глобальных и региональных рынков. Понимание тенденций, проблем и потенциала в ИТ - ключ для успешного развития сектора. Мировой опыт и уникальные черты казахстанского рынка объединяются, создавая стимул для дальнейших инноваций и укрепления позиций в мире информационных технологий.

Список литературы

1. Смит, Дж. (2022). «Применение искусственного интеллекта в медицине.» Медицинский журнал, 15(3), 78-92. DOI: 10.1234/medjournal.2022.123456..
2. Миллер, А. (2021). «Современные вызовы в кибербезопасности.» Кибержурнал, 11(4), 205-218. DOI: 10.5678/cyberjournal.2021.987654.
3. Джонс, М. (2020). «Дефицит квалифицированных кадров в технологической отрасли.» Технологический обзор, 5(2), 45-60. DOI: 10.789/techreview.2020.13579.

4. Стоун, П. (2023). «Влияние ужесточения нормативов на ИТ-индустрию.» IT Insights, 9(3), 88-103. DOI: 10.1234/itinsights.2023.56789.
5. IT Hub Kazakhstan. (2023). «Инновации и тренды в Казахстанской ИТ-индустрии.» IT Hub. URL: <https://www.ithub.kz/> (Дата обращения: 28.11.2023).

Метрики как инструмент для оценки клиентского опыта

К.А. Пак¹, М.П. Аяганова²

¹студент 4 курса ОП «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»,

²PhD, ассоциированный профессор кафедры маркетинга
karinapak1122@gmail.com, mira6907@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье раскрыто значение понятия «customer experience», рассмотрены факторы, влияющие на клиентский опыт. Также авторами выделены четыре важнейшие метрики, которые измеряют изменения в customer experience.

Ключевые слова: customer experience, index, потребитель.

Customer experience обычно переводят как «клиентский опыт». Но в русском слово «опыт» имеет несколько другое значение, поэтому есть синонимы: впечатления и переживания.

Customer experience фокусируется на отношениях между бизнесом и его клиентами. Он включает в себя все формы взаимодействия или коммуникации, будь то прямые или косвенные, даже если это не приводит к покупке. При customer experience маркетологи уделяют особое внимание задачам, повышающим вовлеченность в каждой точке соприкосновения [1].

На клиентский опыт влияют следующие факторы:

- Позиционирование бренда/компании, узнаваемость на рынке.
- Уровень сервиса, культура общения сотрудников, взаимодействующих с клиентами.
- Удобство взаимодействия, чистота, удобство и доступность офисов/филиалов.
- Ненавязчивость рекламной кампании, работа с ожиданиями клиентов, политика лояльности и многое другое [2].

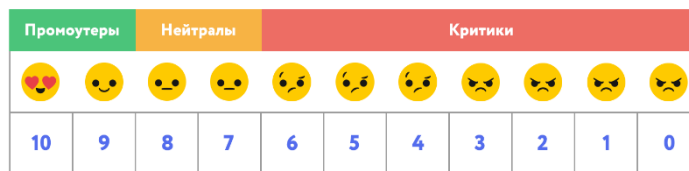
Если компания знает, как эффективно работать с покупателями, то это помогает повысить удовлетворенность и соответственно снизить отток клиентов.

Как понять, что customer experience изменяется в лучшую сторону? Или, увы, в худшую. Или ничего не происходит. И как все ваши действия в рамках customer experience влияют на финансовое положение бренда?

Разобраться в этом помогают специальные метрики, которые измеряют, насколько клиенты лояльны к компании, удовлетворены качеством обслуживания и насколько им легко взаимодействовать.

Нами выделены четыре важнейшие метрики, которые измеряют изменения в customer experience. Хотя каждый бренд вправе придумывать и разные собственные показатели.

1. Индекс чистой лояльности Net Promoter Score (NPS)



$$\text{NPS} = \% \text{Промоутеров} - \% \text{Критиков}$$

Net Promoter Score

Рисунок 1. Шкала и формула вычисления индекса потребительской лояльности
Примечание – составлено на основе источника [3]

Индекс основывается на одном простом вопросе: «Будете ли вы рекомендовать компанию (услугу, продукт) своим знакомым?». Пользователю нужно указать оценку от 0 до 10, где 10 — буду рекомендовать обязательно, 0 — не буду рекомендовать ни при каких условиях.

На рисунке 1 изображена шкала, по которой можно определить, что при оценке от 0-6 располагаются недовольные потребители, которые замедляют рост бренда и никогда не посоветуют его друзьям. Оценка 7-8- «нейтралы», вероятность возвращения которых равна 50%. Самые высокие оценки ставят «промоутеры», которые порекомендуют обратиться к бренду и вернуться сами. Нейтральные клиенты не участвуют в определении индекса, так как эти клиенты не заинтересованы. Таким образом NPS определяется разностью общего процента «промоутеров» от процента «критиков».

Индекс лояльности Net Promoter Score целесообразно измерять примерно раз в квартал.

2. Индекс удовлетворенности клиентов Customer satisfaction Index (CSI)

Еще один индекс, который формируется за счет честных ответов клиентов. У пользователя спрашивают: «Насколько вы довольны взаимодействием с компанией?»

Вопрос об удовлетворенности можно спрашивать каждый раз после оказания услуги.

3. Индекс лояльности клиентов Customer Loyalty Index (CLI)

Данный показатель более подробно описывает лояльную аудиторию. Индекс так же выводится с помощью вопросов, но пользователь отвечает не на один, а уже на четыре вопроса.

Будете ли вы рекомендовать компанию (услугу, продукт) своим знакомым?

Какова вероятность продолжения использования услугами/товарами нашей компании?

Какова вероятность покупки дополнительных услуг/товаров у нашей компании?

Какова вероятность перехода на услуги/продукты другой компании?

Обычно пользователю вновь показывают шкалу от 1 до 10 и просят поставить оценку в качестве ответа на вопрос. Индекс CLI считается как среднее по всем вопросам. Благодаря CLI компания может более детально разделить клиентов по категориям, выбрать векторы по улучшению сервиса или же оптимизировать действия, направленные на лояльность клиентов. Желательно просчитывать и оценивать индекс раз в квартал.

4. Отток клиентов Customer churn

Для этой метрики используется формула [количество ушедших клиентов за месяц / количество клиентов на конец прошлого месяца x 100].

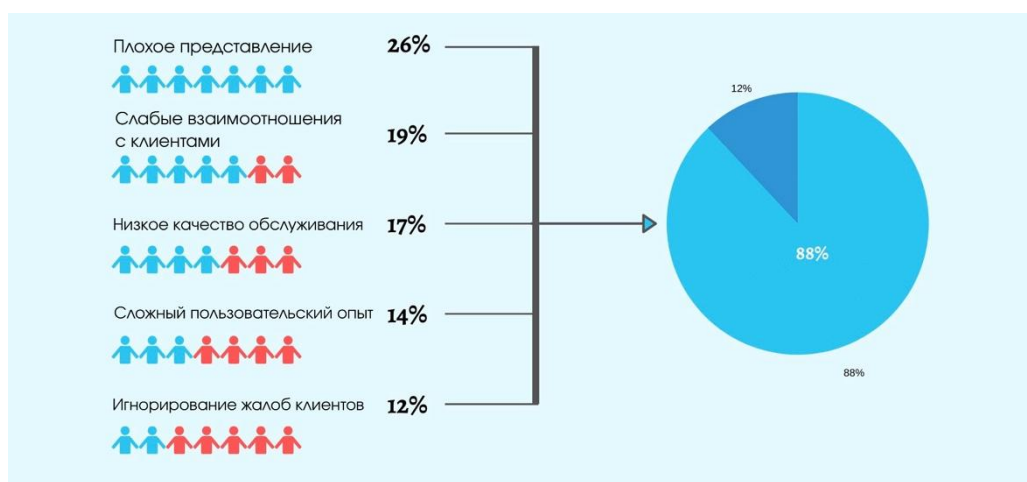


Рисунок 2. Основные причины оттока клиентов

Примечание - составлено на основе источника [3]

Из рисунка 2 видно, что самый высокий процент оттока клиентов происходит из-за плохого представления предлагаемого товара. 19% - плохие взаимоотношения с клиентами. Около 17% - низкое качество обслуживания, последние две позиции занимают сложный пользовательский опыт и игнорирование жалоб.

Создание отличного клиентского опыта в компаниях является решающим фактором, особенно в условиях растущей конкуренции в отрасли, которую мы сейчас переживаем.

Однако обеспечить положительный опыт – непростая задача. Он включает в себя сочетание человеческих, деловых, административных, операционных и технологических факторов, которые работают вместе, чтобы понять потребности клиентов и предвидеть, что они удовлетворят и превысят ожидания [4].

Таким образом, рассмотрев факторы и основные метрики customer experience можно сделать вывод, что предприятиям следует разработать индивидуальную стратегию по улучшению бизнеса, что в итоге улучшит общее качество обслуживания клиентов.

Основной секрет улучшения качества обслуживания клиентов — это четко спланированные действия [5,6]. Стратегия управления клиентским опытом помогает:

- обеспечить отличные показатели качества обслуживания при постоянном взаимодействии;
- измерить результаты для дальнейшего улучшения стратегии.

Правильная стратегия клиентского опыта сокращает расходы, увеличивает ценность бренда и позволяет получить конкурентные преимущества, чтобы выделиться среди соперников.

Список литературы

1. Herring L., Wachinger T., Wigley C. (2019) Making stores matter in a multichannel world. Perspectives on retail and consumer goods, no 3, pp. 4-12.
2. Рудская, Е. Н. Клиентский опыт (Customer Experience) как инструмент обратной связи в системе интеллектуального анализа данных / Е. Н. Рудская, Ю. Ю. Полтавская. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021 — № 8 (88). — С. 631-639 (дата обращения: 27.11.2023).
3. Полная платформа для управления отзывами и проведения опросов// <https://www.zonkafeedback.com/>
4. Kranzbühler, M.H.P. Kleijnen, R.E. Morgan, M. Teerling // The multilevel nature of customer experience research: An integrative review and research agenda International Journal of Management Reviews. 2020. Vol. 20 (2). P. 21-56.
5. Куцулым Д.В. Управление клиентским опытом в эпоху Big Data 2022 г. // <https://cyberleninka.ru>

6. R.N. Bolton // Customer experience challenges: Bringing together digital, physical and social realms Journal of Service Management. 2018. Vol. 29 (5).

Влияние внедрения цифровых решений на экономику нефтегазовой отрасли на примере цифровой системы «Капитан»

В.Е. Печуркин¹, П.Ю. Беломестнов¹, М.В. Афанасьев²
¹ студент 4-го курса ИПМЭиТ направления «Менеджмент»
² доктор. экон. наук, профессор ВШПМ

pechurkin.ve@edu.spbstu.ru, belomestnov.pyu@edu.spbstu.ru, afanasiev_mv@spbstu.ru

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация: В современном мире развитие нефтегазовых компаний невозможно без применения цифровых технологий. Для непрерывного и постоянного функционирования предприятий нефтегазового комплекса необходимо в полной мере пользоваться преимуществами внедрения цифровых решений. Данная статья исследует влияние внедрения цифровых решений на экономику нефтегазовой отрасли.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, нефтегазовая отрасль, цифровая система «Капитан, морская логистика, Арктика.

В наши дни невозможно представить функционирование нефтегазовых компаний без информационных технологий. Цифровые технологии развиваются повсеместно, и это логично и правильно, так как внедрение и использование подобных технологий способствует повышению эффективности и улучшению производительности, что делает компании нефтегазового комплекса наиболее конкурентоспособными на внутреннем рынке [1].

Если рассматривать нефтегазовую сферу, то можно сказать, что развитие цифрового общества происходит довольно быстрыми и резкими темпами, а цифровизация способствует оптимизации технологических процессов и повышению их эффективности и безопасности [2].

В первую очередь, хочется сказать о цифровизации производства. Применение автоматизации, внедрение различных сенсорных технологий позволяет собирать данные о работе оборудования и систем транспортировки нефти и газа, что позволяет наиболее удобным способом осуществлять контроль, отслеживая работу оборудования и персонала, и оптимизировать процессы. Помимо этого, появляется возможность отслеживать сбои, проводить предиктивную аналитику, а также оценивать возможные риски.

В эпоху цифрового общества немаловажное место занимают облачные платформы хранения данных, благодаря которым можно хранить большие объемы данных, собранных со множества источников. С помощью таких платформ наиболее быстро найти необходимую информацию, отследить закономерности и, как следствие, принимать более взвешенные решения.

Важную роль в развитии цифровых технологий занимает виртуализация и моделирование. Использование виртуальных моделей месторождений и расчет оптимальных логистических маршрутов позволяет проводить различные сценарные исследования, оптимизировать работу, а также прогнозировать поведение месторождений и благоприятные сценарии движения на основе аналитических данных и моделирования.

В нефтегазовой отрасли широкое применение находит машинное обучение. Модели машинного обучения могут анализировать данные с датчиков и предсказывать вероятность возникновения аварийных ситуаций или оптимальные параметры выполняемой работы. Помимо этого, с помощью машинного обучения можно оптимизировать распределение ресурсов, улучшить безопасность и снизить риски.

Именно эти вышеперечисленные технологии объединяет разработанная специалистами «Газпром нефти» цифровая система «Капитан» [3].

«Капитан» (комплекс автоматического планирования интерактивной транспортировки арктической нефти) — интеллектуальная цифровая система управления арктической логистикой.

Главной задачей системы является безопасное управление логистическими цепочками в Арктической зоне и обеспечение бесперебойного вывоза полного объема добытых полезных ископаемых с наименьшими издержками. Она непрерывно отслеживает доступность месторождений и запасов нефтепродуктов компании, учитывая прогноз погодных условий и данные по ледовой обстановке. Благодаря этому система позволяет оперативно вносить коррективы в логистику арктического флота «Газпром нефти» [4].

Данная цифровая система способна анализировать эффективность эксплуатации флота в режиме реального времени на основе данных о скорости движения судов, расходе топлива и грузоподъемности. Кроме того, «Капитан» позволяет отслеживать местоположение и параметры движения судов, проводить грузовые операции, определять маршруты и ледокольные проводки. Система автоматически формирует оптимальный график использования танкеров и ледоколов, распределяет отгрузки нефти с терминалов и плавучего нефтехранилища и координирует все звенья цепочки поставок. Благодаря своему функционалу система может составлять график отгрузок нефти в течение трех лет, что дает возможность оптимизировать состав фрахтуемого и собственного флота компании в оперативном режиме.

На рисунке 1 представлена схема управления арктической логистикой цифровой системы «Капитан».

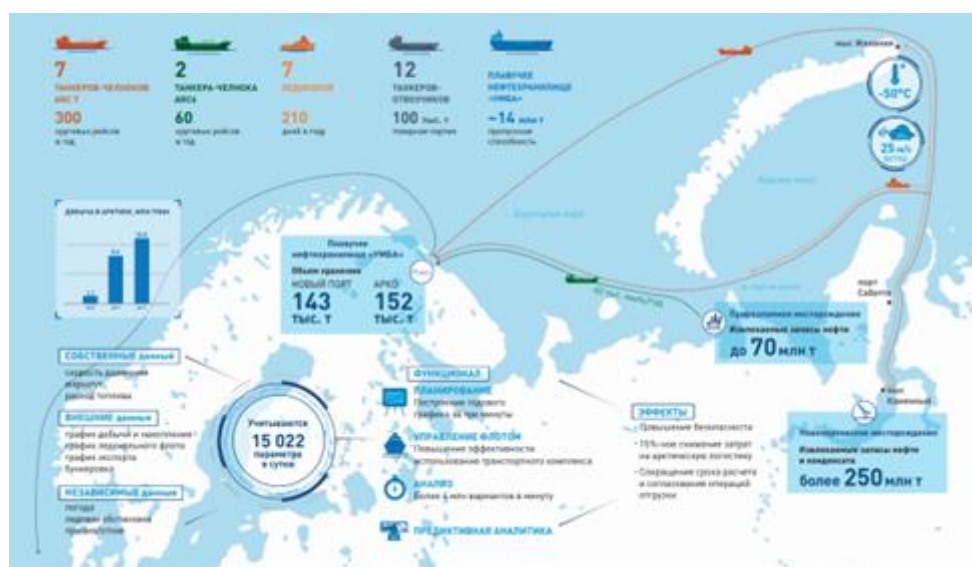


Рисунок 1. Цифровая система управления арктической логистикой

В результате внедрения цифровой системы управления арктической логистикой «Капитан» в период 2019–2020 годы, ПАО «Газпром нефть» сэкономила 0,9 млрд рублей. Благодаря этой системе удельные затраты компании на вывоз 1 тонны арктической нефти сократились на 12% по сравнению с предыдущими годами. Это стало возможным в связи с оптимизацией расходов на работу танкеров за счет выбора лучших маршрутов, экономией топлива, сокращением расходов на ледокольную проводку, а также снижением времени простоя и максимизации вывоза полезных ископаемых. Помимо этого, сократилось и время планирования логистических операций на 50% благодаря расчету оптимальных маршрутов, составлению расписаний движения судов в Арктической зоне, а также консолидации данные о ледовой обстановке и судоходстве.

Список литературы

1. Цифровая экономика РФ [Электронный ресурс] URL: <https://digital.gov.ru/ru> (дата обращения 16.11.2023).
2. Цифровая трансформация в нефтегазовой промышленности [Электронный ресурс] URL: <https://www.ibm.com> (дата обращения 16.11.2023).
3. Цифровая система «Капитан» помогла «Газпром нефти» на 12% сократить расходы на морскую логистику арктической нефти [Электронный ресурс] URL: https://www.gazprom-neft.ru/press-center/news/tsifrovaya_sistema_kapitan_pomogla_gazprom_nefti_na_12_sokratit_raskhody_na_morskuyu_logistiku_arkti/ (дата обращения: 22.11.2023).
4. Газпром нефть внедрила первую в мире цифровую систему управления логистикой в Арктике [Электронный ресурс] URL: <https://neftegaz.ru/news/transport-and-storage/386854-arkticheskiy-kapitan-gazprom-neft-vnedrila-pervuyu-v-mire-tsifrovuyu-sistemu-upravleniya-logistikoy/> (дата обращения: 22.11.2023).

Основные направления финансовой стратегии местных бюджетов

Н.И. Примова
в.и.о. доцента кафедры Финансы
n.primova@tsue.uz

Ташкентский государственный экономический университет, г. Ташкент

Аннотация: В этой статье рассматривается, что обеспечение исполнения местных бюджетов и укрепление их финансовой устойчивости является важным аспектом финансовой стратегии. Намечены важные предложения по укреплению финансовой устойчивости местных бюджетов. Эффективное функционирование финансовой стратегии местных бюджетов во многом зависит от финансового потенциала региона. Были сформированы предложения по формированию финансовых стратегий местных бюджетов.

Ключевые слова: местный бюджет, финансовые стратегии, доходы, устойчивость расходов, устойчивость бюджета, доходы бюджета, финансовый дефицит, коэффициент финансовой зависимости, сходство расходов.

Обеспечение исполнения местных бюджетов и укрепление их финансовой устойчивости являются важными направлениями финансовой стратегии. Существует два подхода к укреплению финансовой устойчивости местных бюджетов. Во-первых, хорошо сформирована доходная база; во-вторых, характеризуется достижением устойчивости затрат. Эффективное функционирование финансовой стратегии местных бюджетов во многом зависит от финансового потенциала региона. Это требует перевода существующих вертикальных финансовых полномочий на горизонтальные. Его невыполнение заслоняет перспективу финансовой независимости.

В целом финансовая независимость является важным фактором формирования финансовой стратегии местных бюджетов.

Поэтому стабильность в реализации расходов местных бюджетов объясняется наличием полномочий по самостоятельному формированию финансовой стратегии. В условиях Узбекистана финансовая стратегия местных бюджетов реализуется централизованно. В этом случае расходы определяются единым правовым документом, а доходы собираются в центре и распределяются по регионам путем перераспределения.

Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев 28 января 2022 г. подписал указ «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы».

Документом утверждена государственная программа по реализации стратегии, разработанная на основе принципа «От Стратегии действий - к Стратегии развития», которая

включает семь приоритетных направлений. Третье направление посвящено ускоренному развитию национальной экономики и обеспечению высоких темпов роста.

Ожидается, что объём валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения в последующие пять лет увеличится в 1,6 раза за счёт обеспечения стабильно высоких темпов роста в отраслях экономики. Его размер намечено довести до 4000 долларов на душу населения к 2030 году и создать предпосылки для вхождения в категорию «государств с доходом выше среднего».[1]

Исходя из изложенного, системный подход к данному вопросу играет важную роль в разработке научно обоснованных предложений и рекомендаций по эффективной реализации доходной политики местных бюджетов при реализации мероприятий по увеличению доходов местных бюджетов и обеспечению их устойчивости. В частности, реализация налоговой политики в развитых странах важную роль в эффективном управлении играют такие факторы, как налоговый потенциал местного бюджета в определении доходной базы, порядок формирования структуры доходов местных бюджетов, механизмы распределения налоговых доходов между различными уровнями бюджетов.

В существующей структуре доходов местных бюджетов в Республике Узбекистан имеются проблемы, которые можно преодолеть, найдя дополнительные резервы роста доходов местных бюджетов. Во-первых, это должно быть сделано за счет налоговых и неналоговых доходов, а во-вторых, это можно сделать за счет привлечения средств в регион в процессе перераспределения бюджета. С экономической точки зрения поиск и привлечение дополнительных ресурсов для роста налоговых и неналоговых доходов – это вопрос не только пополнения местных бюджетов, но и формирования современного правового пространства, условий для развития бизнеса, различных социально ориентированных городских программы и их реализация.

По мнению российского экономиста Власовой Ю.А., «доходный потенциал местных бюджетов требует более активного внедрения государственно-частного партнерства, максимального упрощения бизнеса за счет введения налоговых льгот и ускорения и упрощения бюрократических процессов, снижения доли непроизводственных затрат и увеличения себестоимости продукции. В результате повысится эффективность фискальной политики в регионе. Комплексное решение по повышению доходного потенциала местных бюджетов окажет сильное положительное влияние на экономику всего региона в долгосрочной перспективе» [2].

По мнению Селезнева А. и Доценко Н., «система формирования доходов местных бюджетов является важной макроэкономической задачей в связи с проблемой реального дефицита финансирования местных бюджетов» [3].

Как указывает Серебрякова О. В., «финансирование регионов является одним из самых сложных и актуальных вопросов реформирования системы местного самоуправления» [4].

На наш взгляд, целесообразно включить в структуру региональной фискальной политики и разработать стратегию их реализации с точки зрения региона:

- бюджетно-налоговая политика;
- кредитная политика;
- инвестиционная политика.

На наш взгляд, главным фактором реализации бюджетно-налоговой политики как составляющей региональной налогово-бюджетной политики должно стать обеспечение либерализации региональных интересов и распределения расходов из формирования доходов бюджета. В то же время центральное правительство должно принять регулирующие меры. Важным вопросом при реализации кредитно-инвестиционной политики является учет регионального потенциала и его специфики [5].

Поэтому остановимся на приоритетах региональной налогово-бюджетной политики как на главном направлении нашего исследования. Мы продолжим наше исследование, изучив научные труды ученых и специалистов по вопросам формирования региональной налогово-бюджетной политики и ее особенностей.

Важна финансовая свобода местных бюджетов и горизонтальная значимость полномочий по принятию решений. Способность местных бюджетов самостоятельно принимать финансовые решения отражает то, насколько хорошо они преследуют свои интересы. Если деятельность местных финансов будет отражать интересы центрального правительства, а не местных, тогда интерес местных органов власти к финансовым решениям уменьшится. В свою очередь, это может привести к возникновению «искусственных» аспектов формирования финансовой стратегии местных бюджетов. Поэтому реализация механизма формирования финансовых стратегий местных бюджетов посредством горизонтального принятия решений означает улучшение некоторых аспектов текущей ситуации.

В связи с этим важно учитывать специфику доходов и расходов местных бюджетов. В ходе нашего исследования мы попытались провести исследование, направленное на формирование доходной части местного бюджета и развитие его аспектов в отражении региональных интересов. В этом контексте следует отметить, что хотя доходы местных бюджетов не полностью покрывают расходы региона, особенно важно повысить способность регионов управлять доходами.

Естественно, что от того, учитываются ли межбюджетные трансферты в финансовой стратегии местных бюджетов, зависит независимость финансовых решений. Это, в свою очередь, может снизить возможность финансирования расходов за счет собственных доходов. Иными словами, это приводит к недоиспользованию финансового потенциала. Реализация важна посредством разработки таких показателей, как возмещение затрат и финансовый баланс.

Во-первых, целесообразно разработать и усовершенствовать использование коэффициентов, влияющих на принятие финансовых решений. Определение доли собственных доходов в общей сумме доходов местного бюджета и полномочий расходов на него поможет в оценке этого соотношения. Общий доход состоит из доходов от высоких бюджетов, таких как трансферты, нормативные и присоединенные доходы. Коэффициент финансовой окупаемости является важным элементом принятия финансовых решений в местных бюджетах.

Во-вторых, необходимо будет рассчитать коэффициент использования финансового потенциала региона. В этом случае можно определить этот коэффициент через соотношение между фактическими и плановыми доходами региона. Применяя этот коэффициент на практике, он служит для выявления принципиальных возможностей формирования финансовой стратегии. Это можно более четко представить с помощью приведенной ниже формулы(1).

$$P_{\phi} = \frac{D_{\phi}}{D_{\pi}} (1)$$

P_{ϕ} - финансовый потенциал; D_{ϕ} - фактический доход; D_{π} – планируемые доходы.

Коэффициент финансового потенциала местного бюджета находится в пределах от 0 до 1, и чем он ближе к 1, тем эффективнее используется финансовый потенциал региона. И наоборот, если этот коэффициент приближается к 0, это означает, что регион остается зависимым от республиканских бюджетных трансфертов. Это свидетельствует о том, что коэффициент финансовой зависимости увеличивается. В то же время сущность финансовой стратегии в регионе исчезает.

На наш взгляд, снижение использования финансового потенциала приводит к увеличению спроса на трансферты из республиканского бюджета.

Таблица 1

Информация о сумме социальных трансфертов в местные бюджеты, (в млрд. суммах)

Название регионов	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2021 г.	2023* г.
Джизакская область	367	405	229	412	731	490	1 284,4

Наманганская область	597	656	533	865	1 312	1284	2 899,9
Сурхандарьинская область	645	689	490	828	1 215	1293,6	3 248,9
Сырдарьинская область	156	178	93	271	481	534,3	1 086,2
Всего	2 522	2 403	1 345	7 156	7 763	10443	24 280,9

* прогнозные показатели

Можно привести аспекты объема трансфертов в местные бюджеты, проанализированные нами в ходе нашего исследования, которые имеют непрерывный характер. Следует отметить, что в 2015-2023 годах наблюдается динамичный спрос на трансферы в Джизакской, Наманганской, Сурхандарьинской и Сырдарьинской областях. Видно, что коэффициент использования финансового потенциала в этих регионах невысок.

На наш взгляд, необходимо дальнейшее расширение объема финансовых полномочий, чтобы в полной мере реализовать использование финансового потенциала в этих сферах. В целом горизонтальный характер финансовых полномочий позволяет рационально использовать финансовый потенциал. Это еще более важно при формировании финансовой стратегии.

Также важно выполнять следующие рекомендации:

1. Анализы показывают, что сегодня отрицательный разрыв между доходной и расходной частью местных бюджетов в большинстве случаев покрывается за счет межбюджетных трансфертов. Эти трансферты покрываются за счет положительного разрыва между доходами и расходами республиканского бюджета. Это, в свою очередь, снижает ответственность органов местного самоуправления при исполнении местных бюджетов. В связи с этим необходимо постепенно сокращать практику выделения трансфертов из республиканского бюджета в местные бюджеты и, наконец, полностью прекратить ее. Для этого необходимо будет пересмотреть распределение доходов между республиканским и местными бюджетами.

2. Перевыполненная часть плана по доходам определяется к концу 1-го и 3-го кварталов, а их расходование направляется на расходы, произведенные в более короткий период времени. Потому что срок расходования этих средств в течение года короткий максимум 9 месяцев. Это не позволяет осуществлять долгосрочные затраты (такие как строительство, софинансирование проектов государственно-частного партнерства) за счет этих средств. Поэтому после отчетного квартала предлагается создать отдельный фонд при органах местного самоуправления и перечислить средства в этот фонд. Это расширит возможности органов местного самоуправления по использованию выполненной части плана доходов и повысит эффективность использования этих средств.

3. Необходимо финансирование проектов государственно-частного партнерства и осуществление капитальных вложений за счет перевыполненной части плана по доходам.

4. Для включения в финансовую стратегию местных бюджетов необходимо определить «государственные расходы» и «расходы сводного бюджета» по каждому региону. При определении расходов сводного бюджета каждому региону выделяются не только средства государственного бюджета, но и средства государственных целевых фондов и Фонда реконструкции и развития (в том числе средства Фонда реконструкции и развития в виде государственных акций) в банках. Затем необходимо рассмотреть воспроизводимость, целесообразность и эффективность средств с точки зрения их направления по отношению к расходам местных бюджетов.

5. В определение «государственных расходов» следует включить расходы каждого региона, не включенные в консолидированный бюджет и другие государственные целевые фонды (например, Фонд государственной поддержки сельского хозяйства) и

государственный долг. Это позволяет увидеть полную стоимость государства по регионам и сравнить ее с затратами местных бюджетов.

6. Одной из основных проблем формирования финансовых стратегий местных бюджетов в условиях Узбекистана является наличие практики централизованного управления бюджетной политикой.

Конечно, применение этого опыта может не оказать существенного влияния на макроэкономическую стабильность. На наш взгляд, обеспечение финансовой самостоятельности в проводимых Узбекистаном реформах, направленных на развитие рыночных отношений, послужит выводу экономического развития на новый уровень. Это требует пересмотра региональных финансовых возможностей.

На основании проведенного выше исследования можно сделать вывод, что односторонний подход к доходам или расходам при разработке финансовых стратегий местных бюджетов не работает. Поэтому мы считаем важным учитывать как доходную, так и расходную часть при разработке финансовых стратегий местных бюджетов.

Список литературы

1. Указ Президента Республики Узбекистан, от 28.01.2022 г. № УП-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022 — 2026 годы». // <https://lex.uz/docs/5841077>

2. Власова Ю.А., Абрамова А.И. Проблемы укрепления доходного потенциала региональных бюджетов в России на примере калужской области // Креативная экономика. 2015. Т. 9. № 10. С. 1255-1276.

3. Селезнев А., Доценко Н. Доходный потенциал местных бюджетов и его общегосударственное значение // Экономист. - 2016. - № 9. - С. 12-22.

4. Серебрякова О.В. Финансовая стабильность муниципальных образований как приоритет в развитии бюджетной и налоговой политики на местном уровне // Региональная экономика: теория и практика. - 2017. - № 11. - С. 126-131.

5. Примова Н.И. Маҳаллий бюджетларнинг молиявий стратегиялари шакллантиришнинг илғор хорижий тажрибалари. «Молия ва банк иши» илмий электрон журнали. 4-сон. Тошкент-июль-август 2020 й.

Трансформация бизнес-моделей логистического сектора цифровой экономики

Г.Е. Рахимжанова¹, Ж.З. Арынова²

¹магистрант 1-го года обучения по специальности «Логистика (по отраслям)»,

²к.э.н., ассоциированный профессор кафедры маркетинг
gulnura.r.e@mail.ru, mamatai1966@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассматривается тенденция использования логистики в условиях цифровизации экономики страны в связи с тем, что мировой рынок цифровой логистики продолжает расти с каждым годом все выше. Результаты исследования могут быть полезны для специалистов логистической отрасли и руководителей компаний, которые хотят оставаться конкурентоспособными в условиях быстро меняющейся экономической среды. Под влиянием цифровых технологий появляются новые бизнес-модели, что делает использование новых технологий еще более важным для успешной работы в логистическом секторе.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, логистика, цифровые технологий, трансформация, бизнес-модели.

Мировые технологические тенденции продолжают влиять на различные отрасли экономики и общество в целом, обеспечивая рост эффективности, инноваций и

конкурентоспособности. По данным Всемирного Банка, на цифровую экономику приходится 15,5% мирового ВВП, и она растет в два с половиной раза быстрее, чем мировой ВВП за последние 15 лет, что указывает на важность развития цифровизации в экономике [1].

Переход на цифровые технологии означает максимизацию преимуществ автоматизации и новейших соответствующих технологий, доступных для частных и государственных предприятий. Это позволит оптимизировать бизнес-процессы и отчасти заменить человеческий труд. К примеру, многие специалисты по логистике работают в программном обеспечении «1С» для повышения эффективности работы на предприятии. Это является автоматизацией, потому что некоторые процессы требуют управления программой. Цифровизация же – это следующий уровень, который направлен на автоматическое выполнение работ.

Внедрение цифровизации в экономическую сферу страны обладает следующими преимуществами: существенный вклад в экономический рост, рост числа рабочих мест в смежных отраслях в 3-5 раз, прирост производительности труда и ускорение темпов роста малого и среднего бизнеса.

Важно отметить, что доля внедрения той или иной передовой технологии различается в зависимости от отрасли, так как она может привести к неожиданным последствиям. Прежде всего, в таких случаях появляется необходимость в инвестициях. Это чаще всего распространяется на крупные предприятия, поскольку в малых и средних торговых предприятиях не требуются крупные вложения в создание сервисов электронной торговли, что предоставляет возможность для продвижения. По мере того, как розничный и оптовый секторы экономики трансформируются цифровыми технологиями, смежные отрасли, такие как логистика, сталкиваются с аналогичной трансформацией. Вместо того чтобы пострадать от перехода к электронной почте и цифровым загрузкам, она, наоборот, обнаружила новые возможности для роста в эпоху цифровизации. Резкий рост в объемах посылок создает потребность в более эффективных и инновационных методах доставки. По данным Pitney Bowes, в 2020 году по всему миру было отправлено 131 млрд. посылок. Эта цифра утроилась за последние шесть лет и, как ожидается, снова удвоится в следующие пять лет.

Сегодня же развитие логистических процессов открывает новые возможности в цифровой экономике, становясь при этом одним из ключевых ее элементов, поскольку ее трансформация помогает снизить издержки, повысить эффективность и ускорить значительно процессы. Через использование современных информационных технологий, автоматизированных систем и передовых аналитических решений логистика становится более адаптивной к изменяющимся требованиям рынка, более гибкой в решении сложных задач и более эффективной в управлении поставками. Как результат, многие логистические компании вкладывают больше усилий в исследование и внедрение новых технологий для оптимизации своих операций.

Актуальность использования цифровых технологий в логистике будет только расти. По данным мирового рынка размер цифровой логистики в 2021 году составил в 18,1 миллиард долларов и, как ожидается, его рост достигнет в 77,52 миллиард долларов к 2030 году. Среднегодовой темп роста составит в прогнозируемый период 2021-2030 гг.

К 2025 году потенциал внедрения некоторых технологий в логистическую и транспортную отрасль будет только расти. В таблице 1 представлена оценочная шкала по каждому виду технологий. Тем ближе значение 100 баллам, тем выше потенциал использования технологий.

Таблица 1

Потенциал внедрения технологий к 2025 году в отрасли «Логистика и транспорт»

Сектор экономики/ Технологии	3D- и 4D-печать	Искусственный интеллект	Дополненная и виртуальная реальность	Анализ больших данных	Блокчейн	Электронная и цифровая торговля	Шифрование и кибербезопасность	Интернет вещей (IoT)	Роботы, гуманоиды	Роботы, негуманоиды (промышленная автоматизация)	Обработка текста, изображений и голоса
Логистика и транспорт	60	88	62	94	38	87	75	76	21	69	65
Примечание – Составлено автором по данным источника [2]											

3D-печать уже показала свой потенциал в изготовлении прототипов и даже запасных частей для транспортных средств. Она позволяет сократить время производства и расходы на складирование.

По данным авторитетной исследовательской компании Gartner, в 2024 году около 50% логистических компаний будут инвестировать в технологии, поддерживающие искусственный интеллект. К примеру, компания L'Oréal уже внедрила у себя беспилотную систему инвентаризации. Суть их работы заключается в том, что дроны оснащены бортовой камерой при помощи которого искусственный интеллект обрабатывая видео, считывают штрихкоды и определяют нужно количество товаров для заполнения стеллажей.

Использование больших данных позволит получить компании еще более глубокие и точные инсайты, позволяющие принимать более обоснованные решения и улучшать процессы. Примером может послужить компания FedEx, которая разработала систему SenseAware, использующую датчики и большие объемы данных, чтобы проследить и контролировать множество параметров в реальном времени, такие как местоположение грузов, температура, влажность, вибрация и освещение, во время транспортировки. Благодаря таким функциям компания может быстро реагировать на изменения в условиях доставки и обеспечить более высокий уровень обслуживания.

Блокчейн технологии будут использоваться для обеспечения безопасности и прозрачности в логистической цепочке, отслеживая маршруты доставки, подтверждая подлинность товаров и упрощая процессы документооборота. Однако внедрение данной технологий имеет средний потенциал, так как в некоторых странах существуют ограничения на использование криптовалют, которые являются основой блокчейна. Это может потребовать дополнительных действий и согласований со стороны правительственных и регулирующих органов.

Цифровая торговля и электронная коммерция продолжают менять парадигму розничной торговли, влияя на логистику последней мили и потребности в доставке, поскольку онлайн продажи всегда будут актуальны для всего мира.

С развитием цифровой инфраструктуры и взаимосвязи между различными системами, кибербезопасность и шифрование станут критически важными для защиты данных и обеспечения бесперебойной работы логистических процессов. Шифрование данных позволяет зашифровать информацию, делая ее непригодной для чтения без правильного ключа. Многофакторная аутентификация требует от пользователей подтвердить свою личность, предоставляя не только пароль, но и другие факторы, такие как отпечатки пальцев или одноразовые коды. Системы контроля доступа позволяют ограничить доступ к чувствительной информации только уполномоченным лицам.

Отдельно стоит отметить роль Интернета вещей (IoT) в логистике. Устройства, подключенные к Интернету, могут обмениваться данными между собой и предоставлять операторам логистической цепочки ценную информацию о состоянии грузового пространства, температуре и влажности в контейнерах, и других параметрах, что повышает

качество контроля и обеспечивает более точную координацию процессов. Уже в 2023 году технология Интернет вещей является стандартным инструментом для многих сфер общественной жизни.

Роботы будут использоваться для выполнения рутинных операций на складах, взаимодействия с товарами, а также для автоматизации обслуживания транспортных средств. Роботы гуманоиды имеют меньший потенциал в связи с тем, что они обладают способностями к имитации человеческих движений, которые могут оказаться менее эффективными или менее приспособленными для конкретных логистических задач. А роботы негуманоиды оказываются больше приспособленными к автоматизированным системам, поскольку их конструкция и функциональность четко соответствуют определенным операционным задачам и потребностям процессов логистики. Благодаря этой технологии Cdiscount увеличили емкость склада в пять раз. Производительность же, увеличилась в три-четыре раза, чем при ручном управлении.

Системы распознавания текста позволяют сканировать и распознавать текст с документов, что упрощает процесс ввода данных и повышает точность. Это особенно полезно при обработке документации, такой как накладные, счета и другие документы, связанные с поставками и оформлением заказов. При обработке изображений появится возможность распознавания и классификаций товаров на складе или в процессе доставке. Это позволит сократить время инвентаризации и упростить процесс отслеживания товаров в цепочке поставок. Голосовые системы распознавания и синтеза позволяют снизить зависимость от ручного ввода данных и обеспечить более эффективное взаимодействие с системами управления складами и транспортом. Например, с помощью голосовых команд можно осуществлять запросы о статусе заказа, маршруте доставки или о текущем состоянии складских запасов [3].

Совместное и раздельное использование данных цифровых технологий в сфере логистики также могут воссоздать новые бизнес-модели, которые отвечают современным тенденциям мира. Среди них можно выделить следующие виды, такие как:

1. Шеринговая мобильность обычно предоставляется через мобильные приложения, которые позволяют пользователям забронировать транспортное средство на определенное время и расплатиться за его использование. Такой подход позволяет сократить количество автомобилей на дорогах, уменьшить загрязнение окружающей среды и облегчить пробки в городах. Основу бизнес-модели составляет Интернет вещей. «Вещами» в данном случае становятся сами автомобили, самокаты, или даже апартаменты, которые сдаются в аренду. Жители Казахстана все больше переходят на использование самокатов для передвижения по городу. Одним из стремительно развивающихся компаний в стране отмечается компания JET, которой удалось добиться хороших результатов за 2,5 года. Так компания заработала около 24 миллиона долларов выручки, 10 миллиона привлеченных инвестиций, парк из 23 тысяч самокатов и более 20 миллиона совершенных на них поездок.

2. 5PL (Fifth Party Logistics Model) – это модель, которая включает в себя все виды деятельности, связанные с планированием, организацией и выполнением комплексного логистического решения от начала и до конца. Она включает в себя не только физические перемещения товаров и материалов, но и управление информационными потоками, такими как документация, отчеты и другие данные, связанные с логистикой. Данная модель может строиться на многих цифровых технологиях, таких как: большие данные (сбор, анализ данных), Интернет вещей (контроль товаров в режиме реального времени), искусственный интеллект (прогноз, оптимизация маршрутов, анализы рисков и др.), робототехника (выполнение погрузочно-разгрузочных работ, перемещение) и блокчейн (проверка на подлинность). Выбор конкретных технологий зависит от потребностей и возможностей каждой компании.

3. «Мобильность как услуга» (MaaS) – это концепция, которая объединяет различные виды транспорта в одну систему. Она позволяет пользователям легко и удобно перемещаться по городу или стране. Для реализации MaaS используются различные цифровые технологии,

такие как Интернет вещей, большие данные, мобильные технологии и искусственный интеллект. Эти технологии позволяют собирать и анализировать данные о поездках, оптимизировать маршруты и предоставлять персонализированные рекомендации для пользователей. Кроме того, МааS может использовать блокчейн для обеспечения безопасности транзакций и учета поездок.

4. Пулинг – организация логистических процессов, при которой с помощью онлайн-платформ участники отрасли получают доступ к агрегированной в одном месте необходимой информации для более эффективного совместного использования логистических мощностей и ресурсов. Для этого могут использоваться различные цифровые технологии, такие как искусственный интеллект, большие данные, Интернет вещей и блокчейн. Эти технологии позволяют анализировать данные о доставке, оптимизировать маршруты, обеспечивать безопасность данных и снижать затраты на логистику [4].

В заключение можно отметить, что трансформация бизнес-моделей в логистическом секторе в условиях цифровой экономики является неизбежным и необходимым процессом, так как это открывает новые возможности и перспективы для компаний. Правильное использование цифровых технологий может повысить конкурентоспособность, стимулировать рост и укрепить позиции логистических компаний на рынке. Это не просто мода, это необходимость для успешного функционирования в современном и динамичном бизнес-мире.

Список литературы

1. Афанасенко И. Д. Цифровая логистика / И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. – 269 с.
2. Национальный доклад «Рынок труда Казахстана: на пути к цифровой реальности» [ЭР] // АО «Центр развития трудовых ресурсов» – 2022. – Режим доступа: <https://iac.enbek.kz/ru/node/1451>
3. Карапеиянц Н.В., Толстых Т.О., Шкарупета Е.В. Трансформация логистических процессов в цифровой экономике. – РЕГИОН: системы, экономика, управление. – 2017. – №3(38). – С. 104-110.
4. Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты: докл. к XXII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 13–30 апр. 2021 г. / Г. И. Абдрахманова, К. Б. Быховский, Н. Н. Веселитская, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. – 239 с.

Әлеуметтік желідегі маркетинг

¹Рахметтолинова А.Т., ²Асетова А.А., ³Абзалбек Г. А.,
^{1,2} «Маркетинг және SMM» мамандығының 3 курс студенттері
³ э.ғ.м., аға оқытушы

Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Маркетинг саласында цифрлық технологияларды қолдану оның цифрлық трансформация процесін дамытуға және смм-маркетингте сауда қызметін басқаруды қайта құруға мүмкіндік береді. Сондықтан бүгінгі таңда SMM жарнамасы коммерциялық табысты басқарудың және оған қол жеткізудің ең өзекті және сұранысқа ие тәсілдерінің бірі болып табылады. Әлеуметтік медиа көптеген қызмет салалары туралы ақпаратты өз еркімен жариялайтын пайдаланушылар үшін маркетингтік зерттеулердің қуатты құралы болып табылады.

Кілт сөздер: маркетинг, инновация, SMM жарнамасы, виртуалды коммерция, әлеуметтік медиа.

Цифрлық технологияның қарқынды өсуі біздің өмір салтымызды түбегейлі өзгертті. Қазіргі таңда ғаламтор ақпаратқа қол жеткізуге және ақпаратты жылдам таратуға мүмкіндік береді. Телефон сияқты, ғаламтор әлеуметтік өзара әрекеттесу үшін байланыс құралы ретінде емес, күнделікті өмірдің бір бөлігі болу үшін дамыды. 2023 жылдың басында 5,44 миллиард адам ұялы телефондарды пайдаланады, бұл әлем халқының 68% құрайды. Бүгінде әлемде 5,16 миллиард ғаламторқолданушысы бар. Бұл дегеніміз, әлем халқының 64,4% - ы ғаламторға қол жеткізе алады. Бір жыл ішінде ғаламтор пайдаланушылардың саны 1,9% - ға өсті. 2023 жылдың басында әлеуметтік желілерде 4,76 миллиард қолданушы бар, бұл әлем халқының жалпы санының 60% - дан азын құрайды. Мұндай әлемдегі өзгеріссауда әлемінде SMM жалжытудың пайда болуына алып келді. Бүгінде әлеуметтік желілерде парақшасы жоқ компания жоқ шығар.

Ақпарат іздеу үшін адамдар ғаламторпен әлеуметтік желілерге жиі жүгінеді. Зерттеуге сәйкес, тұтынушылардың 57% - ы жаңа өнімдер немесе қызметтер туралы білу үшін брендтерді бақылайды. Сонымен қатар, тұтынушылардың 47% - ы компанияның жаңалықтарынан хабардар болу үшін пайдаланады, ал 40% - ы жеңілдіктер мен акциялар туралы білу үшін қолданады.

Сондықтан бүгінгі таңда SMM жарнамасы коммерциялық табыстың ең өзекті және сұранысқа ие тәсілдерінің бірі болып табылады. Әлеуметтік желі маркетингтік зерттеулердің қуатты құралы болып табылады, өйткені пайдаланушылар өздері, көзқарастары, қызығушылықтары, қалаулары және т.б. туралы ақпаратты өз еркімен жариялайды. Осыған байланысты жарнама берушілер өздерінің жарнамаларына қандай пайдаланушылар қызығушылық танытатынын нақты анықтай алады және өздерінің жарнамаларын профильдеріндегі ақпаратқа (жасына, жынысына, тұрғылықты жеріне және т.б.) байланысты нақты пайдаланушыларға жібере алады. Жарнаманың бұл түрі мақсатты аудиторияға бағытталған маркетинг деп аталады (ағылш. «Target» — Мақсат).

Әлеуметтік желі жарнама тиімді тұстары

– Әлеуметтік желі жарнамасы өнімдер мен қызметтер туралы ақпаратты таратудың тиімді маркетингтік құралы болып саналады. Мақсатты аудиторияға тікелей жарнамабағыттау мүмкіндігі әлеуметтік желідегі маркетингке сұраныстың айтарлықтай өсуіне әкелді. Facebook сияқты әлеуметтік медиа сайттарының көмегімен компаниялар мақсатты аудиторияны оларды тиімдірек қамту үшін әр түрлі топтарға бөле алады.

– Әлеуметтік медиа жарнамасы- бұл бизнесті алға жылжытудың өте арзан және қол жетімді әдісі. Әлеуметтік медиа жарнамалары дұрыс географиялық орналасқан жерге, қызығушылықтарына және тіпті нақты кілт сөздеріне сүйене отырып, күш жұмсамай-ақ бағыттауға мүмкіндік береді. Сондай-ақ әлеуетті тұтынушыларды тартудың және брендті дамытудың тамаша тәсілі.

– Жарнама берушілер Facebook немесе Instagram-дағы жарнама берушінің парақшасын ұнатқан адамдарға ғана жарнамаларын көрсете алады.

– Әлеуметтік медиа жарнамасы-бұл іс-шараны жарнамалаудың тамаша тәсілі. Әлеуметтік медиа жарнамаларын қолдана отырып, компания қысқа уақыт ішінде көптеген адамдарға ақпарат тарата алады.

– Әлеуметтік медиа жарнамасы-бұл клиенттерді қызықтыратын өнімдерге қатысты соңғы жаңалықтар мен жарнамалық акциялар туралы хабардар ету тәсілі. Әлеуметтік медиа жарнамалары көптеген компанияларға онлайн режимінде табыс табуға көмектесті, әлеуетті клиенттерге сатып алу үшін нарықтағы ең жаңа өнімді немесе қызметтерді ұсынды. Компания нарыққа жаңа өнімді немесе қызметті енгізген сайын, олар әдетте әлеуетті клиенттеріне хабарлау үшін әлеуметтік медиа жарнамаларын пайдаланады.

– Цифрлық технологиялардың дамуы онлайн дүкендердің пайда болуына алып келді. Ғаламтор-дүкен (ағылш. online store немесе e-shop) - Ғаламтор желісі арқылы тауарларды сататын сайт. Пайдаланушыларға онлайн, өз браузерінде немесе мобильді

қосымша арқылы сатып алуға тапсырыс жасауға, тапсырысты төлеу және жеткізу әдісін таңдауға, тапсырысты төлеуге мүмкіндік береді. Бұл ретте тауарларды сату қашықтықтан жүзеге асырылады және ол сатылатын тауарларға шектеулер қояды.

SMM саласының күрделі жақтары

– Үлкен жұмыс көлемі. Тіпті бір адамға орындау мүмкін емес. Сондықтан, егер компанияда қосымша дизайнер, PR менеджері және маркетинг-менеджер болмаса, SMM маманы қосымша жұмыс істеуі керек.

– Техникаға тәуелділік. Техникаға, оның зарядына, тұрақты Wi-Fi болуына тәуелділік пайда болады.

– Негативпен жұмыс. Аудиториямен қарым-қатынас SMM маманының міндеттеріне де кіреді. Сынға сауатты жауап беру қабілеті, сонымен бірге теріс пікірді өз есебіне қабылдамау қабілеті болуы керек.

– Қорытындылай келе цифрлық технологиялар қазіргі таңда қарқынды дамуы жаңа және тиімді маркетинг әдістеріне алып келді. Сондықтан бүгінгі таңда SMM жарнамасы коммерциялық табыстың ең өзекті және сұранысқа ие тәсілдерінің бірі болып табылады. Әлеуметтік желілердегі жарнаманың ең бастысы-мақсатты аудиторияны мүмкіндігінше дәл анықтау және мақсатты жарнама мен сапалы контент арқылы тұтынушылармен өзара әрекеттесу.

Әдебиеттер тізімі

1. Степанов А. И. Банктік ұйымдарды ілгерілетудегі digital-маркетингтің заманауи әдістері / А. И. Степанов. // Карелия ғылыми журналы. -2018. - т.7. - №2(23). - С.120 - 124.

2. Amirova D.R. Social'nyj media-marketing kak effektivnyj instrument prodvizheniya [Social media marketing as an effective promotion tool] / D.R. Amirova, O.I. Zaporozhec // Vestnik Evrazijskoj nauki [Bulletin of Eurasian Science] - 2019. -Vol.11. - No. 2. - P.3. [in Russian]

3. Электронды дереккөз: Жергілікті жарнама-болашақтың тиімді құралы. [Электронды дереккөз]. - URL: <https://clck.ru/RLLJx> (дата обращения: 07.07.2020).

Умные отели как перспектива развития инноваций в индустрии гостеприимства

А.К. Сагадиева¹, А.Ж. Нурмаганбетова²

¹студент 4-го года обучения образовательной программы «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»

²к.э.н., ассистент профессора кафедры маркетинга
aiguln71@mail.ru, aiym.sagadieva@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: С появлением технологий Интернета вещей профессионалы продолжают создавать новые и инновационные решения для умных зданий в различных секторах. Поскольку технология данного проекта сравнительно экономична и проста в установке, менеджеры и промышленники теперь выбирают ее и делают умные здания нормой. Давайте разберемся, что такое технология Интернета вещей и ее роль в создании умных отелей.

Индустрия гостеприимства всегда была в авангарде инноваций: отели постоянно ищут новые способы улучшения своих услуг и предоставления исключительных впечатлений своим гостям. По мере дальнейшего продвижения в эпоху цифровых технологий технологии «умных» отелей стали ключевым фактором перемен в этой отрасли. В этой статье мы рассмотрим некоторые из наиболее важных новых тенденций и технологий, которые призваны изменить качество обслуживания в отелях как для гостей, так и для владельцев отелей.

Ключевые слова: инновации, технологии, IoT, интернет вещей, экологичность.

Что такое Интернет вещей? IoT — это процесс, который позволяет вещам (активам) подключаться через сеть и приложения на основе датчиков для извлечения данных. Данные, извлеченные из этих активов, наиболее важны для менеджеров, поскольку они получают результаты, прогнозируют результаты и анализируют функционирование промышленности посредством обработки данных. Инновация предполагает интеграцию датчиков с активами, что автоматически упрощает управление и мониторинг в режиме реального времени. Интернет вещей как технология творит чудеса в различных секторах, особенно в индустрии интеллектуального гостеприимства, где бизнесмены теперь могут предоставлять персонализированные люксы и другие услуги в соответствии с потребностями своих клиентов. Несколько примеров устройств включают такие устройства, как Amazon, Alexa или Google home, установленные в автоматизированном домашнем пространстве. Известно, что умные здания, оснащенные устройствами и приложениями интонационного характера, в основном выигрывают от повышения эффективности, экономичности, прибыльности и удовлетворенности клиентов. Для гостиничной индустрии стало благом внедрение технологии в свои услуги и удовлетворение потребностей растущего населения.

Давайте дальше разберемся, что такое умные отели и другие их вертикали. Умное гостиничное решение — это оптимизированная система управления отелем, которая эффективно дает результаты на основе решений на базе этого процесса. В умном отеле интегрированы устройства, подключенные к Интернету вещей, которые повышают качество обслуживания гостей, персонализированные услуги и автоматизацию. Индустрия гостеприимства предоставляет множество возможностей для использования автоматизированных решений для улучшения умных гостиничных номеров. Интеграция технологий IoT обеспечивает удобство для гостей и обеспечивает комфорт более высокого уровня.

Что данная инновация принесет отелям? Основная цель умного отеля — предоставить гостям индивидуальный подход и обеспечить больший контроль над окружающей средой. Для гостиничных промышленников, когда посетители останавливаются в умном номере, они получают удобные возможности контролировать и автоматизировать настройки номера по своему выбору. Процесс предоставляет владельцам отелей технологию «умных номеров», позволяющую связывать между собой различные аспекты, например, умные гаджеты, а новаторы постоянно совершенствуют свой бизнес.

Улучшенное обслуживание Интеграция технологий с гостиничным бизнесом для разработки «умных» номеров позволяет улучшить обслуживание помещений и повысить экономическую эффективность. Использование сенсорных устройств на базе является одним из основных преимуществ умных гостиничных номеров, которое положительно влияет на комфорт гостей и общее удобство. Решения Интернета вещей предоставляют клиентам индивидуальные возможности, такие как автоматическое освещение помещений, контроль температуры, благоприятная атмосфера и многое другое. Это обеспечивает максимальный индивидуальный подход к гостям, обеспечивая стандартный уровень жизни. Кроме того, компания обеспечивает удаленное управление через работающие интеллектуальные устройства, которые соединяются с активами через Интернет. «Умные» номера и комфорт для гостей Гостиничная индустрия процветает быстрыми темпами благодаря интеграции решений на базе инновации, которые обеспечивают «умные» номера для лучшего обслуживания гостей. Использование технологии также повышает безопасность за счет интеграции таких функций безопасности, как интеллектуальные замки. Вместо ключей от номера клиентам предоставляются интеллектуальные дверные замки, которые дополнительно подключаются к их мобильным телефонам через безопасные приложения. Это обеспечивает плавную систему блокировки и разблокировки, тем самым обеспечивая повышенную защиту ваших вещей. Экологичность умных помещений Сенсорные устройства с поддержкой этого объекта произвели революцию в работе гостиничной индустрии. Он объединяет отели с непревзойденным потенциалом для повышения

устойчивости. Датчики обнаруживают свободные помещения и автоматически вносят энергоэффективные корректировки для экономии энергии. Это позволяет затемнять освещение в помещении, выключать вентиляторы или кондиционеры, изменять температуру по мере необходимости. Это потенциально способствует эффективному управлению ресурсами, обеспечивающему энергосбережение. Другие датчики, такие как детекторы уровня воды или мониторы утечек, помогают контролировать уровень воды в более широких аспектах. Это эффективно обеспечивает экономию средств для предприятий и экономит эксплуатационные расходы. Индивидуальный опыт Услуги на базе Интернета вещей в гостиничном бизнесе обеспечивают персонализированный опыт для клиентов благодаря эффективной взаимосвязи. Использование Интернета вещей также обеспечивает функцию расширенной аналитики, которая записывает данные клиентов и позволяет менеджерам предоставить их при следующем посещении. Это позволяет властям отеля отслеживать и анализировать предпочтения клиентов, и действовать соответствующим образом. Следовательно, это оказывает гораздо больший эффект на коэффициент удержания клиентов, тем самым повышая продуктивность бизнеса.

Spark Innovation, глобальный центр передового опыта в сфере инноваций в сфере гостеприимства в Les Roches, предоставляет такие ресурсы, как исследовательские возможности и учебные программы для студентов и специалистов гостиничного бизнеса, чтобы оставаться на шаг впереди технологической кривой. Сочетая степень бакалавра в области гостиничного менеджмента или степень магистра в области инноваций с ресурсами, предлагаемыми Spark, студенты учатся, знакомясь с реальными инновациями, вдохновляя их на разработку идей и решений, одновременно побуждая их творчески и критически мыслить о проблемах, стоящих перед сектором. Это может привести к новым достижениям в отрасли и помочь гарантировать, что следующее поколение профессионалов гостиничного бизнеса будет оснащено для удовлетворения растущих потребностей отрасли. Вот некоторые гостиничные тенденции 2023 года, которые будут формировать отрасль:

1. Бесконтактные платежи.

Это одна из наиболее значимых тенденций в сфере гостиничных технологий. Эта технология обеспечивает более быстрый, удобный и безопасный процесс оплаты для гостей, а также позволяет отелям повысить безопасность и снизить зависимость от наличных денег. Бесконтактные платежи не ограничиваются только картами: носимые устройства и мобильные кошельки становятся популярными.

2. Роботы гостиницы.

Гостиничные роботы — это автоматизированные системы, предназначенные для улучшения качества обслуживания гостей и повышения эффективности отеля. Они могут выполнять такие задачи, как доставка еды и напитков в номер, помощь гостям при регистрации заезда и выезда, предоставление информации и рекомендаций, уборка номеров и даже смешивание, и подача напитков, как робот-подставка для напитков.

3. Чат-боты.

Чат-боты стали стандартом на веб-сайтах многих отелей и используют искусственный интеллект и обработку естественного языка для общения с гостями и предоставления информации и помощи. Они могут выполнять такие задачи, как ответы на часто задаваемые вопросы, бронирование столиков в ресторанах, бронирование номеров и предоставление рекомендаций. Чат-боты предоставляют гостям удобный, круглосуточный и доступный способ взаимодействия с отелями, снижая нагрузку на персонал и улучшая качество обслуживания гостей.

4. Виртуальные туры по отелям.

Туры в виртуальной реальности (VR) по отелям позволяют потенциальным гостям изучить отель и его удобства в виртуальной среде перед бронированием. Они предоставляют гостям уникальные интерактивные впечатления, позволяя им увидеть декор, удобства и окрестности отеля так, как это невозможно с помощью фотографий или видео. VR-туры

также позволяют отелям демонстрировать свою недвижимость более захватывающим и запоминающимся способом.

5. Мобильная регистрация.

Мобильная регистрация позволяет гостям зарегистрироваться и покинуть отель с помощью своих мобильных устройств. Гости могут обойти традиционные очереди на регистрацию и завершить процесс из любого места и в любое время, используя смартфоны или планшеты. Мобильная регистрация обеспечивает более удобный опыт для гостей и более оптимизированный процесс для отелей.

6. Автоматизация услуг.

Отели могут использовать автоматизацию обслуживания для таких аспектов обслуживания гостей, как заказ обслуживания номеров, бронирование услуг и предоставление информации. Эта технология включает в себя чат-боты, мобильные приложения и другие цифровые инструменты, которые помогают оптимизировать операции, повысить эффективность и обеспечить большое удобство.

7. Технология распознавание лиц.

Технология распознавания лиц в отелях использует биометрические системы для идентификации гостей и оптимизации процессов, таких как регистрация, доступ в номер и оплата. Передовые алгоритмы сопоставляют лицо гостя с идентификационной информацией, обеспечивая более удобный, безопасный и эффективный опыт.

8. Искусственный интеллект (ИИ).

Алгоритмы машинного обучения могут автоматизировать аспекты обслуживания гостей и работу отеля. Сюда входят чат-боты, голосовые помощники, прогнозная аналитика и инструменты персонализации, которые помогают оптимизировать процессы, повысить эффективность и обеспечить более персонализированный опыт для гостей. ИИ может снизить нагрузку на персонал за счет снижения рабочей нагрузки, повышения вовлеченности гостей и предоставления ценных данных, которые помогут отелям улучшить свою деятельность.

Отели все чаще используют роботизированные технологии для улучшения работы и улучшения качества обслуживания гостей. От регистрации до оформления заказа роботы играют все более важную роль в индустрии гостеприимства. История роботов в индустрии гостеприимства восходит к началу 2000-х годов, когда первый в мире роботконсьерж был представлен в отеле Aloft в Купертино, Калифорния. В 2014 году компания Aloft запустила свою службу роботов-дворецкого, известную как Botlr. Роботы предназначены для доставки предметов в номера, включая полотенца, туалетные принадлежности и другие удобства. Гости также могут использовать роботов, чтобы заказать услуги по уборке или переработать ненужные предметы. Результаты были впечатляющими. Botlr помог сократить время ожидания гостей и повысить эффективность уборки номеров. Кроме того, гости постоянно оставляют положительные отзывы об услуге, отмечая удобство и дружелюбное поведение роботов. Совсем недавно в отеле появился робот по имени дворецкий ALO. ALO круглосуточно доставляет в номера гостей вещи, включая полотенца, туалетные принадлежности и бесплатные закуски. Результаты были впечатляющими. Гости положительно отреагировали на удобство круглосуточного доступа к обслуживанию номеров, а отель сообщил о значительном сокращении затрат на рабочую силу. Кроме того, роботы помогли улучшить показатели удовлетворенности гостей, обеспечив неизменно высокий уровень обслуживания. С тех пор список поставщиков робототехнических решений для отелей, в котором сейчас доминируют такие компании, как Relay Robotics, KEENON Robotics, Pudu Robotics, RichTech Robots и Bear Robotics, увеличился в геометрической прогрессии, равно как и использование роботов в отелях по всему миру.

Сегодня роботы используются в различных отделах отелей, включая службу уборки номеров, продуктов питания и напитков и даже службы безопасности. Преимуществ использования роботов в гостиничном бизнесе множество. Роботы могут помочь повысить эффективность работы за счет автоматизации задач, которые обычно выполняются вручную.

Они также могут помочь улучшить качество обслуживания гостей, предоставив более персонализированное обслуживание. Кроме того, роботы могут помочь сократить расходы и сэкономить время. Например, роботы-камердинеры могут парковать автомобили для гостей, а роботы-консьержи могут предоставлять информацию об отеле и его удобствах. Роботы вообще не нуждаются в перерывах и при необходимости могут работать круглосуточно. Это означает, что они могут работать больше смен и высвободить сотрудников для других задач. Для гостей преимущества в основном связаны с удобством. Например, во многих отелях теперь есть роботы, которые могут доставлять еду и другие удобства в номера. Это избавляет от необходимости стоять в очереди на стойке регистрации или общаться с другими людьми. Проблем и препятствий, связанных с роботами в отелях, также много. Одной из самых больших проблем является стоимость внедрения и обслуживания роботизированной инфраструктуры. Еще одной проблемой является отсутствие стандартизации. Общеотраслевых стандартов для гостиничных роботов не существует, что затрудняет сравнение и выбор подходящего робота для своих нужд. Наконец, существует проблема общественного восприятия. Некоторые люди могут рассматривать роботов как угрозу для рабочих мест. Другие могут рассматривать их как неприятность.

Алгоритмы машинного обучения могут автоматизировать аспекты обслуживания гостей и работу отеля. Сюда входят чат-боты, голосовые помощники, прогнозная аналитика и инструменты персонализации, которые помогают оптимизировать процессы, повысить эффективность и обеспечить более персонализированный опыт для гостей. ИИ может снизить нагрузку на персонал за счет снижения рабочей нагрузки, повышения вовлеченности гостей и предоставления ценных данных, которые помогут отелям улучшить свою деятельность. Это будущее нашей страны.

Список литературы

1. [Инновации в гостиничном бизнесе] Майк Питерс 115-123 с.
2. <https://youtu.be/NuYVio0hU9g?si=qi-FfbjOYudiHBv6>
3. [Малый бизнес от иллюзий к успеху] Майкл Гербер 97-124 с
4. [Инноваций и предпринимательство] интернациональный научный журнал 20-30 с.
5. [Автоматическое общество, 2019] Бернар Стиглер 35-60 с.

Цифровые решения в развитии креативного туризма на примере г. Караганды

А.Ж. Садуов¹, А.Н. Мауленкулов²
¹д.э.н., профессор кафедры маркетинга
²Студент 4 курса ОП «Туризм»
saduoovaj@mail.ru, gaijordon@gmail.com

^{1,2}Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В эпоху цифровых технологий креативный туризм претерпевает значительные изменения, становясь более доступным и индивидуализированным. Эта статья исследует, как цифровизация влияет на креативный туризм, включая использование виртуальной и дополненной реальности, социальных медиа, и мобильных приложений для улучшения туристического опыта. Особое внимание уделяется тому, как эти технологии позволяют туристам глубже погружаться в культурный и творческий контекст мест, которые они посещают, предоставляя более глубокое и персонализированное взаимодействие с местными сообществами и культурой.

Ключевые слова: Цифровизация туризма, креативный туризм, виртуальная реальность в туризме, дополненная реальность, социальные медиа и туризм, мобильные приложения для

туризма, культурный туризм, устойчивый туризм, инклюзивный туризм, инновации в туризме.

Туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики. В современных условиях, характеризующихся глобализацией и цифровизацией, все большее значение приобретают креативные формы туризма, ориентированные на удовлетворение потребностей туристов в культурном и творческом познании мира. Креативный туризм - это вид туризма, основанный на использовании культурного и творческого потенциала территории для привлечения туристов. Он включает в себя различные виды деятельности, связанные с искусством, музыкой, театром, кино, литературой, дизайном, архитектурой, историей и культурой.

Цифровые технологии играют все более важную роль в развитии креативного туризма. Они позволяют создавать новые формы туристских продуктов и услуг, повышать эффективность управления туристическими потоками, а также расширять возможности взаимодействия туристов с туристскими объектами. В современном мире цифровизация становится все более важной тенденцией. Технологии блокчейна могут использоваться для создания защищенных систем бронирования и оплаты услуг, а также для повышения прозрачности и эффективности взаимодействия между участниками рынка креативного туризма. Она затрагивает все сферы жизни общества, в том числе и туризм. Креативный туризм, как один из наиболее динамично развивающихся видов туризма, также не остается в стороне от этого процесса. Креативный туризм, который подразумевает активное участие туристов в культурной жизни местности, также не остался в стороне от этого тренда.

Цифровые решения могут помочь в развитии креативного туризма, предоставляя новые возможности для взаимодействия и обмена информацией [1].

Искусственный интеллект может играть ключевую роль в развитии креативного туризма, помогая в анализе данных и предоставлении персонализированных рекомендаций. Это может помочь туристам найти интересующие их мероприятия и места, а также улучшить их общий опыт путешествия. Маркетинг и продвижение. Цифровые технологии позволяют эффективно продвигать креативный туризм, создавая привлекательный образ направления и его объектов. Для этого используются такие инструменты, как социальные сети, онлайн-платформы для бронирования, видеоролики, виртуальные туры и другие.

Планирование и организация туров. Цифровые технологии позволяют туристам самостоятельно планировать и организовывать свои путешествия, выбирая подходящие объекты и мероприятия. Для этого используются такие инструменты, как онлайн-карты, путеводители, рейтинги и отзывы.

Предоставление услуг. Цифровые технологии позволяют туристическим компаниям и организациям предоставлять более качественные и персонализированные услуги. Для этого используются такие инструменты, как мобильные приложения, системы бронирования, программы лояльности и другие.

Цифровые платформы, такие как социальные сети, мобильные приложения и веб-сайты, стали важными инструментами для продвижения креативного туризма. Они предоставляют платформу для обмена информацией, общения и взаимодействия между туристами и местными жителями. Эффективное использование цифрового маркетинга и социальных сетей способствует увеличению видимости креативных туристических направлений. Контент-маркетинг, включающий блоги, видео, подкасты и инфографику, способствует привлечению внимания и интереса туристов.

Виртуальная и дополненная реальность технологии виртуальной и дополненной реальности могут предложить уникальные возможности для креативного туризма. Они могут позволить туристам исследовать исторические места и культурные достопримечательности в виртуальном пространстве, предоставляя им более глубокое понимание истории и культуры местности. Искусственный интеллект может играть ключевую роль в развитии креативного туризма, помогая в анализе данных и предоставлении персонализированных рекомендаций.

Это может помочь туристам найти интересующие их мероприятия и места, а также улучшить их общий опыт путешествия.

Технологии виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR) открывают новые горизонты для креативного туризма. Они позволяют создавать уникальные, погружающие впечатления, которые могут дополнить или даже заменить традиционные туристические посещения.

Целью данной статьи является анализ возможностей использования цифровых решений для развития креативного туризма на примере г. Караганда.

Использование цифровых технологий может способствовать повышению привлекательности Караганды для туристов. Цифровые решения могут быть использованы для следующих целей: Создание новых туристических продуктов и услуг. Цифровые технологии позволяют создавать новые формы туристских продуктов и услуг, ориентированных на креативные интересы туристов. Например, в Караганде можно создать виртуальные экскурсии по музеям и галереям, онлайн-курсы по искусству и культуре, а также цифровые образовательные программы для детей и молодежи.

Повышение эффективности управления туристическими потоками. Цифровые технологии позволяют собирать и обрабатывать данные о туристических потоках, что может быть использовано для повышения эффективности управления туристическим бизнесом. Например, в Караганде можно использовать цифровые решения для прогнозирования спроса на туристские услуги, оптимизации маршрутов движения туристов, а также для повышения качества обслуживания туристов.

Расширение возможностей взаимодействия туристов с туристскими объектами. Цифровые технологии позволяют создавать новые формы взаимодействия туристов с туристскими объектами. Например, в Караганде можно использовать цифровые решения для организации онлайн-трансляций культурных мероприятий, проведения виртуальных мастер-классов и семинаров, а также для создания интерактивных музейных экспозиций.

В настоящее время в Караганде уже предпринимаются некоторые шаги по использованию цифровых технологий для развития креативного туризма. Например, в городе действует онлайн-платформа «Караганда Арт», которая объединяет различные культурные организации и арт-проекты.[2] Кроме того, в городе активно развивается IT-индустрия, что создает предпосылки для создания новых цифровых решений для туризма.

Для дальнейшего развития креативного туризма в Караганде необходимо принять следующие меры:

- Разработать стратегию развития креативного туризма. Такая стратегия должна определить приоритетные направления развития креативного туризма в городе, а также механизмы реализации этих направлений.

- Создать единую цифровую платформу для туризма. Такая платформа должна объединить различные туристские ресурсы города, включая объекты культуры, достопримечательности, а также туристские услуги.

- Стимулировать развитие IT-индустрии в сфере туризма. Это позволит создавать новые цифровые решения для туризма, которые будут способствовать повышению привлекательности города для туристов.

- Использование цифровых технологий может стать эффективным инструментом для развития креативного туризма в Караганде. Цифровые решения могут способствовать созданию новых туристических продуктов и услуг, повышению эффективности управления туристическими потоками, а также расширению возможностей взаимодействия туристов с туристскими объектами.

- Для дальнейшего развития креативного туризма в Караганде необходимо принять соответствующие меры, направленные на разработку стратегии развития креативного туризма, создание единой цифровой платформы для туризма и стимулирование развития IT-индустрии в сфере туризма. Цифровые решения в развитии креативного туризма на примере г. Караганда

Цифровые решения могут играть ключевую роль в развитии креативного туризма. Они предоставляют новые возможности для создания инновационных туристических продуктов и услуг, улучшения взаимодействия с туристами и увеличения привлекательности туристических объектов. Город Караганда является прекрасным примером того, как можно использовать эти возможности для развития креативного туризма. Однако для успешной реализации таких проектов необходимо учесть ряд факторов, включая потребности и предпочтения туристов, доступность и надежность цифровых технологий, а также способность местных сообществ и организаций адаптироваться к новым технологиям. Цифровые технологии являются важным фактором развития креативного туризма. Они позволяют расширить доступ к информации о креативных объектах и мероприятиях, сделать процесс бронирования и оплаты услуг более удобным и простым, а также создать новые форматы взаимодействия туристов с креативными индустриями. В будущем можно ожидать дальнейшего развития использования цифровых технологий в креативном туризме, что сделает этот вид туризма более доступным, разнообразным и привлекательным для туристов. Креативный туризм - это вид туризма, основанный на посещении и изучении объектов и мероприятий, связанных с креативными индустриями. Креативные индустрии - это отрасли, которые производят товары и услуги, основанные на творчестве, интеллекте и таланте. К ним относятся, в частности, туризм, искусство, музыка, дизайн, мода, архитектура, кинематограф, издательское дело, новые медиа и другие.

Список литературы

1. Способы продвижения туристического продукта / Электронный ресурс/
<https://waterservice-dmitrov.ru/sposoby-prodvizeniya-turisticseskogo-produkta> [Дата обращения: 10 ноября , 2023]
2. В Караганде презентовали креативную индустрию и открыли новый мурал / Электронный ресурс/
<https://artofher.kz/v-karagande-prezentovali-kreativnuju-industriju-i-otkryli-novyj-mural/> [Дата обращения: 21 ноября, 2023]

Маркетинг в эпоху цифровой экономики

А.А Сейпілова

магистрант 1–го года обучения по специальности “Управление проектами”
aseypilova@internet.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: Статья освещает трансформацию маркетинга в эпоху цифровой экономики, где бизнес, потребители и технологии тесно переплетаются. Она рассматривает эволюцию маркетинга от производственно-ориентированных подходов до персонализированного и цифрового маркетинга. Внимание уделяется изменениям во взаимодействии компаний с клиентами, использовании новых технологий, таких как большие данные, AI, социальные медиа, VR/AR, и их влиянию на маркетинговые стратегии. Обсуждаются как возможности, так и вызовы, связанные с цифровой трансформацией, включая защиту данных, глобальный доступ и конкуренцию. Автор исследует, как маркетологи и компании адаптируются к этим изменениям, чтобы оставаться конкурентоспособными в быстро меняющемся цифровом мире.

Ключевые слова: цифровая экономика, трансформация маркетинга, социальные медиа, большие данные, искусственный интеллект, персонализация, цифровые технологии.

В эпоху, когда технологии развиваются с невероятной скоростью, цифровая экономика представляет собой новый ландшафт, в котором бизнес, потребители и технологии переплетаются как никогда ранее. Цифровая экономика — это не просто экономика,

основанная на цифровых технологиях; это переосмысление традиционных экономических моделей и маркетинговых подходов в контексте этих технологий. Цифровая экономика преобразовывает способы, которыми компании взаимодействуют с клиентами, предлагают продукты и услуги, а также адаптируются к изменениям рынка.

Например, социальные медиа изменили не только то, как бренды взаимодействуют с потребителями, но и саму природу маркетинговых сообщений. Раньше компании полагались на одностороннюю коммуникацию через традиционные медиа, такие как телевидение и печатные издания. Сегодня же, благодаря платформам, таким как Instagram и Twitter, бренды и потребители взаимодействуют напрямую и двусторонне, что позволяет создавать более глубокие и значимые отношения.

Эта трансформация порождает важные вопросы: Как изменились маркетинговые стратегии в новой цифровой среде? Какие возможности и вызовы представляет собой цифровая эра для маркетологов? Ответы на эти вопросы не только помогут понять текущие тенденции, но и определят пути развития маркетинга в будущем.

Субъект исследования - это маркетологи и компании, которые активно участвуют в процессе цифровой трансформации. Мы сосредоточим внимание на том, как эти игроки рынка адаптируют и изменяют свои стратегии и тактики в ответ на цифровые вызовы.

Объект исследования - это сам процесс трансформации маркетинговых стратегий и подходов в условиях цифровой экономики. В частности, мы рассмотрим изменения во взаимодействии с клиентами, применении новых технологических инструментов и данных для повышения эффективности маркетинга.

Методы: Изучение существующих исследований и публикаций, анализ трендов и прогнозов

В этой статье мы рассмотрим ключевые аспекты трансформации маркетинга в цифровую эпоху, анализируя, как новые технологии и подходы к данным меняют правила игры. Мы исследуем, как компании адаптируют свои стратегии для удовлетворения меняющихся потребностей и ожиданий клиентов, и какие новые возможности открываются перед ними в этом быстро изменяющемся мире.

В начале 20-го века маркетинг был сосредоточен вокруг производственных возможностей. Успех брендов определялся их способностью массово производить товары. С улучшением производственных процессов внимание перешло к качеству продукции. Маркетинговые усилия фокусировались на подчеркивании качества и характеристик продукта. В середине 20-го века с усилением конкуренции маркетинг стал акцентироваться на продажах и рекламе, стараясь убедить потребителей в необходимости покупки.

Позднее возникла идея, что успех компании должен быть основан на понимании потребностей и желаний клиентов, а не только на способности продавать продукт. Появление телевидения и радио открыло новые возможности для рекламы и продвижения продуктов. Во второй половине 20-го века начало развития компьютерных технологий и баз данных привело к появлению более целенаправленного и персонализированного маркетинга. В преддверии 21 века, с развитием интернета, маркетинг начал переходить к более цифровым формам, что заложило основу для современных стратегий цифрового маркетинга. [1]

Сбор и анализ данных стали ключевыми элементами в разработке маркетинговых стратегий, предвещая эру больших данных и цифровой персонализации.

Большие данные изменили способ, которым маркетологи понимают своих клиентов. От демографических данных до поведенческих инсайтов, объем и разнообразие данных позволяют компаниям принимать более обоснованные решения. С помощью аналитических инструментов компании теперь могут извлекать значимые инсайты из данных, предсказывать поведение потребителей и оптимизировать свои маркетинговые стратегии. Автоматизация превратила многие маркетинговые процессы, такие как email-маркетинг, управление социальными медиа и таргетированная реклама, в более эффективные и масштабируемые.

Интеграция различных маркетинговых технологий (MarTech) обеспечивает более согласованное и автоматизированное взаимодействие с клиентами на всех этапах покупательского пути. Персонализация означает, что маркетологи могут обращаться к клиентам с учетом их уникальных предпочтений и истории взаимодействий. Это включает в себя персонализированные рекламные объявления, предложения и контент. Персонализация помогает улучшить пользовательский опыт, повышает удовлетворенность клиентов и их лояльность к бренду.

Многие компании используют AI для анализа больших данных о клиентах, что позволяет создавать более персонализированные рекламные кампании. Например, Netflix использует алгоритмы для рекомендации контента, основываясь на предыдущих просмотрах пользователей. [2]

Бренды сотрудничают с популярными блогерами и знаменитостями в социальных сетях для продвижения своих товаров или услуг. Такой подход позволяет достичь большой аудитории и повысить доверие к бренду. Некоторые компании используют VR и AR для предоставления уникального опыта покупателям. Например, ИКЕА создала приложение, позволяющее пользователям «разместить» мебель в своем доме перед покупкой. Видеоконтент, адаптированный под конкретного пользователя, становится все более популярным. Такие видео могут включать элементы, меняющиеся в зависимости от предпочтений или действий пользователя.

Многие компании используют чат-ботов для автоматизации общения с клиентами и предоставления мгновенной поддержки. Это повышает уровень обслуживания клиентов и снижает затраты на персонал. Использование блокчейна для прозрачности и безопасности, например, в рекламных кампаниях, где блокчейн может обеспечить прозрачность распределения бюджета и отслеживания результатов. [3]

Цифровые каналы предоставляют потребителям больше информации и возможностей для сравнения и выбора. Это приводит к более осознанным и требовательным покупательским решениям. В эпоху цифровизации отзывы клиентов стали невероятно важными. Положительные отзывы могут значительно повысить репутацию бренда, в то время как негативные отзывы могут быстро распространяться и наносить ущерб.

Компании создают интерактивные платформы, такие как форумы или сообщества, для поощрения взаимодействия с клиентами и между ними. Это способствует созданию сильного сообщества вокруг бренда. Цифровые каналы позволяют компаниям быстро получать отзывы от клиентов и оперативно реагировать на проблемы, тем самым улучшая качество обслуживания и удовлетворенность клиентов.

Цифровизация привела к развитию новых моделей продаж, таких как подписка, которая позволяет компаниям предоставлять свои продукты и услуги в более гибком и удобном для клиентов формате. В условиях повсеместного доступа к информации компании стали более прозрачными и открытыми в своих действиях, что усиливает доверие со стороны клиентов.

Вызовы	Возможности
Постоянное изменение технологий	Персонализация
Защита данных и приватности	Глобальный доступ
Интеграция множества каналов	Интерактивность и обратная связь в реальном времени
Понимание и анализ больших данных	Доступность инструментов аналитики и метрик
Высокая конкуренция	Социальные сети как платформы для взаимодействия

Рисунок 1. Основные вызовы и возможности цифрового маркетинга
Примечание – источник [2]

Одним из главных вызовов является необходимость постоянно адаптироваться к быстро меняющимся технологиям и трендам в цифровом маркетинге. Это требует постоянного обучения и инноваций.

В эпоху цифровизации вопросы безопасности данных и приватности становятся все более актуальными. Маркетологам необходимо соблюдать законодательные и этические нормы при обработке данных клиентов.

Цифровой мир повышает уровень конкуренции, так как позволяет малым компаниям и стартапам конкурировать с крупными брендами на равных.

Цифровой маркетинг открывает доступ к глобальной аудитории, позволяя брендам быстро и легко расширять свое присутствие на международных рынках.

С ростом использования голосовых помощников, таких как Siri, Alexa и Google Assistant, маркетинг будет адаптироваться к оптимизации для голосового поиска и взаимодействия. Учитывая растущее осознание экологических проблем, бренды будут акцентировать внимание на устойчивости и экологичности как части своей маркетинговой стратегии.

В дополнение к этому, наступление эры искусственного интеллекта и машинного обучения открывает новые горизонты для персонализации и предсказательного анализа. Использование алгоритмов для глубокого изучения предпочтений и поведения потребителей позволяет маркетологам предвидеть потребности клиентов даже до того, как они их осознают, создавая возможности для гипер-таргетирования и автоматизации взаимодействия с клиентами.

В этом новом десятилетии, когда цифровая экономика неизбежно будет интегрироваться в каждый аспект нашей жизни, ключевым станет разработка гибких маркетинговых стратегий, которые могут быстро адаптироваться к постоянно изменяющемуся цифровому ландшафту. Подлинное взаимодействие с клиентами, укрепление доверия через прозрачность и использование технологий для улучшения клиентского опыта станут решающими факторами успеха в цифровой экономике.

Основные выводы из статьи:

– Маркетинг перешел от производственно-ориентированных подходов к персонализированному и цифровому маркетингу, что подчеркивает важность адаптации к меняющимся потребностям и ожиданиям клиентов.

– Новые технологии, такие как большие данные, AI, социальные медиа, VR/AR, играют ключевую роль в формировании современных маркетинговых стратегий, предоставляя компаниям инструменты для более глубокого понимания и взаимодействия с клиентами.

– Цифровизация маркетинга представляет собой как вызовы, так и возможности. Ключевыми аспектами являются защита данных, глобальный доступ, персонализация, и интеграция различных каналов коммуникаций.

– Перспективы развития маркетинга включают углубленное использование искусственного интеллекта и машинного обучения для персонализации, а также интеграцию этих технологий в повседневные аспекты бизнеса и взаимодействия с клиентами.

Список литературы

1. Инновационный маркетинг Комарова М.С– 2023/Электронный ресурс/<https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-marketing-5/viewer>

2. Информационные технологии в маркетинге Хабаров В.И – 2023 /Электронный ресурс/<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50244802>

3. Новый уровень интернет-маркетинга: роль инноваций в достижении успеха Порошина В.И-2023/Электронный ресурс/ https://apni.ru/media/ai_41_1_2023.pdf#page=54

Теоретические аспекты формирования и развития цифровых экосистем

Л.В. Ташенова¹, А.В. Бабкин², Б.Ш. Кульжамбекова³

¹к.э.н., ассоциированный профессор, директор Института исследований цифровой экономики

²д.э.н., профессор, профессор Высшей инженерно-экономической школы

³докторант 2-го года обучения ОП «8D04101-Экономика», МНС Института исследований цифровой экономики

larisatash_88@mail.ru, al-vas@mail.ru, birnoshik@mail.ru

^{1,3} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда,

² Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург

Аннотация: Цифровые экосистемы предприятий являются основой цифровой экономики. В статье рассматривается концепция цифровых экосистем, описываются предпосылки их возникновения, исследуются особенности их создания и развития. Рассмотрены ключевые участники цифровых экосистем, с отведением важной роли основной компании-оркестратору. Описаны основные признаки цифровых платформ и цифровых экосистем. Приведены три подхода к формированию цифровых экосистем: развитие собственных сервисов, приобретение сторонних компаний и заключение партнерских соглашений.

Ключевые слова: цифровая экосистема, цифровая платформа, технологии, создание ценности.

В настоящее время в цифровой экономике важное значение приобретает развитие и внедрение инновационных форм производства, цифровизация производственных процессов и формирование новых подходов к сотрудничеству с конкурентами [1; 2]. Так как совместные усилия участников рынка позволят компаниям создавать новые способы предоставления ценности для потребителей. В связи с этим, цифровая экосистема становится взаимовыгодной формой сотрудничества бизнес-организаций.

Впервые термин «экосистема» был введен в 1935 году ученым-ботаником А. Тенсли, и представлял собой совокупность элементов окружающей среды и живых организмов, которые взаимодействуют между собой, эволюционируют и адаптируются к внешним изменениям в среде. Затем в 1993 г. данное понятие из биологии перешло в область экономики и менеджмента в работе исследователя Дж. Ф. Мура «Хищники и жертвы. Новая экология конкуренции», охарактеризовавшем бизнес-экосистему в виде экономического сообщества, заинтересованных участников рынка: производителей, поставщиков, конкурентов и потребителей [3]. Благодаря взаимодействию в экосистеме бизнес-организации могут совместными усилиями разрабатывать, внедрять инноваций, производить новые товары и услуги, удовлетворяющие потребности клиентов.

Цифровая экосистема представляет собой цифровое пространство, где пользователям через представленные на платформе сервисы, предоставляются разнообразные продукты/услуги в рамках единого бесшовного процесса. В цифровую экосистему может входить большое количество взаимодействующих компаний, которые не управляются вертикальной иерархической властью. Отличительной характеристикой цифровых экосистем является объединение посредством платформ различных продуктов/услуг, что создает дополнительную ценность для участников экосистемы в виде возможности пользования сразу несколькими из них, что очень удобно и/или финансово привлекательно. Таким образом, цифровые экосистемы формируют ценность для своих клиентов в рамках не отдельных продуктов, а путем совместного создания ценности всеми заинтересованными сторонами.

Современные компании осознают, что в условиях быстро меняющейся экономической среды трудно достичь лидирующих позиций в одиночку. Формирование цифровых

экосистем становится ключевой частью стратегии роста и выживания. Стремление бизнес-организаций обеспечить более широкий доступ к своим продуктам и услугам и необходимость устранения географических барьеров способствуют формированию глобальных цифровых экосистем.

В современной бизнес-среде успешному формированию и функционированию цифровых экосистем послужили предпосылки в виде следующих ключевых аспектов: [4; 9].

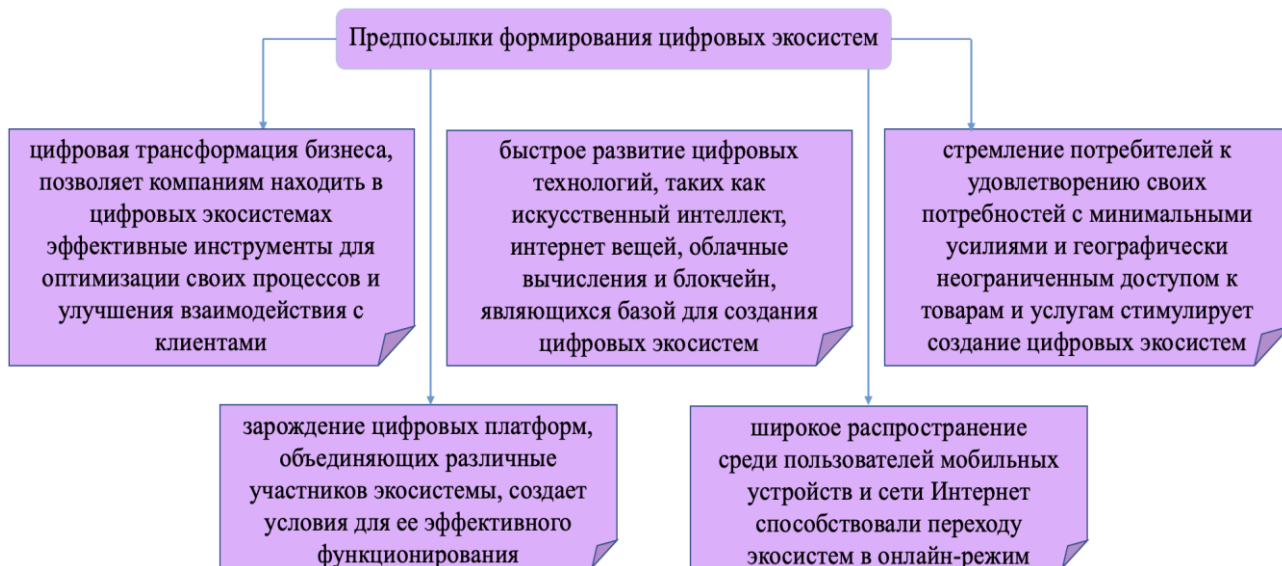


Рисунок 1. Предпосылки формирования цифровых экосистем

Примечание – составлено авторами

Таким образом, создаются условия для эффективного развития и функционирования цифровых экосистем, способствующие взаимодействию различных участников на основе современных цифровых технологий [6; 7]. Цифровая экосистема функционирует во многих рыночных сегментах и удовлетворяет различные потребности клиентов. Организации, сотрудничая в рамках экосистемы, взаимодействуют между собой, взаимно влияют на свой рост и создают условия для взаимной поддержки, что в конечном итоге приводит к росту и развитию всей экосистемы.

В экосистеме можно выделить четыре основные роли, представленные основной компанией (иногда называемой оркестратором, организатором, оператором и т.д.), поставщиками, компаниями-комплементорами и пользователями. Эти категории участников играют ключевые функциональные роли в системе, обеспечивая ее сбалансированное и эффективное функционирование. Схематичное представление этих ролей в экосистеме отражено на рисунке 2.

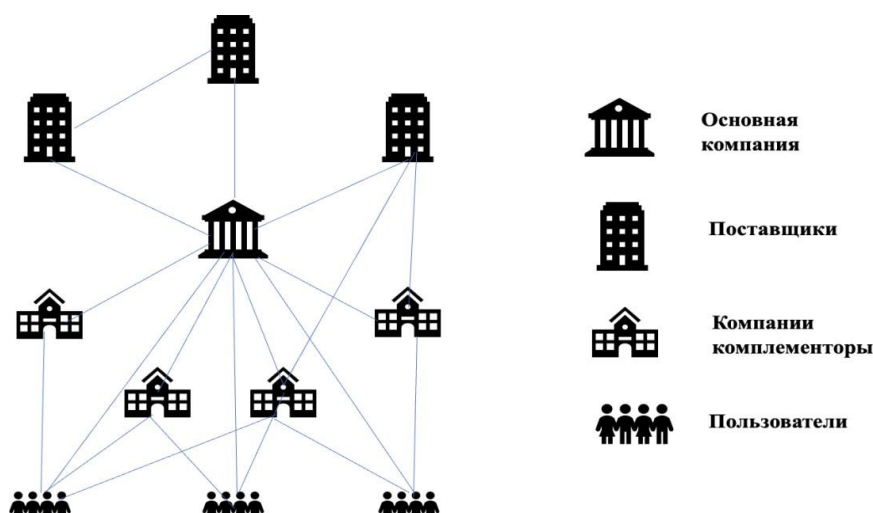


Рисунок 2. Роли в цифровых экосистемах

Примечание – источник [8]

Основная компания – организатор играет ключевую роль в экосистеме, так как она разрабатывает стратегию развития, приглашает других участников, устанавливает стандарты и правила участия, а также выступает в роли арбитра при возникновении конфликтов. Она представляет собой важнейшую часть экосистемы, так как на себя принимает значительные риски и ответственность за ее эффективное функционирование.

Для успешного выполнения своей стратегической роли в экосистеме основная компания должна соответствовать четырем основным требованиям:

- 1) быть ключевым участником экосистемы и контролировать основные стратегически важные ресурсы (сильный бренд, доступ к потребителям и основные направления экосистемы);
- 2) занимать центральное положение в экосистеме, иметь крепкие взаимосвязи со всеми участниками и эффективно координировать их деятельность;
- 3) другие участники должны воспринимать основную компанию как надежного партнера, а не угрозу конкуренции;
- 4) обладать большими финансовыми и операционными возможностями, быть способной принимать на себя значительные первоначальные инвестиции и связанные с этим риски.

Две другие группы участников, выступающих на стороне предложения в экосистеме, включают компании-комплементоры и поставщиков. Компании-комплементоры активно участвуют в экосистеме, предоставляя продукты и/или услуги конечному потребителю, самостоятельно формируют свою ценовую политику, ассортимент, уровень оказываемого сервиса и др., тем самым внося свой вклад в ее разнообразие и общий прогресс.

В отличие от компаний-комплементоров, поставщики не взаимодействуют напрямую с конечными потребителями, а предоставляют свои товары и услуги другим участникам экосистемы. Задачей поставщиков является обслуживание и поддержание как всей экосистемы в целом, так и ее отдельных участников.

Потребители являются ключевой фигурой экосистемы, со своими растущими потребностями в получении услуг и совершения покупок в быстрые сроки и в одном месте, которые самостоятельно выбирают с какими компаниями-комплементорами им взаимодействовать.

Различные крупные компании создают экосистемы, объединяющие партнерские и собственные сервисы. Для организатора экосистемы сотрудничество обеспечивает рост и удержание клиентов, для партнеров — доступ к новой аудитории, для пользователей — бесшовный опыт использования сервисов. Компания-организатор экосистемы создает единую платформу для партнеров или связывает между собой несколько площадок [5].

Существует несколько видов платформы экосистем:

открытые — на платформе создаются и размещаются цифровые продукты сторонних разработчиков;

закрытые — на платформе представлены только цифровые продукты компании-организатора и связанных с ней компаний;

гибридные — сторонние разработчики могут создавать и размещать цифровые продукты на платформе, но в направлениях, которые определяет организатор экосистемы.

Несмотря на то, цифровые платформы и экосистемы являются взаимосвязанными концепциями в цифровом бизнесе и технологическом пространстве, у них существуют отличительные черты. Как цифровые платформы, так и цифровые экосистемы обеспечивают разработку и предоставление цифровых услуг, приложений или продуктов. В то время как цифровые платформы обеспечивают технический фундамент для работы приложений, цифровые экосистемы охватывают более широкую сеть взаимосвязанных участников, работающих совместно для создания ценности. Основное различие заключается в масштабе, собственности и степени взаимозависимости между различными компонентами каждой из этих концепций.

Согласно исследованиям института экономической политики имени Е.Т. Гайдара ниже представлены определения цифровой платформы и цифровой экосистемы.

Цифровая платформа – это сервис взаимодействия двух и более типов экономических агентов, представляющий собой многосторонний рынок и реализованный посредством информационных технологий и доступа к сети «Интернет», и обеспечивающий взаимовыгодные отношения между различными группами клиентов и платформой (водитель-пассажир, покупатель-курьер-продавец и др.).

Цифровая экосистема является более широким понятием по сравнению с цифровой платформой, объединяющее несколько рынков с разными типами участников одновременно. Цифровая экосистема – это цифровая платформа, интегрированная с другими цифровыми сервисами и /или цифровыми платформами одной группы компаний/партнеров или органа государственной власти, действующая на нескольких отраслевых рынках. Рассмотрим основные признаки цифровых платформ и экосистем в таблице 1.

Таблица 1

Признаки цифровых платформ и цифровых экосистем

Цифровые платформы	Цифровые экосистемы
– наличие взаимосвязанных групп потребителей (несколько сторон рынка), получающих разные виды услуг;	– наличие среди сервисов компании или органа государственной власти хотя бы одной цифровой платформы;
– наличие перекрестных (кросс-рыночных) сетевых эффектов т.е. зависимость ценности продукта для потребителей от количества участников на другой стороне рынка;	– присутствие более чем на двух рынках и/или в отраслях;
– влияние на объем транзакций и количество пользователей на каждой стороне рынка посредством кросс-рыночного субсидирования, в особенности на этапе привлечения участников на платформу;	– важная роль пользовательских данных, их действий, способов сбора, хранения и обработки данных в бизнес-модели компании;
– наличие информационно-технологической инфраструктуры. Цифровые технологии позволяют участникам рынка взаимодействовать между собой, устанавливать цены на товары/услуги самого сервиса для участников, и цену сделки между участниками разных сторон.	– интегрированность сервисов друг с другом (техническая – через единое техническое решение, общую подписку, программу лояльности, единый ID или суперприложение и т.д.; содержательная – выгоды от получения нескольких сервисов для потребителя).
Примечание – составлено авторами на основе источника [10]	

Таким образом, цифровая платформа включает в себя многосторонние рынки, взаимодействующие между собой посредством цифровых технологий. Цифровая экосистема представляет собой взаимосвязь платформы с несколькими рынками с разными типами участников посредством интегрированных сервисов и обработки больших данных.

На практике существуют несколько подходов к построению компаниями цифровых экосистем:

1) разработка сервисов собственными силами. Для этого компании необходимо иметь уже устоявшийся сервис, привлекающий большое количество клиентов с возможностью изучения потребительских предпочтений. Если текущие продукты/ услуги отвечают требованиям клиентов, тогда они могут проявить интерес и к другим предложениям в этой экосистеме. Несомненно, создание новых сервисов невозможно без значительных финансовых вложений и определенного уровня экспертизы у компании. Практически каждый новый сервис представляет собой отдельный бизнес, требующий изучения рынка, организации бизнес-процессов, формирования команды и интеграции его в цифровую платформу.

2) приобретение других компаний либо доли в них для интеграции в свою экосистему. В данном случае приобретенная компания встраивается в цифровую экосистему как новый сервис, получает доступ к имеющимся пользовательским данным в экосистеме, а также дополняет ее собственными данными.

3) заключения партнерских соглашений. Третий подход позволяет обойтись минимальными инвестициями, имеет сходство со вторым подходом, но он дает возможность компаниям-партнерам оставаться самостоятельными и работать в нескольких цифровых экосистемах одновременно [9].

Несомненно, участие в цифровой экосистеме способствует различным положительным эффектам для всех её участников. Эти эффекты включают в себя улучшение конкурентоспособности каждой организации, возможность выхода на новые рынки, снижение расходов на привлечение новых клиентов, укрепление лояльности клиентов, увеличение клиентской базы, генерацию прибыли от дополнительных видов деятельности, повышение инвестиционной привлекательности, укрепление бренда и увеличение стоимости бизнеса. Таким образом, встраивание в цифровую экосистему предоставляет участникам широкий спектр выгод, способствуя общему развитию и успеху каждого из них.

Благодарности: исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (гранта №AP19680223).

Список литературы

1. Михайлов П.А. Исследование и анализ особенностей цифровых платформ предприятия // Экономика и индустрия 5.0 в условиях новой реальности: сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции с зарубежным участием. Санкт-Петербург, 2022. С. 416-420.
2. Zhironkin S., Demchenko S. K., Kayachev G. F., Taran E. A., Zhironkina O. V. Convergent and Nature-Like Technologies as the Basis for Sustainable Development in the 21st Century // E3S Web of Conferences. Kemerovo, 2019. 105 (1) P. 03008.
3. Moore J.F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. Harvard BusinessReview, 3 (71), 75–86
4. Кукушкин С. Н., 2021. Детерминанты бизнес-экосистемы // Вестник Российского экономическо-го университета имени Г. В. Плеханова. (2021) № 3 (117) С. 76–81.
5. Пудовкина О. Е. Формирование цифровой экосистемы промышленной кооперации на базе передовых цифровых платформ в условиях индустриализации // Вестник университета. 2020. № 9. С. 41-48.
6. Масленников В. В., Ляндау Ю. В., Калинина И. А. Формирование системы цифрового управления организацией // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 6. – С. 116–123.

7. Dokukina A. A., Zarudnaya M. V. Sales Increase via New Approaches to Motivation and Incentive Programs for Retail Staff // Smart Innovation, Systems and Technologies. – 2021. – N 227. – P. 445–456.

8. Алиев М.М., Мамедов М.А., Рзаева В.В., Сафарли А.Х. Экосистема как новая модель развития финансовых организаций // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки // М. №8 - 2021 г. DOI 10.23672/m6478-2891-3501-e.

9. О. Е. Каленов. Цифровые экосистемы организаций // Вестник Российского экономического университет имени Г.В.Плеханова. (2022) №1 (121) С.139-147 doi: <http://dx.doi.org/10.21686/2413-2829-2022-1-139-147>

10. Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию [Электронный ресурс] / Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара. https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения 28.11.2023)

Роль инноваций в развитии ресторанно-гостиничного бизнеса

С.В. Титлянова¹, А.Ж. Нурмаганбетова²

¹бакалавр 4-го года обучения по специальности «Менеджмент»

²к.э.н., ассистент профессора кафедры маркетинга

aiguln71@mail.ru, titlyanova37@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В данной статье рассматривается применение инноваций в ресторанно-гостиничном бизнесе. Роль инноваций отображается не только в улучшении качества пребывания клиентов, но и в повышении эффективности, конкурентоспособности компаний в данной отрасли.

Ключевые слова: инновационные технологии, цифровые технологии, модернизация, отели, рестораны, ресторанно-гостиничный бизнес.

В настоящее время ресторанно-гостиничный бизнес находится в условиях постоянной конкуренции. Этому свидетельствует большое количество участников на данном рынке, каждый из которых стремится удовлетворить тот или иной сегмент потребителей. Еще 10 лет назад невозможно было предположить, что почти в каждом городе будет такое количество разнообразных заведений общественного питания, которые к тому же будут предлагать блюда иностранной кухни, которая раньше была менее доступна.

Ожидания клиентов растут с каждым годом, поэтому чтобы оставаться конкурентоспособным владельцы ресторанов и отелей приходят к тому, что необходимо введение инноваций, ведь они не только помогают автоматизировать процессы, но и повысить качество обслуживания. Инновации могут охватывать широкий спектр аспектов, от привлечения потребителей своей необычностью до технологических решений, которые серьезно влияют на бизнес-процесс. В исследовании GoMobile отметили, что «78% респондентов предпочитают заказ еды на дом походу в заведение общественного питания»[7]. Эти результаты исследования явно указывают на новые перспективы, открывающиеся перед ресторанами и отелями. Они подтверждают, что сфера общественного питания и гостиничного бизнеса в наши дни не ограничивается лишь физическими посещениями. Клиенты всё больше предпочитают удобство, доступное через мобильные приложения.

Это также подчеркивает важность внедрения инноваций в сфере ресторанно-гостиничного бизнеса. Рестораны и отели, способные предложить клиентам удобные и современные решения, могут ожидать не только увеличения заказов на дом, но и укрепления своей репутации и лояльности клиентов. Р.В.Плохих в интервью отметил, что «Специалисты сферы услуг подтверждают, что клиенты совершают эти действия через

личные телефоны больше чем в 30% случаях в мелких населенных пунктах, а в больших городах показатель достигает 60%»[8]. Под словом «эти» в статье подразумевается: поиск ресторана, бронирование отеля и другие опции, предоставляемые современными мобильными приложениями.

Инновации, такие как разработка мобильных приложений для заказов, системы онлайн-бронирования и лояльности, играют важную роль в удовлетворении растущих потребительских ожиданий. Это ставит перед владельцами ресторанов и отелей серьезные вызовы, но и предоставляет возможности для развития и роста в индустрии.

На данный момент самым популярным технологическим решением, которым пользуются повсеместно, является автоматизация и оптимизация процессов, путем использования таких программ как iiko и OracleHospitality Suite⁸. Также программы данного типа обычно предоставляют аналитику заказов, что помогает оптимизировать меню и поставки продуктов, если это ресторан, и найти самые популярные номера и услуги, если это отель. Найдя наиболее прибыльные товары и услуги, управляющий сможет снизить затраты, что в конечном счете снизит себестоимость, а также это позволит найти новые точки роста, исходя из предпочтений клиентов, которые в дальнейшем смогут увеличить прибыль отеля.

Для повышения уникальности предложения могут использоваться современные технологии. В ресторанах это может быть как необходимое оборудование для молекулярной кухни, которая еще не так распространена и вызывает любопытство у посетителя, так и внедрение кулинарных роботов, которые могут сократить время приготовления блюда и обойдется организации дешевле, чем наем дополнительного сотрудника.

В отелях же это предоставление клиенту доступа к изменяемым параметрам в номере, такие как влажность воздуха или температура внутри, с помощью приложения или специального пульта. Это делает пребывание более комфортным, так как облегчает процесс изменения номера под индивидуальный запрос.

В современном мире люди все больше обеспокоены экологией, поэтому практика ведения бизнеса ESG [6], где E-Environmental, S-Social и G-Governance, набирает популярность. Эта концепция создана для оценки и управления социальной и экологической ответственностью, а также эффективностью управления компаниями. Рестораны и отели могут использовать современные технологии для уменьшения своей экологической нагрузки. Например, с помощью систем умного управления можно автоматически регулировать освещение и отопление в номерах и общественных зонах в зависимости от времени суток и наличия гостей. Это не только экономит энергию, но и снижает выбросы углекислого газа. В рассматриваемой сфере можно использовать зеленые технологии, такие как солнечные панели для генерации чистой энергии или системы переработки остатков еды в биогаз. Это позволит снизить потребление энергии и уменьшить количество отходов, идущих на свалку.

Некоторые предприятия ресторанно-гостиничного бизнеса также внедряют инновации, которые влияют на взаимодействие с клиентом, они рассмотрены далее.

Прием заказов через мобильное приложение или сайт. Это не только снижает нагрузку на персонал, который раньше принимал заказы лично, но и делает процесс заказа более удобным, так как в таком случае клиент не будет ожидать своей очереди, соответственно и его блюдо приготовят быстрее или же номер уже будет готов к приезду, чем если бы он ждал, пока примут заказ. Мобильные приложения и сайты также могут использоваться для проведения маркетинговых акций и программ лояльности. Это позволяет привлекать новых клиентов и удерживать существующих, что может повысить доход и способствовать установлению стабильной клиентской базы.

Организация также может использовать популярные агрегаторы по бронированию номеров и доставки блюд из ресторана. Зачастую они берут процент от общей стоимости оказанных через них услуг за месяц. Хотя это и прибавляет себестоимость к оказанной услуге, однако привлекает больше клиентов за счет удобства использования, что в конечном счете может обеспечить полную загрузку организации. На первый взгляд организация лишь

увеличивает себестоимость, однако при данном раскладе произведет эффект масштабирования и, как итог, себестоимость упадет, возможно даже ниже первоначальной.

В современных отелях и ресторанах Казахстана инновации играют ключевую роль в улучшении опыта гостей и оптимизации операционных процессов, а, соответственно, влияют и на ценообразование. Для удовлетворения потребностей клиентов и снижения экологической нагрузки применяются следующие инновации.

Один из ярких примеров инноваций - использование QR-кодов для доступа к меню. Это снижает использование бумаги и способствует экологической устойчивости, предоставляя гостям возможность просматривать разнообразное меню через веб-сайт с помощью мобильных устройств.

Для постоянного информирования гостей отеля размещены информационные телевизионные экраны перед лифтами. На них показывается реклама, актуальные новости и интересные видеоролики, предоставляя гостям актуальную информацию и развлечения во время их пребывания. Кроме того, предоставляется информация о текущей погоде и мероприятиях в регионе, помогая гостям ориентироваться в новом месте.

Также некоторые отели внедрили систему умного управления энергопотреблением. Управляющие отмечают, что это снижает расходы на энергию и воду, положительно влияя на операционные издержки. Для улучшения эффективности обслуживания организации ресторанно-гостиничного бизнеса используют систему распознавания лиц, она помогает отслеживать время прихода и ухода сотрудников, тем самым облегчая процесс поиска лучших для вручения премий и худших для выполнения предусмотренных компанией мер.

Автоматизация и управление персоналом включают в себя предоставление информации гостям через телевизоры, что сокращает трудозатраты по обслуживанию клиентов и ускоряет решение возникающих проблем.

Эти инновационные практики делают пребывание гостей более комфортным и удовлетворительным, а также способствуют экологической устойчивости. Также все применяемые меры сокращают издержки каждого из предприятий, что в итоге делает бизнес не только более современным, но и более прибыльным. В организациях ресторанно-гостиничного бизнеса Казахстана активно внедряют инновационные технологии, что положительно сказывается как на опыте гостей, так и на эффективности и прибыльности бизнеса. В итоге, инновации оказывают сильное влияние на компании в этой отрасли и помогают им оставаться конкурентоспособными.

Список литературы

1. Макарова, Д. Д. Применение основ инноватики на предприятиях ресторанно-гостиничного бизнеса / Д. Д. Макарова // Проблемы развития индустрии туризма : Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Чита, 31 октября 2022 года / Ответственные редакторы О.А. Лях, С.А. Батоева. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2022. – С. 61-66. – EDN DDLUNK.

2. Грачев, А. И. современные подходы к организации ресторанного обслуживания в гостиницах / А. И. Грачев // Вестник индустрии гостеприимства : Международный научный сборник. Том Выпуск 12. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – С. 24-29. – EDN MUCKTU.

3. Саниева, З. Р. Ресторанно-гостиничный бизнес и его перспективы развития в Казахстане / З. Р. Саниева // Приоритетные направления развития спорта, туризма, образования и науки : Сборник материалов III Международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 17 ноября 2022 года / Редколлегия: Е.Н. Летягина, А.В. Гутко, В.Г. Кузьмин, К.Ю. Хаченкова. – Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2022. – С. 682-686. – EDN KJOMOW.

4. Кокова, С. Ф. Особенности ресторанного бизнеса в условиях внедрения информационных технологий / С. Ф. Кокова, А. Н. Коков // НАЦИОНАЛЬНЫЕ

экономические системы в контексте формирования цифровой экономики : Материалы международной научно-практической конференции, Нальчик, 02–03 октября 2019 года. – Нальчик: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М. Кокова», 2019. – С. 554-560. – EDN XRXPUE.

5. Колодяжная, А. Ю. Инновационные технологии в управлении туристской и гостинично-ресторанной деятельности / А. Ю. Колодяжная // Перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства: теория и практика : Сборник трудов Пятой Международной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 19–20 мая 2022 года / Редколлегия: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]. – Ростов-на-Дону: Ростовский государственный университет путей сообщения, 2022. – С. 70-74. – EDN RZMAJG.

6. Мухоморова Ирина Викторовна, ESG трансформация и развитие гостиничного бизнеса. Гостиничное дело. 2021;12.

7. Как жители Казахстана пользуются сервисами доставки еды: исследование GoMobile[Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/marketing/754221-kak-zhiteli-kazahstana-polzuyutsya-servisami-dostavki-edy-issledovanie-go-mobile> (Дата обращения: 19.10.2023).

8. О целесообразности, пользы и недостатков использования мобильных приложений в сфере гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://kagir.kz/o-celesoobraznosti-polzy-i-nedostatkov-ispolzovaniya-mobilnyh-prilozhenij-v-sfere-gostinichnogo-biznesa/> (Дата обращения: 20.10.2023).

Қонақжайлылық индустриясы кәсіпорындарында заманауи автоматтандырылған басқару жүйелерін енгізу

Төлеуұлы А.¹, Тлеутай А.Р.²

¹Маркетинг кафедрасының PhD қауымдастырылған профессоры

²«Мейрамхана ісі және мейманхана бизнесі» мамандығы бойынша 4 курс студенті
almas_kar@bk.ru, aruzhan.tleutai@list.ru

^{1,2}Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бұл мақалада қонақ үй деректерін басқару жылжымайтын мүлікті басқару жүйелерімен (PMS) қалай жұмыс істейтіні және қонақ үй индустриясында PMS пайдаланудың артықшылықтары мен болашақ талаптарын ескере отырып, бұлттық технологияларды пайдалана отырып, PMS қалай әзірлеу керектігі талқыланады.

Кілт сөздер: автоматтандырылған басқару жүйесі, инновация, жасанды интеллект, бұлтты технология .

Қазіргі уақытта қонақ үй және мейрамхана бизнесі қарқынды дамып келеді және көптеген адамдардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға және, әрине, пайда табуға тырысады. Ақпараттық технологиялар нарығы қарқынды түрде дамып келеді. Қазіргі таңда қонақ үй бизнесінің міндеттерін шешуге мүмкіндік беретін бағдарламалық-аппараттық құралдар кешенін құру бойынша тұрақты жұмыс жүргізілуде. Жыл сайынғы қонақүйлерді автоматтандыру шығындары жылдан жылға артып келеді. Жобаны нақты қалпына келтіру жүйе жеке өндірістік міндеттерді шешіп қана қоймай, сонымен қатар қонақ үй бизнесіне арналған кешенді жүйеге ие болған жағдайда ғана мүмкін болады.

Бүгінгі әлемдік хостинг нарығы технологиялық жағынан дамығаны соншалық, бағдарламалық жасақтама пакеттерін пайдаланбайтын қарапайым компанияны елестету қиын. Қонақжайлылық индустриясы қызмет көрсетудің негізгі салаларының біріне айналғаннан кейін, қазіргі заманғы қонақ үй нарығы өткір бәсекелестікпен, негізгі және қосымша қызметтердің кең спектрін ұсынумен және ұсынылатын қызметтердің сапасын

үнемі арттырумен сипатталады. Сондықтан қонақүйлерді басқарудың автоматтандырылған жүйелері өте танымал болуы таңқаларлық емес.

Автоматтандыру дегеніміз-энергияны, материалдар мен ақпаратты сатып алу, түрлендіру, беру және пайдалану процесіне адамның тікелей қатысуын ішінара немесе толығымен болдырмайтын шығаратын техникалық құралдарды, экономикалық-математикалық әдістер мен басқару жүйелерін пайдалану. Осыған орай қонақ үйлер мен жатақханаларды автоматтандыру - бұл мекеме қонақтарына қызмет көрсетудің жоғары деңгейін қамтамасыз ету тәсілі. Автоматтандырылған қонақ үй жүйесі әртүрлі бөлімшелердің қызметін байланыстыруға және орналастыру және тамақтандыру қызметтерін ұсынатын компаниялардың процестерін басқаруға мүмкіндік береді [1].

Қонақ үйді басқаруды автоматтандыру (PMS) - бұл қонақүй қызметкерлерін жергілікті жерде жұмыс істеуге және бөлмелерді брондаудан бастап, қонақүйдің жылдық есептерін алуға дейінгі технологиялық циклдің барлық кезеңдерінде жедел шешім қабылдау процестеріне қолдау көрсететін арнайы бағдарламалар сериясы. Автоматтандырылған басқару жүйелері тиісті бағдарламаларды (мейрамхананы автоматты басқару жүйесі, телефон арқылы төлеу жүйесі, кіруді басқару жүйесі және қашықтан брондау жүйесі), сондай-ақ тиісті қызметтерді ұсынады. Қонақ үй кәсіпорындарында жаңа ақпараттық технологияларды енгізу және пайдалану барған сайын маңызды бола түсуде, оның негізгі мақсаты бүкіл қонақ үй кәсіпорнын басқару үшін сенімді ақпарат алу, бизнес-процестерді оңтайландыру, «қағазсыз» технологияларды енгізу, клиенттерге қызмет көрсету сапасын арттыру, сондай-ақ статистикалық және аналитикалық функцияларды орындау болып табылады [2].

Бірақ ультра жылдам және қол жетімді компьютерлердің дамуымен бұл процестер күрделі Excel электрондық кестелерімен, дәстүрлі немесе ескірген PMS жүйелерімен және әлемнің кез келген нүктесінен жылжымайтын мүлікті басқара алатын бұлттық бағдарламалық құралмен ауыстырылды. Осыған орай Автоматтандырылған жүйелерді (PMS) қалай қолданамыз деген сұраққа жауап берелік.

Кесте 1

Заманауи автоматтандырылған басқару жүйелерінің функциялары (PMS)

Басқару жүйелері	Түсіндірмесі
Бұлтты жүйе [3]	Бұлтты жүйені кез-келген жерде, кез-келген уақытта, әлемдегі кез келген құрылғыдан пайдалануға болады, бұл кадрлар бөлімімен қонақүйдің басқа бөлімшелері арасында қарапайым және сенімді байланыс орнатуға мүмкіндік береді.
Басқару панелі [4]	Түсінікті және қолдануға оңай құралдар тақтасы күнделікті тапсырмалар үшін ең маңызды ақпаратқа қысқаша шолу жасайды. PMS нақты уақыт режимінде қажетті ақпаратты жаңарту арқылы тапсырманы тезірек және оңай орындауға мүмкіндік береді. Бос нөмірлердің болуы, толтырылуы, келуі және кетуі туралы ақпарат күнделікті бағалар мен кірістерді басқару сияқты басқа шешімдерге әсер етуі мүмкін.
Онлайн брондау жүйесі. Тікелей брондау [5]	Онлайн брондау және тіркеу мүмкіндігі қонақүйге тапсырыстарды қолмен енгізусіз қабылдауға және басқаруға мүмкіндік береді. Брондау жүйесімен 24/7 сайтқа кіріп тапсырыс бере алады. Бөлмелер мен тарату арналарын тікелей сатудан алынатын алымдарды азайту арқылы қонақүйдің пайдасын едәуір арттырады және қонақтарды тарту шығындарын азайтады.
Есеп беру және талдау модулі [6]	Модуль қонақүйлерге деректерді дәйекті талдау үшін есептерді автоматты түрде жасауға мүмкіндік береді. Ол қонақүй қызметі туралы жаңа ақпарат алу және нақты уақыттағы негізгі өнімділік көрсеткіштерін бақылау үшін пайдаланылады. Жеткізушіге байланысты қонақүй иелері автоматты түрде жасалған қаржылық есептерді, басқару есептерін, қонақтар туралы есептерді,

	күнделікті есептерді (келу және кету, келмеу, брондауды тоқтату және т.б.) маңызды қонақүй статистикасын қысқаша түрде көре алады.
Төлем жүйесі [7]	Біріктірілген төлем процессоры қонақтардың төлемдері мен шоттарын реттеуге көмектеседі және дәлірек есептерді шығаруға көмектеседі. Егер PMS-те несие карталарының көпшілігін қабылдайтын төлем процессоры болмаса немесе POS жүйесін интеграциялау мүмкіндігі болмаса, төлемдерді өңдеу, есеп беру, тексеру, шот-фактура жасау және басқа да байланысты тапсырмаларды қолмен орындау қажет болады. Соған орай деректерді қолмен енгізу қателіктер қаупін едәуір арттырады.
Жеке қосымша мобильді	Барлық PMS бөлімшелерімен синхрондалған бірыңғай мобильді қосымшаның болуы қонақ үй индустриясы үшін үлкен артықшылық болып табылады. Жетекші қонақ үй желілерінің тәжірибесі көрсеткендей, бұл қонақтарға қызмет көрсету сапасын едәуір арттыруға мүмкіндік береді. Бір минутты алатын онлайн тіркеу процесінен бастап, барлық қызметтерді брондау және төлеу мүмкіндігіне дейін бірінші дәрежелі қызмет әлдеқайда оңай ұсынылуы мүмкін. Сонымен қатар, көптілді қолданбалар шетелдік қонақтарға демалуға, тілдік кедергіні бұзуға және қонақүйді ең жоғары деңгейде тамашалауға мүмкіндік береді.
CRM және қонақтарды басқару [8]	Тұтынушы деректерін жинауға және сақтауға мүмкіндік береді. Жеке деректерді, байланыс ақпаратын және аллергия туралы пікірлерді сақтау арқылы тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын реттейді. Клиенттердің нақты дерекқоры маркетингтік стратегияны жасауға және нақты ұсыныстарды клиенттердің белгілі бір санаттарына бағыттауға мүмкіндік береді. Жүйенің бұл бөлігі брондау жүйесімен оңай біріктірілуі керек, сондықтан ақпарат жинау қосымша күш жұмсауды қажет етпейді.
HR бағдарламалық қамтамасыз ету. Қызметкерлерді басқару	Персоналды басқару бағдарламалық жасақтамасы қызметкерлерге олардың рөлдеріне сәйкес қолжетімділіктің белгілі бір деңгейлерін тағайындауға мүмкіндік береді. Мысалы, тазалаушы қызметкерлеріне тапсырмалар тізімдерін және жұмыс чатына кіруге рұқсат бере аласыз. Сондай-ақ, бұл модульді командаларды ұйымдастыру, топтарға тапсырмалар тағайындау немесе нөмірлерді брондауға байланысты автоматтандырылған тапсырмалар жасау үшін пайдалануға болады.
Smart бөлмелер [9]	Көптеген күнделікті тапсырмаларды азайту үшін, адамдар қашықтықтан басқару арқылы, қонақтардың жайлылығын арттыру, заманауи қонақүйдің имиджін қалпына келтіру, қонақ үй қызметтері нарығындағы «ақылды» қонақүйлердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру және электр энергиясын үнемдеу - осының барлығына компания автоматтандырылған түгендеу және нөмірлерді бөлу жүйесі арқылы қол жеткізіледі.
Киберқауіпсіздік	Бүгінгі таңда қонақүйлердің барлық технологиялық жүйелері негізінен ақпаратқа бағытталған. Деректер қоймаларына қосылған заманауи қонақүй қолданбалары ақпаратты фишингтік шабуылдар сияқты киберқауіптерден қорғайтын жүйелерді қамтуы керек. Адам қателіктерінен де қорғау да маңызды. Заманауи қонақ үй құралдары сенімді түрде сақталуы, сақтық көшірмесін жасауы, қонақтар мен төлемдер туралы ақпарат іздеуі және осалдықтардан қорғауы керек. Ескі жүйелер туралы айтатын болсақ,

	қолданыстағы жүйелерді ауыстырудың қажеті жоқ; жаңарту шешім болуы мүмкін.
Виртуалды шындыққа турлар.	Жеке бөлмелерді немесе бүкіл курорттарды көру үшін виртуалды шындық технологиясын пайдалану кең таралған тренд болып табылады - VR бүкіл бөлме қорын және оның айналасындағы көрікті жерлерді көруге мүмкіндік береді.
Чат-боттар	Қазіргі таңда қонақ үй бизнесі болсын, басқа компаниялар болсын, чат-боттарсыз мекемелерді елестету қиын. Клиенттерге қызметкерлер шұғыл түрде сұрақтарға жауап бере алмайды . Клиенттер түн ортасында өз сұрақтарына жауап алғысы келуі мүмкін. Тіркеу үстелдері әрқашан тәулігіне 24 сағат ашық бола бермейді. Сондықтан чатбот технологиясын енгізу мағынасы бар. Бұл шағын интеллектуалды құралдар келушілердің қалауын тиімді талдайды және шұғыл сұрақтарға жылдам жауап береді. Олар сондай-ақ жиі қойылатын сұрақтарға жауап береді. Клиент белгілі бір қажеттілік туралы сұрау жіберген кезде, чатбот оны өңдеп бүкіл жауап беру процесін жылдамдатады.
Қонақ үйлерге арналған ең жақсы 20 PMS жүйесі	Облака, Пряно, Коннектим, Оракул Гостеприимство, Реновация Маленький отельер, Теснекус, Гость Эвииво, Облако RMS Hospitality Сирвой,
Ескерту - [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10] Әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған	

Қорытындылай келе, қонақ үй кешендеріне арналған автоматтандырылған жүйелер-бұл қызметкерлер, клиенттер және іскери серіктестер арасындағы өзара әрекеттесудің тиімді ортасын құратын бірқатар интеграцияланған ішкі жүйелер. Жүйенің техникалық инфрақұрылымы икемділікті, ауқымдылықты және қауіпсіздікті, сондай-ақ пайдаланушылар арасында тиімді ақпарат алмасуды қамтамасыз етеді. Сонымен, қонақ үйге заманауи автоматтандырылған басқару жүйелерін енгізу маңызды міндет атқарады деп айтасқ еш қателеспеспіз. Өйткені қазіргі жиырма бірінші ғасырда қонақ үйлерге автоматтандырылған жүйелердің болмауы немесе қанағаттандыралықтай деңгейде болмауы, бизнестің артта қалғанымен тең болады. Осыған орай дұрыс HR менеджерлері бар қонақүйлер жақсы пайда тауып, қонақтардың қанағаттануын арттыра алады.

Осы мақалада аталған қонақ үй автоматтандырылған заманауи жүйелер, олардың брондау және табыс мақсаттарына жету мүмкіндіктерін барынша арттыра алады. PMS құжаттама тапсырмаларын жеңілдетеді, ықтимал қателерді тиімді болжайды және қажетсіз әрекеттер мен қосымша материалдық шығындарға жиі себеп болатын адам факторын азайтуға көмектеседі. Осылайша заманауи жүйелерді қолдану және енгізу арқылы болашаққа бір қадам жасап жатырмыз.

Әдебиеттер тізімі

1. Электронды дереккөз: <https://maxi-booking.ru/blog/avtomatizatsiya-gostinits/#:~:text=%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8B%20%D0%B8%D0%BB%D0%B8%20%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8F%20%E2%88%92%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1,%D0%B2%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D1%80%D1%8F%D1%8E%D1%82%D1%81%D1%8F%20%D0%B4%D0%B0%D0%B6%D0%B5%20%D0%B2%20%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%2D%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8F%D1%85.>

2. Erdem M & Jiang L, “An overview of hotel revenue management research and emerging key patterns in the third millennium”, Journal of Hospitality and Tourism Technology, Vol.7, No.3, (2016), pp.300-312

3. Электронды дереккөз: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=6915>

4. Электронды дереккөз: <https://www.cloudbeds.com/articles/8-functions-your-property-management-system-needs/>

5. Электронды дереккөз: <https://www.cloudbeds.com/articles/direct-bookings-hotel/>

6. Электронды дереккөз: <https://hotelfriend.com/blogpost/what-is-hotel-pms>

7. Электронды дереккөз: <https://www.cloudbeds.com/articles/hotel-payment-credit-card-processing/#benefits-payment-solution>

8. Электронды дереккөз: <https://hotelfriend.com/blogpost/what-is-hotel-pms>

9. <https://www.librahospitality.com/company/news/revolyutsionnye-tendentsii-v-sfere-gostepriimstva--kotorye-sleduet-uchityvat-v-2022-godu/>

10. <https://financesonline.com/best-hotel-pms-systems/>

Цифрлық маркетинг

А.Б. Тульева

Маркетинг кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.

aidanatulyeva@mail.ru

Қарағанды Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Бір сөзбен айтқанда, digital немесе цифрлық маркетинг - бұл бизнестің жеке құрылғылары арқылы өз клиенттерімен өзара әрекеттесуін қамтамасыз ету тәсілі. Әрине, цифрлық коммуникациялардың негізгі мақсаты тұтынушыларды компания ұсынатын тауарлар мен қызметтерге жұмсау болып табылады. Digital маркетингші цифрлық ортада клиенттерді тарту және сақтау мәселелерімен айналысады. Осы мақалада цифрлық маркетингтің не екені және оған не кіретіні ұсылды.

Кілт сөздер: цифрлық маркетинг, digital маркетинг, интернет, веб-сайт, ақпараттық желі, гаджет, смартфон.

Соңғы кездері маркетингте барлығын цифрландыру және Digital-технология туралы жиі естуге болады. Қарапайым сөзбен цифрлық маркетинг дегеніміз не? Бұл сұраққа жауап беру үшін үлкен қалалардағы адамның айналасына қарау керек. Бүгінгі таңда адамдар көптеген гаджеттерді пайдаланады, олардың әрқайсысы интернетке қосылу арқылы иесімен өзара әрекеттесуді қамтамасыз етеді. Әрине, бұл ең алдымен смартфондар, сонымен қатар басқа да құрылғылар. Мысалы, планшеттер, ақылды сағаттар, білезіктер, ақылды динамиктер, ақылды теледидарлар және т. б.

Гаджеттер бүгінде сатып алу және қызмет алу үшін бастапқы нүкте ролін атқарады. Пайдаланушының кез-келген смартфонында сіз қаланы, елді және әлемді шарлауға, қаржылық операциялар жасауға, кафелер мен мейрамханаларға тапсырыс беруге және даяшылардың шотын күтпестен төлеуге көмектесетін көптеген пайдалы қосымшаларды таба аласыз.

Цифрлық маркетинг – электронды коммуникациялық технологияларды қолдану арқылы маркетингтік мақсаттарға жету.

Цифрлық маркетинг мақсатты аудитория туралы нақты және объективті ақпаратты жинап қана қоймайды, сонымен қатар бренді немесе өнімді жылжыту нәтижелерін бақылайды.

Цифрлық маркетинг цифрлық құрылғыларды қолдана отырып, жылжыту стратегиясының белгісі ғана емес, сонымен қатар қазіргі заманғы маркетингтік құралдардың

синонимі деп сенімді түрде айтуға болады. Бүгінгі таңда тұтынушылар интернетте көп уақыт өткізіп, мобильді құрылғыларын желіге қосу үшін пайдаланады.

Цифрлық маркетинг құрамында:

Веб-сайт, электрондық пошта, ақпараттық желі, желісіз мобильді телефон мен цифрлық теледидар сияқты технологиялар қолданысы арқылы нарықта онлайн арналарды пайдалану.

Алдына қойылған міндеттерді шешу үшін пайда табуға бейімділік пен тұтынушылардың көпарналы сатылым үрдісі мен тұтынушылар ортасын тарту міндетіне қол жеткізу.

Келесі маркетинг тәсілдерін қолдану арқылы жүзеге асыру:

Цифрлық технология мен жоспарлы бағытқа қол жеткізудің стратегиялық маңыздылығын байқау және электрондық коммуникациялар арқылы тұтынушыларды онлайн қызметтеріне көшіру. Тұтынушыларды сақтау, олардың білімін дамыту (өздерінің профильдері, мінез құлқы, құндылығы мен сенімділігі), және оларға интеративті, мақсатты коммуникацияны дер кезінде жеткізу [1].

Шамадан тыс ақпараттық кеңістікте тұтынушылардың назарын аудару өте қиын. Бұл адамдардың мүдделер мен сұраныстарға сәйкес келген жағдайда ғана компаниялардың ұсыныстарын қабылдауға дайын болуына әкеледі. Бүгінгі таңда жарнамалық коммуникация клиенттің көз алдында қажетті уақытта және дұрыс жерде — шешім іздеп жүрген сәтте және оған келіп түскен ұсыныстарды қарауға барынша қызығушылық танытқан сәтте болуы керек. Бұл жағдайда компанияның жауап ретінде қажетті реакцияны алу мүмкіндігі бар.

Жарнамалық науқанды осылай жүзеге асыру үшін бизнес мақсатты аудиторияның қажеттіліктерін, оны таңдау ерекшеліктерін терең түсінуді, сондай-ақ жеке хабарламалар құруды қажет етеді. Кілемнің иесіздендірілген жарнамалық науқандары әлі толық мәнін жоғалтқан жоқ, бірақ олардың тиімділігі айтарлықтай төмендеді. Осы өзгерістердің барлығы компанияларды тұтынушылар туралы деректерді жинау мүмкіндіктерін іздеуге және пайдаланушыларды сатып алуға әкелетін ықтимал әрекет сценарийлерін түсінуге мәжбүр етеді.

Бұл көптеген компаниялар үшін маңызды технологиялық сынақ. Бұл бізді цифрлық маркетингінің негізін анықтауға әкеледі. Гаджеттер желіге кіру үшін қолданылатын құрылғы рөлін атқарып қана қоймайды, мұнда көп жағдайда адамның қажеттілігі үшін бар шешімдерді іздеу басталады. Смартфон әлі де тұтынушымен бірге. Бұл оны тек кеңістікте ғана емес, сонымен қатар оның онлайн профилін офлайн шындыққа сәйкестендіруге мүмкіндік береді.

Осылайша, цифрлық маркетингінің негізгі қағидасы клиентпен байланысу үшін онлайн-коммуникацияларды пайдаланумен байланысты емес, онымен жеке қарым-қатынаста адамның мінез-құлық ерекшеліктерінің мазмұнын тоқу әдісімен байланысты. Компания алған деректер және тұтынушымен өзара әрекеттесу үшін қолайлы уақытты таңдау оның қалаған реакциясының ықтималдығын арттырады және сәйкесінше түпкілікті нәтижеде сатып алады.

Цифрлық маркетингінің пайда болуы мен дамуы бизнестің мақсатты аудиторияға жетуге деген ұмтылысымен тікелей байланысты. Тек байланыс жасау ғана емес, оны тиімді ету. Бұл тұрғыда жарнаманың цифрлық түрі дәстүрлі маркетинг тәсілінен еш айырмашылығы жоқ. Тұтынушылармен өзара әрекеттесудің жаңа технологиясы ескірген технологияны алмастырады, ол енді бизнеске күтілетін нәтиже бере алмайды.

Цифрлық маркетинг арналарын пайдалана отырып, компания өзінің онлайн сайттарына пайдаланушылар ағынын алады. Бұл трафикті тартудың түпкі мақсаты, әрине, сату болып табылады. Бірақ қазіргі тұтынушы брендпен бір ғана байланыс негізінде сирек сатып алады, сондықтан іс жүзінде пайдаланушыға әсер ету кешені қолданылады, ол бірден бірнеше байланыс бағыттарын қамтиды

Сонымен, компания желі пайдаланушыларымен қандай digital-маркетинг арналары арқылы байланысады?

1. Электрондық пошта маркетингі.

Егер компания олармен қалай байланысу керектігін білмесе, тұтынушыларға күндерді белгілеу қиын. Электрондық поштаны тарату — бұл цифрлық маркетингті енгізудің алғашқы қадамы деп айтуға болады, өйткені бұл арнаны байланыс ақпаратын жинау және өңдеу құралдары мен хабарлама жіберу жүйесін қолданбай пайдалану мүмкін емес.

Электрондық пошта маркетингінің артықшылықтарының бірі - бұл компанияның брендтері мен ұсыныстарымен таныс болған адамдардың байланыстары, яғни олардың жауап беру ықтималдығы жоғары.

2. Әлеуметтік медиа маркетингі (SMM).

Әлеуметтік желілер күн сайын пайдаланушылардың назарын айтарлықтай уақытқа аударады. Сонымен қатар, мұндай медиа платформалар аудиторияның мүдделері туралы неғұрлым егжей-тегжейлі ақпарат алу үшін жағдай жасады, олар өздері осындай мәліметтермен бөліседі.

Әлеуметтік желі иелері құрған және әзірлеген қызметтер аудиториямен өзара әрекеттесу және тауарлар мен қызметтерді жылжыту үшін мекен-жай байланыстарын қолдану үшін кең мүмкіндіктер ұсынады. Бұл әр түрлі компанияларды тартады — кішкентайдан трансұлттыққа дейін. Осы себепті олар әлеуметтік медианы электрондық пошта арқылы жіберілгеннен кейін бірінші кезектегі арналар жиынтығына қосады.

3. Іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO).

Пайдаланушыларды онлайн әлеммен таныстырудың барлық дерлік тәжірибесі Google және Yandex сияқты іздеу сайттарымен байланысты. Кез-келген өнімді немесе қызметті, шолуларды, ұсыныстарды және т.б. іздеу олардан басталады. Бүгінгі таңда SEO трафикті тарту арнасы ретінде іздеу үшін маңызды кілт сөздерді зерттеуді, олардың сайт контентінде қажетті тығыздығын қамтамасыз етуді және органикалық трафикті алу үшін жоғары нәтижеге қол жеткізе алмаған жағдайда ақылы іздеу жарнамасын пайдалануды қамтиды.

4. Контент маркетингі.

Бұл цифрлық жылжыту арнасы адамдардың желідегі және ондағы ғана емес, сонымен қатар дәстүрлі медиадағы, мысалы, радио мен теледидардағы тікелей жарнамаға деген шаршауына жауап болып табылады. Сонымен қатар, қазіргі заманғы пайдаланушы пайдалы білім беру мазмұнына мұқтаж. Белгілі бір тақырыппен танысу, әр түрлі аспектілерді зерттеу жаңа қажеттіліктерді ашуға және тиісті өнімдерді сатып алуға жол ашады. Контент, мәтін, графика, фотосуреттер, аудио және бейнелерді, сондай-ақ олардың барлық комбинацияларын қамтитын әртүрлі пішімдерге ие.

5. Ақылы жарнама (жарнама).

Онлайн орта аудиторияға әртүрлі тәсілдермен және сәйкесінше мақсаттармен жарнамаларды орналастырудың көптеген нұсқаларын ұсынады. Ақылы арна хабардарлықты арттыруға, контекст немесе мақсатты параметрлерді қолдана отырып жаңа пайдаланушыларды тартуға, сондай-ақ компанияның веб-сайтында немесе қосымшасында пайдаланушының қызығушылығы негізінде жарнамалық ұсынысты жекелендіруге мүмкіндік береді.

6. Әсер етуші агенттер арқылы Маркетинг (influencers marketing).

Интернет Сізге қызықты контентті бөлісуге дайын кез-келген пайдаланушыға қызығушылық танытатын аудиторияны жинауға мүмкіндік береді. Блогерлер институты осы қағидаға негізделген, ол бұқаралық ақпарат құралдарын өзінің үстем жағдайынан алып тастады. Адамдар бұқаралық ақпарат құралдарының бет-әлпеті жоқ редакцияларына карағанда, басқа адамдардан ақпарат алуды жөн көреді.

Блогерлер жинайтын қауымдастықтар компанияларды қызықтырады, өйткені бұл ұсыныс алаңын құру және сатып алушылар аудиториясын кеңейту үшін үлкен ресурс. Сонымен қатар, брендті тек миллионер блогерлерге жылжыту бойынша науқандарға назар аударудың қажеті жоқ. Тәжірибеде бірнеше мың белсенді ізбасарлары бар бірқатар аккаунттар әлдеқайда тиімді жұмыс істеген және жақсы нәтиже берген, сонымен қатар бюджет шығындары аз болған мысалдар бар.

7. Онлайн PR. Беделді басқару желілік ортаға да ауысты.

Бұрын PR БАҚ редакцияларымен қарым-қатынас орнату кезінде не істегенін қазір Интернетте жүзеге асыруға болады. Бір нәрседе контентті маркетинг міндеттерімен қиылысу бар. Алайда, желідегі PR мүмкіндіктері мұнымен аяқталмайды. Айырмашылық басқа құралдарды қолдануда.

Бүкіл әлем пандемиядан өткеннен кейін, онлайн-іс-шаралар брендті жылжытудың бір бөлігі болды және болашақта да солай болады деп айтуға болады. Бұл цифрлық арнада пікірлерді басқару және наразы клиенттермен қақтығыстарды шешу құралдары маңызды рөл атқарады. Интернет шағымдар мен ұсыныстардың үлкен кітабы екені жасырын емес.

Әлеуметтік медиа, тақырыптық форумдар, арнайы ресурстар мен қосымшалар өз таңдауын жасағысы келетіндер белсенді түрде тыңдайтын пайдаланушылардың көптеген пікірлерін жинақтайды. Компаниялардың пайда болған негативпен күресу тәсілі «ренжіген» клиенттің оралуына, сондай-ақ осы қақтығыс шешілгендердің таңдауына қатты әсер ететіні белгілі. Интернеттегі PR-дің міндеті-пайда болған пікірлерді бақылау және түсініспеушіліктерді жою үшін диалогқа сауатты қосылу.

8. Мобильді қосымша.

Бұл өз клиенттерімен өзара әрекеттесудің басқа деңгейі, өйткені байланыс тұрақты болады. Компания үшін бұл пайдаланушылармен сенімді қарым-қатынас жасау ғана емес, сонымен қатар деректерді байыту, жаңа тұтынушылық тәжірибе құру мүмкіндігі және соңғысы одан да маңызды, өйткені пайдаланушы тек жарнамалық хабарламалар алу үшін телефонда қосымшаны қалауы екіталай. Ол үшін өзара әрекеттесудің басқа мәні маңызды, ол телефондағы қосымша белгішесіз ала алмайды.

9. Конверсия жылдамдығын оңтайландыру (CRO).

Бұл терминнің пайда болуы сайтқа тартылған трафиктің оны сатып алуға айналдыруға әлі кепілдік бермейтінін түсінумен байланысты. Бұл цифрлық маркетинг арнасының ерекшелігі - ол компанияның онлайн-алаңында пайдаланушы тәжірибесін жақсартуға бағытталған. Осылайша, оның міндеті - сайтта бір рет пайдаланушының мақсатты әрекетті орындауы.

Мұқият оқырман цифрлық маркетингте қолданылатын арналар пайдаланушылармен қарым-қатынастың әр түрлі кезеңдерінде жұмыс істейтінін, бірінші байланыстан бастап, бір рет сатып алғандарды қайтаруға дейін жұмыс істейтінін байқады. Бұл тұтынушының сатып алу жолы ұзақ және әртүрлі арналар мен құралдарды пайдаланып бірнеше рет байланысуды қажет ететінін көрсетеді.

Қазіргі нарықта тауарлар мен қызметтерді жылжытудың барлық ерекшеліктерінің жиынтығы компанияларды цифрлық маркетингте технологиялық шешімдерге жүгінуге мәжбүр етеді, бұл науқандардың сапасын жақсартады. Оларға мыналар жатады:

- Чатботтар. Олар клиенттердің стандартты сұрақтарының жиынтығын автоматты режимге қоюға көмектеседі. Ең бастысы, бұл қолдауға жүгінген кезде пайдаланушылардың күту уақытын қысқарту үшін жасалады. Байланыс орталығының операторларын типтік мәселелерді өңдеуден босату олардың күш-жігерін күрделі клиенттік сұраныстарды шешуге бағыттауға мүмкіндік береді.

- Дауыстық іздеу. Бұл жылдан жылға танымал болып келе жатқан клиентке ыңғайлы байланыс интерфейсі. Сонымен қатар, ол компанияның тауарларын қайта сатып алуға қосымша кедергілерді алып тастайды, өйткені әдеттегі тапсырыс беру үшін үй шаруасынан алшақтаудың, смартфонды немесе басқа құрылғыны алудың қажеті жоқ.

- Көшбасшылардың біліктілігі. Заманауи технологиялар пайдаланушылардың онлайн-мінез-құлқының ерекшеліктерін ескеруге және олардың ықтимал сатып алуларын және компания олармен белсенді байланысқа түскенге дейін осы бюджетке бөлінген мөлшерді болжауға қабілетті. Мұндай алдын ала талдау және перспективалық бағалау өзара әрекеттесу сапасын жақсартады және әрбір жеке пайдаланушыға ұсыныстардың тиімділігін арттырады.

- Болжамды аналитика. Бұл клиентті тарту кезеңінде сұраныстарды ғана емес, сонымен қатар олардың болашақ мінез-құлқын болжауға көмектесетін аналитикалық технологиялық

құрал. Компания үшін бұл клиенттің сатып алу белсенділігін сақтау үшін алдын-ала әрекет ету мүмкіндігі.

- Толықтырылған және виртуалды шындық. Бұл технологиялар цифрлық маркетингтерге болашақ сатып алуларды елестетуге және оларды тұтынушының ортасы мен жағдайына қоюға немесе керісінше оларды сатып алудың жаңа әлеміне батыруға көмектеседі. «Жүз рет естігеннен гөрі бір рет көрген жақсы» дегендей. Сатып алуға сендіру үшін ең жақсы дәлелді табу қиын.

- Автоматтандыру. Әр түрлі қызығушылықтары бар көптеген клиенттермен жеке жарнамалық науқандарды қолмен орнату қиын. Автоматтандыру құралдары мұны орындайды [2].

Тауарлар мен қызметтерді таңдау кезінде әлеуметтік желі қолданушылары брендтермен қалай байланысады?

Әлеуметтік медиа маркетингіндегі қиындықтардың бірі - әлеуметтік медиа өзінің табиғаты бойынша тең-теңімен болып табылады және достар, отбасылар және әріптестер арасындағы байланысты қамтиды. Осыны ескере отырып, брендтер әлеуметтік медианы қалай қолданатынына мұқият болуы керек.

ГWI зерттеуі әлеуметтік медианың брендті ашудағы және сатып алуды ынталандырудағы маңызды рөлін көрсетеді. Бұл түсінік брендті ашу үшін іскери әлеуметтік медиа беттеріндегі жарнамалардың, ұсыныстардың және жаңартулардың салыстырмалы маңыздылығын көрсетеді



Сурет 1. Қалай бренд ашу орын алады

Ескерту – дереккөз [3]

Globalwebindex зерттеулері сонымен қатар келушілердің әртүрлі әлеуметтік медиа қызметтерін қалай және не үшін пайдаланатынын көрсетеді. Instagram, Pinterest, LinkedIn, Reddit және Twitter пайдаланушылары «өнімдер/брендтер туралы ақпаратқа жазылу/табу» негізгі мотивацияның үштігіне кіреді деп хабарлайды [3].

Қорыта айтқанда, digital-жылжыту жаңа эволюциялық кезең болды. Маркетингте бұрын болған болжамдар мен түйсікке негізделген шешімдер деректермен расталған әрекеттерді өзгертті. Бұл осы салада жұмыс істейтін мамандардан жаңа құзыреттер мен дағдыларды талап етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Сандық бизнес және электрондық коммерцияны басқару: стратегиясы, қолданысы мен практикасы: Оқулық./ Дэйв Чаффей. – Алматы: ЖШС РПБК «Дәуір», 2017.-520 б.
2. <https://marketing.hse.ru>
3. <https://www.smartinsights.com>

Әлеуметтік медиа маркетингі

А.Б. Тульева¹, Д.Қ. Секенова², А.Б. Сағынтай³

¹Маркетинг кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м.

^{2,3} «Туризм» білім беру бағдарламасы бойынша 1 курс студенті

¹aidanatulyeva@mail.ru, ²dilarasekenova51@gmail.com, ³sagyntaiiakjarkn@gmail.com

^{1,2,3} Бөкетов университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Көбінесе интернет желісінде тұтынушылар ақпараттарды іздеу мен зерттеу мақсатында вебсайттарда жұмыс жасай бастайды. Басқа сөзбен айтқанда, тұтынушылар компанияның өнімдері мен қызметін анықтайтын қажетті терминдерді енгізу барсында олардың ең маңызды ақпараттарды көре алуы бизнестің «негізгі қазығы» болып табылады. Цифрлық бизнес кәсіпорындар нарығын жабдықтауға онлайн және дәстүрлі арналарының ішкі процестерін оңтайландыру арқылы олардың ұжымдық бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін цифрлық технологиялар мен бұқаралық ақпарат құралдар қалай қолданатынын анықтайды.

Кілт сөздер: әлеуметтік медиа, әлеуметтік желі, сайт, қолданушы, маркетинг, бизнес.

Әлеуметтік медианың қарқынының өсуі цифрлық бизнестегі негізгі үрдіске айналды. Әсіресе, іздеу маркетингіне жататын әлеуметтік медиа сайттары (SNS). Facebook, Google, Twitter немесе бизнестен-бизнеске тәсілін қолданушылар LinkedIn және RSS feeds желілерін атауға болады. Кейбір оқшауланған сайттар әлеуметтік БАҚ-ына тәуелсіз болып табылады. Habbo Hotel сияқты әлемнің виртуалды желісінде құрылған блогтар мен әлеуметтік желілерді жеке және заңды тұлғалар құрастырған. Әлеуметтік медиа маркетингі, сондай-ақ осындай онлайн бейне және интерактивтік бағдарламалар: YouTube сияқты мамандандырылған әлеуметтік желілер мүмкіндіктерін немесе сайттардың ішіне ендірілген өте ауқымды БАҚ-ын қамтиды [1].

Әлеуметтік медиа маркетингі (SMM) дегеніміз не?

Әлеуметтік медиа маркетингі (цифрлық маркетинг және электрондық пошта маркетингі деп те аталады) - бұл компанияның брендин құру, сатылымды арттыру және веб-сайтқа трафикті тарту үшін әлеуметтік желілерді — пайдаланушылар әлеуметтік желілер құратын және ақпарат алмасатын платформаларды пайдалану. Компанияларға бар тұтынушылармен өзара әрекеттесуге және жаңаларын тартуға мүмкіндік берумен қатар, SMM маркетингтерге өз күш-жігерінің сәттілігін бақылауға және тартудың одан да көп жолдарын анықтауға мүмкіндік беретін арнайы әзірленген деректер аналитикасына ие [2].

18 жыл ішінде, 2004 жылдан бастап (MySpace миллион пайдаланушыны қамтыған алғашқы әлеуметтік желі сайты болған кезде) 2022 жылға дейін интерактивті цифрлық арналардың қарқынды өсуі әлеуметтік медианы тіпті теледидар мен радиоға қарсы деңгейге көтерді. 2023 жылдың басында әлемде 4,76 миллиард әлем халқының 59%-дан астамы әлеуметтік желі қолданушысы болды.

Тұтынушылардың 80%-дан астамы әлеуметтік медиа — әсіресе әсер етуші контент-сатып алу шешімдеріне айтарлықтай әсер ететінін хабарлағандықтан, әртүрлі салалардағы маркетингтер әлеуметтік медиа маркетингінің (SMM) эволюциясын дербес құралдан бастап, барған сайын маңызды және өсіп келе жатқан аудитория үшін көп салалы маркетингтік ақпарат көзіне дейін ынталандырады [3].

Барлық компаниялар үшін бизнес пен табыс көзінің үлгілерін түсіну үшін негізгі әлеуметтік желілер мен платформаларда брендтер туралы халықтың көзқарастарын бақылау аса маңызды. Әлеуметтік желі түрлері өте көп және оларды басқару үшін қарапайым түрлерін таңдап алу қажет. Бұл үшін Weinberg (2010) бөліміне негізделген алты категориясын ұсынамыз. Бұл жерден әлеуметтік желіге қарағанда әлеуметтік БАҚ түрлерін көбірек байқай аласыз:

1. Әлеуметтік желілер. Негізінен тұтынушыларды тыңдау мен контентпен бөлісуге ерекше назар аудару қажет. Қарапайым синдикациялар – RSS арналары Facebook өз тұтынушылары тарапынан үлкен қолдау тапқан, ал LinkedIn бизнес жүргізушілер үшін маңызды.

2. Әлеуметтік білім. Бұлар Yahoo! Сияқты ақпараттық әлеуметтік желілер. Сіздің желіңізді қолданушыларға белгілі бір өнімнің сізге қалай көмектескені жайлы пікіріңіз және бөліскен тәжірибеңіз олардың мәселелерін шешуге көмек болады. Осы категорияға жататын тағы бір сайт Wikipedia, бірақ бұл желі маркетинг бойынша аса қолданыла бермейді.

3. Әлеуметтік айырбас. Бұлар Delicious (www.delicious.com) сияқты өзіңіздің қажетті категория бойынша қажетті ақпаратты түсінуге арналған шешіміңіз.

4. Әлеуметтік жаңалықтар. Twitter бұның ең жақсы мысалы бола алады.

5. Әлеуметтік ақпарат ағыны. Фотосуреттер, бейне, және подкастингдерді ортақ пайдалану үшін өте бай және ағынды виртуалды әлемдік әлеуметтік сайттар.

6. Компьютер қолданысындағы мазмұн мен қоғамдастықтар жиынтығы. Компаниялардың басқа тәуелсіз әлеуметтік желілер қатысуынан айырмашылығы, мұнда компанияның өзінің әлеуметтік аймағында тауар мазмұны (пікірлер мен рейтингтер) және тұтынушыларды қолдау қоғамдастығы мультимедиасы немесе блогы болып табылады [1].

Әлеуметтік медианы қанша адам пайдаланады?

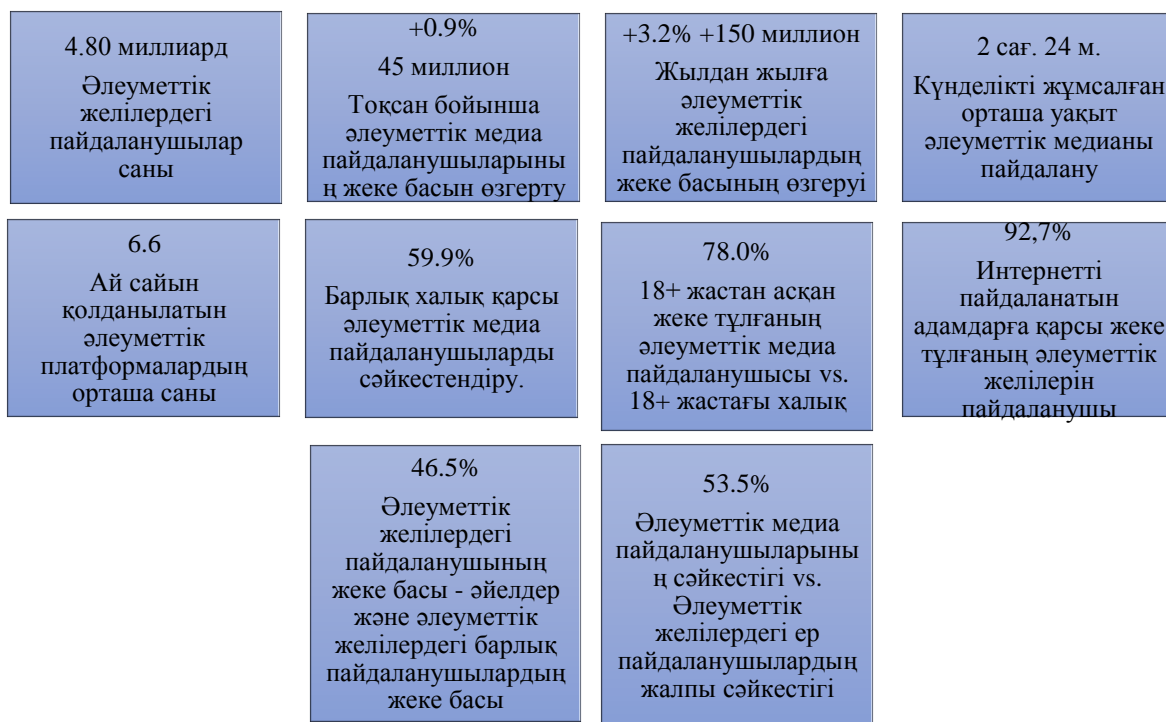
Datareportal компаниясының 2023 жылғы сәуірдегі жаһандық шолуына сәйкес, әлеуметтік медианың өсуі жалғасуда:

Қазір әлем халқының жартысынан көбі (60%) әлеуметтік желілерді пайдаланады.

Қазір әлемде 4,80 миллиард адам әлеуметтік медианы пайдаланады, соңғы 12 айда 150 миллион жаңа қолданушы желіге қосылды.

Әлеуметтік желілерде өткізілетін орташа күнделікті уақыт 2 сағат 24 минутты құрайды.

Datareportal-дің толық есебінде 200-ден астам слайдтарда әртүрлі деректер жеткізушілерінен жиналған көптеген ақпарат бар. Ол әлемнің басым көпшілігі үшін нақты елдер туралы деректерді ұсынады, сондықтан сіз жұмыс істейтін салалардағы әлеуметтік медианың қазіргі жағдайы туралы жақсы түсінік алу үшін негізгі нарықтарыңыздағы елдердің слайдтарын қарай аласыз. Бұл жазбада біз есептегі 160 слайдтан басталатын әлеуметтік медиа деректеріне назар аударамыз.



Сурет 1. Әлеуметтік медианы пайдалануға шолу.

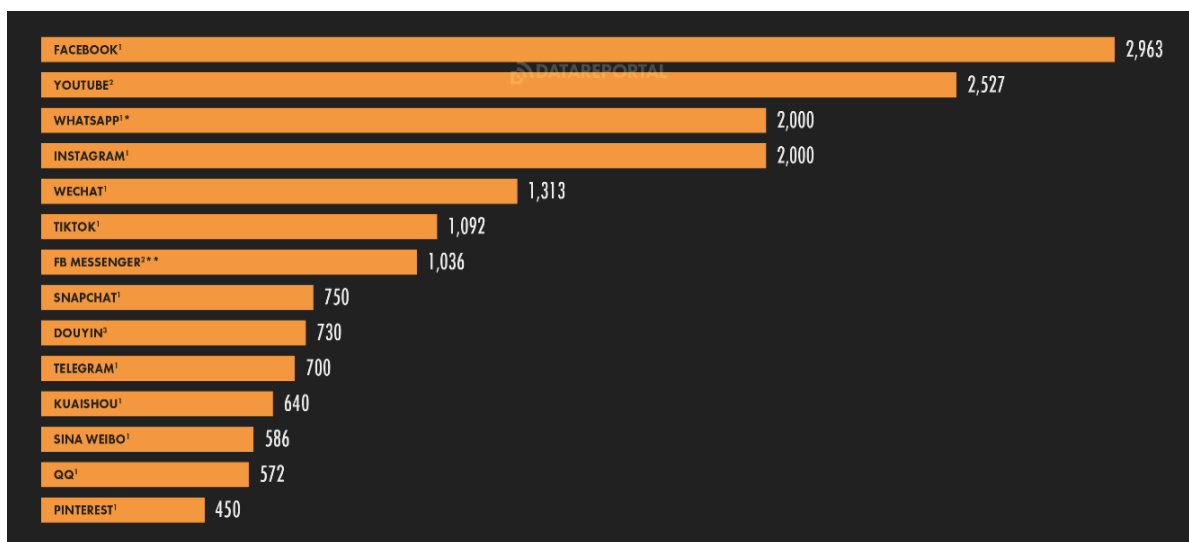
Ескерту – дереккөз [4]

Datareportal құрастырған бұл диаграмма бүгінгі таңда әлеуметтік медианың маңыздылығы мен өсуін қорытындылайды.

Демографиялық сипаттамалары (жасы мен жынысы) бойынша қай әлеуметтік медиа ең танымал?

Ірі әлеуметтік медиа статистикасының ең жақсы көзі - компаниялардың мәлімдемелері мен кірістер туралы хабарландырулар.

Бір қызығы, төрт ірі әлеуметтік желінің үшеуі Meta-ға тиесілі. Facebook жалпы алғанда ең көп қолданылатын платформа болып табылады, бірақ маркетинг ретінде біз әртүрлі демографиялар үшін пайдаланудың әртүрлі тенденцияларын ескеру өте маңызды екенін білеміз, мұны төменде көреміз.



Сурет 2. Әлемдегі ең көп қолданылатын әлеуметтік платформалар.

Ескерту – дереккөз [4]

Біз TikTok-та байқаған жылдам өсу баяулау белгілерін көрсетпейді. 2022 жылы TikTok-та айына 1,4 миллиард белсенді қолданушы болды және олардың саны 2023 жылдың соңына қарай 1,8 миллиардқа жетеді деп күтілуде.

Сонымен, бұл сіздің әлеуметтік медиа маркетингтік стратегияңыз үшін нені білдіреді?

Әлеуметтік медиа пайдаланушыларына қол жеткізу, өзара әрекеттесу, түрлендіру және тарту үшін көптеген мүмкіндіктер бар екені анық. Тәжірибелі маркетингтік маманнар өнімді ашудан бастап алғашқы сатып алуларға, адалдыққа және қорғауға дейінгі жолға әсер ету үшін өздерінің маркетингтік шұңқырларында әлеуметтік медианы пайдаланады.

Біздің RACE Framework маркетингтік маманнар өздерінің стратегияларын жоспарлау үшін пайдалана алатын деректерге негізделген құрылымға ие [4].

Қорытындылайтын болсақ, Facebook, X платформасы (бұрынғы Twitter) және Instagram сияқты әлеуметтік желілер мен әлеуметтік желілерді әлеуметтік медиа маркетингі өнімдер мен қызметтерді ілгерілету, бар тұтынушылармен өзара әрекеттесу және жаңаларын тарту үшін пайдаланады.

Әлеуметтік медиа маркетингінің күші маркетингтің үш негізгі бағыты бойынша бұрын-соңды болмаған әлеуметтік медиа мүмкіндіктерінде жатыр: байланыс, өзара әрекеттесу және тұтынушы деректері.

Әлеуметтік медиа маркетингі компаниялардың тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ету тәсілдерін өзгертті - қатысуды ынталандыратын мазмұнды жылжытудан бастап, пайдаланушылармен резонанс тудыратын жеке деректерді алуға дейін.

Бүгінгі таңда әлеуметтік медиа өте кең таралғандықтан, осы платформаларды қолданатын маркетингтік әдістер бизнес үшін өте маңызды.

Әлеуметтік медиа маркетингі көбінесе аудиторияның кең ауқымында үнемді болады, дегенмен ол үнемі техникалық қызмет көрсетуді қажет етеді және күтпеген жағымсыз салдарға әкелуі мүмкін.

Әдебиеттер тізімі

1. Сандық бизнес және электрондық коммерцияны басқару: стратегиясы, қолданысы мен практикасы: Оқулық./ Дэйв Чаффей. – Алматы: ЖШС РПБК «Дәуір», 2017.-520 б.

2. <https://www.investopedia.com>

3. <https://datareportal.com>

4. <https://www.smartinsights.com>

Особенности внедрения бизнес-модели «подписки» в организации в РФ: основные проблемы и пути их решения

Е.С. Федорова¹, М.А. Козлов²

¹к.э.н., старший преподаватель,

²бакалавр 4-го года обучения по специальности «Менеджмент»

fedorova_es@spbstu.ru , matvey.kozlov342@gmail.com

^{1 2}Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация: В данной научной статье мы разберем особенности внедрения бизнес-модели «подписки». В рамках научной работы мы выявили основные проблемы, с которыми организации могут столкнуться во время внедрения подписочной модели, а также разработали решения выявленных проблем. Данное исследование проводилось путем анализа российской научной литературы.

Ключевые слова: бизнес-модель, подписка, внедрение, организации, Россия.

Бизнес-модель «подписки» – бизнес-модель, которая построена на взаимодействии клиента и компании таким образом, что клиент приобретает товар или услугу не полностью, фактически получая лишь доступ к ней, при этом оплачивая не всю сумму товара и услуги, а

лишь часть, не единоразово, а одинаковыми платежами, в определенные промежутки времени, установленными условиями самой подписки. Вместо оплаты отдельного товара или услуги, покупатель, как было сказано, оплачивает доступ к совокупности товаров. Возьмем в пример онлайн-кинотеатр: когда клиент приобретает подписку на такой кинотеатр, клиент платит не за отдельный билет на определенный фильм, а получает доступ к обширной библиотеке фильмов, доступных на определенный период времени, который предусматривает подписка.

Актуальность данной бизнес-модели можно определить на практике современных компаний, использующих подписочную модель: к примеру, в 2020 году количество подписчиков российского онлайн-кинотеатра «Кинопоиск» увеличилось на 200%. Среднегодовые темпы роста музыкальных стриминговых сервисов, таких как VK Music, СберЗвук, Яндекс.Музыка, Boom, составили 58% в год. Другой пример, выручка холдинга «ЛитРес», предоставляющего по подписке доступ к библиотеке с большим количеством книг в электронном формате, выросла на 43% и составила 4,4 миллиарда рублей. Как мы можем заметить, количество компаний, использующих данную бизнес-модель, а также перешедших на нее, стремительно растет, как и растет спектр товаров и услуг, которые начинают быть доступным при приобретении определенной подписки [1].

Выделим основные преимущества использования подписочной модели, которые получают компании Российской Федерации:

1. Возможность планирования денежного потока. При использовании бизнес-модели «подписки» можно детально прогнозировать прибыль компании, ведь компании всегда будет известно, сколько активных пользователей подписки, какова стоимость подписки и на какой период времени она действительна. Подписочная модель повышает предсказуемость, предусматривая регулярные платежи, что также упрощает расчет денежных средств за определенный промежуток времени.

2. Повышение лояльности клиентов. Клиент, приобретающий подписку определенной компании, ощущает повышенную удовлетворенность, имея доступ к большему количеству товаров, нежели при единоразовом платеже, когда он владеет лишь одним товаром. Это увеличивает срок времени, при котором клиент пользуется услугами компании, также повышая свое доверие к организации и ее товарам и услугам.

3. Привлечение клиента путем меньших затрат. Трата меньшего количества своих ресурсов также влияет на выбор клиента в сторону подписочной модели, ведь зачастую стоимость подписки в 2-3 раза ниже совокупной стоимости товаров целиком, а в некоторых случаях подписка позволяет постоянно экономить денежные средства, как это происходит с онлайн-кинотеатрами и онлайн-библиотеками, имеющими в своем распоряжении безграничное количество товаров, которые они могут предложить клиенту. В рамках подписки также могут использоваться бонусы за приглашение людей, еще не пользующихся подписками компании, что также повышает привлечение клиентов.

4. Более легкое получение информации о клиентах. Подписки всегда имеют ограниченное количество услуг, предоставляемое пользователям, оттого компаниям легче проследить, какие именно услуги и товары компании пользуются большим спросом, а также проанализировать в конкретном, числовом выражении, сколько клиентов ориентированы на ту или иную услугу. Это позволяет компании более выразительно понять спрос клиентов, а также принять тактическое и стратегическое решение об обновлении объема подписки или улучшении контента, входящего в подписку [2].

Анализ источников позволил выделить перечень проблем, с которыми сталкиваются компании при внедрении бизнес-модели «подписки»:

1. Необходимость высоких стартовых вложений. Чтобы внедрить подписочную модель в компании нужно понимать, что компания предоставляет свои товары и услуги не единоразово, под заказ, а на определенный период времени, что подразумевает большие стартовые вложения на удовлетворение спроса всех клиентов в установленные сроки. Также проблемным этот фактор делает то, что на первоначальном этапе очень трудно оценить спрос

клиентов, следовательно трудно оценить первоначальные инвестиции в создание подписочной модели: в одном случае, компания потратит большое количество ресурсов на приобретение товаров, а количество клиентов окажется минимальным, с условием, что клиенты оплачивают не всю сумму товара или услуги. В другом случае компания приобретет недостаточное количество ресурсов, тем самым приобретая задолженность перед клиентами, которые будут требовать товар или услугу в данный момент, уже оплатив подписку.

2. Особенность покупателей в России. Стоит отметить, что в России традиционно сложилась система экономических отношений таким образом, что покупатель хочет платить за интересующий его товар единоразово, имея полное право пользования. Подписочная модель может вызывать недоверие к компании и ее продуктам, потому что в рамках такой модели предоставляется лишь доступ, и покупатель осознает, что не будет владеть товаром или услугой в полной мере.

3. Отсутствие соответствующего законодательства. Данная проблема влечет за собой множество неопределенностей, а следовательно риски для компании и недоверие со стороны клиентов, так как на данный момент не существует определенного закона, регламентирующего действия и ограничения подписки, а также определяющего права и обязанности компании и ее покупателей.

4. Недостаточная информированность покупателей. Бизнес-модель подписки имеет высокую популярность среди жителей страны 18-27 лет, из чего можно сделать вывод, что не все группы населения осведомлены о том, по каким принципам работает подписка компании и какие возможности при подписке могут быть доступны клиентам. Этот фактор влечет за собой повышенное недоверие со стороны клиентов, а также сильно ограничивает количество потенциальных клиентов, которые могли бы воспользоваться той или иной услугой компании по подписке [3].

В рамках данной работы автором разработаны решения вышеупомянутых проблем, которые могут возникнуть при внедрении, а также работе с бизнес-моделью «подписки» компаниями России.

Чтобы точно оценить количество ресурсов, требующихся для старта работы с подписочной моделью необходимо провести маркетинговые исследования: какое количество потенциальных клиентов на рынке, какие предпочтения и вкусы имеют потенциальные клиенты, есть ли конкуренты на данном рыночном сегменте и работают ли они по бизнес-модели «подписки», какие выгоды, товары и услуги может предложить компания для эффективного привлечения клиентов. Такие исследования помогут определить целесообразность внедрения подписочной модели в компанию.

Решением проблемы, связанной с недостаточной информированностью покупателей, может стать активное маркетинговое продвижение подписки компании, используя всесторонние способы, включая маркетинг в соц. сетях, рекламных баннерах и сайтах в интернете. Для более эффективного продвижения подписки необходимо соблюдать принципы открытости и честности: объяснять, как работает подписка, ее функционал, какие условия подписки существуют для клиента, какой товар и за какую стоимость в рамках подписки приобретает клиент. Для клиента максимально важно осознавать ценность продукта, который он приобретает.

Следующим решением, нацеленным на снижение недоверия, является введение акций и бонусов, позволяющих клиентам опробовать подписку, а также снизить барьеры входа начала использования подписки. Бонусы могут быть разносторонние: скидка на первое приобретение подписки, скидка на приобретение подписки на более долгий срок, дополнительные возможности и услуги, которые получит клиент при первом подключении подписки. Самым распространенным и эффективным способом решения данной проблемы является бесплатный пробный период, когда клиент может в полной мере ощутить возможности, которые он может получить, а также товары и услуги, входящие в подписку, абсолютно не затратив собственных средств. Такого рода «подарок» повышает лояльность клиента к компании, а также увеличивает вероятность приобретения подписки клиентом.

Важно также обращать внимание на отток клиентов, и совершать действия, нацеленные на сохранение действующей базы активных клиентов. Наилучшим способом, позволяющим сохранить клиента, станет снижение стоимости подписки. Клиент ощутит важность именно его подписки, что может изменить его решение в сторону продолжения использования услуг компании, а для самой компании, в стратегической перспективе, клиент продолжит приносить прибыль.

Комплексно повлиять на все проблемы также может дифференциация подписки, что подразумевает под собой создание нескольких тарифов, которые будут включать в себя различные товары и услуги, период времени пользования подпиской, ассортимент дополнительных возможностей и услуг, а следовательно, и гибкое ценообразование самой подписки. Такое решение позволит дать клиенту выбор, максимально удовлетворяющую его спрос, при этом повышая его лояльность, сохраняя клиентом определенной компании и ее услуг. Вышеупомянутые методы повышают процент удержания клиентов.

В рамках современного, постоянно меняющегося рынка, компании категорически важно своевременно обновлять и адаптировать собственные продукты, ориентируясь на изменяющиеся предпочтения клиентов. Следует повышать качество услуг, а также разрабатывать совершенно новые предложения, чтобы клиент осознавал ценность подписки и то, за что он отдает денежные средства. У каждого товара и даже услуги есть срок годности, но продукт всегда должен решать задачи и проблемы потребителей.

Для решения многих проблем обязательно проводить мониторинг изменяющегося спроса клиентов. Необходимо оценивать, что в конкретный момент для клиентов важно, за что они готовы отдавать деньги, а также оценивать сам спрос, причину его возникновения, сезонность. Со временем то, что предлагает компания, и то, что хочет получать клиент, может различаться, следствием чего станет отток клиентов. В рамках этого решения требуется также отслеживать удовлетворенность клиентов той или иной подпиской, проводя опросы, в ходе которых клиент оценит качество товара или услуги, какие улучшения или продукты он бы хотел видеть в подписке, но не получает их [4].

Рост количества компаний, использующих бизнес-модель «подписки», также не может остаться незамеченным государственными органами, поэтому в настоящее время созданы предпосылки для разработки и внедрения новых законодательных, локально-нормативных актов и правовых документов, регламентирующих процесс взаимодействия компаний с клиентами, поскольку сами компании не могут регулировать юридическую область.

Таким образом, в данной статье был проведен анализ основных проблем внедрения бизнес-модели «подписки» в организациях Российской Федерации и сформулированы варианты решения проблем, возникающих в процессе использования подписочной модели.

Список литературы

1. [Электронный ресурс] – URL: <https://vc.ru/services/523400-trend-na-podpisochnye-servisy-pochemu-biznes-zapuskayet-podpiski> (дата обращения: 27.11.2023).
2. Наумов И.А. «Модель бизнеса по подписке в современных реалиях» Бизнес-образование в экономике знаний, №. 2 (16), 2020, С. 70-74.
3. Олюнин И.С., Белякова Г.Я. «Инновационные бизнес - модели, как способ получение нового трафика и увеличения прибыли компании» E-Scio, №. 5 (68), 2022, С. 296-302.
4. Прохоренко А.С., Леванцов В.Н. «Подписочная модель монетизации товаров и услуг» ГГУ им. Ф. Скорины, №2, 2021, С. 177-178.

Использование цифровых технологий в процессе продвижения туристских услуг

Е.А. Шипилова¹, Л.В. Ташенова²

¹магистрант 1-го года обучения по специальности «Туризм»¹

²к.э.н., ассоциированный профессор,

директор Института исследований цифровой экономики

elizaveta006@mail.ru, larisatash_88@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: статья рассматривает роль и влияние таких инструментов, как социальные сети, контекстная реклама, SEO, мобильные приложения, аналитика данных и платформы для обмена контентом на процесс продвижения туристских услуг. Также в работе подчеркивается значимость цифровых технологий для создания персонализированных предложений, улучшения клиентского опыта и взаимодействия с аудиторией.

Ключевые слова: цифровые технологии, продвижение, маркетинг, реклама, SMM, туристская индустрия, туризм.

За последнее десятилетие технологические изменения значительно изменили туристскую индустрию, особенно в процессе планирования и бронирования путешествий. Цифровые технологии стали важной составляющей стратегии развития туризма и культуры в городах [1].

Цифровые технологии имеют огромное влияние на процесс продвижения туристских услуг. Они трансформировали способы, которыми туристские компании привлекают, взаимодействуют и удерживают клиентов.

В современном мире интернет является основным каналом коммуникации как для массового общения, так и для бизнеса. Нынешние компании не могут игнорировать преимущества онлайн-маркетинга и обходиться исключительно традиционными методами продвижения продуктов и услуг.

Согласно исследованиям Подзоровой Г.А., Кирилловой В.Е., Плешковой Н.А., Грязновой Н.Л., практически каждая организация нуждается в опытном интернет-маркетологе, способном создавать эффективные рекламные кампании, анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании и помогать улучшать ее имидж [2].

Сегодня производители и потребители оказались в новой реальности – в эпохе цифрового маркетинга, который объединяет различные инструменты продвижения товаров и услуг, включая туристские, через множество цифровых каналов. Это объясняет значительное внимание исследователей к изменениям в привычных моделях маркетинговой коммуникации и ведения бизнеса, особенно в сфере туризма и рекреации, где широко используются современные цифровые и SMM-технологии для продвижения товаров и услуг.

Цифровой маркетинг сегодня является ключевым элементом успешной экономической деятельности. Все больше сегментов рынка активно внедряют цифровые технологии для увеличения продаж, укрепления узнаваемости бренда и создания тенденций, связанных с деятельностью компаний или организаций. В туристской сфере цифровое продвижение становится особенно значимым, учитывая, что конечные потребители могут находиться на больших расстояниях от места своего предполагаемого путешествия [3].

Цифровые технологии оказывают значительное влияние на процесс продвижения туристских услуг, изменяя методы привлечения, взаимодействия и удержания клиентов. Онлайн-платформы и реклама в сети, включая социальные сети, контекстную рекламу, и SEO, стали эффективным способом распространения информации о турах, отзывах, фотографиях и видеоматериалах.

Контекстная реклама (PPC) и оптимизация под поисковые системы (SEO) – это два ключевых инструмента цифрового маркетинга, которые играют важную роль в продвижении туристских услуг онлайн.

Контекстная реклама, или платная реклама по клику (PPC), представляет собой стратегию интернет-рекламы, где рекламодатели платят за каждый клик на свое объявление. Реклама показывается потенциальным клиентам в соответствии с выбранными ключевыми словами и параметрами аудитории. В контексте туризма компании могут использовать контекстную рекламу для продвижения конкретных туров, отелей, путешествий или услуг. Они определяют ключевые слова, связанные с их предложениями, и создают рекламные кампании, чтобы показывать их потенциальным клиентам, которые ищут соответствующие туристские услуги.

SEO, или оптимизация под поисковые системы, это комплекс стратегий и методов, направленных на улучшение видимости и ранжирования веб-сайтов в органических (неоплачиваемых) результатах поисковых систем, таких как Google, Яндекс или Bing. В сфере туризма SEO позволяет компаниям улучшить видимость своих веб-сайтов в поисковых результатах. Это включает в себя оптимизацию контента на сайте, использование ключевых слов и фраз, улучшение пользовательского опыта, создание качественных обратных ссылок на сайт и техническую оптимизацию для увеличения позиций в поисковых системах.

Обе стратегии, контекстная реклама и SEO, предоставляют туристским компаниям возможность привлечь больше потенциальных клиентов через интернет. Контекстная реклама обеспечивает быструю видимость и привлечение клиентов сразу после запуска рекламной кампании, в то время как SEO обеспечивает более стабильные и долгосрочные результаты, улучшая позиции в поисковых системах со временем [4].

Аналитика и анализ больших данных стали ключевыми инструментами в современной индустрии туризма, позволяя компаниям создавать персонализированные предложения, учитывая индивидуальные предпочтения и потребности клиентов. Использование данных позволяет понять поведение потенциальных клиентов, их предпочтения в отношении мест путешествий, типов активного отдыха, предпочтительных услуг и даже бюджета. Это позволяет туристским компаниям создавать точные и уникальные предложения, наиболее подходящие для каждого отдельного клиента, что повышает их удовлетворенность и вероятность повторных покупок.

Мобильные приложения также играют важную роль в индустрии туризма, упрощая процесс планирования и бронирования путешествий для пользователей. Они предоставляют возможность получения всей необходимой информации о турах, отелях, экскурсиях, местах отдыха прямо на мобильных устройствах. Благодаря мобильным приложениям пользователи могут легко и удобно выбирать оптимальные варианты, сравнивать цены, читать отзывы других путешественников и производить бронирование практически в любое время и в любом месте. Так, например, Izi.TRAVEL – это приложение для обмена тематическими аудиогuidaми о путешествиях, культуре и искусстве. Для продвижения туристских услуг на этой платформе можно создавать аудиогиды о туристских направлениях, сотрудничать с экспертами для создания качественного контента и использовать возможности платформы для предложения специальных туров или услуг [5].

Технологии виртуальной и дополненной реальности помогают потенциальным клиентам погрузиться в путешествие еще до бронирования, что способствует более информированному выбору. А отзывы и обратная связь на цифровых платформах имеют важное значение для формирования репутации компаний.

Автоматизация и улучшение клиентского опыта благодаря цифровым инструментам значительно упрощают процессы бронирования, оплаты, управления заказами и взаимодействия с клиентами, повышая удовлетворение путешественников в целом.

Маркетинг в социальных сетях (SMM) в настоящее время представляет собой важный инструмент для продвижения туристских направлений и продуктов. И.В. Букреева отмечает, что SMM-технологии предоставляют возможность оптимизировать информацию о туристских достопримечательностях и направлениях через различные медиа-ресурсы, такие

как социальные сети, блоги, форумы и другие платформы, способствующие активной коммуникации между пользователями [6].

Современные возможности SMM, такие как разнообразный фото- и видеоконтент, использование gif-анимации, видеосток, backstage материалов, экспертных мнений, контента, созданного пользователями, персонализированная коммуникация и постоянное взаимодействие, значительно улучшают эффективность продвижения туристских продуктов и направлений.

SMM-маркетинг предоставляет возможность комплексной работы с аудиторией, включая формирование и поддержку имиджа, повышение продаж, клиентскую поддержку и сбор обратной связи. Доступно большое количество инструментов, позволяющих разнообразить и охватить различные типы контента.

В качестве платформ для применения SMM-маркетинга выделяются различные социальные сети (Instagram, TikTok, Facebook, ВКонтакте), блог-платформы (Blogger), микроблоги (Twitter), форумы и сайты отзывов (TripAdvisor), фото- и видеохостинги (Pinterest, YouTube) и другие подобные онлайн-сервисы.

Социальные сети стали площадкой для активного обмена впечатлениями о путешествиях, что создает большие возможности для туристских компаний. Пользовательский контент становится мощным инструментом привлечения новых клиентов. Блогинг представляет собой значимое явление в современном информационном пространстве и становится эффективным инструментом для распространения информации через вирусный маркетинг. Блог, как правило, создается одним пользователем и содержит контент в формате личного мнения или дневника, описывающего события или ситуации в хронологическом порядке. Особенно популярными и быстро растущими являются блоги о путешествиях, которые составляют значительную часть пользовательского контента. Эти блоги могут быть весьма ценными для компаний в сфере туризма, таких как туроператоры, туристские агентства, а также для компаний, предоставляющих услуги размещения или онлайн-рекламы [7].

Цифровые технологии стали неотъемлемой частью современной индустрии туризма, играя ключевую роль в продвижении туристских услуг. Они не только изменили способы, которыми потребители ищут и бронируют путешествия, но и стали эффективным инструментом для компаний, стремящихся привлечь внимание целевой аудитории.

Использование цифровых платформ, таких как социальные сети, блоги, онлайн-реклама и технологии виртуальной реальности, открывает новые возможности для туристской индустрии. От персонализированных рекомендаций до визуального представления туристских направлений, цифровые технологии позволяют компаниям создавать привлекательный контент и укреплять взаимодействие с клиентами.

Однако, успех в использовании цифровых технологий требует постоянного обновления стратегий, следования последним тенденциям и уделять внимание потребностям и предпочтениям целевой аудитории. Эффективное использование этих инструментов может не только привлечь больше клиентов, но и укрепить имидж компании в сфере туризма.

Таким образом, цифровые технологии продолжают играть важную роль в развитии и продвижении туристских услуг, предоставляя компаниям новые возможности для привлечения и удержания клиентов в быстро меняющемся цифровом мире.

Список литературы

1. Вишневецкая Е. В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 4, 2019, с. 12-24.
2. Подзорова Г.А., Кириллова В.Е., Плешкова Н.А., Грязнова Н.Л. Применение инновационной технологии digital marketing для повышения эффективности продвижения услуг // Вестник КемГУ. Серия: Политические, социологические и экономические науки. № 4(3). 2019. С. 333-338.

3. <https://the-steppe.com/gorod/kak-cifrovytehnologii-vliayut-na-razvitieturizma> (дата обращения: 29.11.23)
4. <https://про-движение.рф/блог/применение-seo-и-контекстной-рекламы-для-продвижения-в-сфере-туризма> (дата обращения: 29.11.23)
5. <https://www.izi.travel/ru/o-nas> (дата обращения: 29.11.23)
6. Букреева И.В. Использование SMM-технологий в продвижении туристских дестинаций (на примере продвижения территорий Северного Кавказа) // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике: матер. междунар. науч. конф. (22–23 ноября 2018 г.) / отв. ред.-сост. Д. П. Гавра. СПбГУ, 2018. № 4. С. 327-333.
7. Гончарова О.В., Халеева С.А. Использование современных digital-каналов и SMM-технологий в продвижении туристских услуг // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 8. – С. 1709-1724.

Экономика впечатлений в условиях цифровой трансформации рынка туристских услуг

Е.А. Шипилова¹, Л.В. Ташенова²

¹магистрант 1-го года обучения по специальности «Туризм»

²к.э.н., ассоциированный профессор, директор Института исследований цифровой экономики
elizaveta006@mail.ru, larisatash_88@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: в статье рассматривается цифровая трансформация рынка туристских услуг и ее роль на развитие экономики впечатлений. Выделены ключевые аспекты цифровизации, которые используются в туристской сфере в рамках экономики впечатлений. Статья также обосновывает важность цифровых инструментов для создания персонализированных и уникальных туристских предложений в рамках экономики впечатлений.

Ключевые слова: экономика впечатлений, цифровая трансформация, цифровые технологии, эмоции, впечатления, туристская индустрия.

Цифровая трансформация в значительной степени изменяет привычные подходы к туризму, открывая новые возможности для путешественников и предприятий этой отрасли. С развитием технологий у туристов теперь есть доступ к бесконечному объему информации, который помогает им планировать путешествия, сравнивать цены и выбирать из разнообразных вариантов бронирования.

Туристским дестинациям необходимо приспосабливаться к быстро меняющимся условиям и находить эффективные стратегии продвижения в мировом цифровом пространстве для популяризации своей уникальной туристской идентичности, увеличения конкурентоспособности, расширения аудитории и стимулирования как внутреннего, так и международного туризма.

Развитие различных систем онлайн-транзакций с использованием Интернета и мобильных технологий снижает психологические барьеры у потенциальных путешественников перед покупкой туристских продуктов или услуг. Цифровизация оказывает значительное воздействие на все аспекты туристского бизнеса и смежных отраслей: производство, маркетинг, технологии, коммуникации с партнерами и взаимодействие с клиентами.

Этот процесс стимулирует адаптацию новых цифровых продуктов под нужды туристской индустрии, а также требует поиска инновационных решений для сложных технологических и информационных задач, с которыми сталкивается туристская отрасль. В целом, цифровизация туризма обязывает отрасль постоянно совершенствоваться, чтобы соответствовать ожиданиям и запросам современных потребителей [1].

Поскольку цифровые инновации проникают в различные аспекты нашей повседневной жизни, они неизбежно оказывают влияние на наши эмоции и мотивацию, что в свою очередь влияет на наши отношения с товарами. Поэтому понимание того, как взаимодействуют цифровые технологии и человеческие эмоции, представляет значительную ценность для производителей товаров и услуг.

Цифровая трансформация туристского рынка приносит существенные изменения, направленные на формирование экономики впечатлений. Эта концепция сосредотачивается на создании незабываемых эмоций и уникальных впечатлений для туристов. Цифровая экономика, в которой основной акцент делается на предоставлении не самого продукта, а его функций в качестве услуги. В современной эпохе цифровой трансформации функция продукта, создающая определенные впечатления у пользователей, становится отдельным элементом, имеющим свою собственную стоимость и специфические характеристики.

Впечатление – это уникальная оценка события, явления или продукта, которая имеет собственные особенности как в позитивном, так и в негативном аспекте. Положительные отзывы приносят дополнительные экономические выгоды, такие как увеличение продаж или возможное повышение цен. Аналогично, отрицательные отзывы могут стать сигналом для пересмотра стратегии управления производством и продажами, что может привести к снижению объемов продаж и проблемам с запасами товара.

Впечатления – это вид продукта с ограниченным сроком «годности» для производителя. Их нельзя заранее приобрести или сохранить для будущего использования. Впечатления просто исчезают со временем, оставляя лишь нереализованный потенциал в памяти. Однако негативные результаты и плохие впечатления также должны учитываться в системе управления компанией как нежелательные события, которые не следует повторять в будущем.

Впечатления и отзывы представляют чрезвычайно индивидуальный характер и могут сильно различаться для каждого потребителя. Это приводит к разнообразию предложений и обзоров, отражающих различные эмоции и впечатления от пробованных или испробованных товаров и услуг. Фокусировка на впечатлениях и мнениях различных групп людей, их экспертности в определенных областях и их реакциях на различные услуги и товары, позволяет сделать выводы и принимать соответствующие экономические решения для производителей, участников рынка и потребителей [2].

Экономика впечатлений в чистом виде – это пространство, в котором происходит взаимодействие между предприятиями и клиентами. Каждая деталь может определить, какой эмоциональный след останется у клиента. Использование концепции экономики впечатлений становится ключевым фактором для удовлетворения потребностей в сфере туристской деятельности. Здесь можно заметить тенденцию, что потребители все чаще покупают не товары (услуги), а впечатления. Поэтому при внедрении экономики впечатлений в компании имеет смысл учитывать детали покупательского поведения. Например, фокус внимания потребителей смещается с того, «что я имею» на то, «что я чувствую при потреблении товара или услуги», и потребители хотят получать товары и сервис независимо от места и времени [3]. Чем более уникальными и привлекательными являются продукты на туристском рынке, тем больше у них шансов привлечь внимание своей целевой аудитории и построить экономические отношения с потребителями. Эта концепция сосредотачивается на создании незабываемых эмоций и уникальных впечатлений для туристов.

В цифровой эпохе технологии играют ключевую роль в преобразовании отрасли. Персонализация через данные становится неотъемлемой частью предоставления услуг. С помощью сбора и анализа информации о клиентах туристские компании могут создавать индивидуализированные предложения, точно соответствующие потребностям каждого клиента.

Интерактивные технологии, такие как расширенная и виртуальная реальность, внедряются в сферу туризма, предоставляя возможность путешественникам погружаться в будущие путешествия еще до их начала. Например, компании разрабатывают виртуальные

туры по отелям, пляжам или достопримечательностям, позволяя клиентам испытать впечатления и выбрать подходящий вариант. Приложения с использованием расширенной реальности позволяют туристам получить интерактивные информационные слои об исторических местах или дикой природе в реальном времени [4].

Социальные медиа становятся важным инструментом формирования впечатлений в сфере туризма. Клиенты активно делятся фотографиями, видео и отзывами о своих путешествиях через популярные платформы, такие как Instagram, Facebook или TripAdvisor, оказывая сильное влияние на восприятие бренда туристской компании. Компании используют социальные медиа для создания сетевых сообществ, обсуждения мероприятий и предоставления рекомендаций, что усиливает взаимодействие с клиентами и укрепляет доверие к бренду.

Эмоциональное воздействие через цифровые инструменты становится ключевым фокусом внимания в туристской индустрии. Персонализированные сообщения или уникальные видеоролики, созданные с использованием технологий искусственного интеллекта, способны усилить эмоциональную связь между компанией и клиентом. Технологии обратной связи позволяют компаниям понимать эмоциональные реакции клиентов на предоставляемые услуги и адаптировать их в соответствии с этими откликами.

Мобильные приложения и онлайн-сервисы становятся неотъемлемой частью стратегии предприятий туристской отрасли. Удобные мобильные приложения позволяют бронировать отели, туры, билеты и планировать маршруты в режиме реального времени. Геолокация и интерактивные карты в мобильных приложениях предоставляют пользователям информацию о местных достопримечательностях, кафе, магазинах и событиях, создавая удобные условия для туристов в любое время и в любом месте.

Таким образом, экономика впечатлений, подкрепленная цифровыми технологиями, становится ключевым элементом успешной работы в туристской индустрии. Понимание потребностей клиентов, создание эмоционально насыщенных впечатлений и использование инновационных цифровых платформ становятся необходимостью для компаний, стремящихся оставаться конкурентоспособными и привлекательными для современных туристов.

Список литературы

1. Гилмор Дж. Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие / Дж. Гилмор. – М. : Альпина Паблишер, 2020. – С. 384.
2. Е. С. Милинчук. Цифровая экономика: новая архитектура бизнеса и трансформация компетенций // Материалы X Международной научной конференции. Гуманитарные науки в новой реальности: проблемы, подходы, ценности, 2022 – С. 502-510.
3. Герасимов А. ПоТ, цифровая экономика и цифровая промышленность в России и мире // Control Engineering Россия ПоТ, 2019 – С.21-27.
4. Рябысько Ю.С., Кононова О.В. Исследование цифровых трансформаций туристической отрасли Санкт-Петербурга // Научный сервис в сети Интернет: труды XXII Всероссийской научной конференции (21-25 сентября 2020 г., онлайн). — М.: ИПМ им. М.В.Келдыша, 2020 — С. 572-580.

Развитие логистической системы гипермаркетов METRO в условиях цифровизации

¹А.Н.Чернова, ²Л.В.Ташенова

¹магистрант 1-го года обучения по специальности «Логистика (по отраслям)»

²к.э.н., ассоциированный профессор кафедры маркетинга, директор Института исследований цифровой экономики

nastasya_chernova_2001@mail.ru, larisatash_88@mail.ru

Карагандинский университет Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье рассмотрены современные цифровые технологии, применяемые в логистической деятельности гипермаркетов торговой компании METRO, которая прилагает значительные усилия для внедрения и активного использования разнообразных инновационных и информационно-коммуникационных технологий в логистической деятельности, что, в свою очередь, позволяет ей добиваться снижения себестоимости и уровня цен до показателя оптовых. В то же время, это помогает осуществлять эффективную торговую деятельность, как в оптовом, так и в розничном формате, что значительно повышает конкурентоспособность компании.

Ключевые слова: логистическая система, инновационные технологии, информационно-коммуникационные технологии, гипермаркеты METRO

В настоящее время сетевые торговые предприятия получили широкое распространение в Республике Казахстан и по всему миру. Они отличаются возможностью реализации высокого уровня продаж при широком ассортименте товаров.

Одной из известных торговых сетей, распространенной по всему миру, является немецкая компания METRO. Ее деятельность основана на принципах массовости, эффективности и экономичности логистических процессов. Оптимизация логистики позволяет снизить издержки и установить умеренные цены, что способствует как розничной, так и оптовой торговле.

Экономичность и эффективность логистических процессов в компании METRO обеспечиваются применением передовых технологий в области логистики. Компания использует технологии голосового поиска товаров на складах и распределительных центрах, облачные системы хранения для обработки большого объема торговой и логистической информации, а также программные средства для управления логистическими процессами.

Компания METRO широко использует робототехнику в своих логистических процессах. Она активно внедряет интернет-технологии, онлайн-продажи и онлайн-заказы, а также специализированные программы для работы с поставщиками. Применение онлайн-технологий стало особенно важным во время пандемии COVID-19.

Одним из ключевых принципов управления логистическими расходами в METRO является минимизация издержек, достигаемая за счет эффективного движения товаров. Особую роль играет оптимизация цепочек товародвижения. Выбор наиболее коротких путей передвижения товаров осуществляется путем информационного планирования оптимальных грузопотоков, разработки планов поставок и отгрузок, а также организации централизованного координирования работы получателей товара с поставщиками.

Компания METRO применяет самые современные логистические схемы PAXD, BBXD, CS, которые позволяют максимально ускорить логистические процессы доставки, обработки грузопотоков, их консолидации и расконсолидации.

Проводится большая работа по ускорению оборачиваемости товаров на складах и распределительных центрах компании. Применяются логистические схемы, которые позволяют наименьшим способом загружать складские площади, в том числе за счет моментальной перезагрузки грузов с одних транспортных средств на другие и целенаправленной отправки их в соответствующие торговые центры.

В компании METRO применяются алгоритмы формирования и обновления ассортимента товаров, опирающиеся исключительно на маркетинговую ситуацию на рынке и возможности логистических систем. Данный принцип позволил компании получить широкое распространение во всем мире.

Применение новейших технологических решений позволяет компании METRO создать такую систему логистики, которая максимально снижает затраты на перевозку товаров. Низкая цена является важным конкурентным преимуществом компании по отношению к другим сетевым торговым компаниям.

Входящая в состав холдинга торговая сеть Metro Cash & Carry насчитывает более 750 торговых центров в 25 странах. Бренды METRO и MAKRO (дочерняя компания METRO) являются оптовыми продавцами для клиентов в сфере гостиничного бизнеса, ресторанов и общественного питания (HoReCa), а также для независимых продавцов (Traders). Они предлагают клиентам портфель продуктов и решений, адаптированных к их конкретным требованиям.

Таблица 1

Финансовые показатели компании METRO

Показатель	2019/20	2020/21	2021/22
Прибыль или убыток за период, млн. евро	471	-45	215
Прочий совокупный доход, млн. евро			
Статьи прочего совокупного дохода, которые впоследствии не будут реклассифицированы в состав прибыли или убытка	5	2	4
Переоценка пенсионных планов с установленными выплатами	7	-2	5
Влияние оценки справедливой стоимости долевого инструментов	0	0	0
Налог на прибыль, относящийся к статьям прочего совокупного дохода, которые впоследствии не будут реклассифицированы в состав прибыли или убытка	-2	4	1
Статьи прочего совокупного дохода, которые впоследствии могут быть реклассифицированы в состав прибыли или убытка	-470	105	-280
Отличия от пересчета валюты при пересчете финансовой отчетности зарубежных операций	-468	111	-256
Эффективная часть прибылей/убытков от хеджирования денежных потоков	-2	3	2
Влияние оценки справедливой стоимости долговых инструментов	0	0	0
Доля в прочем совокупном доходе ассоциированных/совместных предприятий, учитываемая по методу долевого участия	0	-9	0
Налог на прибыль, относящийся к статьям прочего совокупного дохода, которые впоследствии могут быть реклассифицированы в состав прибыли или убытка	0	0	0
Прочий совокупный доход, млн. евро	-466	107	254
Общий совокупный доход, млн. евро	6	62	8
Примечание – таблица составлена по данным источника [1]			

Из таблицы 1 видно, что в 2019-2020 году деятельность компании METRO была рентабельна: прибыль составила 471 млн. евро; в тоже время, в период пандемии

коронавирусной инфекции COVID-19, она была убыточна. За период 2021-2022 годы прибыль METRO значительно увеличилась, составив 215 млн. евро соответственно.

Большой объем затрат компания METRO направила на систему облачного хранилища, видео и звукового распознавания. При этом, важно заметить, что данные затраты хорошо окупаются, так как они позволяют ускорить оборачиваемость оборотного капитала. Это приносит положительный эффект не только для самой компании, но и для государства (более 3% валового внутреннего продукта). В настоящее время компания METRO является одной из инновационных компаний в мире.

Понимая всю важность логистических процессов для успешной работы на современном рынке, компания METRO вкладывает значительные средства совершенствования технологических процессов в логистике.

В компании действует система борьбы «со всем неэффективным». Данный принцип компания METRO переняла у японских фирм. В METRO прекрасно понимают, что передвижение автотранспорта по улицам ограничено, так как всегда накладываются определенные пределы на скорость перемещения. Поэтому единственным методом ускорения работы, по мнению менеджмента компании, является адаптация системы работы роботов и сотрудников на складе компании. Поэтому происходит постоянная оптимизация времени работы сайта: то есть высокая скорость логистической обработки товаров с использованием возможностей сайта, приводит к повышению доходов компании.

Применение роботов на складах METRO оправдано возможностью исключения так называемого «человеческого фактора». Общеизвестно, что совершению ошибок способствует высокая производительность труда. Сотруднику необходимо быстро найти товар и доставить его к необходимому пункту сортировки, при этом, он работает в течение двенадцати часов в сутки, проходя расстояние в восемнадцать километров. При таком интенсивном труде ошибки просто неизбежны. В связи с этим, роботы исключают ошибки на первом этапе поиска товаров. В дальнейшем планируется заменить человеческий труд: то есть роботы должны не только находить товар на складе, но и доставлять его к грузовикам.

Следует также отметить, что в настоящее время компания METRO также применяет систему распознавания голосом. Имея большой объем облачного хранилища информации, компания запоминает фразовые выражения и коды. С помощью голосового управления можно не только распознавать шифр товара, но и управлять логистическим процессом. Система управления голосом позволяет ускорить логистические операции, избавиться от необходимости заполнения промежуточных документов. Она применяется совместно с видео распознаванием товара или штрих-кода. Голосовые команды, штрих-коды, виды и формы коробок заносятся в память облачного хранилища информации. В настоящее время система показала свою высокую эффективность.

Также для более эффективного управления логистическими процессами используется программа RELOG, благодаря которой возможно хранение и обработка большого количества информации. Интерфейс и возможности данного программного продукта полностью согласуются с инструментами и компонентами сайтами компании.

Опыт показывает, что многие сетевые компании распределяют заказы по водителям, но все-таки чаще всего делают это неоптимально. В итоге водители приезжают за товаром и уезжают с полупустыми фурами, что приводит к постоянным задержкам, и бизнес теряет клиентов и доход, увеличиваются транспортные расходы. Для решения всех этих проблем и нацелена программа для маршрутизации RELOG, благодаря которой многим компаниям в мире уже удалось успешно решить 99% проблем, связанных с доставкой и логистикой внутри города: она автоматически планирует оптимальные маршруты с учетом более 40 параметров. Диспетчер четко контролирует работу водителей, своевременность доставки и транспортные расходы. Диспетчеры отслеживают маршрут в реальном времени и могут изменять его с учетом потребностей компании. Водители всегда на связи благодаря мобильному приложению программы RELOG DRIVER, которая показывает оптимальный путь развозки заказов с учетом пробок, и проблем на дороге. Раздел аналитики программы, в

свою очередь, позволяет изучать тренды, вычислить, на каких фирмах-клиентах и водителях компания теряет больше потенциального дохода, отслеживает отказы и возвраты, позволяет увидеть частоту доставок, затем, на основе этих данных, принять важные для бизнеса решения.

Компания ant Technologies выполнила внедрение системы Logistics Vision Suite в комплекте с системой голосового управления Vocollect voice в распределительном центре METRO Group Logistics в Республике Казахстан. С помощью специального электронного приложения происходит составление оптимального маршрута поездки грузового транспорта до заказчика. При этом применяются система использования данных с облачного хранилища информации, находит широкое применение логистическая программа по транспортировке грузов, в интерфейсе которой отображается положение транспортного средства, его загруженность различными товарами, состояние пробок на дороге. Прокладка оптимального маршрута позволяет каждый год экономить компании сотни миллионов долларов США при доставке товаров. Применение оптимального маршрута доставки груза к заказчику приводит к тому, что время доставки значительно сокращается.

Дальнейшим направлением цифровизации логистической деятельности гипермаркетов METRO в Казахстане является углубление автоматизации склада с целью оптимизации его деятельности [2]. METRO Cash&Carry планирует внедрить систему управления складом (WMS). Автоматизация склада – это один из наиболее эффективных способов сокращения логистических издержек. В результате внедрения WMS на складах произойдет значительное увеличение эффективности. Экономическая целесообразность внедрения WMS подтверждается целым рядом факторов, начиная от существенного увеличения качества всех складских операций, и заканчивая сокращением количества персонала, необходимой подъемно-транспортной техники при повышении оборачиваемости склада.

Благодарности: Статья подготовлена по результатам исследования по гранту №AP19680223 Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан.

Список литературы

1. Официальный сайт компании METRO в Германии. <https://www.metroag.de/>
2. Официальный сайт компании METRO в Казахстане <https://www.metro-kz.com/>

Implementation of digital transformation of the logistics system in Uzbekistan

Shadibekova D

Associate professor of “Business management and Logistics”,
d.shadibekova@tsue.uz

Tashkent State University of Economics, Republic of Uzbekistan

In the economic development of any country, it is necessary to open up a logistics system that has vitality. By optimizing the engine of finished products and the domestic market, an effective logistics system ensures the delivery of goods on the best terms and at low prices for buyers, and stimulates competition in the market. In the external market, this increases the country’s economic competitiveness and accelerates the process of integration into the world economy. It is necessary to organize an effective logistics system for our developing countries.

Issues of implementing digital transformation in the logistics industry of Uzbekistan.

Modern information technologies have a great impact on the economy and social life. In the conditions of current and future modernization of the transport industry, it is worth emphasizing the development of new types and methods of relations between transport organizations and consumers

and their widespread use. Digitalization of the transport sector will serve to optimize transport and logistics costs.

Modern information systems are characterized by the creation of a single information space for all participants in the interaction. The vast territory of our country and the need to cover the most remote areas with transport services increase the dependence of transport infrastructure on high information technologies. Increasing the efficiency of logistics is especially important in our country, which is geographically disadvantaged and does not have direct access to seaports, which is the cheapest mode of transport, even through border countries.

The use of digital and intelligent information technologies in the management of the transport sector carries a number of useful functions. For example, thanks to the active use of information technology, the acceptance of new orders, as well as the process of delivery and transportation of goods, warehouse and vehicle fleet management, are significantly accelerated. As a result of increasing the speed of these processes, the order completion time from the client's point of view is reduced, the flow of paper documentation is reduced, and the role of the human factor is reduced, which leads to a reduction in material costs.

Due to a quick response to customer requests, consumer demand is satisfied, this guarantees the stability of order fulfillment and fully meets the requirements of a modern market economy.

As mentioned above, it is difficult to imagine truck service in the USA without Tablet, I-pass, Prepass, Samsara and GPS gadgets. The use of these modern gadgets in logistics and transport enterprises in our country gives positive results.

For example, I-pass is now widely used throughout the United States. This gadget shows truck drivers that they have driven on toll roads, how far they have driven and the toll amount. The peculiarity of the gadget is that the driver does not pay for the toll road; the I-pass gadget does it for him, which can connect to a bank card online. Widespread use of this system throughout our country in the coming years will save time spent on delivering goods and prevent excessive effort required from the driver.

It is no secret that from 2020 the weight of cargo will be measured at weighing stations after cargo transported across the country exceeds a certain ton. Such system already exists in foreign countries, for example, in the USA it is implemented as follows.

Trucks equipped with the Prepass gadget can drive without stopping at toll booths, that is, when a signal from the gadget is received in the weight calculation system, the payment is automatically withdrawn, and information indicating the weight is displayed electronically on the driver's phone. This gadget is very effective in saving time and preventing disputes between drivers (related to queue).

If the truck is not equipped with a gadget, the driver will first receive an order to load the cargo, then make the payment, weigh the cargo when it is his turn, and it is not an exaggeration to say that he will lose at least 30 -50 minutes of time. This modern system is now very necessary for the logistics sector of our country, and the efficiency of its use is very high.

For the customer and supplier, the condition of the cargo, the distance traveled and the level of safety are always considered important factors. Currently, various GPS devices are used in cargo transportation practice in our country.

However, these GPS devices only allow you to determine the location of a moving truck. Currently, the Samsara device, one of the modern forms of monitoring that is part of world practice, provides many opportunities for both the driver and the client.

For the driver:

- Complete data recording source;
- Constant technical monitoring of the car;
- Power of attorney for cargo delivery;

For client:

- Monitoring the condition of cargo using a video camera;
- Allows you to determine the location of the truck.

Figure 14 below shows the operating principle of the Samsara device. This device connects to the driver's phone via Bluetooth and makes it possible to monitor the condition of the cargo and technical monitoring of the truck. The customer, in turn, can access the Samsara interface via the Internet and track the status and location of their shipment online through their password.

In today's competitive era, as companies strive to stay ahead of the market, they require their systems and software to work in sync and work as one. Proper integration provides companies with increased productivity, more efficient use of data and new capabilities, and allows key business processes to work together effectively.



Figure 1. Algorithm of operation of the Samsara gadget

Thus, the use of modern integration approaches such as application programming interfaces (APIs), their flexibility and regular expansion is attracting the attention of many logistics enterprises.

Electronic Data Interchange (EDI) is the concept of exchanging paper data over the Internet. Separate EDI standards have been created for the relevant industries (X12, EDIFACT, IATA, etc.). The main idea of the concept is that the received data is always processed by software. Therefore, each EDI standard strictly defines the types of documents available, their format and the rules for their interpretation. The main advantages of EDI are as follows:

Automation of tasks.

- Ability to send documents.
- Compatible with traditional technologies.

API is one of the main approaches to integration today. APIs complement traditional B2B technologies such as electronic data interchange and managed file transfer. Key API features include:

- Real-time information.
- Simultaneous communication.
- Easy integration.
- Cost-effectiveness.

	API	EDI
Integratsiya usuli	bulutli tizimlardan kompyuterga	kompyuterdan kompyuterga
Integratsiya sarflanadigan vaqt	2-3 kun	bir necha oylar
Ma'lumot almashinuvining tezligi	uzluksiz	minutlar talab qiladi
Foydalanuvchilar soni	ko'payib bormoqda	kamaymoqda

Figure 2. Features of API and EDI

The above features are the main elements of information exchange in an enterprise. Until the beginning of 2022, the EDI system was widely used in the organization and activities of the logistics company Smart Fleet LLC. It will not be an exaggeration to say that the emergence of the coronavirus (Covid-19) pandemic has had a great negative and positive impact on the logistics

sector. We will not be wrong if we say that the widespread use of APIs among logistics businesses is a positive aspect of this pandemic.

Four main reasons for the development of API integration:

- Real-time data transfer
- Reduced integration costs
- More scalability
- Confirmation of data exchange

Figure 3 below shows a simple form of the process of API transactions with other businesses within a logistics enterprise.

In 2021, most foreign logistics companies used easily customizable and scalable e-commerce platforms such as Shopify, Woo Commerce or Magento, Transflo to automate many back office tasks and logistics operations.

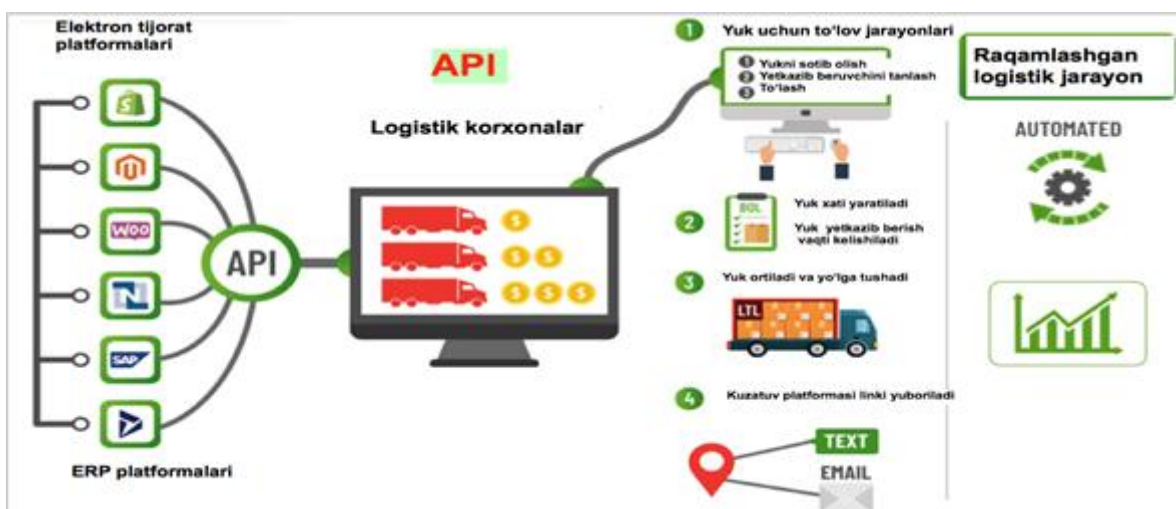


Figure 3. Map of automating cargo delivery using API

With the help of reliable enterprise resource planning platforms such as SAP, Oracle, Netsuite or Microsoft Dynamics, small businesses have digitized most of their processes.

It should be noted that today many innovative developments in the field of logistics are being implemented in our country. In order to facilitate international transport and increase transparency, an automated online system for distributing foreign multilateral permit forms has been launched. Licensing of freight and passenger transportation activities has been transferred to a fully electronic form.

This system allowed entrepreneurs to obtain a license remotely. Currently, in cooperation with the Commodity Exchange, in August of this year, a special electronic trading platform for the provision of cargo transportation services by road - a single platform “mytransport.uz” - will be fully launched.

On this platform, you can purchase domestic and external cargo transportation services through an electronic trading platform.

Today, there are a number of problems in the transport infrastructure of the republic, information about roads, facilities, posts, logistics centers, railway stations, airports, bus stations, as well as roads, railways, air transport - lack of a monitoring system. data on freight and passenger transportation by road, the lack of unified and differentiated tariff plans for regions in the process of using public transport of the population, outdated road transport infrastructure, as well as a very low level of use of information and communication technology in this area is one of the important problems facing in front of this area.

CONCLUSION. Thus, in order to further increase the effectiveness of the ongoing reforms, in order to create conditions for the comprehensive and rapid development of society and the economy, the implementation of the priorities of the modernization of our country and the liberalization of all spheres of life:

1. Development of fundamental principles for increasing competitiveness through digitalization of the economy in the service sector.
2. Creation of software that ensures the digitalization of the economy in the service sector.
3. Determine priorities such as the creation of a unified electronic platform for digitalization of the economy in the service sector.

References

1. Dildor, S., & Azizjon, O.. (2023). IMPLEMENTATION OF ERP SYSTEM UNDER THE MANAGEMENT OF SMALL ENTERPRISES IN UZBEKISTAN. *Horizon: Journal of Humanity and Artificial Intelligence*, 2(6), 344–348. <https://univerpubl.com/index.php/horizon/article/view/2164>
2. Dildor, Shadibekova, N Dzhamilova Nargiza, Bozorov Ilyos and Berdiyeva Uguloy. “Prospective Development Analysis of Small Business and Entrepreneurship of Uzbekistan.” (2020).
3. Abdurakhmanov, K., Zikriyoev, A., Shadibekova, D., Khojamkulov, D., & Raimjanova, M. (2022, December). Limits and challenges of human resource technological talents in AI age. In *Proceedings of the 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems* (pp. 202-209).
4. Shadibekova, D. (2022). ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN UZBEKISTAN. *Iqtisodiyot va ta’lim*, 23(1), 307-311.

МАЗМҰНЫ/СОДЕРЖАНИЕ/CONTENTS

Секция 1. Экономиканың цифрлық трансформациясы: жаңа бизнес-модельдер, технологиялар және құзыреттіліктер

Секция 1. Цифровая трансформация экономики: новые бизнес-модели, технологии и компетенции

Section 1. Digital transformation of the economy: new business models, technologies and competencies

Абдрахманова Д.Б., Гопфауф М.А., Мусина С.Т.	Цифровая экономика в Казахстане: особенности формирования и тенденции развития в контексте современных вызовов и возможностей	4
Айтбаева А.А., Газизова М.Р.	Қазақстан экономикасының дамуындағы инновациялардың рөлі	8
Амангельды А.Р.	Роль коучинга в бизнесе, в повышении производительности и развитии лидерства	11
Андарова Р.К., Шандер М.А.	Внедрение автоматизированной системы управления для поддержки бизнес-процессов на предприятии	16
Асанова М.К., Рахимжанова Г.К.	Экономиканың цифрлық трансформациясы жағдайындағы Қазақстандағы үй шаруашылықтарының табыстар мен шығындарының динамикасы	19
Асанова М.К., Шушаев С.Д.	Теоретические подходы к изучению тематики зеленых инвестиций	21
Величко Г.С., Гелашвили Н.Н.	Цифровая экономика и новые реалии конкуренции: выживание и процветание	25
Воробйова О.М., Перова Н.С., Нарымбай Н.А.	Эволюция виртуальной реальности	27
Воробйова О.М., Перова Н.С., Исина Н.А.	Роль Казахстана в динамике цифрового развития на современном этапе	29
Воробйова О.М., Перова Н.С., Денежкин А.А.	Интернет вещей (IoT) и его роль в цифровой экономике	31
Ғалиқызы Н., Куттыбаева Н.Б.	Еңбек нарығындағы гендерлік асимметрия	33
Ергалиев А.Ж., Андарова Р.К.	Қазақстан агроөнеркәсіптік кешеннің инновациялық дамуының ерешеліктері	38
Жарасбаева А.Ж., Гелашвили Н.Н.	Пути совершенствования стратегического управления на крупных предприятиях Казахстана	42
Жарасбаева А.Ж., Асанова М.К.	Специфика населения старших возрастных групп и ее структура	45
Жумаканова А.С., Асанова М.К.	Значение внедрения цифровых технологий в сфере таможенных органов	48
Каглян Н.И., Мусина С.Т.	Анализ и развитие экономической эффективности деятельности предприятия в Республике Казахстан (на примере АО «Halyk Bank»)	50
Киселева Е.М., Олифер А.С.	Бизнес-модели российских и зарубежных футбольных клубов	55
Кожабатчина Г.М.	Әлеуметтік кәсіпкерлік тұжырымдамаларын қалыптастырудың теориялық негіздері	59

Кузьмина А.С.	Новая реальность: влияние digital-трендов на формирование новых бизнес-моделей D2A и D2C	63
Кулумбетова Д.Б., Молдабекова Г.Б.	Сущность и содержание социальной поддержки населения	65
Мазина А.Т.	Агроөнеркәсіптік кешендегі энергия үнемдеуді арттырудағы цифрландырудың маңыздылығы	71
Макалакова Б.М.	Қазақстандағы телекоммуникация саласын дамытудың негізгі үрдістері	74
Малашенкова О.Ф., Перова Н.С., Мусина С.Т., Базарбаева Л.М.	Нейроинтеграция в цифровой экономике: оптимизация процессов и анализ негативных эффектов	79
Махмудова Д.Р., Абжанова А.А., Мусина С.Т.	Бюджетный дефицит и способы его регулирования на современном этапе в Республике Казахстан	83
Мусина С.Т., Саятова Н.Е.	Форсайт анализ как инструмент стратегического планирования для развивающихся стран	89
Мухамединова Н.Ш., Мусина С.Т.	Деятельность бизнес-инкубаторов и специфика их функционирования в Республике Казахстан	93
Нгуен К.Т., Шомахов К.Р., Голованов И.Д. Моттаева А.Б.	Искусственный интеллект и его роль в цифровой экономике	98
Нұржан М.Ә.	Қазақстандағы бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі: жағдайы және даму перспективалары	103
Огородникова Ю.С., Мукашев Т.А.	Арт рынок Казахстана: современное состояние, направления развития как перспективного объекта инвестирования	106
Перова Н.С., Совет Т.	Интеллектуальная трансформация: влияние прогресса нейросетевых технологий на экономическую эффективность в Казахстане	111
Перова Н.С., Садыкова В.Е., Карпова К.В.	Изменение тенденций в условиях цифровизации	113
Полевой С.В., Бенсуна И., Гельманова З.С.	Влияние процесса цифровизации на формирование и развитие человеческого капитала	116
Раимбеков А.Б., Гелашвили Н.Н.	Современные тенденции использования искусственного интеллекта, риски внедрения и способы их преодоления в маркетинге	120
Райханова Г.А., Бюрабеков Б.Е.	Цифрландыру жағдайындағы еңбек нарығын мемлекеттік реттеудің теориялық аспектілері	125
Рахимкулов Е.О., Болатов А.Е., Мусина С.Т.	Торговая политика Республики Казахстан на современном этапе	129
Рахимова А.Н.	Кибербезопасность в эпоху цифровой трансформации	132
Сабыржан А., Қанатқызы А.	Цифрлық экономикадағы кәсіпорындардың инновациялық-инвестициялық қызметінің ерекшеліктері	133
Салихов М.Р.	Анализ развития цифровизации высшего образования	136
Самусенко П.В.,	Цифровая трансформация экономики Казахстана:	141

Гелашвили Н.Н.	тенденции и возможности	
Сатеев Г.В., Хусаинова Ж.С.	Цифровизация экономики. Создание современной бизнес-модели в условиях цифровизации экономики	145
Ташкеева М.Г., Исина Н.А.	Цифровая трансформация: вызовы и возможности для бизнеса в эпоху цифровой экономики	147
Ускембаева Д.А.	Қазақстанның агроөнеркәсіп секторын цифрландырудың маңыздылығы	151
Фэн Чжунбао, Кулумбетова Д.Б., Давлеткалиева К.Б.	Экономика знаний - сущность, структура, критерии и эволюция	153
Хасанов Т.Х., Мусина С.Т.	Бизнес-аналитика организаций в Казахстане	159
Хусаинова Ж.С., Құттыбаева Н.Б., Ескендир Н.Н., Жакина Г.Е.	Қазақстан экономикасының цифрлық трансформация жағдайындағы кедейлік мәселесі	163
Шаймерден А.М.	Қазіргі білім берудегі инновациялық процестер: мәні, құрылымы, ерекшеліктері	167
Assanova M.K., Sadykova V.E., Imanbayeva A.K., Serikov E.K.	Digitalisation in international trade	170
Assanova M.K., Doskazhanova K.T.	Application of artificial intelligence technologies in corporate finance	173
Chukurna O.P., Snoz O.M., Chukurna E.O.	Strategic approaches to pricing in digital economy	176
Chukurna O.P., Pankovets L.V.	Periodization of changes in technological structures and their impact on the cost factor	179
Gelashvili N.N., Turusbekov A.E.	Artificial Intelligence in the Digital Economy: Trends and Possible Improvements	183
Halan L. V., Levchenko V.O.	Internet marketing strategy of Netflix in the market of digital products	187
Karahodina A.V.	Personnel management in remote format at enterprises	189
Kholostenko Y.P.	Emerging trends in contextual advertising in 2024	191
Kofman V.	Strategic principles of brand management in the digital economy	192
Kokoriev O.V., Myklush A.A. , Hrishyn D.V.	Research on corruption and methods of its diagnosis	196
Raimbekov B.H., Sabyrzhan A.	The use of artificial intelligence to control knowledge and assess the competencies of university students is an actual educational trend	198
Yermekova M.M., Zhartay Zh.M.	Implementation of the economic features of the digital tenge	202

Секция 2. Тренды цифровизации финансового сектора как симбиоз инновационных финансовых продуктов и информационных технологий

Секция 2. Инновациялық қаржылық өнімдер мен ақпараттық технологиялар симбиозы ретінде қаржы секторын цифрландыру трендтері

Section 2. Trends in digitalization of the financial sector as a symbiosis of innovative financial products and information technologies

Абаев А.А., Музаффаров Е.Н.	Қаржы әлеміндегі цифрлық қауіпсіздік: қиындықтар мен шешімдер	206
Ақбаев Е.Т., Бағдат Н.Е.	Қазіргі экономиканы цифрландыру және шет елдік тәжірибе	211
Ақбаев Е.Т., Хананова Р.А.	Влияние блокчейн технологий на финансовую сферу	214
Ақбаев Е.Т., Хананова Р.А.	Онлайн-банкинг как прорыв в цифровой гонке между БВУ РК	216
Артақшинова В.С., Аксеркина Г. Ж.	Сандық экономикадағы депозиттердің рөлі: жаңа мүмкіндіктер мен қиындықтар	219
Артақшинова В.С., Жарылғапова Ж.Ж., Мадикан З.А.	Шағын және орта кәсіпкерлікті несиелендіруді инвестиция көзі ретінде цифрландыру арқылы мүмкіндіктерін пайдалану	222
Ахметова Г.Т., Заутканов О.Е.	Текущая реальность цифровой экономики Казахстана	227
Ахметова Д., Комекбаева Л.С.	Международное налогообложение в Республике Казахстан	230
Ахметова Д., Комекбаева Л.С.	Анализ налоговых режимов в Казахстане	232
Башкирова Н.Н., Зотов Б.В., Мусина Д.И.	Цифровая экономика: новые условия для акселерации роста финансовых пирамид и новые возможности их выявления и пресечения	233
Воробьева С.М., Кулбаев У.Б.	Цифровая ипотека: реальность и перспективы	236
Домников А.Ю., Артақшинова В.С.	Банковское регулирование и надзор: анализ зарубежного опыта	240
Калкабаева Г.М., Тян О.А.	Этапы разработки цифровых платформ для финансирования проектов устойчивого развития	246
Курманалина А.К., Мальшев А.С.	Основные тренды цифровизации банковского сектора в Республике Казахстан	251
Курманалина А.К., Махмудова Д.Р.	Теоретические аспекты финансового расследования как инструмент борьбы с организованной преступностью	254
Min Wenqing, Shalupayeva N.S.	The impact of digital economy development on import substitution - the case of China's semiconductor industry	259
Мыржықбаева А.Б., Айтбаева Л.М.	Направления применения искусственного интеллекта в банковской сфере	263
Мыржықбаева А.Б., Алексеева М.А., Гайнуллина А.Ф.	Цифровые тренды в страховании	267
Мыржықбаева А.Б., Леонова Н.Н.	Новые цифровые инструменты на Казахстанской фондовой бирже	270
Мыржықбаева А.Б., Низамиева А.Н.	Тренды цифровизации платежной индустрии: мировой опыт и особенности в Казахстане	274

Нурмагамбетов А.Е., Ааянбеков Д.А., Кадырова Г.А.	Противодействие отмыванию денежных средств в контексте цифровых финансов: проблема криптовалют	279
Сыздыкова К.Ш., Турсунбеков А.	Экономиканы цифрландыру жағдайында тұрғындарға несие беру ерекшеліктері	282
Тиштықбаева А.Ж., Жарылғапова Ж.Ж., Жарылғапов М.Ж.	Цифрлық теңге: Қазақстанның цифрлық қаржылық болашаққа көшуі	287
Тиштықбаева А.Ж., Жаукарбекова А.А.	Исламдық банк жүйесі: цифрландыру және қаржылық технологияларды дамыту	292
Тиштықбаева А.Ж., Музаффаров Е.Н.	Қаржы секторының цифрлық трансформациясы: қиындықтар мен мүмкіндіктер	295
Топшахова Г.Р., Масалим С.Е., Тлеуова Н.Е., Хамзина Б.	Қазақстан Республикасында сандық теңгені енгізудің алғышарттары және даму болашағы	300
Топшахова Г.Р., Руслан А.Р., Таңсықпаева А.М.	ҚҚС-ы әкімшіліктендіруде блокчейн технологиясын қолданудың маңызы	304
Урумбаева Я.В., Кулумбетова Д.Б., Давлеткалиева К.Б.	Экономическое содержание и структура финансовых ресурсов субъектов хозяйствования	307
Фу Сяяо, Сокол Д.В.	Исследование стратегий преодоления последствий введения налога на цифровые услуги в условиях цифровой экономики	312
Шепелин Г.И.	О решении стратегических проблем цифровой трансформации предприятий водного транспорта	316

Секция 3. Цифрлық және инклюзивті даму экономикасындағы басқарудың жаңа парадигмасы

Секция 3. Новая парадигма управления в экономике цифрового и инклюзивного развития

Section 3. New paradigm of management in the economy of digital and inclusive development

Алдибаева А.А., Мамбетова С.Ш.	Бенчмаркетинг және оның мүмкіндіктері	323
Абдраимова И.Е., Джазыкбаева Б.К.	Опыт зарубежных компаний в управлении инновационным потенциалом	326
Ахметова А.С., Кунтупова А.М.	Қашықтықтан басқару дәуіріндегі менеджмент тиімділігі	330
Айтуғанов Б.Қ., Мамбетова С.Ш.	Ұйымның тиімді дамуын басқарудың заманауи тәсілдері	335
Басиева Л.В., Басиев В.Я., Хегай Д.В.	Совершенствование товарной политики как инструмент развития предприятий	338
Бекоева А.А., Аскарова М., Дзобелова В.Б., Давлетбаева Н.Б.	Новая парадигма управления в экономике: переход к цифровому и инклюзивному развитию	341

Voskanov M.E.	Institutional conditions and methods of development of socio-economic macro systems	345
Ғабит Ғ.С.	Тәуекел жағдайында инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау әдістері	348
Галабуева И.Л., Кумалагова Е.А., Давлетбаева Н.Б.	Проблемы и перспективы развития учета	352
Ғабит Ғ.С., Ғабитқызы Ж.А.	Шағын және орта бизнесті қолдаудың жаңа құралдары	355
Ғабит Ғ.С., Турсынбаева Д.А.	Көшбасшылық табиғаттың педагогикалық менеджменттегі пайдасы	358
Давлетбаева Н.Б., Долгова Н.А.	Эволюция управления в эпоху цифрового и инклюзивного развития: новая парадигма экономики	361
Давлетбаева Н.Б., Карпенко А.К., Сушкова Е.В.	Трансформация маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики	362
Давлетбаева Н.Б., Жумадилова А.Е.	Қазақстанның ауыл шаруашылығындағы консалтингтік қызметтің маңыздылығы	365
Дарибеков С.С., Берик А.	Теоретические аспекты обеспечения экономической безопасности предприятия	369
Дарибеков С.С., Серікберлі А.Н.	Әлеуметтік саясатты бағалау және оны жетілдіру әдістері	374
Дзагоева М.Р.,	Оценка контрольной деятельности УФНС России по РСО-Алании	376
Ескерова З.А., Амангелді Ж.А.	Мемлекеттік басқару жүйесіндегі гендерлік аспектілер	381
Ержанова С.К., Жуматаева А.И.	Инновациялық әлеуетті басқару механизмі	383
Ескерова З.А., Садвақасов З.А.	Мемлекеттік қызметтерді цифрландыру	386
Ержанова С.К., Үкітай Д.А. Ержанұлы Р.	Табиғи ресурстарды мемлекеттік басқарудың ерекшеліктері	388
Ескерова З.А., Жасұлан Д.Ж.	Қазақстанның мемлекеттік қызмет кадрларын басқару жетілдіру	391
Ержанова С.К., Досжанов Т.Б.	Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг в условиях цифровой экономики	393
Жумабекова М.Б.	Теоретические подходы к управлению рисками в банковской деятельности	395
Зейнуллина Ж.М., Алтынбек Ә.	Цифрландыру урбанизацияланған аумақтардың жасыл экономикасын мемлекеттік реттеу құралы ретінде	398
Зейнуллина Ж.М., Ұзақбай С.Е.	Қазақстандағы электронды сауда жүйесін басқару	401
Izmailov M.G.	The real estate market as a system of economic relations	404
Қазбеков Т.Б., Нурпейсов М.Ж.	Өнеркәсіптік кәсіпорындардың дамуын басқару механизмі	406
Қазбеков Т.Б. Аманқызы М.	Қазақстандағы инвестициялық процестерді басқару тетіктерін жетілдіру	410
Кеңес Ә.Ж.	Қазіргі жағдайда электрондық коммерциялық басқару	413

	тетіктерін жетілдіру	
Казбеков Т.Б., Көкенова С.Қ.	Цифрлық экономика жағдайында Қазақстандағы инклюзивті білім беру жүйесі	415
Кусаинов А.А.	Сандық менеджмент және цифрлық маркетинг: ұйымды басқарудың заманауи аспектілері	418
Магруппова З.М., Шаймерденова Р.Т., Ибрагимова С.Е., Лямышева Л.С.	Влияние искусственного интеллекта на рынок труда в Казахстане	421
Мамбетова С.Ш., Тажмұханбет Е.Т., Сапарова А.М.	Кәсіпкерлік қызметті реттеу мәні, дамуы, заманауи тұрғылары	426
Мамбетова С.Ш., Аскар Д.	Қазақстандағы туристік кәсіпкерліктің дамуын орны мен ролі	430
Магруппова З.М., Қуатова А.С., Дреев И.А., Ковальчук А.П.	Развитие цифровизации в Казахстане: институциональный аспект Повышение качества жизни населения на основе цифровизации экономики	434
Мамбетова С.Ш., Рүстемұлы М.	Қазақстан Республикасындағы әлеуметтік кәсіпкерліктің қазіргі жағдайы	438
Матаева Б.Т. Бейсенгазин Б.К.	Шағын және орта бизнесті басқаруда цифрландыруды қолдану мәселелері	443
Ниязбекова Ш.У., Спанова Б.К., Раззакова Д.А.	Зарубежный опыт государственного управления природоохранной деятельностью	446
Нурмагамбетов А.Е., Аянбеков Д.А., Кадырова Г.А.	Противодействие отмыванию денежных средств в контексте цифровых финансов: проблема криптовалют	450
Дарибеков С.С., Оспанова А.	Некоторые аспекты кибербезопасности в Казахстане	453
Плуталова И.В., Әубәкір Л.В., Андрюкова Д.А.	Оптимизация строительства в Республике Казахстан с помощью цифровизации	458
Старикова Т.В., Ақыбаева Г.С., Мусабекова А.О.	Қазақстандағы әйелдер бизнесі: сын - қатерлер және өсу нүктелері	462
Сыздыкова Э.Ж., Хамитова Д.А.	Совершенствование механизма управления промышленным предприятием на основе применения принципов ESG	467
Тусупбаева Б.С., Жумахметова Г.Р.	Оқушыларды қаржыны басқаруға үйретудің маңызы	472
Тадтаева В.В., Моргоев А.Э., Дзарахохова М.Т., Болатбаева Ю. А.	Цифровые валюты центральных банков как локомотив цифровизации экономики	475
Тусупбаева Б.С., Алтынова А.Е.	Финансовая инклюзия в Казахстане: сильные и слабые стороны	479
Тусупбаева Б.С., Боранқұлова Г.М.	Инклюзивті экономикалық өсу жүйесіндегі адами капиталды басқару	484
Токаева А. Б., Кокоева А.В.	Развитие социального предпринимательства в РСО-Алания	489

Тусупбаева Б.С., Жумаадан А.	Қаржылық сауаттылықты басқару: Қаржылық модельдеудің маңызы және оны жоспарлау	493
Тусупбаева Б.С. Ережепов М.С.	Управление талантами в образовании	497
Тадтаева В.В., Казанатов Э.А., Давлетбаева Н.Б.	Цифровизация экономики в РФ: вызовы и перспективы	500
Тусупбаева Б.С., Абдрахманова А.С.	Қаржылық инклюзияны басқару мен жоспарлау үрдісі	503
Токаева Б.Б., Мокаев И.Р., Токаева А.Т.	Бухгалтерский учет как основа контроля за финансовым состоянием предприятия	507
Тусупбаева Б.С., Қожанияз Г.Б.	Менеджменттің шығу тарихы және қоғамдағы рөлі	510
Тусупбаева Б.С., Әдіхан А., Болатбекова Д.Н.	Құзыреттілік негізінде коммерциялық банктің персоналын басқару	515
Шугаипова Ж.Г., Васильченко В.С.	Мотивация персонала предприятия в условиях цифровой трансформации	519
Шугаипова Ж.Г., Максимова А.Е.	Қазақстан Республикасы денсаулық сақтау саласындағы қызмет көрсету сапасының жағдайы	522
Цирихова А.Р., Агузарова Ф.С.	Роль налоговых поступлений в структуре доходов федерального бюджета	527

Секция 4. Экономиканы цифрландыру контекстінде есепті, аудитті, талдауды және бағалауды үйлестіру

Секция 4. Гармонизация учета, аудита, анализа и оценки в контексте цифровизации экономики

Section 4. Harmonization of accounting, audit, analysis and evaluation in the context of digitalization of the economy

Д.М. Ақынов, А.К. Атабаева, Р. М. Ахмадиев.	Развитие криптовалюты в современной экономике Казахстана: факторы и показатели	532
С.Б. Альдешова, А. Жолдасова	Цифрлық экономика жағдайында бухгалтерлік есепке алуды трансформациялау	535
А.Ж. Амангельдин, М.С. Кириченко, Г.А. Шакирова	Проблемы и перспективы государственных закупок в Казахстане	538
М.Б. Амиркулова, Ж.Б. Кошмаганбетова, А.Е. Аманбекова	Еңбекақы төлеу бойынша персоналмен есеп айырысуды есепке алуды автоматтандыру	540
М.Б. Амиркулова, Т.Е. Мадиди	Бухгалтерлік есеп үшін мобильді автоматтандыруды енгізу	543
А.К. Атабаева, Д.М. Ақынов, А.К. Кабдыбай, И.А. Овчаренко	Использование облачных платформ в бухгалтерском учете: сравнительный анализ «1С: Бухгалтерия» и «Херо»	546

А.К. Атабаева, Д.М. Ақынов, А.К. Кабдыбай, В.А. Рыбина	Влияние цифровизации на мировой рынок труда	551
А.К. Атабаева, Э.Ж. Сыздыкова, А.В. Батаев	Трансформация бухгалтерского учета и анализа деятельности предприятий в контексте цифровизации экономики	556
А.Е. Әбіл, Г.А.Шакенова	Өндірісті цифрландыру және бухгалтерлік есептің тиімділігін арттыру жолдары	560
И.В. Баранова, Э.Ж.Сыздыкова, Д.А. Хамитова	Анализ и оценка влияния инвестиций в основной капитал на объемы производства промышленности в Республике Казахстан	563
А.Қ. Бимағамбет	Жоғары оқу орындарындағы ішкі аудит жүйесі: мақсаты, даму тарихы, маңыздылығы	565
Д.Қ. Боранбай, Е.Ғ. Досмағанбет, Д.М. Ақынов	Еңбек өнімділігі	568
О.О. Vorzenko	The role of digital technologies in the recovery of the economy of Ukraine	571
Н.В. Генералова, Д.М. Зайцева	Цифровизация учета: проблематика, возможности и перспективы	574
А.К. Кабдыбай, А.С. Құлмағамбет	Преимущества и недостатки внутреннего аудита в организациях	578
Г.С. Касымханова, А.Б. Асылхан, Т.Ә. Төлегетай,	Негізгі әрекеттен кірістер аудиті	580
Г.С. Касымханова, А.Ж. Мажитова, С.К. Болатова, А.Ә. Қабен	Гармонизация учета, аудита, анализа и оценки в контексте цифровизации экономики	583
N.D. Kenzhebekov, A.K. Kabdybay	Determination of the current structure of the TSA mechanism in the social protection system of Kazakhstan with identification of proactive and reactive components	586
A.N. Lambekova, B.B. Baldan	Embracing the Future: Opportunities in the Digitalization of Accounting	591
Г.Б. Пестунова, А.К. Атабаева	Зарубежная практика применения компьютерных технологий финансовой и налоговой отчетности	594
Д.Д.Сагинтаева, Г.А.Шакенова	Бухгалтерлік есепті цифрландыру	598
М.Б. Садуақасова, А.М.Файзуллаева, Ж.С. Баймағанбетова	Қазақстанда қалаларды цифрландыру жағдайы	602
M.R. Salikhov	The role of performance audit in the financial system	606
А.М. Сарсенбаева, Л.А. Темирбекова	Экономиканы цифрландыру контекстінде басқарушылық есепті ұйымдастырудың өзекті мәселелері	609
Д.И. Сыздыкова, А.Д. Аманжолова, Д.Р. Яушева	Тенденции самостоятельной занятости: анализ современной ситуации в Республике Казахстан	613
Э.Ж. Сыздыкова, А.Б. Канапина	Цифровизация государственного аудита в Республике Казахстан – зарубежный опыт	618

Д.И. Сыздыкова, Ю.С. Огородникова, Н.В. Чемерис, А.А. Ниязалиева	Статистика разводов в Казахстане: изменения в традиционных ценностях и рост независимости женщин	623
Э.Ж. Сыздыкова, Г.К. Орымбекова	Структура бухгалтерских услуг и подходы к ценообразованию бухгалтерского аутсорсинга	627
Л.А. Темирбекова, Д.М. Акашева	Криптовалютаны есепке алу: отандық және шетел тәжірибесі	629
В.А. Ткачук, М.Е. Ленякова, Г.А. Шакирова	Влияние цифровой экономики на бухгалтерский учет	633
Ж.К. Туребаева, З.М. Кененбаева	Механизм учета операций аренды в соответствии с МСФО (IFRS) 16	636
Ж.Т. Хишауева	Дистанционная работа как тренд цифровой экономики	641
С.С. Шакеев	Материалды емес актив ретіндегі криптовалюта есебінің ерекшеліктері	644
Г.А. Шакенова, Г.С. Касымханова	Некоторые проблемы бухгалтерского учета на малых предприятиях Казахстана	647
G.A. Shakirova	Overview of internal auditing	649
Г.А. Шакирова, А.М. Акишева, Э.Ж. Сыздыкова	Развитие внутреннего аудита в Республике Казахстан	653
Г.А. Шакирова, Ж.Е. Файзуллина, М.С. Кириченко	Оптимизация системы учета и аудита материальных ресурсов	655
М.В. Штиллер, К.В. Грекова	Нематериальные ресурсы и объекты интеллектуальной собственности	658

Секция 5. Цифрлық экономика жағдайында маркетингтік қызметті трансформациялау
Секция 5. Трансформация маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики
Section 5. Transformation of marketing activities in the digital economy

Абатов М.И., Сеитов Ж.М., Гребенюк Д.Д.	Использование нейронных сетей при разработке стратегии продвижения ресторана	662
Агаджанян А.А., Аяганова М.П.	Тематические рестораны и арт-кафе как инструмент формирования туристского интереса на территории дестинации	666
Агулова А.А., Мамраева Д.Г.	Қазақстандық ойын-сауық қызметтері нарығын зерттеу: қазіргі жағдайы мен даму перспективасы	668
Айғожин Б.Е.	Көлік-логистика саласында жасанды интеллектті қолдану	673
Акрамова Ф.И., Төлеуұлы А., Асет Д.	Түркістан облысындағы туристік маршруттарды дамыту мүмкіндіктері	676
Арынова Ж.З., Абетова А.К.	Қазақстандағы сатып алу қызметінде цифрлық технологияларды қолдану	679
Ахмедов И.А.,	Issues of developing management in the field sports based	682

Юлдошев У.А.	on public-private partnership	
Баймухаметова А.С.	Введение цифрового тенге в Республике Казахстан	685
Байшан А., Арынова Ж.З.	Цифровые трансформации в маркетинге: оптимизация стратегий и взаимодействие с потребителями	689
З.Н. Борбасова, С.Н. Улаков	Инновационный маркетинг на международном рынке: особенности и проблемы	692
Галан Л.В., Левченко В.О.	Internet marketing strategy of Netflix in the market of digital products	696
Гребенюк Д.Д.	Выставки цифрового искусства и иммерсивные арт-шоу как точки притяжения туристов	698
Грун Д.А., Стеба В.Д., Тебаев Ж.Ж.	Эволюция маркетинга: как цифровая трансформация изменяет подходы к продвижению	700
Гудковский Л.Г., Волков А.Н.	Оптимизация производственной деятельности с использованием мобильных роботов в условиях цифровой трансформации	705
Ермеков А.М., Оспанов Б.Р., Хасенханов Н.Б.	Новые аспекты организации событийного туризма в Казахстане	707
Казгельдинова Б.А., Мамраева Д.Г.	Туризмдегі маркетинг: маркетингтік инновациялар негізі	710
Кожабаяев Р.М., Тебаев Ж.Ж.	Основные тренды цифровой экономики и их влияние на маркетинговую деятельность	713
Коньшев Е.В., Фадеева С.М.	Анализ сезонности туристского спроса методом поисковых запросов	715
Кузиненко Н.А., Тебаев Ж.Ж.	Влияние социальных медиа на изменение маркетинговых подходов	719
Кулдеева А.Т.	Қазақстандағы көлік-логистикалық инфрақұрылымның жай-күйі мен дамуы	721
Курпебаева Л.М., Нурмаганбетова А.Ж.	Безопасность и киберзащита в гостиничной индустрии: как защитить личные данные гостей	724
Кучаров А.С., Абдурахманов А.А., Набиева Н.Н.	Цифровая трансформация высших учебных заведений	726
Қамидолла Г.	Цифрлық экономика жүйесіндегі контейнерлік тасымалдау мәселесі	730
Логач К.С., Тебаев Ж.Ж.	Тренды в цифровом маркетинге: навстречу будущему	733
Масгутова А., Торжанова Д.А.	Қонақжайлылық индустриясындағы азық-түлік өнімдерінің қалдықтарын басқарудың халықаралық тәжірибесі	736
Мейманова А.Б., Мамраева Д.Г.	Особенности использования инструментов event-маркетинга в ресторанном бизнесе	740
Муканов Б.О., Каппанов М.Б.	Цифровые инновации в логистике на примере компании DHL	744
Муканов Б.О., Садуов А.Ж., Петренко Е.С., Абзалбек Г.А.	Принципы создания планетарной сети цифровых выставок и информационного выставочного центра	747

Ниязбекова Ш.У., Арынова Ж.З.	Логистиканың негізгі және функционалды ішкі жүйелерін қамтамасыз ету: теориялық аспектілері	750
Новикова С.К., Нурмаганбетова А.Ж.	Neuromarketing: problems and prospects of development	754
Нұрлан А., Торжанова Д.А.	Туристік қызметті ілгерілетудегі заманауи маркетинг құралдарының рөлі	758
Омарова Б.Н., Ангелов К.П., Аяганова М.П.	Информационные технологии: взгляд на мировой и казахстанский рынки	762
Пак К.А., Аяганова М.П.	Метрики как инструмент для оценки клиентского опыта	765
Печуркин В.Е., Беломестнов В.Ю., Афанасьев М.В.	Влияние внедрения цифровых решений на экономику нефтегазовой отрасли на примере цифровой системы «Капитан»	768
Примова Н.И.	Основные направления финансовой стратегии местных бюджетов	770
Рахимжанова Г.Е., Арынова Ж.З.	Трансформация бизнес-моделей логистического сектора цифровой экономики	774
Рахметтолинова А.Т., Асетова А.А., Абзалбек Г. А.	Әлеуметтік желідегі маркетинг	778
Сагадиева А.К., Нурмаганбетова А.Ж.	Умные отели как перспектива развития инноваций в индустрии гостеприимства	780
Садуов А.Ж., Мауленкулов А.	Цифровые решения в развитии креативного туризма на примере г. Караганды	784
Сейпілова А.А.	Маркетинг в эпоху цифровой экономики	787
Ташенова Л.В., Бабкин А.В., Кульжамбекова Б.Ш.	Теоретические аспекты формирования и развития цифровых экосистем	791
Титлянова С.В., Нурмаганбетова А.Ж.	Роль инноваций в развитии ресторанно-гостиничного бизнеса	796
Төлеуұлы А., Тлеутай А.Р.	Қонақжайлылық индустриясы кәсіпорындарында заманауи автоматтандырылған басқару жүйелерін енгізу	799
Тульева А.Б.	Цифрлық маркетинг	803
Тульева А.Б., Секенова Д.Қ., А.Б. Сағынтай А.Б.	Әлеуметтік медиа маркетингі	808
Федорова Е.С., Козлов М.А.	Особенности внедрения бизнес-модели «подписки» в организации в РФ: основные проблемы и пути их решения	811
Шипилова Е.А., Ташенова Л.В.	Использование цифровых технологий в процессе продвижения туристских услуг	815
Шипилова Е.А., Ташенова Л.В.	Экономика впечатлений в условиях цифровой трансформации рынка туристских услуг	818
Чернова А.Н., Ташенова Л.В.	Развитие логистической системы гипермаркетов METRO в условиях цифровизации	821
Шадибекова Д.	Implementation of digital transformation of the logistics system in Uzbekistan	824