

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті КЕ АҚ  
НАО Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
NJS «Abai Kazakh National Pedagogical University»



# ХАБАРШЫ ВЕСТНИК BULLETIN

«Экономика» сериясы  
Серия «Экономическая»  
«Economic» series  
№ 3 (77)

Алматы, 2023  
Almaty, 2023

**Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті КЕ АҚ  
НАО Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
NJS «Abai Kazakh National Pedagogical University»**

# **ХАБАРШЫ ВЕСТНИК BULLETIN**

**«Экономика» сериясы  
Серия «Экономическая»  
«Economic» series  
№ 3 (77)**

**Алматы, 2023  
Almaty, 2023**

Абай атындағы  
Қазақ ұлттық педагогикалық  
университеті

**ХАБАРШЫ**

«Экономика» сериясы,  
№3 (77), 2023

2003 ж. бастап шығады.  
Шығару жиілігі – жылына 4 нөмір

**РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС**

Бас редактор:

**Канабекова М.А.** –

э.ғ.к., Абай атындағы ҚазҰПУ.

Бас редактордың орынбасары:

**Алпысбаев К.С.** – PhD,

Абай атындағы ҚазҰПУ.

**Жауапты хатшы**

**Адельбаева А.К.** – магистр,

Абай атындағы ҚазҰПУ.

**РЕДАКЦИЯЛЫҚ АЛҚА**

**Филипп Рожон** – э.ғ.д., профессор Пуатье  
Университеті (Франция)

**Череп А.В.** – э.ғ.д., профессор, Запорожье  
ұлттық университеті (Украина)

**Лиман И.А.** – э.ғ.д., профессор, Тюмень  
мемлекеттік университеті (Ресей)

**Маманазаров А.Б.** – э.ғ.к.,

М.В. Ломоносов атындағы Мәскеу  
мемлекеттік университетінің филиалы  
(Өзбекстан)

**Оралбаева Ж.З.** – э.ғ.к.,

қауымдастырылған профессор, әл-Фараби  
атындағы Қазақ ұлттық университеті

**Джакишева У.К.** – э.ғ.к.,

қауымдастырылған профессор м.а.,  
Абай атындағы ҚазҰПУ.

© Абай атындағы Қазақ ұлттық  
педагогикалық университеті, 2023

Қазақстан Республикасының мәдениет  
және ақпарат министрлігінде 2009 жылы  
мамырдың 8-де тіркелген №10100-Ж

Басуға 24.11.2023. қол қойылды.  
Пішімі 60x84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>. Көлемі 9,5 е.б.т.  
Таралымы 300 дана. Тапсырыс 72.

050010, Алматы қаласы,  
Достық даңғылы, 13.  
Абай атындағы ҚазҰПУ

Абай атындағы Қазақ ұлттық  
педагогикалық университетінің  
«Ұлағат» баспасы

**МАЗМҰНЫ**  
**СОДЕРЖАНИЕ**  
**CONTENT**

**ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ**  
**ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ**

**Амантай А.А., Канабекова М.А.** Зарубежный опыт  
стимулирования рынка труда в условиях цифровой  
трансформации..... 5

**Амантай А.А., Канабекова М.А.** Цифрлық транс-  
формация жағдайында еңбек нарығын ынталан-  
дырудың шетелдік тәжірибесі

**Amantay A.A. Kanabekova M.A.** Foreign experience of  
stimulating the labor market in the context of digital  
transformation

**Жанәділ Е.Б., Жанәділ А.Б., Исаева А.Т.** Ақпараттық технологиялардың қазіргі қоғамдағы  
мемлекеттік басқаруды жаңғыртудағы рөлі..... 12

**Жанәділ Е.Б., Жанәділ А.Б., Исаева А.Т.** Роль  
информационных технологий в модернизации госу-  
дарственного управления в современном обществе

**Zhanadil E.B., Zhanadil A.B., Isaeva A.T.** The role of  
information technologies in the modernization of public  
administration in modern society

**Нуралыев Х., Джакишева У.К.** Эффективность  
формирования учетной политики предприятия..... 19

**Нуралыев Х., Джакишева У.К.** Кәсіпорынның есеп  
саясатын қалыптастырудың тиімділігі

**Nuralyev K., Dzhakisheva U.K.** Efficiency of  
formation of accounting policy of the enterprise

**Шаблова Ю.А., Джубалиева З.У.** Направления  
изменений поведения потребителей в условиях  
цифровизации..... 24

**Шаблова Ю.А., Джубалиева З.У.** Цифрландыру  
жағдайында тұтынушылардың мінез-құлқын өзгерту  
бағыттары

**Shablova Yu.A., Dzhubaliev Z.U.** Directions of  
changes in consumer behavior in the context of  
digitalization

**МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ**  
**МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ**

**Ван Цзюнь., Канабекова М.А.** Инвестиции как  
ключевой драйвер роста казахстанской экономики..... 36

**Ван Цзюнь., Канабекова М.А.** Инвестициялар  
қазақстан экономикасының өсуінің негізгі драйвері  
ретінде

**Song Weiqin., Kanabekova M.A.** Investments as a key  
driver of the growth of the kazakh economy

Казахский национальный  
педагогический университет  
имени Абая

ВЕСТНИК

Серия «Экономическая»  
№ 3 (77), 2023

Выходит с 2003 года.  
Периодичность – 4 номера в год

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Главный редактор:

Канабекова М.А. –

к.э.н., КазНПУ имени Абая

Зам. главного редактора:

Алпысбаев К.С. – PhD,

КазНПУ имени Абая

Ответственный секретарь

Адельбаева А.К. – магистр,

КазНПУ имени Абая

Редакционная коллегия

Филипп Рожон – д.э.н., профессор

Университета Пуатье (Франция)

Череп А.В. – д.э.н., профессор,

Запорожский национальный университет

(Украина)

Лиман И.А. – д.э.н., профессор, Тюменский

государственный университет (Россия)

Маманазаров А.Б. – к.э.н., филиал

Московского университета имени

М.В. Ломоносова (Узбекистан)

Оралбаева Ж.З. – к.э.н., ассоциированный

профессор, Казахский национальный

университет имени әл-Фараби

Джакишева У.К. – к.э.н., и.о.

ассоциированный профессор,

КазНПУ имени Абая

© Казахский национальный

педагогический университет

имени Абая, 2023

Зарегистрировано в Министерстве  
культуры и информации Республики  
Казахстан 8 мая 2009 г. №10100-Ж

Подписано в печать 24.11.2023.

Формат 60x84 1/8. Объем 9.5 уч.-изд.л.

Тираж 300 экз. Заказ 72.

050010, г. Алматы,

пр. Достык, 13. КазНПУ им. Абая

Издательство «Ұлағат» Казахского  
национального педагогического  
университета имени Абая

Лу Синь., Джубалиева З.У. Инновационные подходы  
в маркетинге розничных торговых предприятий..... 46

Лу Синь., Джубалиева З.У. Белшек сауда  
кәсіпорындарының маркетингіндегі инновациялық  
тәсілдер

Dzhubaliev Z.U., Lu Xin. Innovative approaches in  
marketing retail enterprises

Мухтаркалиева Д., Касенов Қ.Р. «БЕЛЫЙ ВЕТЕР  
KZ» жшс негізінде бәсекелестік артықшылықтар  
стратегиясы..... 52

Мухтаркалиева Д., Касенов Қ.Р. Стратегия  
конкурентных преимуществ на базе ТОО «БЕЛЫЙ  
ВЕТЕР KZ»

Mukhtarkaliyeva D., Kassenov K.R. Competitive  
advantage strategy on the basis of «БЕЛЫЙ ВЕТЕР KZ»  
LLP

Джакишева У.К., Алиева Л.Ю. Основные теории  
комплексного анализа финансового отчетости..... 56

Джакишева У.К., Алиева Л.Ю. Қаржылық  
есептілікті кешенді талдаудың негізгі теориялары

Dzhakisheva U.K., Aliyeva L.Y. Basic theories of  
complex analysis financial statement

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ

Трибуна молодых ученых

Жолдасова Г.И. Стратегия экономического развития  
– цифровая экономика..... 61

Жолдасова Г.И. Экономикалық даму стратегиясы-  
цифрлық экономика

Zholdassova G.I. Economic development strategy –  
digital economy

Құрмантаева А.Ж. Қазақстан Республикасындағы  
әлеуметтік саясатты жетілдіру шаралары..... 66

Құрмантаева А.Ж. Меры по совершенствованию  
социальной политики в Республике Казахстан

Kurmantaeva A.Zh. Measures to improve social policy  
in the Republic of Kazakhstan

Авторлар туралы мәлімет..... 74

Сведения об авторах

Information about author

**Abai Kazakh National Pedagogical  
University**

**BULLETIN**

**Series of «Economic»  
№3 (77), 2023**

Periodicity – 4 numbers in a year.  
Publishing from 2003.

**EDITORIAL BOARD:**

**Chief editor**

**Kanabekova M.A.** – *Candidate of  
Economic sciences, Abai KazNPU*

**Deputy Chief Editor**

**Alpysbaev K.S.** – *PhD, Abai KazNPU*

**Executive Secretary**

**Adelbaeva A.K.** – *Master of Economic  
sciences, Abai KazNPU*

**EDITORIAL TEAM:**

**Philippe Rojon** – *PhD, professor,  
University of Poitiers, France;*

**Cherep A.V.** – *Doctor of Economic  
sciences, Professor, Zaporozhye National  
University; Ukraine;*

**Liman I.A.** – *Doctor of Economic sciences,  
Professor, Tyumen State University; Russia;*

**Mamanazarov A.B.** – *Doctor of Economic  
sciences, Branch of Moscow State  
University named after M.V. Lomonosov,  
Uzbekistan;*

**Oralbaeva Zh.Z.** – *Candidate of Economic  
sciences, Associate professor,  
Al-Farabi KazNU;*

**Dzhakisheva U.K.** – *Candidate of  
Economic sciences, Acting Associate  
Professor, Abai KazNPU*

**© Abai Kazakh National Pedagogical  
University, 2023**

The journal is registered by the  
Ministry of Culture and Information RK  
8 May 2009. №10100-Ж

Signed to print 24.11.2023.  
Format 60x84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>. Volume – 9.5 publ.  
literature. Edition 300 num. Order 72.

050010, Almaty, Dostyk ave., 13.  
KazNPU after Abai

Publishing house «Ulagat» Kazakh National  
Pedagogical University after Abai

**ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ  
ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ**

---

МРНТИ 21.41.63

Амантай А.А.<sup>1</sup>, Канабекова М.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан*

**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ СТИМУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ  
ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

*Аннотация*

В статье рассматривается зарубежный опыт 30 национальных и региональных инициатив по промышленной цифровизации. В каждом из рассматриваемых государств и регионов имеются свои специфические программы внедрения и реализации цифровой экономики. Однако все зарубежные страны, особенно европейские страны и страны тихоокеанского региона, степень цифровизации экономики собираются увеличить до 80-90%. С учетом опыта зарубежных стран в Республике Казахстан твердо определились, что цифровая трансформация экономики является одним из ключевых приоритетов развития государства. Анализ программ цифровой трансформации экономик стран-лидеров позволяет выделить их ключевые направления, которые могут быть определены в качестве приоритетов для Республики Казахстан. Цифровизация меняет структуру экономики, труд, общественный нарратив и социальную парадигму быстрыми темпами. Все это помогает человеку быть более эффективным, использовать свое время более продуктивно, развивать творческий потенциал, не тратя драгоценное время на осуществление рутинных задач.

*Ключевые слова:* цифровизация экономики, умная промышленность, инновации, трансформация, опыт, технологии.

А.А. Амантай<sup>1</sup>, М.А. Канабекова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан*

**ЦИФРЛЫҚ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАҒДАЙЫНДА ЕҢБЕК НАРЫҒЫН  
ЫНТАЛАНДЫРУДЫҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ**

*Аңдатпа*

Мақалада өнеркәсіптік цифрландыру бойынша 30 ұлттық және өңірлік бастамалардың шетелдік тәжірибесі қарастырылады. Қарастырылып отырған мемлекеттер мен өңірлердің әрқайсысында цифрлық экономиканы енгізу мен іске асырудың өзіндік ерекше бағдарламалары бар. Алайда, барлық шет елдер, әсіресе Еуропа елдері мен Тынық мұхиты елдері экономиканы цифрландыру дәрежесін 80-90%-ға дейін ұлғайтпақшы. Қазақстан Республикасында шет елдердің тәжірибесін ескере отырып, экономиканың цифрлық трансформациясы мемлекет дамуының негізгі басымдықтарының бірі болып табылатыны нық анықталды. Көшбасшы елдердің экономикаларын цифрлық трансформациялау бағдарламаларын талдау олардың Қазақстан Республикасы үшін басымдықтар ретінде айқындалуы мүмкін негізгі бағыттарын бөліп көрсетуге мүмкіндік береді. Цифрландыру экономика құрылымын, еңбекті, әлеуметтік

әңгіме мен әлеуметтік парадигманы жылдам қарқынмен өзгертеді. Мұның бәрі адамға тиімдірек болуға, уақытын тиімдірек пайдалануға, күнделікті тапсырмаларды орындауға қымбат уақыт жұмсамай-ақ шығармашылық әлеуетті дамытуға көмектеседі.

*Түйін сөздер:* экономиканы цифрландыру, ақылды өнеркәсіп, инновация, трансформация, тәжірибе, технология.

*Amantay A.A.<sup>1</sup>, Kanabekova M.A.<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## **FOREIGN EXPERIENCE OF STIMULATING THE LABOR MARKET IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION**

### *Abstract*

The article examines the foreign experience of 30 national and regional initiatives on industrial digitalization. Each of the states and regions under consideration has its own specific programs for the introduction and implementation of the digital economy. However, all foreign countries, especially European countries and countries of the Pacific region, are going to increase the degree of digitalization of the economy to 80-90%. Taking into account the experience of foreign countries, the Republic of Kazakhstan has firmly decided that the digital transformation of the economy is one of the key priorities of the state's development. The analysis of the programs of digital transformation of the economies of the leading countries allows us to identify their key areas that can be identified as priorities for the Republic of Kazakhstan. Digitalization is changing the structure of the economy, labor, social narrative and social paradigm at a rapid pace. All this helps a person to be more efficient, use their time more productively, develop creativity without wasting precious time on routine tasks.

*Keywords:* digitalization of the economy, smart industry, innovation, transformation, experience, technology.

Государственные программы и стратегии развития и стимулирования цифровых технологий или цифровизации национальных экономик и промышленных отраслей к настоящему времени разработаны и реализуются в десятках различных стран мира, а также и на межгосударственном уровне. Рассмотрим национальные программы мировых стран-лидеров цифровой трансформации: некоторых стран ЕС, США, Японии, Республики Корея, Китая для выявления приоритетов развития цифровой экономики и возможного заимствования опыта этих стран для использования в Республике Казахстан.

Только в странах Евросоюза, по официальным данным на декабрь 2021 г., насчитывается более 30 национальных и региональных инициатив по промышленной цифровизации. На национальном уровне, согласно информации Европейской Комиссии, осуществляются следующие программы и инициативы: Австрия – Industrie 4.0 Oesterreich;

Бельгия – Made different – Factories of the future; Венгрия – IPAR4.0 National Technology Initiative; Германия – Industrie 4.0; Дания – Manufacturing Academy of Denmark (MADE); Испания – Industria Conectada 4.0; Италия – Industria 4.0 и Fabbrica Intelligente; Литва – Pramonė 4.0; Люксембург – Digital For Industry Luxembourg; Нидерланды – Smart Industry; Польша – Initiative and Platform Industry 4.0; Португалия – Industria 4.0; Словакия – Smart Industry; Франция – Alliance pour l'Industrie du Futur; Чехия – Průmysl 4.0; Швеция – Smart Industry [1].

Одним из пионеров цифровизации и главным идеологом концепции «Индустрии 4.0» является Германия, которая еще в 2011 г. официально представила государственную стратегию под одноименным названием (Industrie 4.0).

В результате реализации программы Industry 4.0 в период до 2025 г. в Германии планируется повысить производительность труда в среднем на 18,0%. При этом степень цифровизации

экономике страны собираются увеличить до 82,0% к 2024 г. (сейчас 33,0%). Принятие решений на основе цифровых данных и моделей предусматривается увеличить до 90,0% к 2025 г. по сравнению с 52,0% в 2020 г. С целью реализации проекта Industry 4.0 в Германии в период до 2025 г. предусмотрено финансирование в размере около 900 млрд долл. США. Инвестиции должны быть вложены в цифровые технологии, датчики и устройства связи, программы и приложения, системы управления производством, обучение сотрудников и т.д. [2]. Помимо общей концепции Industrie 4.0 в ФРГ разработаны и осуществляются другие стратегии и инициативы схожего профиля, в том числе Smart Networking Strategy, на базе которой была представлена программа Digital Agenda.

Во Франции в июле 2015 г. создан «Альянс индустрии будущего» (Alliance pour l'Industrie du Futur), объединяющий различные организации из сферы частного бизнеса, научной среды и ряд государственных институтов и учреждений.

В новой цифровой стратегии Великобритании (UK Digital Strategy 2017), опубликованной 1 марта 2017 г., выделено семь направлений: цифровая инфраструктура, доступ к цифровым данным каждого, лучшие условия для бизнеса через интернет, помощь бизнесу в цифровизации, безопасность киберпространства, государственное обслуживание онлайн, использование накопленных данных в экономике. Планируется создать пять технологических центров для поддержки инициатив. Населению будут оказываться бесплатные услуги по обучению цифровым навыкам. В научные исследования в робототехнике и искусственном интеллекте инвестируют 17,3 млн фунтов. К 2035 г. правительство ожидает отдачу от вложений в размере 654 млрд фунтов [3].

Важнейшим звеном промышленной политики Нидерландов сегодня считается Программа действий в сфере «умной промышленности» (Smart Industry Action Agenda 2020). Особенность программы – создание эффективных экосистем (smart ecosystems), сетей частных компаний и научно-образовательных учреждений. На практике это создание полевых лабораторий (field labs), объектов промышленно-технологической инфраструктуры, внутри которых частные компании и государственные научно-исследовательские организации совместно разрабатывают, тестируют и внедряют эффективные решения и продукты умной индустрии. Используется междисциплинарный подход: field labs должны обеспечить более эффективную совместную работу высокотехнологичных компаний и исследовательских организаций из самых разных отраслей промышленности, сферы услуг и сельского хозяйства (агропромышленный сектор в Нидерландах – один из основных потребителей новых технологий).

Япония осознаёт угрозу потери глобальной конкурентоспособности в связи с набирающим скоростью развитием и внедрением цифровых технологий в коммерческую эксплуатацию в развитых странах. В Японии основным правительственным документом, определяющим долгосрочные цели и задачи страны в сфере развития цифровых технологий, является Smart Japan ICT Strategy, опубликованная в июне 2014 г. Основа японской стратегии – генерация инноваций путем связывания вещей и услуг посредством ИКТ. В стратегии определены три приоритетных проекта:

- активизация деятельности регионов посредством развития проектов умных городов, создания баз геопространственной информации о населенных пунктах;
- решение социальных проблем путем применения ИКТ в области медицины, образования, ликвидации последствий стихийных бедствий и др.;
- обеспечение бесплатного общедоступного стационарного и беспроводного доступа к Сети, создание усовершенствованной многоязычной системы голосового перевода в рамках Глобального коммуникационного проекта и реализации других инициатив.

В 2016 г. опубликована также стратегическая программа Японии «Пятый Базовый план научно-технологического развития» (The 5th Science and Technology Basic Plan). Чтобы не отстать, не быть последователями в технологическом развитии, а занять позицию страны-лидера, Япония делает ставку на развитие самого важного стратегического ресурса – человеческого капитала и создание Super Smart Society 5.0 («сверхинтеллектуального общества» или «Общества 5.0»).



Ускорить экономический рост предполагается за счет полного технологического перевооружения промышленности на базе всеобщей связанности сетевых платформ, созданных в каждой отрасли, их сочетания и взаимодействия (платформы платформ), встроенных киберфизических систем и технологий интернета вещей.

Китайское правительство последовательно руководит цифровой трансформацией. В марте 2015 г. была представлена национальная стратегия «Интернет+» (Internet Plus). В этой интегрированной стратегии обозначены несколько ключевых направлений дальнейшего развития цифровых технологий в связке с другими отраслями промышленности, сельского хозяйства, финансовой сферой и государственными институтами. Также с 2015 г. реализуется программа Госсовета КНР «Сделано в Китае 2025» (Made in China 2025, 中国制造 2025), цель которой – удержать статус «мировой фабрики» с помощью новых технологий. По официальным данным, непосредственно к Программе имеют отношение 1078 проектов, на реализацию которых Пекин выделил финансирование 557 организациям:

112 университетам, 225 государственным научно-исследовательским учреждениям и 220 компаниям. Кроме того, в июле 2017 г. Госсоветом КНР был утвержден «Национальный план стимулирования технологических разработок в сфере искусственного интеллекта». Предполагается, что к 2025 г. Китай должен «сравняться с основными мировыми лидерами в сфере ИИ-разработок», а сами ИИ-технологии должны стать «новыми двигателями экономического роста КНР». С 2025 г. ИИ-технологии рассматриваются властями страны в качестве «главного драйвера экономики Китая», за счет них будут совершены важнейшие научно-технологические прорывы. И наконец, к 2030 г. должна быть решена главная задача: достижение КНР глобального инновационного лидерства в сфере ИИ-технологий. Что касается конкретных цифровых показателей предполагаемого будущего китайской индустрии технологий искусственного интеллекта, то уже к 2020 г. ее общий объем превысил 150 млрд юаней (более 22 млрд долл. по текущему курсу), к 2025 г. – выйти на отметку в 400 млрд юаней и к 2030 г. преодолеть психологически важную планку в 1 трлн юаней (аналог примерно 150 млрд долл. США).

В Китае реализуются системные инструменты государственной поддержки, направленные на развитие цифровых технологий: налоговое регулирование, государственное финансирование, разработка единых стандартов, реализация пилотных проектов. Предприятия отрасли высоких технологий облагаются налогом на прибыль по льготной ставке (15,0% против стандартной 25,0%), а разработчики программного обеспечения освобождаются от налога на прибыль на два года и выплачивают 50,0% налоговых обязательств в последующие три года. Государством создан фонд поддержки НИОКР и разработки приложений и сервисов посредством предоставления грантов и субсидирования займов [4].

Основным текущим государственным документом в сфере научно-технологической политики Республики Корея является Третий Базовый План развития науки и технологии, реализуемый с 2013 по 2017 гг. В нем отдельно сформулирована стратегия ускоренного развития «13 будущих двигателей роста» (13 Future Growth Engines), причем практически все эти новые отрасли и сектора относятся к числу «прорывных цифровых технологий»: большие данные, связь следующего поколения 5G, искусственный интеллект, беспилотные автомобили, дроны, индивидуальные медицинские услуги, технологии «умного» города, виртуальная реальность, «умные» роботы, «умные» полупроводники, новейшие материалы, инновационные лекарства, возобновляемые источники энергии. До 2025 г. в их развитие будет вложено примерно 7 млрд 382 млн долл., а к 2025 г. в этих сферах планируется создать 550 тыс. рабочих мест. Параллельно реализуется также специальная Manufacturing Innovation 3.0 Strategy, акцент в которой сделан на интернете вещей, технологиях 3D-печати и BigData.

В Республике Корея при активной поддержке государства опорные компании начинают самостоятельно осуществлять инвестиции в прорывные цифровые технологии. Так, один из крупнейших телеком-операторов страны – SKT объявил о намерении инвестировать в технологии

искусственного интеллекта и интернета вещей более 4 млрд долл. США. Оператор отмечает необходимость партнерств в развитии новых технологий, а также планирует привлечение местных стартапов для разработки точечных решений.

В США единой государственной программы развития цифровых технологий не существует, однако в различные годы совместно с частным бизнесом и научным сообществом были запущены специальные технологические инициативы. В качестве примера можно привести такие, как федеральная инициатива в сфере облачных вычислений (в 2009 г.) или программа президента Б.Обамы по созданию новой сети центров передового промышленного производства (AMP – Advanced Manufacturing Partnership, в 2011 г.) с участием ключевых федеральных министерств и крупнейших технологических компаний США. Программа предусматривает инвестирование более 500 млн долл. в следующих ключевых областях: создание отечественной производственной базы в критических для национальной безопасности отраслях – производство портативных мощных батарей, передовых композитных и биоматериалов, альтернативных источников чистой энергии; сокращение времени разработки и внедрения современных материалов; инвестирование в создание следующего поколения робототехники; разработка инновационных энерго-сберегающих производственных процессов. Кроме того, по инициативе ряда ведущих представителей американского частного бизнеса (прежде всего, – GE, AT&T, IBM, Intel и Cisco) в марте 2014 г. был создан специальный Консорциум промышленного интернета (Industrial Internet Consortium (ИИ)). В качестве его главной миссии заявлено «ускорение развития, промышленного внедрения и широкого распространения соединенных друг с другом машин, устройств, а также интеллектуальной аналитики, т. е. промышленного интернета вещей».

Россия также стремится не отстать от своих конкурентов. В мае 2017 г. была утверждена Стратегия развития информационного общества, а в июле того же года – Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Программой определены цели, задачи, направления и сроки реализации основных мер государственной политики по созданию необходимых условий для развития в России цифровой экономики. Для управления программой определены пять базовых и три прикладных направления развития цифровой экономики в России на период до 2024 г. К базовым направлениям отнесены нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технических заделов, информационная инфраструктура и информационная безопасность. К прикладным – государственное управление, «умный город» и здравоохранение. Согласно Программы к 2024 г. 97,0 % домашних хозяйств в РФ должны иметь широкополосный доступ к интернету (100 Мбит/с), во всех крупных городах (1 млн человек и более) должно быть обеспечено устойчивое покрытие сети 5G и выше, а доля внутреннего сетевого трафика российского сегмента интернета, маршрутизируемая через иностранные серверы, должна составлять 5,0 %. Среди основных задач: распространение интернета в удаленные уголки страны, размещение государственных документов в облачном хранилище, предоставление 80,0 % государственных услуг в электронном формате к 2025 г., концепция 50 «умных городов», запуск беспилотного общественного транспорта в 25 городах, увеличение ВВП страны (до 34 % прироста). Планируется также, что в России появятся десять предприятий-лидеров в сфере высоких технологий и столько же цифровых платформ для основных отраслей экономики, вузы будут выпускать более 120 тыс. специалистов в сфере ИКТ в год, а доля населения, обладающего цифровыми навыками, составит 40,0 % [5]

В декабре 2017 г. Постановлением Правительства Республики Казахстан утверждена комплексная Государственная программа «Цифровой Казахстан», нацеленная на повышение уровня жизни каждого жителя страны за счет использования цифровых технологий. На 2018–2022 гг. была проведена работа по пяти ключевым направлениям: цифровизация отраслей экономики, переход на цифровое государство, реализация «цифрового шелкового пути», развитие человеческого капитала, создание инновационной экосистемы. В рамках указанных направлений были утверждены 17 первоочередных задач и 120 проектов. Все проекты и мероприятия,

реализованные в рамках программы «Цифровой Казахстан», помогут обеспечить прозрачность и эффективность государственного управления, повысить занятость населения, улучшить качество образования и здравоохранения, а также оптимизировать инвестиционный климат, повысить производительность труда и рост доли малого и среднего предпринимательства в структуре ВВП. В соответствии с Программой цифровая экономика Казахстана будет расти темпами, значительно опережающими экономический рост в целом, а к 2025 г. страна должна занять 30-е место в международном рейтинге цифровой конкурентоспособности [6].

Можно отметить, что цифровизация экономики и общества очень важна, поскольку опора на ИКТ остается одним из главных факторов повышения производительности труда и эффективности управления. Правильное и востребованное внедрение технологий цифровой экономики позволит перейти на новый этап функционирования и взаимодействия индивидов и государственных институтов между собой. Тогда процессы в обществе и в государстве получат более высокую скорость и эффективность прохождения, повысят конкурентоспособность государства и регионов.

В настоящее время стоит совершенно конкретная задача максимально использовать возможности цифровой экономики, способствуя развитию IT-отрасли, приходу капитала, развитию новых технологий, созданию условий для цифровой трансформации традиционных отраслей и, в конечном итоге, переходу к новой экономике.

В последнее десятилетие предпринимаются определенные усилия по выработке мировых и региональных цифровых повесток, т.е. ведется поиск совместных эффективных решений и механизмов регулирования процессов цифровизации на межгосударственном уровне. При этом очевидным лидером в этом направлении является Евросоюз, лидеры которого в качестве генеральной долгосрочной задачи определили формирование единого цифрового рынка Европы (digital single market).

В 2010 г. странами ЕС в рамках реализации более общей стратегии «Европа 2020» была запущена специальная инициатива «Цифровая Европа» (Digital Europe), основной акцент в которой был сделан на стимулировании роста общеевропейской интернет-экономики. В том же 2010 г. была опубликована «Цифровая повестка для Европы» (Digital Agenda for Europe), которая предусматривала выработку общих подходов и приоритетов стран-членов ЕС по отношению к дальнейшему развитию цифровых секторов европейской экономики и мер по стимулированию цифровых инноваций. В апреле 2016 г. Европейская комиссия обнародовала новую комплексную инициативу Digitalising the market – digitising European industry, в которой был сформулирован широкий набор новых инструментов и механизмов поддержки дальнейшей цифровизации европейской промышленности и сектора услуг.

Организация экономического сотрудничества и развития (OECD) приняла Стратегию развития общего цифрового рынка. Странами АСЕАН в 2015 г. был согласован общий Мастер-план по развитию ИКТ.

Ведется подобная работа и в странах СНГ. Решением Совета глав правительств СНГ от 28 октября 2016 г. была утверждена Стратегия сотрудничества государств-участников СНГ в построении и развитии информационного общества на период до 2025 г. и Плана действий по ее реализации. Это уже второй стратегический документ СНГ по данному направлению, первый был принят в 2012 г. В декабре 2016 г. в Санкт-Петербурге главы государств ЕАЭС приняли Заявление о цифровой повестке Евразийского экономического союза, где они выразили стремление обеспечить необходимые условия для формирования «цифровой повестки ЕАЭС», а 11 октября 2017 г. – утвердили основные направления цифровой повестки Союза до 2025 г. К направлениям развития цифровой экономики в рамках ЕАЭС относятся:

- цифровая трансформация отраслей экономики и кросс-отраслевая трансформация;
- цифровая трансформация рынков товаров, услуг, капитала и труда;

- цифровая трансформация процессов управления и интеграционных процессов;
- развитие цифровой инфраструктуры и обеспечение защищенности цифровых процессов.

Каждое направление определяет специальный круг вопросов сотрудничества при обсуждении инициатив в сфере развития цифровой экономики. Стороны используют общую рамку направлений для систематизации предложений о сотрудничестве в рамках Цифровой повестки, подготовки и реализации совместных проектов.

Анализ программ цифровой трансформации экономик стран-лидеров позволяет выделить следующие их ключевые направления, которые могут быть определены в качестве приоритетов для Казахстана:

- создание национального цифрового законодательства;
- государственное финансирование прорывных цифровых проектов;
- оптимизация налогового регулирования и инвестиционного климата;
- прозрачность и эффективность государственного управления, повышение занятости населения;
- обеспечение безопасности киберпространства;
- цифровизация промышленности на базе киберфизических систем, искусственного интеллекта, интернета вещей, 3D-печати с целью повышения производительности труда;
- цифровое сельское хозяйство (точное земледелие и цифровое животноводство, агророботы и т.д.);
- большие данные и связь 5G;
- умные энергосети и мощные накопители электроэнергии, в том числе портативные;
- умные города, цифровое образование и здравоохранение.

Основной механизм исполнения программ – интеграция, в том числе сетевая, усилий бизнеса и науки под стимулирующим воздействием государства на ключевых направлениях создания новых цифровых технологий и инноваций.

#### *Список использованной литературы*

1. *Coordination of European, national & regional initiatives // European Commission [Electronic resource]. Mode of Access: <https://ec.europa.eu/213-digital-single-market/en/cordination-european-national-regional-initiatives>. Date of access: 8.12.2018.*
2. *Плакицкий, Ю.А. Мировой инновационный проект «Индустрия4.0» – возможности применения в угольной отрасли России. 1. Программа «Индустрия-4.0» – новые подходы и решения / Ю.А. Плакицкий, Л.С. Плакицкина // Уголь. 2019. № 10. С. 44–51.*
3. *Шмелев П. Цифровая трансформация: время первых / П.Шмелев // Газпром нефть. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprom-neft.ru/press-center/sibneft-online/archive/2018-may/1589540/>.*
4. *Сделано в Китае – 2025: кто придёт на смену мировой фабрике? // China Logist. [Электронный ресурс]. URL: <http://chinalogist.ru/articles/sdelano-v-kitae-2025-cto-pridyot-na-stenimirovoyu-fabriku-12708/> (дата обращения: 20.03.2023).*
5. *О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. 200 № 203 // Портал ГАРАНТ. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/> (дата обращения: 20.03.2023).*
6. *Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан»: Постановление Правительства Республики Казахстан, 12 дек. 2017 г., № 827 // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. [Электронный ресурс]. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000827/> (дата обращения: 20.03.2023).*

МРНТИ 06.39.02

Е.Б. Жанәділ<sup>1</sup>, А.Б. Жанәділ<sup>2</sup>, А.Т. Исаева<sup>3</sup>

<sup>1</sup> *Карабук университеті, Анкара қ, Түркия*

<sup>2</sup> *Сакария университеті, Сакария қ, Түркия*

<sup>3</sup> *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан*

## **АҚПАРАТТЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ҚАЗІРГІ ҚОҒАМДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУДЫ ЖАҢҒЫРТУДАҒЫ РӨЛІ**

*Аңдатпа*

Мемлекеттік және аймақтық басқаруда, басқару шешімдерін қабылдау кезінде ақпарат маңызды орындардың бірін алады. Сондықтан мемлекеттік органдар неғұрлым толық және сенімді ақпарат алса, басқару шешімдері соғұрлым дұрыс болады. Сол себепті 21 ғасырда, цифрлық трансформация ғасырында бұл ақпаратты алу жылдамдығы маңызды аспект болып табылады. Болашаққа арналған басымдықтардың қатарында- жалпы мемлекеттік (жалпыұлттық) автоматтандырылған ақпараттық жүйені құру; тиісті телекоммуникациялық және нормативтік-құқықтық инфрақұрылымы бар ақпараттық технологиялық индустрияны (т-индустрияны) қалыптастыру; ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласындағы мамандарды даярлау және олардың біліктілігін ұдайы арттыру; елеулі бюджеттік және бюджеттен тыс қаржы-материалдық ресурстарды жұмылдыру; қатаң қалыптастыру ақпараттық кеңістіктің құқықтық және этикалық өрісі. Мақалада мемлекеттік басқаруды жаңғыртудағы ақпараттық технологиялардың рөлі зерттеліп, қарастырылған.

*Түйін сөздер:* уәждеме, мемлекеттік қызмет, адами ресурстар, кадрлар, бәсекеге қабілеттілік, шетелдік тәжірибе, жаңғырту.

*Жанәділ Е.Б.<sup>1</sup>, Жанәділ А.Б.<sup>2</sup>, Исаева А.Т.<sup>3</sup>*

<sup>1</sup> *Университет Карабук, г. Анкара, Турция*

<sup>2</sup> *Университет Сакария. г. Сакария, Турция*

<sup>3</sup> *Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан*

## **РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МОДЕРНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

*Аннотация*

В государственном и региональном управлении, при принятии управленческих решений информация занимает одно из важнейших мест. Поэтому, чем более полную и достоверную информацию получают государственные органы, тем правильнее будут приниматься управленческие решения. По этой причине в 21 веке, в век цифровой трансформации, скорость получения этой информации является важным аспектом. В числе приоритетов на будущее-создание общегосударственной (общенациональной) автоматизированной информационной системы; формирование информационно-технологической индустрии (Т-индустрии) с соответствующей телекоммуникационной и нормативно-правовой инфраструктурой; подготовка и постоянное повышение квалификации специалистов в области информационно-коммуникационных технологий; мобилизация значительных бюджетных и внебюджетных

финансово-материальных ресурсов; формирование жесткого правового и этического поля информационного пространства. В статье рассмотрена и изучена роль информационных технологии в модернизации государственного управления.

*Ключевые слова:* мотивация, государственная служба, человеческие ресурсы, кадры, конкурентоспособность, зарубежный опыт, модернизация.

*Zhanadil E.B.<sup>1</sup>, Zhanadil A.B.<sup>2</sup>, Isaeva A.T.<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>*Karabuk University, Ankara, Turkey*

<sup>2</sup>*Sakarya University Sakarya, Turkey*

<sup>3</sup>*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## **THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE MODERNIZATION OF PUBLIC ADMINISTRATION IN MODERN SOCIETY**

### *Abstract*

In state and regional management, information occupies one of the most important places when making managerial decisions. Therefore, the more complete and reliable information government agencies receive, the more correct management decisions will be made. For this reason, in the 21st century, in the age of digital transformation, the speed of obtaining this information is an important aspect. Among the priorities for the future is the creation of a nationwide (nationwide) automated information system; formation of the information technology industry (T-industry) with the appropriate telecommunications and regulatory infrastructure; training and continuous professional development of specialists in the field of information and communication technologies; mobilization of significant budgetary and extra-budgetary financial and material resources; formation of a rigid legal and ethical field of the information space.

The article considers and studies the role of information technology in the modernization of public administration

*Keywords:* motivation, Public service, human resources, personnel, competitiveness, foreign experience, modernization.

«Интернет-демократия» құндылықтарының таралуына байланысты тәуекелдерді ескермеуге болмайды. Көптеген және таза кәсіби проблемалар бар: мемлекеттік қызметкерлер әрдайым компьютерлерді дұрыс түсінбейді, электронды құралдарды өз бетінше қолдана алмайды, ал ІТ мамандары, керісінше, кәсіпқойларды, менеджерлерді, заңгерлерді, экономистерді, кадрларды нашар түсінеді. Ақшалай қаражаттың жетіспеушілігі соңғы тосқауыл емес. Стандарттау және электрондық құжат айналымы есебінен операциялар мен басқару рәсімдерінің жылдамдығы артады, бюрократиялық аппарат қызметкерлерінің саны қысқарады, икемді ведомствоаралық байланыстар орнатылады, әлеуметтік желілер, виртуалды сараптамалық қауымдастықтар, тірі журналдар арқылы азаматтардың мемлекет істеріне қатысуының жаңа мүмкіндіктері ашылады. Ақпараттандыру және электрондық үкімет адамдарды алмастырмайды, классикалық мемлекеттік басқару жүйесіне балама емес. Интернет технологиясы мен электроника – бұл мазмұн емес, тек құрал және техникалық құрал. Олар тек классиканы дамытады және толықтырады, оған заманауи конфигурация береді, қабылданған шешімдерді іске асыру бойынша жұмыстың ауқымдылығын, динамизмін, икемділігі мен ашықтығын қамтамасыз етеді. Мұның бәрін жүзеге асыратын цифрлық трансформация екендігі белгілі. Төмендегі суретте көрсетілгендей, цифрлық (сандық) трансформация бірнеше қызметті атқарады [1]. Цифрлық трансформация процесінде

цифрлық технологиялар азаматтармен өзара әрекеттесу және олардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін мемлекеттік қызметтер көрсету арқылы жаңа мүмкіндіктер жасайды.



2 сурет – «Цифрлық трансформация» ұғымы

Ескерту – сурет автормен құрастырылған

Келешекте елдің бірыңғай жалпыұлттық телекоммуникациялық инфрақұрылымын қалыптастыру және бюрократиялық аппаратпен тікелей байланыссыз халыққа ең заманауи коммуникациялық қызметтердің кепілдігін қамтамасыз ету көзделеді. Үкімет «қоғамдық бастама» тұжырымдамасын бекітті, интернет желісінде барлық мемлекеттік билік органдарының ақпараттық жүйелерінде қамтылған ашық деректерге қолжетімділікті қамтамасыз етті. Бүгінгі таңда қызметтер электронды түрде Республика субъектілерінің барлық билік құрылымдарының желісі бойынша ұсынылады. Бұл жүйе бойынша жергілікті өзін-өзі басқарудың барлық органдары да жұмыс істейді. Мемлекеттік және муниципалдық қызметтерді «бір терезе» қағидаты бойынша, оның ішінде көпфункционалды орталықтарда алуға мүмкіндігі бар азаматтардың үлесі 90 пайыздан асты.

Басқаруды өзгертудің, ұсынылған саладағы революцияның керемет жағдайы үйлестіру процестерін өзін-өзі оңтайландыру, шығындарды азайту және Ұлттық қызметтердің өнімділігін ілгерілету және әлеуметтік саладағы әсерлі нәтижелердің пайда болу ықтималдығы болып табылады. Мемлекеттік сектордағы ақпараттық революция орасан зор ашықтық, ел халқына қолжетімділік, инновациялар мен ақпаратқа кедергі келтіретін ерекше кедергілерді еңсеру үшін мән-жайларды толықтырады [2].

Бұдан басқа, «Қазақстан–2050 Стратегиясы» құжатында ұлттық басқарудағы цифрлық технологиялардың өсіп келе жатқан маңыздылығы байқалды. Экономиканың сандық өлшемі әмбебап ЖІӨ-нің 4,5-тен 15,5%-на дейін құрайды деген мамандардың көзқарасы негіз болып табылады. Қазірдің өзінде 1992 жылы 100 Гб-тан 2018 жылы минутына 45000 Гб-қа дейін желіде ұсынылған қозғалыс мөлшері өсті. Деректерге негізделген экономиканы қалыптастырудың негіздері. 2022 жылға қарай әмбебап трафиктің мөлшері секундына 150700 Гб жетеді деп жоспарлануда. Интернеттің жаңа піскен пайдаланушылары пайда болады, ұлттық экономикалық және ұжымдық процестер қайта құрылады. Алайда, ұсынылған бағдарламаны тиімді сату «цифрлық үкіметті» әзірлеу нәтижесінде туындайтын қауіптер мен жаңа піскен тәуекелдерді кешенді зерттеу, зерттеу және жою кезінде мүмкін болады.

Аймақтық және жергілікті деңгейдегі билік те артта қалмайды. Жергілікті жерлерде өздерінің электрондық үкіметтерін қалыптастырудың тиісті өңірлік және муниципалдық нысаналы бағдарламалары әзірленді, базалық мемлекеттік ақпараттық ресурстарға – тізілімдерге, кадастрларға, тізілімдерге және басқа да дерекқорларға түгендеу және паспорттау жүргізілді. Мемлекеттік және муниципалдық деңгейдегі қызметтерге көп арналы қол жеткізу

мүмкіндіктері кеңейтілуде, электрондық қолтаңбаға Бірыңғай сенім кеңістігі қалыптасуда. Тіпті биліктің, бизнестің және азаматтардың электрондық өзара іс-қимылын мәжбүрлеу шаралары да қарастырылған [3].

Білім беру саласында балаларды мектепке дейінгі мекемелерге қабылдау және қабылдау процесін автоматтандыру жүйесі 53%-ға енгізілді. 2019 жылы орта білім беру жүйесінде электрондық күнделіктер мен журналдарды қолдану 90% құрады (7475 мектептің 6359) Жалпы, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар білім берудің қолжетімділігін 70%-ға дейін жақсартуға, ауылдық және қалалық мектептер арасындағы білім беру сапасындағы алшақтықты 30%-ға қысқартуға мүмкіндік берді.

Қазақстанда қоғамдық қауіпсіздікті мониторингілеу үшін фото және бейне тіркеу жүйелері енгізілді. Жолдарда 13,2 мың Автоматты камера орнатылды, оның көмегімен 3,6 млн бұзушылықтар мен қылмыстық қылмыстар анықталды, оның ішінде 46,6% ЖҚЕ бұзушылықтар. Бұзушылықтардың негізгі үлесі сәйкесінше 80% және 50% Астана және Алматы қалаларына тиесілі. Бұдан басқа, облыс орталықтарының, қалалар мен Астананың бейнебақылау жүйесімен «кілем» жабу бойынша іс-шаралар жоспарланған, онда 100 адамға 15 бейнебақылау камерасы болады. Ұлттық бейнемониторинг жүйесін енгізу үшін жұмыс істеп тұрған жедел басқару орталықтарының жабдықтарын жаңғырту жөніндегі шаралар көзделген, көшелерде, қоғамдық орындарда және Республикалық маңызы бар автомобиль жолдарында «полиция «дабыл түймесі» құрылғысын кезең-кезеңімен қосу жүргізілуде. Қалалардың криминогендік учаскелерінде тәулік бойы жұмыс істеуге арналған 71 модульдік пост салынды. 5 жыл ішінде тағы 143 салу жоспарлануда. Астана, Алматы, Қарағанды қалаларында, Ақтөбе және Павлодар облыстарында полицияның сервистік моделін сынақтан өткізу бойынша пилоттық жобаны енгізу қоғам мен полицияның тиімді әріптестігі базасында қауіпсіздік проблемаларын анықтау процесіне қатысуға мүмкіндік береді [3].

Елдің көлік жүйесі 80%-ға дейін жолаушылар тасымалын бақылау үшін GPS-трекерлермен жабдықталған. Бұл диспетчерлік орталықтарға қоғамдық көлікке жүктемені оңтайландыруға, көлік ағынының жылдамдығын 18%-ға, өткізу қабілетін 40%-ға арттыруға және орташа жол жүру уақытын 20%-ға төмендетуге мүмкіндік береді.

Коммуналдық қызметтер көрсету саласындағы ТКШ саласының бірыңғай ақпараттық жүйесі (E-SHANYRAQ) жиналған қаражаттың ашықтығын және Тарифтердің негізділігін қамтамасыз етеді, чекті 36% төмендетуге мүмкіндік беретін жылуды есепке алу аспаптарын орнату жүргізілуде. Пилоттық жобаға Алматы, Қызылорда, Талдықорған қалаларындағы 27 көппәтерлі тұрғын үй қосылды.

Әкімшілік реформалау жоспарында бірінші кезектегі міндет – жаңа ақпараттық банктер құру және бұқаралық ақпарат құралдарында және интернет саласында адамгершілік негіздерін белсенді қорғау: заманауи технологиялар азаматтарға оқиғалардан хабардар болуға, қарым-қатынас жасауға, оқуға және жұмыс істеуге көмектесуі керек.

БҰҰ-ның сенімді мәліметтері бойынша Қазақстан қазіргі уақытта электр үкіметін өндіру индексі бойынша 193 держава арасында 29-орында, Е-қатысу индексі (EPI) бойынша 26-орында, торлы дайындық индексі бойынша 139 держава арасында 39-орында және ақпараттық-коммуникациялық технологияларды әзірлеу индексінен кейін 52-орында. Азиялық державалар арасында табылған Үкіметтің индексінен кейін тарап 1 орынды, онлайн қызметтер индексі бойынша-3 Азия державалары арасындағы кеңістікті және жалпы әлемдік рейтингте 11 орынды иеленді. Неден пайда болады, біз қандай мақсатқа ұмтыламыз [4].

Болашақта интернет оңай қалыптасқан елдер мен цифрландыру деңгейі жоғары елді мекендер арасындағы айырмашылық тек қана ұлғаяды. 2018-2022 жылдары «Цифрлық Қазақстан» жалпымемлекеттік бағдарламасын қабылдау қажеттілігі үшін цифрлық алшақтық, державалардың дайындығының әр түрлі сатысы және цифрлық экономикадағы базарлық ықпалдың



жоғары ұйымдастырылуы бағдарланды. Осы бағдарлама ауқымында тұтынушылардан мемлекетке дейінгі барлық ватерпастарда өнімділікті ілгерілету 3-сурет үшін ұсынылған.

Ұлттық басқаруда сандық технологияларды енгізудің шетелдік тәжірибесі. Осы проблемаларды шешу тиісті үкіметтік басқарудың ЕО-да қабылданған үлгілерін түсінетін елдер үшін ерекше айбынды болып тоқтатылады [5]. Көрсеткіштер жоғары сапалы шешімдер қабылдау, мемлекеттік текстуралардың жақсы жұмыс істеуі және кірістерді басқару, сатып алу және азаматтармен өзара әрекеттесу сияқты мемлекеттік басқаруды жүзеге асыру барысында ресурстарды ақылға қонымды бөлу үшін базаны белгілейді. Цифрландыру зор тиімділікпен асыл қасиет қызметтерін беру мүмкіндігін береді, патшалықтың есептілігі мен ашықтығын арттырады және сыбайлас жемқорлықты азайтады [4, 5].

Мемлекеттік басқаруды одан әрі ақпараттандыру ісіндегі негізгі міндеттер мынадай түрде ұсынылуы мүмкін [4, 7 б.].

1) бірыңғай ақпараттық-анықтамалық қызметтерді, бірыңғай өңірлік және жалпыұлттық тізілімдерді және мемлекеттік және муниципалдық қызметтер көрсетудің тиісті интернет - порталдарын құру;

2) пошта байланысы бөлімшелерінің, өңірлік және муниципалдық кітапханалардың, телефон өтініштерін өңдеудің ведомстволық орталықтарының базасында ақпаратқа қоғамдық қол жеткізу орталықтарын құру;

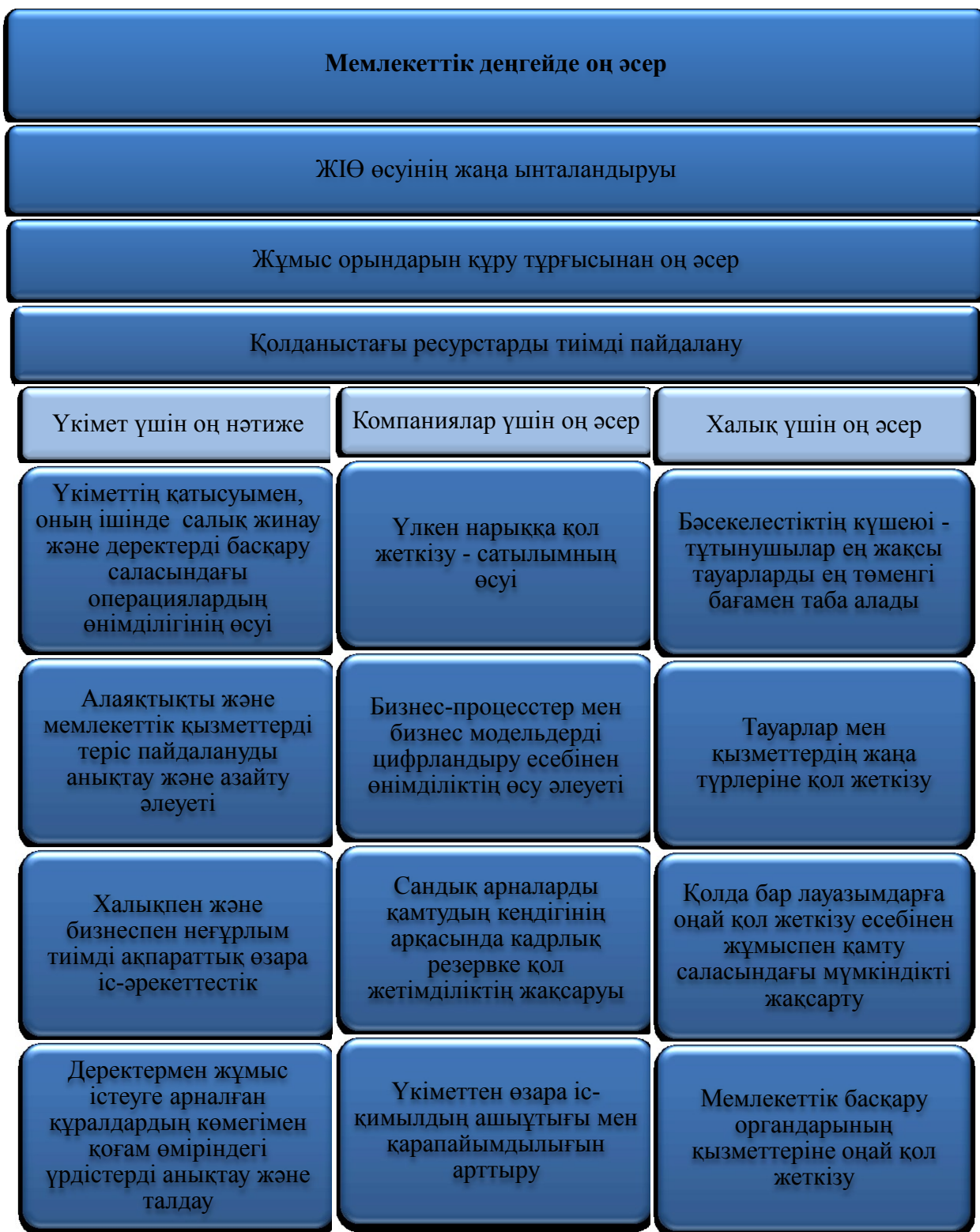
3) азаматтардың мемлекеттік органдармен өзара іс-қимылын ақпараттық-анықтамалық қолдаудың бірыңғай жүйесін қалыптастыру, «өмір бойы Оқыту»жағидаты бойынша білімге қол жеткізудің инфрақұрылымдық желілерін дамыту;

4) информатика, құжаттану, лингвистика, ақпараттық құқық және ақпараттық қауіпсіздік, зияткерлік меншік және қызметтік әдеп саласында тиісті біліктілігі бар мамандарды даярлау жүйесін жетілдіру. Ақпараттық коммуникациялар саласында кадрлар даярлауға бағдарланған Мамандандырылған жоғары оқу орнын – технологиялардың жоғары мектебін құру туралы ұсыныстың мағынасы жоқ емес;

5) адамдарды ақпараттық техниканы сауатты пайдалану дағдыларына үйрету, жұмыспен қамту орталықтарында, оқу орындарында, мәдениет үйлерінде және кітапханаларда барлық тілек білдірушілер үшін ашық компьютерлік курстарды ұйымдастыру. Сонымен қатар-азаматтардың, оның ішінде ақпараттық-телекоммуникациялық желілер мен ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, мемлекеттік билік органдары, олардың құрылымдық бөлімшелері мен басшылары, жергілікті өзін-өзі басқару органдары, унитарлық кәсіпорындар мен мекемелер қызметінің тиімділігін бағалау критерийлері мен тәртібін белгілеу [5]. Әйтпесе бюрократиялық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы кедергілер жойылмайды;

6) басқарманың оңтайлы транспаренттілігін және оның ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету [5], әсіресе мемлекеттік және қызметтік құпия туралы заңнаманың іске асырылуын бақылау, хакерлік шабуылдарды бейтараптандыру, қоғамға жат мазмұндағы интернет-контентті бұғаттау, ҚР азаматтарының дербес деректерін шетелдік серверлерде сақтауға тыйым салу бөлігінде;

7) мемлекеттік органдардың, банктердің, жеке компаниялар мен азаматтардың көрінеу құпия дерекқорларымен заңсыз электрондық қадағалаулар, сауда жасағаны үшін жауапкершілікті қатаңдату.



3 сурет – Цифрландырудың мемлекет үшін оң әсері

Ескерту – сурет автормен құрастырылған

Ұсынылған шаралар мемлекеттік басқаруды икемді, ұтымды, тиімдірек және жауапты ететіні сөзсіз.

Ақпараттық ғасыр өзін ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың даму, виртуалды байланыс, қоғамның ғаламдық Интернет желісімен бірігу ғасыры ретінде белгіледі.

Бүгінгі таңда интернеттің және онымен байланысты технологиялардың әсері бізді қоршаған шындықтың жаһандық саяси, экономикалық, әлеуметтік және мәдени өзгеруіне, сондай-ақ адамдар арасындағы қарым-қатынас тәсілдеріне алып келеді. АКТ-ны қоғам өмірінің барлық салаларында дамыту әкімшілік-басқару процестерін оңтайландыруға, мемлекеттік қызметтер көрсетудің сапасы мен жеделдігін арттыруға, сондай-ақ мемлекеттік басқару аппаратының тиімділігін арттыруға бағытталған әкімшілік реформалар шеңберінде мемлекеттік басқару жүйесіне өзгерістер енгізу қажеттілігін негіздейді.

Дәл осы АКТ қызметтер сапасының, оның ішінде мемлекеттік қызметтер сапасының өсуіне әсер ететін негізгі фактор болып табылады. Бұл жолда электрондық үкіметті енгізу мен дамыту маңызды болмақ. Электрондық үкімет ақпаратқа қолжетімділік және Үкіметтің азаматтарға есеп берушілігі қағидаттарына сүйенетін Мемлекеттік басқарудың жаңа технологиясын білдіреді.

Осылайша, мемлекеттік биліктің бүкіл жүйесі азаматтар мен бизнестің шағымдары мен қажеттіліктеріне жедел жауап беретін тұтас және тиімді жұмыс істейтін құрылым болып көрінеді. Бұл құрылым қызметінің едәуір бөлігі мемлекеттік қызметтердің ашықтығы мен қолжетімділігі үшін ақпараттық-коммуникациялық ортаға көшіріледі.

Электрондық үкіметті мемлекеттік органдардың жұмысына жаңа АКТ енгізу ретінде ғана емес, сондай-ақ мемлекеттік қызметтер мәртебесінің өзгеруі ретінде де қабылдау қажет.

Нәтижесінде, 21 ғасыр ақпараттық-технологиялар ғасыры екендегін айта аламыз. Еліміз әлем елдері бойынша интернет желісі арқылы жетекші елдер қатарында екендігін аңғардық. Цифрлық трансформация және оның қызметі мен маңыздылығы туралы айтылады. Қазақстан Республикасындағы ақпараттық-коммуникациялық технологиялар қызметтерінің сапасы да толықтай қарастырылды.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. «Ақпаратты Қазақстан – 2020» мемлекеттік бағдарламасы және «Мемлекеттік бағдарламалар тізбесін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 19 наурыздағы № 957 Жарлығына толықтыру енгізу туралы [Электронный ресурс]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1300000464> (дата обращения 20.08.2023)

2. Ястребов О.А., Шмелева С.В. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН. // Российский университет дружбы народов. № 13. – Москва, 2015. – С. 82-87.

3. Устав АО «Национальный инфокоммуникационный холдинг «Зерде». [Электронный ресурс]. – 2021. – [Электронный ресурс]. URL: <https://zerde.gov.kz/holding/legal-framework/> (дата обращения 20.08.2023)

4. Қазақстан Республикасында «электрондық үкімет» қалыптастырудың 2005-2007 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы [Электронный ресурс]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U040001471> (дата обращения 20.08.2023)

5. Кудайкулова Х.Ш. Электронное правительство в республике Казахстан. // Государственное управление. Электронный Вестник. – 2007. – С. 1-8. – № 11. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnoe-pravitelstvo-v-respublike-kazahstan/pdf> (дата обращения 20.08.2023)

МРНТИ 06.35.31

Нуралыев Х.<sup>1</sup>, Джакишева У.К.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан*

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### *Аннотация*

Значимость данной работы совершена в полном разборе эффективной учетной политики предприятия, а также обнаружение ресурсов по ее улучшению. Порекомендованные улучшения располагают всегда перевесы для получения вспомогательной выгоды. Задача изготовлена из деления темы на сложные части. Стоит задача рассмотрения углубленного понимания учетной политики. Что не наименее, испытаний не имеет вероятность даровать безотносительной информации об исследуемом материале, кроме утверждения связей меж его сложными частями. Первостепенный задачей разбора деятельный учетной политики предприятия считается адаптация к особенностям бизнес-процессов, а также соблюдение законодательства и стандартов. Разбор складывается из разделения темы на сложные части. Понимания ее внутренней сущности. Тем не менее, разбор не имеет возможности полностью по-новому взглянуть на объект исследования, без установления связей между его составными частями. Основным принципом разбора структуры учетной политики предприятия представляется ее эффективность, соответствие международным стандартам и актуальность.

*Ключевые слова:* значимость, учетная политика предприятия, эффективность, понимание, бизнес-процессы, объект, структура.

*Х.Нуралыев<sup>1</sup>, У.К.Джакишева<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан*

## **КӘСІПОРЫННЫҢ ЕСЕП САЯСАТЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ТИІМДІЛІГІ**

### *Аңдатпа*

Бұл жұмыстың маңыздылығы кәсіпорынның тиімді есеп саясатын толық талдауда, сондай-ақ оны жақсарту үшін ресурстарды анықтауда. Ұсынылған жақсартулар көмекші пайда алу үшін әрқашан артықшылықтарға ие. Тапсырма тақырыпты күрделі бөліктерге бөлуден тұрады. Есеп саясатын терең түсінуді қарастыру міндеті тұр. Ең аз дегенде, сынақтардың зерттелетін материал туралы оның күрделі бөліктері арасындағы байланыстарды бекітуден басқа, оған қатысы жоқ ақпарат беру мүмкіндігі жоқ. Кәсіпорынның белсенді есеп саясатын талдаудың бірінші кезектегі міндеті бизнес-процестердің ерекшеліктеріне бейімделу, сондай-ақ заңдар мен стандарттарды сақтау болып саналады. Талдау тақырыпты күрделі бөліктерге бөлуден тұрады. Оның ішкі мәнін түсіну. Дегенмен, талдаудың оның құрамдас бөліктері арасында байланыс орнатпай, зерттеу объектісіне мүлдем жаңа көзқараспен қарауға мүмкіндігі жоқ. Кәсіпорынның есеп саясатының құрылымын талдаудың негізгі қағидаты оның тиімділігі, халықаралық стандарттарға сәйкестігі және өзектілігі болып табылады.

*Түйінді сөздер:* маңыздылығы, кәсіпорынның есеп саясаты, тиімділігі, түсінігі, бизнес-процестері, объектісі, құрылымы.

Nuralyyev K.<sup>1</sup>, Dzhakisheva U. K.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abay, Almaty, Kazakhstan

## EFFICIENCY OF FORMATION OF ACCOUNTING POLICY OF THE ENTERPRISE

### *Abstract*

The significance of this paper is the complete analysis of the effective accounting policy of the enterprise, as well as the discovery of resources for its improvement. The recommended improvements always have advantages for obtaining auxiliary benefits. The task is made of dividing the topic into complex parts. The task is to consider an in-depth understanding of accounting policies. What is not the least, the tests have no probability to give irrelevant information about the investigated material, except for the statement of connections between its complex parts. The primary task of analysis of the accounting policy of the enterprise is considered to be adaptation to the peculiarities of business processes, as well as compliance with legislation and standards. Parsing is formed from the division of the topic into complex parts. Understanding of its inner essence. Nevertheless, the parsing does not have the opportunity to take a completely new look at the object of study, without establishing links between its constituent parts. The main principle of the analysis of the structure of accounting policy of the enterprise is its efficiency, compliance with international standards and relevance.

*Keywords:* meaning, enterprise accounting policy, efficiency, understanding, business processes, object, structure.

В современной бизнес-среде эффективное формирование учетной политики является неотъемлемой частью управления финансовой деятельностью предприятия. Это стратегически важный процесс, оказывающий значительное влияние на финансовую устойчивость и долгосрочное развитие организации. Нужно обратить внимание на факторы, определяющие эффективность формирования учетной политики и его влияние на устойчивость и развитие предприятия. [1]

Одним из ключевых аспектов эффективности формирования учетной политики является ее способность адаптироваться к особенностям бизнес-процессов предприятия. Каждое предприятие имеет свои уникальные особенности, которые необходимо учитывать при разработке учетной политики. Это может включать в себя специфические отраслевые требования, особенности производственных процессов и др. Глубокое понимание этих особенностей и их учет в учетной политике позволяет эффективно управлять ресурсами и оптимизировать финансовую деятельность предприятия. Например, отрасли, связанные с производством, могут требовать учета затрат на сырье, энергию и технологическое оборудование, в то время как отрасли услуг могут сталкиваться с особенностями учета времени и трудозатрат на обслуживание клиентов. [2]

Учетная политика предприятия должна определять:

- Положение о признании и первоначальной оценке материально-производственных запасов;
- положение об оценке выбытия материально-производственных запасов;
- порядок учета (выявленный или общий) транспортно-заготовительных расходов, использование отдельного субсчета учета транспортно-заготовительных расходов;
- периодичность определения средневзвешенной стоимости единицы материально-производственных запасов;
- формы первичных документов, используемых для оформления движения материально-производственных запасов, не предусмотренных типовыми формами первичной учетной документации;
- правила документооборота и технология обработки учетной информации;

- порядок контроля за движением материально-производственных запасов и ответственность управленческого персонала;
- порядок аналитического учета материально-производственных запасов;
- единицы натурального измерения материально-производственных запасов для каждой единицы учета.

Элементами учетной политики, по которым национальное законодательство предусматривает несколько альтернатив (вариантов) или не предусматривает никаких норм, являются:

- Определение единицы аналитического учета материально-производственных запасов;
- Порядок учета и распределения транспортно-заготовительных расходов;
- Методика оценки выбытия материально-производственных запасов;
- Периодичность определения средневзвешенной стоимости единицы материально-производственных запасов. [3]

Различные виды деятельности подразумевают различные налоговые обязательства. При адаптации учетной политики необходимо учитывать особенности налогообложения, применяемые к конкретной отрасли или виду деятельности компании. Это включает налоги на прибыль, НДС, акцизы и другие налоговые платежи, которые могут варьироваться в зависимости от региональных и международных правовых норм.

Эффективная учетная политика должна соответствовать законодательству и учетным стандартам. Правовая среда постоянно меняется, и предприятие должно следить за обновлениями в законодательстве, чтобы обеспечить соблюдение всех требований. Несоблюдение законодательства может привести к финансовым штрафам, потере репутации и даже юридическим преследованиям. Поэтому эффективное формирование учетной политики включает в себя регулярное обновление и адаптацию к изменениям в законодательстве и стандартах.

Учетная политика охватывает широкую сферу применения, включая:

- Выбор (или изменение) методов оценки, относящихся к годовой, консолидированной или полугодовой финансовой отчетности, включая, в частности, выбор моделей справедливой стоимости активов и обязательств.

- Выбор (или изменение) методов представления годовой консолидированной или полугодовой финансовой отчетности; выбор (или изменение) методов представления годовой, консолидированной или полугодовой финансовой отчетности.

- Определение объема и степени агрегирования информации, публикуемой в финансовой отчетности и, в частности, в примечаниях к финансовой консолидированной финансовой отчетности.

- Определение информации, публикуемой в управленческом отчете относящейся к годовой (или консолидированной) финансовой отчетности, а также в полугодовом отчете для компаний, акции которых котируются на бирже.

- Определение даты раскрытия финансовой информации.

- Добровольная публикация необязательной финансовой отчетности или информации касающейся деятельности компании.

- Выбор (или смена) внешних аудиторов.

- Досрочный переход на систему международных стандартов финансовой отчетности или согласование с системой стандартов финансовой отчетности.

- Выбор формата отчетности и показателей деятельности (чистая прибыль, операционная прибыль, совокупный доход).

- Исключительный отказ от некоторых основополагающих принципов бухгалтерского учета, таких как принцип непрерывности деятельности, или от четко определенных стандартных положений в соответствии с главенствующим принципом. [4]

Многие компании, особенно те, которые вовлечены в международную деятельность, должны соблюдать международные стандарты учета и финансовой отчетности, такие как стандарты МСФО или МСФЗ. Соблюдение этих стандартов обеспечивает сопоставимость финансовой информации и доверие со стороны инвесторов и других заинтересованных сторон, что, в свою очередь, способствует привлечению инвестиций и развитию бизнеса на мировом уровне. Предприятия должны быть готовы к адаптации своей учетной политики к новым правилам и требованиям. Это требует постоянного мониторинга изменений в законодательстве и принятия мер по их внедрению в учетную политику. Невыполнение требований законодательства может привести к юридическим преследованиям, штрафам и потере репутации компании. Аудит учетной отчетности и проверка соответствия законодательству являются важными инструментами для обеспечения соблюдения законодательства и стандартов учетной политики. Регулярные аудиты помогают выявлять потенциальные нарушения и ошибки в учетной политике, что способствует повышению надежности и прозрачности финансовой отчетности предприятия.

Соблюдение законодательства и стандартов учетной политики обеспечивает финансовую прозрачность, доверие со стороны инвесторов и заинтересованных сторон, а также снижает риски юридических последствий и финансовых штрафов. Это также способствует улучшению репутации компании на рынке и создает благоприятную среду для развития бизнеса и привлечения новых инвестиций.

В рамках области свободы, определяемой различными источниками бухгалтерского права, компании могут делать выбор, определяющий представление их финансовой отчетности и отчетность о результатах своей деятельности. Чем больше большая вседозволенность их регулирования и отсутствие вмешательства со стороны налоговых правил, консолидированная отчетность является предпочтительным полем деятельности. Целью такого выбора часто является оппортунистическое (выгодное) регулирование учетных показателей. Они являются предметом подлинного стратегического управления со стороны высшего руководства, которое оказывает влияние на бухгалтерские показатели прибыли и активов. Эта "эластичность доходов" приводит к определенным практикам, которые частично делает обычные пересчеты неэффективными. [5]

Четко определенная и объективная учетная политика способствует увеличению прозрачности и доверия со стороны инвесторов, банков, аудиторов и других заинтересованных сторон. Это позволяет предприятию привлекать капитал и кредиты под более выгодные условия, а также улучшать репутацию на рынке. Прозрачная учетная политика также способствует улучшению взаимодействия с налоговыми органами и другими регуляторами.

Формирование эффективной учетной политики также позволяет предприятию эффективно управлять рисками. Это включает в себя определение и анализ финансовых рисков, связанных с деятельностью предприятия, и принятие мер по их снижению. Эффективное управление рисками в учетной политике помогает предприятию избежать потенциальных финансовых потерь и негативных последствий для своей деятельности.

Операционные риски связаны с деятельностью предприятия и могут возникать из-за недостатков внутренних процессов, человеческого фактора, технических сбоев, а также непредвиденных событий. Стратегическое управление рисками в учетной политике предполагает определение этих рисков и разработку соответствующих мер по их снижению, таких как улучшение процессов, обучение персонала и внедрение автоматизированных систем контроля.

Результаты исследований экономистов показали, что сегодня система управления запасами на промышленных предприятиях недостаточно эффективна, поскольку устаревают технологии подсчета и введения хозяйством, о чем свидетельствует сопоставление динамики запасов и результатов инновационной деятельности. [6]

Эффективная учетная политика также должна учитывать инновации и технологический прогресс в области учета и финансов. Внедрение новых технологий позволяет автоматизировать процессы учета и повысить эффективность работы бухгалтерии. Это также способствует уменьшению вероятности ошибок и улучшению качества финансовой отчетности. Использование современных программных решений позволяет автоматизировать бухгалтерский учет, что сокращает время на выполнение повседневных задач, таких как ведение журналов, составление отчетов, учет финансовых операций и подготовка налоговой отчетности.

Доказано, что эффективное управление запасами способна обеспечить учетная система предприятия, основы которой закладываются при формировании учетной политики. Учетная политика по учету запасов - это совокупность принципов, методов и процедур, используемых предприятием для формирования качественной, своевременной, актуальной, четкой, полной и достоверной информации о наличии, движении, хранении и использовании запасов на предприятии, достаточной для принятия управленческих решений, направленных на повышение эффективности управления запасами и раскрытия информации о запасах в финансовой отчетности. Формирование учетной политики предприятия в контексте обеспечения эффективного управления запасами базируется на организационной, технологической и методологической составляющих.

Установлено, что формирование учетной политики запасов должно осуществляться путем закрепления перечня методов оценки, учета и процедур (элементов учетной политики), по которым нормативной базой предусмотрена вариативность. К основным таким элементам относятся: определение единицы аналитического учета запасов; порядок учета и распределения транспортно-заготовительных расходов; методы оценки выбытия запасов; периодичность определения средневзвешенной стоимости единицы запасов. Изложенные подходы к формированию и раскрытию элементов учетной политики запасов направлены на обеспечение эффективного управления запасами в процессе инновационной деятельности предприятия. [7]

Таким образом, отметим, что при формировании учетной политики предприятия могут возникать различные проблемы, связанные с ее разработкой, применением и соблюдением. Некоторые из основных проблем могут включать в себя:

- Сложность выбора. Подбор оптимальной учетной политики может быть сложным, так как она должна соответствовать не только требованиям законодательства, но и особенностям деятельности конкретного предприятия.

- Изменения законодательства. Законы и правила бухгалтерского учета могут изменяться со временем, что требует регулярного обновления учетной политики, чтобы она соответствовала последним требованиям.

- Сложности оценки. Определение стоимости активов, учет доходов и расходов, а также оценка рисков могут вызывать трудности из-за сложности оценки имущества и обязательств предприятия.

- Интерпретация. Различные толкования бухгалтерских норм могут привести к разногласиям при составлении учетной политики, что может привести к конфликтам с налоговыми органами или регуляторами.

- Проблемы согласования. В случае наличия нескольких филиалов или подразделений предприятия могут возникнуть сложности согласования учетной политики между ними, особенно если они находятся в разных странах с разными правилами учета.

- Технологические ограничения. Устаревшее программное обеспечение или отсутствие современных систем автоматизации могут затруднять эффективную реализацию учетной политики и поддержку ее актуальности.

Эффективность формирования учетной политики предприятия играет важную роль в обеспечении финансовой устойчивости, прозрачности и доверия со стороны заинтересованных сторон. Она определяет способность предприятия адаптироваться к изменениям во внешней



среде, эффективно управлять рисками и внедрять инновации. Разработка эффективной учетной политики требует глубокого понимания особенностей бизнеса, постоянного мониторинга изменений в законодательстве и стандартах, а также применения современных технологий для оптимизации процессов учета.

*Список использованной литературы.*

1. Закон "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности" от 28. 02. 2007 г. №234 – 111
2. Об аудиторской деятельности: Закон РК от 20.11.1998 г. № 304 с изм. и доп. – Алматы: Каржы, 2003. - 21с.
3. Бухгалтерский учет: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С.В. Карпова, И.К. Захаренко; под общ. ред. С.В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. — 439 с.
4. Лейни Т.А., Семенова Е.А., Шилина С.А. Пособие бухгалтера. / Т.А. Лейни, Е.А.Семенова, С.А. Шилина. – М.:Дашков и Ко, 2008. – 134 с.
5. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Т. Учетная политика: Учебник / И.Я. Рожков, В.Т. Кисмерешкин. – М.: «РИП-холдинг», 2006. – 256 с
6. Шведина Е.Б. Учетная политика предприятия // Экономические науки – 2011 г. №10 (83). – С. 118-123
7. Полякова С.И., Старовойтова Е.В., Соловьева О.В. Бухгалтерский учет: Учеб. пособие. / С.И. Полякова, Е.В. Старовойтова, О.В. Соловьева. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016. — 300 с.

МРНТИ 06.81.50

Шаблова Ю.А.<sup>1</sup>, Джубалиева З.У.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## **НАПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

### *Аннотация*

Понимание поведения потребителей имеет важное значение в маркетинговой деятельности современных компаний. Особенно поведение потребителей имеет значение в развитии эффективных взаимоотношений в процессе разработки и реализации маркетинговых стратегий компаний. В условиях происходящих значительных изменений во внешнем окружении поведение потребителей изменяется, адаптируясь к новым условиям цифровизации, глобальных экономических кризисов под влиянием пандемии и постпандемического развития. Для понимания складывающихся тенденций предприятия производители товаров и услуг и аналитические исследовательские компании проводят регулярные наблюдения за происходящими изменениями для поддержания возможности эффективного взаимодействия с целевыми рынками потребителей. В связи с этим можно видеть важность проведения исследований поведения потребителей для казахстанских компаний. Влияние цифровых технологий с одной стороны выступает как фактор, оказывающий влияние на поведение потребителей, с другой стороны, компании могут значительно повышать эффективность формируемых маркетинговых стратегий на основе аналитики собираемых данных о потребителях. Анализ данных аналитической отчетности позволяет видеть выводы и предлагаемые перспективные направления развития

для компаний, в которых обращается внимание на возрастание роли персонализированного подхода, который становится возможным на основе использования цифровых технологий и отражающий происходящие изменения в поведении потребителей.

*Ключевые слова:* электронная коммерция, интернет-технологии, цифровизация, цифровые технологии, потребители, поведение потребителей

Ю.А. Шаблова<sup>1</sup>, З.У. Джубалиева<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті  
Алматы қ., Қазақстан

## ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДА ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ МІНЕЗ-ҚҰЛҚЫН ӨЗГЕРТУ БАҒЫТТАРЫ

### *Аңдатпа*

Қазіргі заманғы компаниялардың маркетингтік қызметінде тұтынушылардың мінез-құлқын түсіну маңызды. Әсіресе тұтынушылардың мінез-құлқы компаниялардың маркетингтік стратегияларын әзірлеу және іске асыру процесінде тиімді қарым-қатынасты дамытуда маңызды. Сыртқы ортадағы елеулі өзгерістер жағдайында тұтынушылардың мінез-құлқы цифрландырудың жаңа жағдайларына, пандемия мен пандемиядан кейінгі дамудың әсерінен жаһандық экономикалық дағдарыстарға бейімделе отырып өзгереді. Кәсіпорынның дамып келе жатқан тенденцияларын түсіну үшін тауарлар мен қызметтерді өндірушілер мен аналитикалық зерттеу компаниялары тұтынушылардың мақсатты нарықтарымен тиімді өзара әрекеттесу мүмкіндігін қолдау үшін болып жатқан өзгерістерге үнемі бақылау жүргізеді. Осыған байланысты қазақстандық компаниялар үшін тұтынушылардың мінез-құлқына зерттеулер жүргізудің маңыздылығын көруге болады. Сандық технологиялардың әсері бір жағынан тұтынушылардың мінез-құлқына әсер ететін фактор ретінде әрекет етеді, екінші жағынан, компаниялар тұтынушылардың жиналған деректерін талдау негізінде қалыптасқан маркетингтік стратегиялардың тиімділігін едәуір арттыра алады. Аналитикалық есептілік деректерін талдау цифрлық технологияларды пайдалану негізінде мүмкін болатын және тұтынушылардың мінез-құлқындағы болып жатқан өзгерістерді көрсететін дербестендірілген тәсілдің рөлінің артуына назар аударатын компаниялар үшін тұжырымдар мен ұсынылатын перспективалық даму бағыттарын көруге мүмкіндік береді.

*Түйін сөздер:* электрондық коммерция, интернет-технологиялар, цифрландыру, цифрлық технологиялар, тұтынушылар, тұтынушылардың мінез-құлқы

Shablova Yu.A.<sup>1</sup>, Dzhubaliyeva Z.U.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Kazakh National Pedagogical University named after Abay,  
Almaty, Kazakhstan

## DIRECTIONS OF CHANGES IN CONSUMER BEHAVIOR IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

### *Abstract*

Understanding consumer behavior is essential in the marketing activities of modern companies. Especially the behavior of consumers is important in the development of effective relationships in the process of developing and implementing the marketing strategies of companies. In the context of ongoing significant changes in the external environment, consumer behavior is changing, adapting to the new conditions of digitalization, global economic crises under the influence of a pandemic and post-

pandemic development. To understand the emerging trends of the enterprise, manufacturers of goods and services and analytical research companies conduct regular monitoring of ongoing changes in order to maintain the ability to effectively interact with target consumer markets. In this regard, one can see the importance of conducting research on consumer behavior for Kazakhstani companies. The influence of digital technologies, on the one hand, acts as a factor influencing consumer behavior, on the other hand, companies can significantly increase the effectiveness of marketing strategies being formed based on the analytics of collected consumer data. The analysis of analytical reporting data allows us to see the conclusions and proposed promising directions for development for companies that draw attention to the growing role of a personalized approach, which becomes possible through the use of digital technologies and reflects ongoing changes in consumer behavior

*Keywords:* e-commerce, Internet technologies, digitalization, digital technologies, consumers, consumer behavior

Цифровизация является одним из ключевых факторов, определяющих будущее развитие экономики. Процессы цифровизации создают новые рабочие места, повышают производительность труда и способствуют ускорению темпов социально-экономического роста. Но это также создает проблемы, связанные с нехваткой цифровых навыков, потребностями защиты данных, рисками кибербезопасности и необходимостью обеспечения доступности государственных услуг. Под влиянием процессов цифровизации наблюдаются некоторые изменения, происходящие в процессах поведения потребителей. Данные изменение обусловлены совокупностью разных факторов, наиболее существенным из которых являются цифровые преобразования и повышение доступности Интернета, расширение использования цифровых технологий. В то же время, в различных источниках отмечается, что не менее важное влияние оказало введение карантинных ограничений в период пандемии, когда потребителям пришлось приспособливаться к новым условиям, в результате чего стали формироваться новые покупательские привычки, новые модели покупательского поведения, включая отход от привычных схем выбора и покупки товаров или услуг, переход к новым моделям совершения оплаты покупок [1]. Период растерянности потребителей перед неожиданными изменениями сменился на готовность гибко реагировать и адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям. Несмотря на то, что потребители не могут контролировать в полной мере происходящие события, тем не менее они стремятся сохранять сложившиеся подходы, не отказываясь от своих ценностей, но находя альтернативные решения. Снижение доходов и повышение цен на товары и услуги, повышением стоимости жизни, способствовало пересмотру затрат и отказу от приобретения предметов роскоши в пользу товаров, связанных с сохранением здоровья, или имеющих ценность для потребителей. Потребителя стали более осмысленно рассматривать расходы, обращая внимание на товары с учетом их ценности для потребителей. И в данном процессе имело значение быстрое принятие мер со стороны регулирующих и консалтинговых компаний. Рассматривая зарубежный опыт, можно отметить подход ЕС в разработке и реализации Стратегии единого цифрового рынка, основанного на следующих принципах [2]:

1. Цифровая инфраструктура, которая позволяет людям и организациям получать доступ к информации и свободно общаться.

2. Открытая нормативно-правовая среда, которая позволяет фирмам конкурировать на глобальном уровне, защищая граждан от недобросовестной практики.

3. Современная производственная база, которая создает качественные рабочие места и способствует инновациям.

В этих условиях среди проявлений, характеризующих изменение поведения потребителей можно отметить увеличение объемов электронной коммерции в Казахстане (рисунок 1). Рынок розничной электронной коммерции в Казахстане продолжает расти [3]. Основным драйвером

роста рынка в 2020 году послужила пандемия COVID-19, сформировав у потребителя привычку онлайн покупок. Тем не менее, ожидается, что в последующие годы рынок электронной коммерции будет придерживаться более низкой динамики роста. Сравнивая первое полугодие 2022 года с аналогичным периодом 2021 г., можно отметить, что темпы роста рынка замедлились как в количестве транзакций, так и по объему продаж, а средний чек в тенге снизился на 1%, в то время как средний чек в долларовом эквиваленте снизился на 6%. На такую динамику основных показателей рынка возможно повлияли январские события в Казахстане, которые, помимо прочего, сопровождались перебоями интернета и массовыми беспорядками. В 2022 году объем рынка розничной электронной коммерции (внутренний рынок) с учетом маркетплейсов составил 1963,5 млрд. тенге, из них оборот розничной торговли через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 1117,9 млрд. тенге (56,9%), предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию товаров через собственный Интернет-ресурс – 845,6 млн. тенге (43,1%) [4].

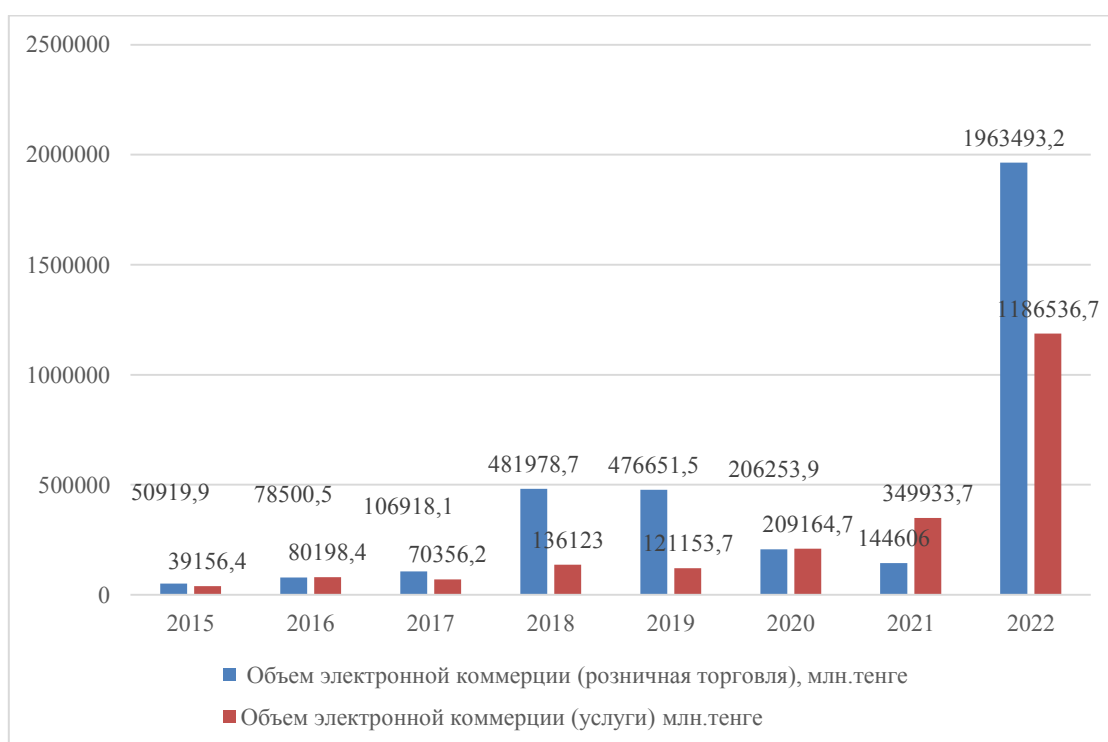


Рисунок 1– Объем электронной коммерции товаров (розничная торговля) и услуг в 2015-2022 гг., млн. тенге

Примечание – рисунок приведен по источнику [4]

Несмотря на наличие объективных условий для развития электронной коммерции среднегодовые показатели свидетельствуют о неравномерном росте. Последние геополитические события в первой половине 2022 года спровоцировали новые потрясения в жизни людей, экономические шоки и перераспределение глобального миропорядка [3].

Если рассматривать изменение доли электронной торговли в общем объеме розничной торговли на рисунке 2, то можно отметить значительный рост в 2022 году, которая (с учетом маркетплейсов) составила 12,5%.

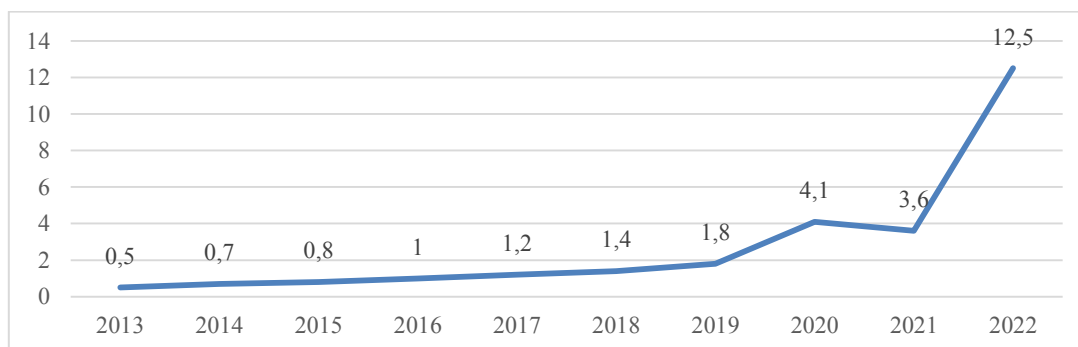


Рисунок 2 – Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, в процентах  
Примечание – рисунок приведен по источнику [4]

В 2022 году объем электронной коммерции услуг с учетом маркетплейсов составил 1186,5 млрд. тенге. Объем оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс составил 254,7 млн. тенге (21,5%). Объем оказанных услуг через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 931,8 млн. тенге (78,5%) (рисунок 1).

Наибольшую долю в 2022 г. в объеме оказанных услуг через маркетплейсы составляли услуги по перевозке пассажиров – 50,3%, услуги по бронированию мест на транспорт – 9,6%, услуги по доставке пищи на заказ – 5,1% (рисунок 3).



Рисунок 3 – Объем оказанных услуг в Казахстане через маркетплейсы по видам за 2022г.  
Примечание – рисунок приведен по источнику [4]

Из всех предприятий наибольшая доля (58%) от общего объема реализации товаров и услуг осуществлялась через маркетплейсы с основным видом экономической деятельности «розничная торговля путем заказа товаров по почте или через сеть Интернет», 21,2% – «сопровождение программного обеспечения», 16,2% – «деятельность в области информационных технологий и информационных систем».

Интерес со стороны потребителей способствует тому, что многие предприятия развивают розничную торговлю через собственные Интернет-ресурсы. Как видно из рисунка 4, значительную долю составляют товары для домашнего использования (35,4%), одежда, обувь и спортивные товары (17,65%) и продукты питания (17,12%). Преобладание этих групп товаров характеризует формирование новых покупательских привычек выбора и приобретения товаров дистанционно без посещения торговых предприятия, и кроме того, расширение масштабов совершения покупок в рассрочку. Также можно говорить о расширении применения аналитики

данных для управления опытом клиентов и создания положительного опыта клиентов, формировании моделей целевых сегментов на основе изучения предпочтений потребителей.



Рисунок 4 – Объем розничной торговли через собственный Интернет-ресурс по товарным группам за 2022 г.

Примечание – рисунок приведен по источнику [4]

Рассматривая динамику изменения среднего чека в электронной торговле, можно отметить, что потребители стали чаще делать онлайн покупки на меньшую сумму, что может быть обосновано, помимо прочего, рядом факторов: снижением покупательской способности в силу высокого роста инфляции, приобретением более дешевых аналогов товаров, уменьшением минимальной суммы корзины для бесплатной доставки, расширением ассортимента товаров.

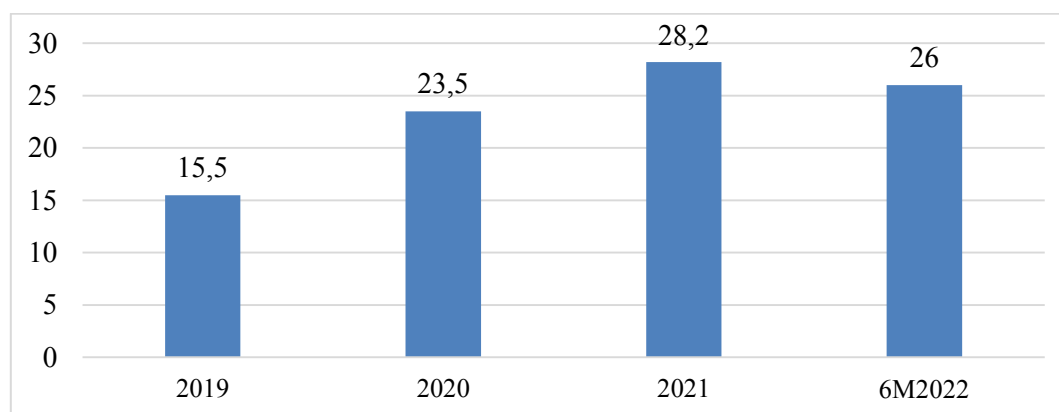


Рисунок 5 – Динамика изменения суммы среднего чека в электронной коммерции в 2019-2022 гг., тыс. тенге

Примечание – рисунок приведен по источнику [3]

Как видно из рисунка 5, годовые темпы роста среднего чека в тенге сильно замедлились

По мнению экспертов «Покупатели все больше вовлекаются в онлайн покупки товаров повседневного спроса. Более чем в 5 раз выросли заказы в таких категориях, как Продукты питания, Аптека, Товары для дома, Детские товары, Красота и здоровье, Товары для животных». В целях развития электронной торговли участниками рынка предпринимаются различные меры.

Каспи банк в частности среди других мер для повышения удобства называет быструю доставку и возможность забирать заказы в широкой сети устройств Kaspi Postomat.

На основе отчета компании PwC Казахстан, проведенному в 2022г. для исследования объемов платежей связанных с использованием наличных и безналичных способов оплаты (онлайн и офлайн POS терминалов), а также других способов оплаты агрегированных в Smart Pay (QR, Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay, Android Pay, Garmin Pay) можно отметить положительную динамику объемов безналичных платежей, что также характеризует развитие условий для электронной коммерции [5].

Если рассматривать используемые способы оплаты за товары и услуги (на рисунке 6), то можно видеть распространение наряду с оплатой наличными, также и формы оплаты дебетовыми и кредитными картами, онлайн - платежи, платежи через мобильный телефон. В 2022 году из способов оплаты за товары и услуги наиболее предпочтительными являлись оплата дебетовой картой или электронный банковский перевод (31,5%), оплата кредитной картой через Интернет (23,5%), оплата наличными (22,6%), онлайн платежи (13,9%), мобильный телефон (5,3%), оплата подарочной картой или онлайнвый ваучер «баллы» программы бонусов или купонов (3,1%), цифровой кошелек (0,1%).



Рисунок 6 – Используемые способы оплаты за товары и услуги, в %

Примечание – рисунок приведен по источнику [4]

Как уже было отмечено, активный рост безналичных платежей был обусловлен изменением потребительских запросов и появлением новых платежных технологий. Согласно данным за 2021 г., сумма безналичных платежей составила 14,5 трлн. тенге, что на 82% больше значения 2020 г. При этом в 2020 г. прирост относительно 2019 г. составил 37%. Несмотря на то, что пандемия COVID-19 и ограничительные меры ускорили процесс перехода с наличных платежей на безналичные, активный спрос на безналичные способы платежей начался ранее, с первого квартала 2019 г., когда наблюдалось увеличение суммы за счет оплаты через POS-терминалы. Согласно данным Национального банка за 2019 г. количество офлайн POS-терминалов увеличилось на 27%, со 126 тыс. до 161 тыс., что может означать повышение спроса на оплаты картами. В 2019 г. сумма безналичных платежей составляла треть общего рынка платежей. Введенный локдаун, бум онлайн-доставок, удаленная работа, развитие розничной электронной коммерции и распространение инновационных технологий способствовали внесению изменения в потребительское поведение. Снижение суммы платежей в первом полугодии 2020 г. возникло

за счет первоначального экономического шока и снижения рабочих мест. Одним из подтверждающих факторов служит уменьшение уровня занятости населения до минимального значения 65,7% [5]. Несмотря на сокращение рабочих мест и безработицу, вызванную закрытием многих объектов малого и среднего бизнеса в 2020 г., номинальные доходы к концу года выросли на 15,5% по отношению к предыдущему кварталу. Новый кризис, вызванный последствиями пандемии COVID-19 создал основу для повышения устойчивости и безопасности системы проведения оплаты. Многие участники рынка приспособились к новым условиям через цифровизацию, внесение изменений в свои бизнес модели и процессы, а также расширили диапазон предлагаемых услуг и сервисов. Как следствие, данные факторы помогли сформировать большее доверие покупателей к онлайн покупкам, что можно наблюдать из роста доли безналичных платежей через онлайн POS-терминалы во второй половине 2020 г. В 2021 г. сохранялся тренд на повышение удобства и безопасности. Создаются новые экосистемы с разновекторными потребительскими услугами, тем самым охватывая все большую долю рынка.

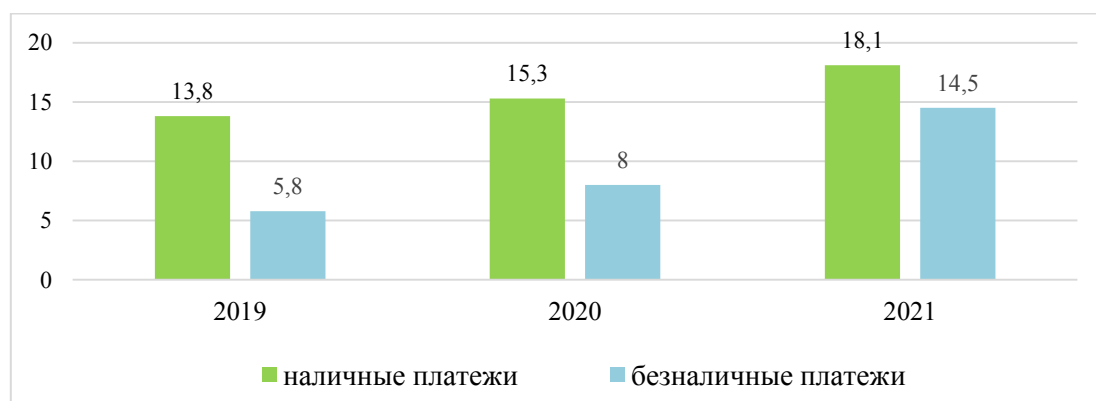


Рисунок 7 – Общая сумма платежей в 2019-2021 гг., трлн. тенге

Примечание – рисунок приведен по источнику [4]

В целом, рынок показывает общий тренд по увеличению суммы платежей в Казахстане. В 2021 г. сумма наличных платежей выросла на 31%, а безналичных почти в 2,5 раза относительно 2019 года. Наличный расчет в 2019 году использовался для оплаты товаров на сумму 13,8 триллионов тенге, что составляло 70% от всех розничных платежей. Однако, 2020г. и 2021 г. показали тренд на уменьшение по использованию наличных в процентном соотношении к общему объему - 66% и 55%. Соответственно, доля безналичных платежей росла. Средняя сумма снятия наличных увеличилась на 84% в 2021 году в сравнении с 2019 годом, что вероятнее всего говорит об увеличении заработной платы и уменьшении частоты снятий наличности из банкоматов. При этом средний чек по безналичным платежам сократился на 7%. Изменение среднего чека обосновано увеличением общей суммы платежей в Республике Казахстан, а также разнонаправленным трендом в количестве транзакций. С 2019 года по 2021 год транзакции по снятию наличных снизились на 17%, транзакции с использованием безналичного расчета увеличились на 168% [5].

Ускоренное развитие безналичных платежей, доступность электронных девайсов, различные акции и «кэшбэк» при оплате картами и развитие электронной коммерции в связи с пандемией способствовали снижению доли наличных платежей. Повлияло также и то, что в период локдаунов оплата наличными была не удобна многим пользователям за счет того, что могла быть осуществлена только в офлайне. Меры предосторожности от контакта с другими людьми путем передачи наличных денег во время пандемии, возможно, также способствовали снижению доли наличных платежей [6].



По способу доставки наиболее предпочтительным в 2022 г. был отмечен вид доставки непосредственно покупателю с использованием услуг обычной почты или других способов доставки, доля которого составила 46,9%, самовывоз из пункта продажи или пункта обслуживания – 35,3% и онлайн доставка – 17,8% (рисунок 8).

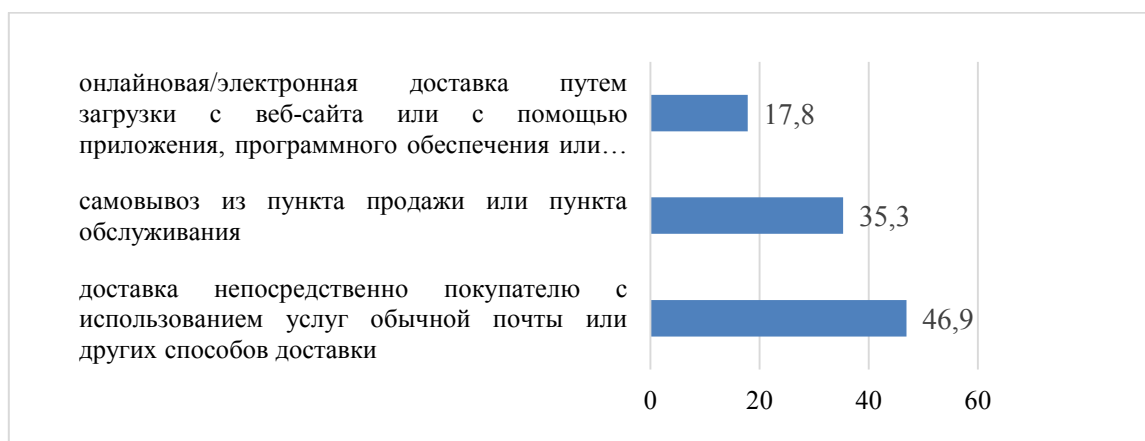


Рисунок 8 – Используемые способы доставки товаров

Примечание – рисунок приведен по источнику [4]

Увеличение количества пользователей, а также расширение инфраструктуры интернет-услуг в Казахстане также способствует росту объемов онлайн платежей и рынка электронной коммерции в целом. Как видно из таблицы 1, объемы потребления услуг сети Интернет ежегодной повышаются. Хотя это потребление распределяется неравномерно в отдельных регионах, тем не менее в рассмотренном периоде с 2014г. по 2021г. сохраняется положительная динамика роста пользователей услугами сети Интернета, что может поддерживать возрастающие запросы населения регионов в потреблении услуг электронной коммерции.

Таблица 1 – Объем потребления услуг через сеть Интернет в Казахстане в 2014-2020 гг., тыс.тенге

	2014	2015	2016	2019	2020	2021
РК	73488384	39156417	80198397	121153668	209164735	349933718
Абайская обл	-	-	-	-	-	-
Акмолинская обл	673602	187875	795901	2955266	1920705	1929825
Актюбинская обл	54069	42455	130557	x	162335	275196
Алматинская обл	108585	107858	246432	1012810	2739147	4556354
Атырауская обл	476406	187570	185782	867814	1454620	1188607
Запально-Казахстанская обл	1549249	251835	28827	90015	841928	241658
Жамбылская обл	44043	61963	2712	1501	103634	1100545
Область Жетісу	-	-	-	-	-	-
Карагандинская обл	2325661	588783	18803372	2989801	1604615	2972047
Костанайская обл	1549955	168521	262738	1308179	1230073	164852
Кызылординская обл	257744	187141	401785	6336	121	4659
Мангистауская обл	349694	192287	1444	158035	456982	614541
Южно-Казахстанская обл	1673001	1110298	1806251	-	-	-
Павлодарская обл	10299855	467920	101094	235045	93276	1151176
Северо-Казахстанская обл	456524	152542	255204	68746	74671	269636
Туркестанская обл	-	-	-	1497147	809695	1659846

Примечание – таблица составлена по данным Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан

Доступность сети Интернет в свою очередь способствует развитию цифровых компетенций у потребителей, что также наряду с совершением покупок способствует расширению использования среды Интернет для удаленной работы, обучения, получения различных услуг. Это обуславливает потребности в формировании и развитии инфраструктуры электронной коммерции и расширении масштабов оказания цифровых услуг. Если рассматривать показатели развития электронной коммерции в 2022 г., то можно отметить активное распространение розничной торговли товарами и услугами через собственные Интернет-ресурсы во всех регионах, в то же время развитие торговли товаров и услуг на маркетплейсах отмечается в основном в крупных городах (таблица 2).

Таблица 2 - Основные показатели электронной коммерции в Казахстане в 2022 г.

	Объем электронной коммерции (розничная торговля товарами)	В том числе		Объем электронной коммерции (услуги)	В том числе	
		объем розничной торговли через собственный Интернет-ресурс	объем розничной торговли через платформу электронной коммерции (маркетплейс)		объем оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс	объем оказанных услуг через платформу электронной коммерции (маркетплейс)
Республика Казахстан	1963493240	845619488	1117873752	1186536659	254694703	931841956
Абай	1024757	1024757	-	336030	336030	-
Акмолинская	23379	23379	-	29971497	28862977	1108520
Актюбинская	7970405	7970405	-	-	-	-
Алматинская	146897	146897	-	83109	83109	-
Атырауская	419511	419511	-	x	x	-
Западно-Казахстанская	10875638	10875638	-	688512	688512	-
Жамбылская	44079	44079	-	-	-	-
Жетісу	144 668	144668	-	-	-	-
Карагандинская	35226219	35226219	-	1082255	1061562	20 693
Костанайская	1276411	1276411	-	-	-	-
Кызылординская	447887	447887	-	-	-	-
Манғыстауская	14968942	14968942	-	783030	783030	-
Павлодарская	1913976	1912917	1059	70174	66324	3 850
Северо-Казахстанская	252 050	165245	86805	130721	130721	-
Туркестанская	x	x	-	1106604	1106604	-
Ұлытау	43935	43935	-	-	-	-
Восточно-Казахстанская	4178134	4178134	-	183733	183733	-
г. Астана	x	24234856	x	78797448	76173948	2623500
г. Алматы	1858353511	740606457	1117747054	1061990883	133932850	928058033
г. Шымкент	1897928	1897928	-	11312553	11285193	27360

Примечание – таблица составлена по данным Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [4]

Расширяя присутствие в сети Интернет, потребители получают возможности более высокого уровня взаимодействия с поставщиками товаров и услуг через комментарии в социальных сетях, цепочки электронных отправок, общение в чатах и т.п. Зачастую это способствует решению проблем клиентов в режиме реального времени. Расширенное использование новых каналов коммуникаций приводит к изменениям покупательского поведения, формированию новых покупательских привычек. В тоже время цифровой маркетинг позволяет активно влиять на процесс принятия решений потребителями через такие элементы, как искусственный интеллект, машинное обучение, анализ данных. На основании исследований многими экспертами выявляются различные изменения в поведении потребителей, в частности, в отчете компании EY отмечены следующие существенные изменения [7]:

1. Опыт пандемии сделал потребителей более адаптируемыми.

Люди привыкают к неопределенности и нестабильности. Многие люди стали ориентироваться на установку быть «всегда готовыми к чрезвычайной ситуации». Они привыкли вносить радикальные изменения в свой образ жизни – от ежедневного выбора до долгосрочных планов – и более открыты для того, чтобы отказаться от давно устоявшихся привычек и сформировать новые. Они обнаружили уровни устойчивости, о которых не подозревали.

2. Цифровой мир представляет больше возможностей.

Во время последнего глобального финансового кризиса – в 2008–2009 годах – онлайн-мир был все еще достаточно примитивным пространством. Смартфон был рудиментарным устройством, а широкополосный доступ работал с малой скоростью. И уже в настоящее время потребителям гораздо проще получать информацию, находить альтернативы, делиться своим опытом, работать совместно, проходить в дистанционной форме обучение и учиться друг у друга. В то же время цифровой мир может усиливать панику, усугубить неопределенность и перегрузить людей информацией и мнениями.

3. Потребительские ценности коренным образом изменились.

Преыдушие итерации индекса в предыдущих исследованиях показывают исследователям насколько опыт пандемии изменил потребительские ценности. В частности, люди теперь гораздо больше привержены устойчивому образу жизни, и их интерес к материальным благам ослабевает. Исследователями отмечается, что они не готовы просто отказаться от своих новых ценностей, поскольку бюджеты их домохозяйств находятся под давлением со стороны многих внешних факторов. Это приводит к тому, что потребители стараются выразить свои запросы новыми способами.

Наряду с отмеченными тенденциями сохранение доверия потребителей будет иметь решающее значение. В ситуациях, связанных с использованием и защитой личных данных, потребители чрезвычайно обеспокоены тем, с кем они делятся этой информацией, и хотят понять, как она будет использоваться и защищаться их безопасность. Они в первую очередь добавляют элемент безопасности к своему постпандемическому, всегда готовому к чрезвычайной ситуации мышлению.

Таким образом, за последние годы облачные вычисления, большие данные, аналитика, социальные сети и мобильные устройства заставили компании вносить изменения в процессы взаимодействия с потребителями. Опыт внедрения новых бизнес-моделей, направленных на повышение конкурентоспособности в меняющихся условиях расширения цифровизации приводит к тому, что и в организации маркетинга наблюдается расширение влияния цифровых технологий. С одной стороны, это отражается на изменениях в реализации маркетинговой деятельности, а также проявляется в изменениях поведения потребителей в цифровой среде. Новые технологии – Web 3.0, метавселенная, квантовые технологии и другие факторы определяют решения специалистов по маркетингу по развитию качества обслуживания клиентов [8].

Отмеченные направления в развитии поведения потребителей на казахстанском рынке подтверждают складывающиеся общемировые тенденции и должны учитываться предприятиями в поиске решений по адаптации используемых моделей маркетинговой деятельности для поддержания соответствия новым условиям расширения влияния цифровых технологий. Безусловно, технологии постоянно меняются, но один элемент, который всегда будет превосходить любую технологию, – это человеческий фактор и будущее клиентского опыта зависит не столько от ориентации на клиента, сколько от ориентации на человека. Рост цен и повышение стоимости жизни создают значительные барьеры для потребителей, но в тоже время можно видеть, как отмечено в источнике [1], что потребители не отказываются от покупок, но пересматривают свои решения, которые должны приниматься к сведению и изучаться производителями товаров и услуг.

Список использованной литературы

1. *Consumer Behaviour Trends 2023*. [Электрон.ресурс]. – 2023. – URL: <https://switch.com.mt/consumer-behaviour-trends-2023/> (дата обращения 12.09.2023)
2. *Why omni-capable supply chains are needed in a changing customer world*. [Электрон.ресурс]. – 2023. - URL: [https://www.ey.com/en\\_kz/supply-chain/why-omni-capable-supply-chains-are-needed-in-a-changing-customer-world](https://www.ey.com/en_kz/supply-chain/why-omni-capable-supply-chains-are-needed-in-a-changing-customer-world)
3. *Анализ рынка розничной электронной коммерции в Республике Казахстан*. [Электрон.ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.pwc.com/kz/en/publications/e-commerce/pdf/e-commerce-6M2022-final-2.pdf> (дата обращения 16.09.2023)
4. *Об электронной коммерции в Республике Казахстан*. Дата релиза: 23.05.2023г. [Электрон.ресурс]. – 2023 – URL: [https://stat.gov.kz/upload/iblock/45a/6cfdzq2rgudoh1hvtxq7odlanp89rj4h/%D0%91-07-05-%D0%93%20\(2022\)%20%D1%80%D1%83%D1%81.pdf](https://stat.gov.kz/upload/iblock/45a/6cfdzq2rgudoh1hvtxq7odlanp89rj4h/%D0%91-07-05-%D0%93%20(2022)%20%D1%80%D1%83%D1%81.pdf) (дата обращения 16.09.2023)
5. *Анализ рынка платежей в Республике Казахстан*. URL: [https://www.pwc.com/kz/en/publications/publication\\_assets/Payments\\_PwC\\_2022\\_FINAL.pdf](https://www.pwc.com/kz/en/publications/publication_assets/Payments_PwC_2022_FINAL.pdf) (дата обращения 16.09.2023)
6. *Ахметова З.Б., Кожамкулова Ж.Т., Ким И.А. Трансформация поведения потребителей в условиях цифровизации экономики на основе количественного анализа. // Вестник университета «Туран». 2022 .- № (4). – С.116-129.*
7. *Future Consumer Index: In crisis, but in control – EY*. [Электрон.ресурс]. – 2023. – URL: [https://www.ey.com/en\\_gr/consumer-products-retail/future-consumer-index-in-crisis-but-in-control](https://www.ey.com/en_gr/consumer-products-retail/future-consumer-index-in-crisis-but-in-control) (дата обращения 20.09.2023)
8. *Трубникова Н.В., Порудчикова А.В. О равнозначности познавательных систем: парадигма коммуникативного континуума // Коммунология. 2018. Том 6. №3. - С. 93-103.*

**МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ  
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ**

МРНТИ 21.41.63

Цзюнь Ван<sup>1</sup>, Канабекова М.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан*

**ИНВЕСТИЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ДРАЙВЕР РОСТА  
КАЗАХСТАНСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Аннотация*

Казахстан лидирует как самая привлекательная страна для инвестиций в регионе. Более двух третей инвесторов, принявших участие в нашем опросе (71%), уже ведут свою деятельность в республике. Согласно исследованию, потенциал рынка в сочетании с Устойчивым планом экономического восстановления от пандемии COVID-19 были одними из факторов, которые обусловили привлекательность Казахстана в последние три года. Сегодня Казахстан – это новые возможности и огромный потенциал для выгодного вложения инвестиций. Казахстан занимает стратегически важное местоположение, имеет благоприятную среду для ведения бизнеса, защиту прав инвесторов и инвестиционные стимулы.

На сегодня Казахстан может уверенно сама выбирать инвесторов из довольно приличной очереди желающих поработать в казахстанском государстве. За период независимости Казахстана привлечено \$330 млрд иностранных инвестиций из более чем 120 стран. Основная часть инвестиций – более 50% приходится на страны Европейского союза, на Соединенные Штаты Америки – 15% прямых иностранных инвестиций, около 5% составляют инвестиции из Великобритании и КНР.

*Ключевые слова:* иностранные инвестиций, иностранный капитал, инвестиционная привлекательность, инвесторы, рост, экономика

Ван Цзюнь<sup>1</sup>, М.А. Канабекова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан*

**ИНВЕСТИЦИЯЛАР ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ӨСУІНІҢ  
НЕГІЗГІ ДРАЙВЕРІ РЕТІНДЕ**

*Аңдатпа*

Қазақстан өңірдегі инвестициялар үшін ең тартымды ел ретінде көш бастап тұр. Біздің сауалнамаға қатысқан инвесторлардың үштен екісінен астамы (71%) республикада өз қызметін жүргізуде. Зерттеуге сәйкес, нарықтың әлеуеті COVID-19 пандемиясынан экономикалық қалпына келтірудің тұрақты жоспарымен ұштастыра отырып, соңғы үш жылда Қазақстанның тартымдылығын анықтаған факторлардың бірі болды. Бүгінгі таңда Қазақстан-инвестицияларды тиімді салу үшін жаңа мүмкіндіктер мен орасан зор әлеует. Қазақстан стратегиялық маңызды орынға ие, бизнесті жүргізу, инвесторлардың құқықтарын қорғау және инвестициялық ынталандырулар үшін қолайлы ортаға ие.

Бүгінгі таңда Қазақстан мемлекетінде жұмыс істегісі келетіндердің лайықты кезегінен инвесторларды сенімді түрде таңдай алады. Қазақстан тәуелсіздігі кезеңінде 120-дан астам елден 3 330 млрд шетелдік инвестиция тартылды. Инвестициялардың негізгі бөлігі – 50%-дан астамы Еуропалық Одақ елдеріне, Америка Құрама Штаттарына-тікелей шетелдік инвестициялардың 15%-ы, шамамен 5%-ы Ұлыбритания мен ҚХР инвестицияларынан келеді.

*Түйін сөздер:* шетелдік инвестициялар, шетелдік капитал, инвестициялық тартымдылық, инвесторлар, даму, экономика

*Song Weiqin<sup>1</sup>, Kanabekova M.A.<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## **INVESTMENTS AS A KEY DRIVER OF THE GROWTH OF THE KAZAKH ECONOMY**

### *Abstract*

Kazakhstan is leading as the most attractive country for investment in the region. More than two thirds of the investors who took part in our survey (71%) are already operating in the republic. According to the study, the potential of the market, combined with a Sustainable economic recovery plan from the COVID-19 pandemic, were among the factors that determined the attractiveness of Kazakhstan in the last three years. Today Kazakhstan is a new opportunity and a huge potential for profitable investment. Kazakhstan occupies a strategically important location, has a favorable business environment, protection of investors' rights and investment incentives.

Today, Kazakhstan can confidently choose investors from a fairly decent queue of those who want to work in the Kazakh state. During the period of Kazakhstan's independence, \$330 billion of foreign investments were attracted from more than 120 countries. The main part of investments – more than 50% falls on the countries of the European Union, the United States of America – 15% of foreign direct investment, about 5% are investments from the UK and China.

*Keywords:* foreign investments, foreign capital, investment attractiveness, investors, development, economy

За годы Независимости в Казахстане проделана большая работа в инвестиционной сфере. Первые десятилетия суверенитета республика активно принимала предложения иностранных инвесторов вложиться в новые перспективные проекты. В годы становления Казахстан нуждался во внешней поддержке, и именно приток иностранных инвестиций мог способствовать планомерному развитию экономики страны и, даже в какой-то степени, стать драйвером роста. Сегодня Казахстан – это новые возможности и огромный потенциал для выгодного вложения инвестиций. Казахстан занимает стратегически важное местоположение, имеет благоприятную среду для ведения бизнеса, защиту прав инвесторов и инвестиционные стимулы.

На сегодня Казахстан может уверенно сама выбирать инвесторов из довольно приличной очереди желающих поработать в казахстанском государстве. За период независимости Казахстана привлечено \$330 млрд иностранных инвестиций из более чем 120 стран. Основная часть инвестиций – более 50% приходится на страны Европейского союза, на Соединенные Штаты Америки – 15% прямых иностранных инвестиций, около 5% составляют инвестиции из Великобритании и КНР.

Стоит отметить, что с каждым годом экономика Казахстана становится более конкурентоспособной и привлекательной для инвесторов. На конец октября 2022 г. в стране действуют 16,8 тыс. компаний с иностранным капиталом – на 18,1% больше, чем в аналогичном периоде годом

ранее (14,3 тыс. компаний). В текущем году Казахстан вошел в топ-55 стран в рейтинге глобальной конкурентоспособности, поднявшись на 4 строчки [1].

Инвестиционная привлекательность складывается из сочетания разных факторов. Обычно их делят на два: жёсткие, то есть те, которые нельзя изменить. Сюда относятся географическое положение, природные ресурсы, демографический потенциал. А к мягким, которые подлежат корректировкам, входят: законодательство, налогообложение, отношения между властью и бизнесом.

Важную роль в этом ключе также играет благоприятное стратегическое положение. Через территорию Казахстана когда-то проходил Великий Шелковый Путь, ведь мы находимся в сердце Евразийского континента, тем самым обеспечивая себе роль «сухопутного моста». Так, наша страна является новым стратегическим местом на перекрестке Европы и Азии.



Рисунок 1 – Благоприятное стратегическое положение

Говоря о проектах, также нужно отметить, что динамика и структура иностранных инвестиций в Казахстан меняется. Если раньше в отраслевом разрезе преобладали проекты в добывающих отраслях, то сейчас наблюдается высокая активность инвесторов и в других секторах.

По итогам 11 месяцев 2021 года в Казахстан привлечены инвесторы из 26 стран, по объему привлеченных инвестиций лидируют такие страны, как: ЕС (\$10,1 млрд, 37 проектов), Россия (\$5,4 млрд, 26 проектов), Турция (\$1,6 млрд, 16 проектов), США (\$718 млн, 9 проектов) и Сингапур (\$2,1 млрд, 7 проектов).

Акцент в политике привлечения инвесторов делается на промышленное производство продукции с высокой добавленной стоимостью, услуги и новые технологии.

В итоге по объему инвестиционных проектов в Казахстане на сегодня лидируют: машиностроение, ГМК и металлургия, АПК, ВИЭ, нефтегазохимия, химическая промышленность, транспорт и логистика, а также строительные материалы.

Наибольший объем инвестиций традиционно наблюдается в горнодобывающей промышленности и разработке карьеров: \$7,3 млрд или 60,1% от всего объема.

По сравнению с аналогичным периодом прошлого года сумма инвестиций выросла на 8,1%.

В тройку наиболее привлекательных отраслей также вошли обрабатывающая промышленность, оптовая и розничная торговля. Эта тройка отраслей оказывает существенное влияние на экономическое развитие Казахстана.

Так, за январь-сентябрь 2022г. рост экономики страны составил 4,3% к соответствующему периоду годом ранее, и основной вклад составила именно горнодобывающая отрасль (+3,1% за год), а также сфера переработки (+3,5% за год) и торговля (+7,6% за год).

В ТОП-5 отраслей по притокам прямых иностранных инвестиций также вошли транспорт и складирование (\$642 млн, +49,2% за год) и строительство (\$463,2 млн, +45,1% за год).

В число перспективных отраслей включены информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), туризм и финансы. Эта группа состоит из отраслей, в которых инвесторы могут быть заинтересованы в долгосрочной перспективе. Положительные результаты в этих сферах наблюдаются уже сейчас.

Так, за 2021 год валовой приток прямых иностранных инвестиций в сферу информации и связи увеличился на 27,8%, до \$185 млн. А по итогам первого полугодия 2022 года приток ПИИ достиг \$142,5 млн, увеличившись на 14,7% за год. Поддержка проектов в сфере информационно-коммуникационных технологий помогает предприятиям успешно конкурировать в условиях, ориентированных на высокотехнологичную мировую экономику. Тем временем валовой приток ПИИ в финансовую и страховую деятельность в 2021 году увеличился более чем в 3 раза, до \$1,3 млрд.

К 2027 году количество заявленных проектов в приоритетных секторах с участием иностранных инвесторов должно достигнуть 124, на общую сумму в \$5 млрд. Рост инвестиций в основной капитал в обрабатывающую промышленность, в свою очередь, с 2020 по 2027 год должен составлять 109,8% в год.

В рамках Национальной инвестиционной стратегии деятельность по привлечению инвестиций сфокусирована на приоритетных секторах экономики Казахстана. В их число входят пищевая промышленность, глубокая переработка полезных ископаемых, металлургия, химия и нефтехимия, машиностроение.

Необходимо отметить, что вопрос привлечения иностранных инвестиций в экономику актуален в любой стране мира. В гонку за иностранные инвестиции вступили не только развивающиеся страны, но и развитые государства. Страны принимают меры по улучшению инвестиционного климата и предоставлению наиболее конкурентных условий для ведения бизнеса, снижают или отменяют налоги, предоставляют массу льгот, инфраструктурные решения и т.д. [2]

В свою очередь, инвесторы отдают предпочтение таким странам, которые гарантируют сохранность капиталов, верховенство закона, прозрачную и комфортную бизнес-среду. Благодаря ряду успешно реализованных реформ, внедрению новых подходов по привлечению инвестиций и работе с инвесторами, Казахстан является одной из таких стран.

В рейтинге Всемирного банка «Doing Business 2021» Казахстан среди 190 стран занял 25 место. Наша страна входит в мировую десятку по таким показателям, как защита прав миноритарных инвесторов и соблюдение контрактов. Недавние реформы намного упростили регистрацию бизнеса. Например, для открытия бизнеса в Казахстане требуется всего 1 день, а для регистрации недвижимости - всего 3 дня.

Инвестиционная привлекательность нашей страны значительно возрастает. Так, fDi Intelligence (дочерняя организация Financial Times) присвоила Казахстану первое место по показателю «Эффективность затрат на будущее расположение производственных мощностей 2018/19 годов».

В 2017 году республика стала 48-й страной, присоединившейся к Декларации Организации экономического сотрудничества и развития по международным инвестициям и многонациональным предприятиям и ассоциированным членом Комитета по инвестициям ОЭСР.

Кроме того, Казахстан подписал 47 двусторонних и 1 многосторонний соглашений о взаимной защите и поощрении инвестиций, которые гарантируют права инвесторов.

Наряду с этим, в стране успешно действует Совет иностранных инвесторов при Президенте РК. Также свою деятельность под патронажем Правительства ведут Совет по улучшению инвестиционного климата и Координационный совет по вопросам привлечения инвестиций.

Почему инвестору выгодно выбрать именно Казахстан?



Казахстан расположен на перекрестке Европы и Азии, между двумя крупнейшими мировыми рынками. Это дает очевидные преимущества, такие как экспортный потенциал и доступ к крупным азиатским и европейским рынкам. Благодаря расположению, Казахстан превратился в современный транзитный узел в самом сердце Евразийского континента.

Наша республика предоставляет преференциальный доступ к региональному рынку более 500 млн потребителей, включая рынок ЕАЭС с более чем 180 млн потребителей, рынки Центральной Азии (50 млн), Западный Китай (300 млн) и страны Каспийского моря (150 млн).

Вместе с тем, Казахстан играет ключевую роль в реализации инициативы «Пояс – путь». Более 3000 км из 10 000 км в общей сложности пройдет по территории Казахстана, что делает его важным участком основного сухопутного коридора и значительно сократит время и стоимость транспортировки. [3]

С момента обретения страной независимости в Казахстан привлечено более \$330 млрд прямых иностранных инвестиций. По данным UNCTAD, в 2021 году практически 60% инвестиций в страны Центральной Азии приходится на долю Казахстана.

При этом за последние десять лет в национальную экономику поступило \$250,2 млрд, или порядка 80% всех исторически сложенных инвестиционных потоков. Этот факт свидетельствует об эффективности инвестиционной политики.

Наибольший объем прямых иностранных инвестиций был зафиксирован в: 2011 году (\$26,5 млрд); 2012-м (\$28,9 млрд); 2018-м (\$24,3 млрд).



Рисунок 2 – Лидеры по объему инвестиций в РК

Несмотря на сокращение в 2021 году глобальных инвестиционных потоков, в Казахстане наблюдался рост показателя.

Так, по итогам 2021 года валовой приток ПИИ в РК увеличился на 15,8% за год, до \$24,3 млрд. Рост повлиял на соотношение ПИИ к ВВП, которое составило 14,5% (в 2020-м — 12,9%).

При этом Правительство РК планирует довести соотношение объема валового ПИИ к ВВП до 19% к 2023 году.

По итогам первого полугодия 2023 года приток ПИИ в экономику РК составил \$12,1 млрд (годом ранее — \$12,5 млрд). В 2022 году в географическом разрезе больше всего прямых инвестиций поступило от инвесторов из Нидерландов (\$7,4 млрд), США (\$5,3 млрд) и Швейцарии (\$2,5 млрд).

В 2021 году мировой объем прямых иностранных инвестиций продолжал сокращаться третий год подряд, упав на 13,4%, до \$1,3 трлн. Спад объясняется главным образом

крупномасштабным возвращением накопленной за рубежом прибыли многонациональных предприятий США после налоговых реформ, проведенных в стране в конце 2020 года.

Приток ПИИ в развитые страны достиг самого низкого показателя с 2004 года, сократившись на 27%. Приток инвестиций в Европу уменьшился вдвое, до менее чем \$200 млрд.

Тем временем приток инвестиций в развивающиеся страны увеличился на 2%. В результате этого увеличения и аномального сокращения ПИИ в развитых странах доля развивающихся стран в глобальных ПИИ увеличилась до рекордных 54%.

Наибольший приток ПИИ в 2021 году наблюдался в США (\$252 млрд), Китае (\$139 млрд) и Гонконге (\$116 млрд). В ТОП-5 стран также вошли Сингапур (\$78 млрд) и Нидерланды (\$70 млрд).

Стоит отметить, что и в 2022 году продолжается сокращение глобального притока ПИИ. По данным ОЭСР, глобальные потоки прямых иностранных инвестиций в первой половине 2020 года уменьшились на 20%, до \$572 млрд. В I квартале текущего года глобальный поток ПИИ сократился на 5%, во II квартале – на 42% за год. [4]

С декабря 2018 года функции привлечения инвестиций перешли в Министерство иностранных дел РК, в свою очередь политику привлечения инвестиций передали Министерству национальной экономики РК. В структуру МИД РК были переданы Комитет по инвестициям и АО «Национальная компания «KAZAKH INVEST», учрежденное Правительством РК и являющееся единым переговорщиком от его имени, которому отданы все полномочия по ведению переговоров с инвесторами и контролю за реализацией инвестиционных проектов.

Инвесторам оказывается полный спектр услуг по сопровождению согласно принципу «одного окна» – от поиска идеи до ввода в эксплуатацию проекта, а также осуществляет мониторинг в постинвестиционный период, который позволяет работать с каждым инвестором и проектом точно, на всех уровнях.

Такой механизм позволяет транслировать проекты из регионов напрямую заграничным учреждениям для поиска потенциальных инвесторов, и наоборот.

Сегодня благодаря командной работе Правительства выстроена «мягкая инфраструктура» для инвесторов: налажена системная работа по разъяснению казахстанского законодательства и процедур, обеспечена прозрачность принятия решений, снижена административная нагрузка.

Известный факт, что любой компании важно не только наличие перспективной отрасли, рынков сбыта, но и комфортная среда для бизнеса. А это и институциональная среда, стабильность законодательства, условия визового режима и масса других составляющих. Поэтому разработаны и внедрены новые подходы, которые включают выработку инвестиционных предложений, сопровождение инвесторов, выявление и устранение неблагоприятных факторов.

В вопросах поддержки отечественных инвесторов затрагиваются такие важные вопросы, как поиск стратегических инвесторов при готовности расширить бизнес, выход на новые рынки, обеспечение синергии производственно-сбытовых связей, в виду того, что инвесторам нужны местные партнеры, добросовестные поставщики.

В целях повышения эффективности работы по привлечению инвестиций в экономику страны внедряется информационно-мониторинговая CRM-система, в которую попадают все договоренности, разрабатываемые дорожные карты по их реализации, закрепляются задачи за всеми участниками процесса – центральными государственными и местными исполнительными органами.

Всего в информационно-мониторинговой системе KAZAKH INVEST на сегодня находится 228 инвестиционных проектов на сумму \$54,3 млрд. Из них реализуются и с высокой степенью прорабатываются 168 проектов на сумму порядка \$46 млрд с участием иностранных инвесторов.

Всего с начала года привлечены около 40 новых иностранных инвесторов. Среди них можно отметить следующие:

SUEZ (Франция) – строительство и реконструкция канализационно-очистных сооружений;

Fortescue (Австралия) – проведение геологоразведочных работ и разработка месторождений цветных металлов;

Demir Export (Турция) – строительство горно-металлургического комплекса по добыче и переработке оловянных руд «Сырымбет» (инвестором проводится комплексная экспертиза месторождения);

Suhail Bahwan Group (Оман) – строительство завода по производству базовых масел;

RHI Magnesita (Австрия) – строительство завода по производству огнеупорных материалов;

Bitfury (Нидерланды) – строительство центра компетенции блокчейна;

Shanghai Construction (КНР) – строительство многопрофильной клиники на 1000 коек;

«Бобровский кварцит» (РФ) – производство карбида кремния;

«Эко-Культура» (РФ) – строительство промышленных теплиц.

Сегодня в пайплайне KAZAKH INVEST на разных стадиях реализации 27 проектов АПК на общую сумму \$3,1 млрд.

Отрасль машиностроения и производства комплектующих насчитывает 26 проектов на \$2,6 млрд., в нефтегазохимии – 26 проектов на \$21,8 млрд, ВИЭ – 22 проекта на \$1,3 млрд. Все реализуются с участием иностранных инвесторов.

В рамках реализации Стратегии развития KAZAKH INVEST на 2018-2027 годы систематизирована работа по привлечению инвестиций в страну. Компанией осуществлен поиск и отбор новых «нишевых» проектов для предложения потенциальным инвесторам.

В результате этой работы было собрано порядка 200 инвестиционных проектов от местного бизнеса. KAZAKH INVEST совместно с Deloitte подготовил бизнес-планы, тизеры и финансовые модели по 60 «нишевым» проектам в таких отраслях как: металлургия, газохимия, пищевая промышленность, туризм и другие. [5]

К примеру, «Kereku-Agro» (комплекс по производству крахмала в Павлодарской области.), «Green Land Alatau» (расширение тепличного комплекса в Алматинской области.), «КазЭкспортАстык» (переработка соевых культур в СКО), «ГК Конденсат» (производство компонентов базовых масел из природного газа в ЗКО), «КазАзот» (производство минеральных удобрений в Мангистауской области.), «Казахмыс» (промышленная разработка месторождения меди «Жайсан» в Жамбылской области.), «Актауский литейный завод» (производство сортового проката в Мангистауской области.), «South Oil» и «BI Construction» (строительство клиники и многопрофильной больницы в г. Шымкент и Туркестанской области.) и другие.

Наличие такого списка инвестиционных проектов снимает у инвесторов вопросы – в какие отрасли и регионы инвестировать в Казахстане.

Немаловажную роль в продвижении инвестиционного потенциала и конкретных проектов играет и проведение инвестиционных мероприятий, которые собирают руководство крупных компаний. Это эффективная площадка для налаживания деловых связей и информирования об инвестиционных возможностях, в то же время проводится скрупулезная работа с инвесторами на полях таких мероприятий, заблаговременно изучаются целевые инвесторы, факторы, влияющие на принятие решений, подбираются возможные партнеры с казахстанской стороны.

По итогам 11 месяцев 2021 года, в рамках 10 проведенных мероприятий в общей сложности достигнуты договоренности по реализации свыше 30 инвестиционных проектов на общую сумму \$2 млрд. На проектах будет создано порядка 40 тыс. рабочих мест.

Между тем, в настоящее время в Казахстане действуют 13 специальных экономических зон и 24 индустриальные зоны, которые освобождают инвесторов от различных видов налога и таможенных пошлин.

СЭЗы предоставляют участок земли, доступ к установленной инфраструктуре. В случае заключения инвестиционного контракта с Комитетом по инвестициям Министерства иностранных дел РК инвесторы могут получить такие инвестиционные преференции как освобождение от таможенных пошлин на импортное оборудование и сырье, натурные гранты, налоговые льготы.

Кроме того, запуск в столице Казахстана Международного финансового центра «Астана» (МФЦА) является важной инициативой по обеспечению верховенства закона и защиты прав инвесторов.

Суд МФЦА и International Arbitration Center (отдельный и независимый от судебной системы РК) представляет собой судебную систему английского права, функционирующую по самым высоким международным стандартам для разрешения гражданских и коммерческих споров в МФЦА.

Центр является финансовым хабом для компаний и инвесторов из Центральной Азии, республик Закавказья, ЕАЭС, Ближнего Востока, Западного Китая, Монголии и Европы. Участникам МФЦА предоставлены налоговые льготы до 50 лет, упрощенные валютный, визовый и трудовой режимы. Это единственный центр в регионе, работа которого основана на английском праве.

Сегодня МФЦА имеет все возможности стать региональным центром развития зеленых, исламских и инновационных финансовых инструментов.

В целях повышения конкурентоспособности национальной экономики и стимулирования инвестиционной деятельности РК создан Фонд прямых инвестиций, который позволит реализовать крупные инвестиционные проекты с участием инвесторов на принципе соинвестирования. [6]

Правительство Казахстана ставит своей целью привлечь до 2029 года в республику прямые иностранные инвестиции на сумму \$150 млрд, сообщил премьер-министр Аликхан Смаилов на чешско-казахстанском бизнес-форуме в Астане. За историю Казахстана иностранные компании инвестировали в проекты в республике в общей сложности более \$410 млрд, напомнил он.

Глава правительства отметил значительный рост экономических связей с Чехией. По его словам, за последние 15 лет чешские компании вложили в экономику Казахстана \$270 млн, и пятая часть этих инвестиций пришлась на 2022 год, а товарооборот между странами вырос за последние годы на 67%.

«Крупные чешские предприятия заинтересованы в Казахстане. Одно из них – Skoda Transportation (локомотивостроительное подразделение группы Skoda. – «Курсив»), которое планирует реализовать крупные проекты в транспортной сфере», – заявил он.

В июне 2022 года правительство Казахстана утвердило новую концепцию инвестиционной политики до 2026 года, которая предусматривает доведение уровня инвестиций в основной капитал до 25,1% к ВВП и рост притока прямых иностранных инвестиций до \$25,5 млрд в 2026 году. [7]

Как говорил тогда первый вице-министр национальной экономики Тимур Жаксылыков, основное видение инвестиционного развития Казахстана заключается в сбалансированном подходе к привлечению инвестиций. По его словам, ключевым драйвером повышения конкурентоспособности должна стать обрабатывающая промышленность за счет повышения сложности экспорта, освоения производств высокого уровня передела и поэтапной локализации.

По данным МИД Казахстана, прямые иностранные инвестиции в республику в 2022 году составили \$28 млрд, что стало рекордом за последние 10 лет. Около трети всего объема пришлось на Нидерланды (\$8,3 млрд), еще одна треть – на США и Швейцарию (5,1 млрд и 2,8 млрд соответственно). Присутствующие в Казахстане иностранные компании в прошлом году инвестировали в основном в горнодобывающую промышленность республики.

Вопросы увеличения доли собственного фармпроизводства в стране до 50% стоят на особом контроле Правительства РК и Единый дистрибьютор продолжает работу по расширению благоприятных условий для стимулирования развития отрасли, разработке механизмов поддержки отечественного производства через систему единой дистрибуции. За последние годы была проделана системная и комплексная работа.

Важным приоритетом в деятельности Единого дистрибьютора является привлечение инвестиций инновационной фармацевтической продукции в рамках контрактного производства на территории РК.

Использование контрактных производителей в фармацевтической промышленности растёт уже в течение нескольких десятилетий, стремясь снизить затраты, сократить внутренние мощности и выйти на новые рынки.



Рисунок 3.- Использование контрактных производителей в фармацевтической промышленности.

Механизм контрактного производства таков: иностранная компания производит лекарственные средства на контрактной основе на производственных мощностях отечественного агента. Схема разработана с целью поддержки отечественного товаропроизводителя и упрощения процедур выхода на рынок оригинальных и инновационных лекарственных средств, поскольку схема позволяет войти на рынок Казахстана брендам *BIGPHARMA*.

Контрактное производство дает возможность «женить» отечественных производителей с мировыми игроками BigPharma.

Единый дистрибьютор системно изучает передовой опыт закупок и логистики препаратов глобальных игроков для его внедрения в отечественный рынок. Прорабатывается вопрос локализации производства лекарственных средств и медизделий игроков BigPharma на базе казахстанских производителей с возможностью экспорта в страны ЕАЭС и Центральной Азии.



Рисунок 4. – Привлечение инвестиций BIGPHARMA.

В рамках визита главы государства в США, по итогам проработки единого дистрибьютора между компанией *Pfizer* и *KazakhInvest* подписано соглашение о локализации производства в Казахстане вакцины для защиты детей и взрослых от пневмококковой инфекции.

Уже заключены рамочные соглашения о сотрудничестве с глобальными фармкомпаниями, как F. Hoffmann-La Roche Ltd, Novo Nordisk и AstraZeneca UK LTD. Ведется проработка подписания соглашения о сотрудничестве и готовности к локализации с компаниями Bayer AG (Германия), Takeda Pharmaceutical (Япония) и Novartis (Швейцария). Наряду с этим, активно прорабатывается сотрудничество с южнокорейскими компаниями.

#### Список использованной литературы

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 15 июля 2022 года № 482 «Об утверждении Концепции инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года». [Электронный ресурс] URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000482>. (дата обращения 10.08.2023)

2. Указ Президента Республики Казахстан О Государственной программе «Путь в Европу» на 2009-2011 годы от 29 августа 2008 года N 653 [Электронный ресурс] URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U080000653> (дата обращения 10.08.2023)

3. Арупов А.А., Абайдуллаева М.М., Имрамзиева М.Я. Экономический потенциал развития сотрудничества Республики Казахстан и Европейского союза // Сборник материалов международной научно-практической конференции «Республика Казахстан и Европейский союз: перспективы сотрудничества в рамках Соглашения об усиленном сотрудничестве и партнерстве». – Алматы, 2020. – С. 17.

4. Joint Proposal for a Council decision on the conclusion of the Enhanced Partnership and Cooperation Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and the Republic of Kazakhstan, of the other part. - Brussels, 7.6.2021. JOIN(2021) 26 final. 2021/0166(NLE). – 35 p.

5. World Investment and Political Risk Report 2013. The World Bank, NW Washington 2021. – 88 p.

6. Ginsburg, R. Political Risk Insurance and Bilateral Investment Treaties: Making the Connection // Journal of World Investment and Trade 2019. – 14: 943 – 977 p.

7. Tembe P.E., Xu. K. Attracting Foreign Direct Investment in Developing Countries: Determinants and Policies-A Comparative Study between Mozambique and China // International Journal of Financial Research – 2020. – Vol. 3,. No. 4. – P. 69-81.

МРНТИ 06.71.45

Лу Синь<sup>1</sup>, Джубалиева З.У.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В МАРКЕТИНГЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

### *Аннотация*

В настоящее время потребительский рынок Казахстана представлен различными форматами розничной торговли, некоторые из которых заимствованы из зарубежного опыта. В статье анализируются новые для казахстанского рынка торговые форматы.

Научные исследования и мировой опыт показывают, что наиболее эффективной в аспекте стратегического планирования является маркетинговая концепция управления. Но на большинстве отечественных предприятий вопросам стратегического развития уделяется недостаточное внимание, в результате чего руководство несвоевременно реагирует на изменения, происходящие.

В данной статье предпринята попытка рассмотреть современные тенденции развития розничного маркетинга применительно к казахстанским реалиям. Примеры лучших практик розничного маркетинга западных стран: формирование ассортимента и услуг, ценообразование, новые подходы и использование интернет-технологий, новые форматы ритейла, инновации в атмосфере торговых центров и др.

*Ключевые слова:* торговля, развитие, объем реализации, маркетинг, виртуальные прилавки, инновации

Лу Синь<sup>1</sup>, З.У. Джубалиева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан

## БӨЛШЕК САУДА КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ МАРКЕТИНГІНДЕГІ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕР

### *Аңдатпа*

Қазіргі уақытта Қазақстанның тұтыну нарығы бөлшек сауданың әртүрлі форматтарымен ұсынылған, олардың кейбіреулері шетелдік тәжірибеден алынған. Мақалада қазақстандық нарық үшін жаңа сауда форматтары талданады.

Ғылыми зерттеулер мен әлемдік тәжірибе Стратегиялық жоспарлау аспектісінде басқарудың маркетингтік тұжырымдамасы неғұрлым тиімді болып табылатынын көрсетеді. Бірақ көптеген отандық кәсіпорындарда стратегиялық даму мәселелеріне жеткіліксіз көңіл бөлінеді, нәтижесінде басшылық болып жатқан өзгерістерге уақтылы жауап бермейді.

Бұл мақалада қазақстандық шындыққа қатысты бөлшек маркетингтің қазіргі заманғы даму тенденцияларын қарастыруға әрекет жасалды. Батыс елдерінің бөлшек сауда маркетингінің үздік тәжірибелерінің мысалдары: ассортимент пен қызметтерді қалыптастыру, баға белгілеу, интернет-технологиялардың жаңа тәсілдері мен қолданылуы, ритейлдің жаңа форматтары, сауда орталықтары атмосферасындағы инновациялар және т. б.

*Түйін сөздер:* сауда, даму, сату көлемі, маркетинг, виртуалды есептегіштер, инновациялар

Lu Xin<sup>1</sup>, Dzhubalieva Z.U.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abay,  
Almaty, Kazakhstan

## INNOVATIVE APPROACHES IN MARKETING RETAIL ENTERPRISES

### *Abstract*

Currently, the consumer market of Kazakhstan is represented by various retail formats, some of which are borrowed from foreign experience. The article analyzes new trading formats for the Kazakhstan market.

Scientific research and world experience show that the marketing management concept is the most effective in terms of strategic planning. But at most domestic enterprises, insufficient attention is paid to strategic development issues, as a result of which the management does not respond to the changes taking place in a timely manner.

This article attempts to consider the current trends in the development of retail marketing in relation to the realities of Kazakhstan. Examples of the best practices of retail marketing in Western countries: the formation of assortment and services, pricing, new approaches and the use of Internet technologies, new retail formats, innovations in the atmosphere of shopping centers, etc.

*Keywords:* trade, development, sales volume, marketing, virtual counters, innovation

Необходимость маркетинговой направленности в стратегическом развитии предприятия в целом и в стратегическом планировании в частности объясняется следующими факторами:

- Большинство товарных рынков в современных условиях насыщены и характеризуются высоким уровнем конкуренции, поэтому для успешной рыночной деятельности предприятию необходимо определить свой целевой сегмент с конкретными потребностями, что возможно только при использовании инструментов маркетинга.

- Современная внешняя бизнес-среда склонна к быстрым изменениям, которые предоставляют компании определенные рыночные возможности или создают угрозы для ее стратегической деятельности.

Выбор конкурентной маркетинговой стратегии и специфика ее применения определяются тем, какое положение занимает компания на рынке.

С нашей точки зрения, конкурентная маркетинговая стратегия предприятия представляет собой совокупность средств для реализации его маркетинговых целей и правил поведения в выбранных стратегических направлениях деятельности и направлена на выявление этих сильных сторон предприятия. Благодаря чему может успешно конкурировать на целевом рынке и способен создавать конкурентные преимущества.

Грамотно выбранная и умело реализованная стратегия позволяет компании не только добиться конкурентных преимуществ, но и максимально удовлетворить потребности потребителей и сохранить их лояльность к продуктам или услугам компании. В долгосрочной перспективе это создает предпосылки для обеспечения устойчивых темпов экономического роста, увеличения экономической добавленной стоимости. Которые на практике можно рассматривать как количественные показатели развития предприятия.

Формирование конкурентоспособности организации на рынке путем разработки инновационной маркетинговой стратегии должно согласовываться с долгосрочными стратегическими целями и возможностями предприятия.

Основными требованиями процесса формирования маркетинговых инновационных стратегий предприятия являются:



- обеспечение высокого уровня обоснованности прогнозов инновационной деятельности, ее результатов и последствий;
- учет факторов риска;
- анализ альтернативных вариантов инновационных стратегий;
- оценки инновационного потенциала предприятия;
- обоснование источников финансирования инноваций;
- тесная связь целей, этапов и сроков реализации стратегии с прогнозируемыми параметрами стадий жизненного цикла инновации;
- предвидение возможной переориентации стратегии.

Инновационность маркетинга выражается, в первую очередь, в качественных изменениях в его структуры, проявляется в следующих направлениях:

- постоянном поиске и инициации изменений потребностей;
- обновлении ассортимента, предоставлении товарам новых черт и достижении новых уровней удовлетворения потребностей;
- использовании новых форм коммуникаций.

Формируются современные мировые тенденции потребителей:

- smart consumption (скидки, акции, интернет покупки, коллективные покупки, прокат, бартер);
- мультимедийность (ТВ, компьютер, смартфон, планшет);
- social responsibility (экология, сознательное потребление, образование);
- eco (рестораны, энергосберегающие аксессуары);
- on-demand (выбор продукта, сервиса, цены, места, способа покупки).

Поэтому, выделяют следующие инновационные подходы к развитию маркетинговой стратегии:

- экстрим-маркетинг - воздействие на эмоциональное состояние потенциального клиента, его желание купить данный товар и быть ближе к своим увлечениям;

- экологический маркетинг является результатом повышения требований потребителей к качеству и экологической чистоте продукции, которую они покупают, ее влияния на здоровье человека и окружающую среду;

- экологический брендинг, сосредоточен на создании и внедрении экологической концепции бренда на рынок используя маркетинговые инструменты, четкой технологии продвижения и рекламой бренда с фокусировкой на экологических качествах товара, формирует позитивное представление потребителя о данной торговой марке, предпочитает как производителя экологических товаров;

- социальный маркетинг – его цель решить существующую социальную проблему за счет донесения товаров, услуг, программ или информации к людям. Это подход к пониманию людей и соответствующее общения с ними, которое способствует усвоению ими новых взглядов;

- интернет-маркетинг – это мощный рычаг для современных компаний, который позволяет охватить большую часть потребителей с возможностью и учетом их предпочтений, возраста, территориального фактора. Этот подход быстро развивается, так как зависит от технических методов продвижения в Интернете, и они усиливаются за счет влияния через различные медиа (десктопы, мобильные телефоны и планшеты).

В эпоху стремительного развития технологий параллельно развиваются инновационные подходы к разработке маркетинговых стратегий. Для повышения конкурентоспособности организации необходимо сочетать эти подходы, что в совокупности при четкой организации процесса позволит привлечь больше потребителей.

Согласно исследованию, проведенному BostonConsultingGroup в июне 2021, доля тех, кто собирается приобретать более дорогие чем обычно товары и услуги, упала до 18% (на 4% меньше, чем в 2019 году). А 43% опрошенных подтвердили, что кризис заставил их изменить

свои привычки: они откладывают крупные покупки, стараются найти выгодные цены и не упускают случай купить подешевле за счет рекламных акций. Тем не менее, до европейцев казахстанцам далеко: во Франции такое поведение характерно для 55% жителей, в Италии - для 62%. При этом, несмотря на ориентацию на более дешевые товары, покупатели не сокращают, а только увеличивают количество покупок, т.к. считают, что денежные накопления в кризисное время делать рискованно.

Для ритейла одним из методов эффективной работы с покупателями со схожим покупательским поведением является массовая организация всевозможных акций, направленных на стимулирование продаж. Наиболее эффективным является снижение цены на определенные виды продукции на определенный период времени (обычно неделю или месяц). Это позволяет ритейлеру не только вовремя реализовывать излишки товара, но и укреплять лояльность покупателей.

Маркетологи не могут игнорировать такую тенденцию развития торговых услуг, как рост предложения экологически чистых товаров, увеличение производства продукции под собственными торговыми марками, обеспечение информационной открытости и стремление рационализировать время клиентов.

Сегодня во всех западных супермаркетах и во многих казахстанских уже есть отделы с экологически чистыми, натуральными продуктами. Некоторые сети даже открывают отдельные торговые точки, ориентированные на экологические продукты. Ориентация потребителей на покупку экологически чистых товаров касается не только продуктов питания, но и одежды, детских товаров, бытовой химии. Изделия из натурального сырья пользуются все большим спросом. Стремление потребителей вести здоровый образ жизни распространяется на все сферы жизни, и задача предприятий торговли сегодня состоит в том, чтобы создать условия для его реализации. Но пока, к сожалению, в этом пытаются преуспеть только предприятия розничной торговли премиум-сегмента, ведь стоимость многих натуральных продуктов и компонентов намного выше их искусственных заменителей. Поэтому покупателям приходится доплачивать за экологичное потребление.

Для того, чтобы дать своим покупателям возможность приобретать качественные товары, не переплачивая, многие магазины активно расширяют ассортимент товаров под собственной торговой маркой. Как известно, продажа таких товаров помогает сэкономить на продвижении, поэтому цена на него может быть значительно ниже, чем на товары, выпускаемые под маркой производителя. Расширение предложения private label сегодня характеризуется еще и тем, что товары под private label перестали ассоциироваться только с максимальной простотой и дешевизной. Под частными марками сегодня часто продаются товары, качество которых не уступает аналогичной продукции из премиум-сегмента, по относительно невысокой цене. Реализация такого подхода торговым предприятием позволяет потребителям из среднего класса приобретать товары натурального качества.

Спрос на экологически чистые продукты, натуральные ингредиенты и рецепты повышает спрос на полную и актуальную информацию о продукте. И важную роль в ее обеспечении должны сыграть коммерческие предприятия. Иногда сложно полностью описать состав, характеристики товара, информацию о производителе и т.д. только на упаковке. Для этого на западе давно используются так называемые «прайсчекеры» (priceschecker) - устройства, расположенные в свободном доступе в торговом зале, и позволяющие посредством считывания штрихкода получить расширенную информацию о продукте. В Казахстане подобное оборудование уже предлагается несколькими компаниями, но широкое распространение оно еще не получило. Для решения подобных задач используются также QR-коды, которые покупатель может отсканировать при помощи смартфона, или планшетного компьютера. Информация, которую он получает, может содержать данные как о самом продукте, так и, например, о проводимых акциях.

Еще одной важной задачей для маркетинга торговли является работа по рационализации использования времени покупателя, причем осуществляется она в разных аспектах. С одной стороны – это превращение торговых центров в места проведения досуга, рассчитанные на то, чтобы вся семья могла провести в торговом комплексе целый выходной, посетив кино, пообедав в ресторане, сходяв с детьми на аттракционы и т.д. С другой стороны – это организация торговых процессов, позволяющих потребителям максимально экономить время на обслуживании, за счет чего увеличивается их свободное время, которое они могут провести, совершая другие покупки. Интересным решением в данной области стало использование «виртуальных примерочных» - технологии, позволяющей отсканировать внешность покупателя и отображать в специальном зеркале все модели, представленные в магазине так, как если бы они были на него надеты. Причем учитываются как особенности фигуры, так и составы ткани, в связи с чем образ получается совершенно реалистичный. Отсутствие необходимости переодеваться увеличивает время и силы на выбор товаров и способствует повышению количества покупок.

Сегодня, когда у большинства работающих людей свободного времени остается не так много, все большим спросом начинают пользоваться готовые продукты: закуски, салаты, первые, вторые блюда. Ассортимент практически любого продуктового магазина сегодня содержит в себе позицию кулинарии. И с каждым годом спрос на них все увеличивается. Причем подходить к работе с товарами этой категории можно по-разному. От продажи готовых запечатанных упаковок с закусками, до содержания собственной кухни и приготовления пищи на глазах у посетителей. Исследования показывают, что спрос на продукцию, процесс изготовления которой виден покупателю выше на 50%, чем на готовый упакованный товар из этой категории.

Новые тенденции намечаются и в области ценообразования в розничной торговле. Если раньше активно использовались возможности маркетинга по изменению эластичности спроса от цены, и таким образом, решалась задача по вытеснению цены из тех атрибутов, по которым выбирается товар, то сейчас все чаще ценовой диктат потребителя становится более стратегическим, и более жестким. При этой схеме исходным является «предложение» цены со стороны потребителя, а магазин уже ориентируется: готов ли он и продавать по такой цене. Во многом этому способствует повышение прозрачности и доступности информации, которую покупатели получили с развитием онлайн-сервисов. Сегодня существуют технологии, позволяющие отсканировав штрих-код товара при помощи специального приложения мобильного телефона, или планшетного компьютера, сразу увидеть список магазинов, где товар продается по более низкой цене. На западе одним из наиболее известных подобных приложений является ShopSavvy. Но тенденция использования подобных технологий стремительно приходит и в Казахстан. В дальнейшем это будет способствовать тому, что ритейлеры будут вынуждены держать цены на конкурентном уровне, или даже снижать их по сравнению с конкурентами, оставляя высокую наценку только на уникальные товары и услуги.

Надо отметить, что если ранее во многих компаниях ценообразование базировалось на потребительском субъективном восприятии цены товара, оценке «дорого – дешево», то сейчас многие покупатели уже приходят к другой системе выбора, основанной на принципе «оправданны траты – не оправданны траты». Следует отметить, что меняется не только подход к ценообразованию, но и технология установления цены. Все больше говорят о «смерти средней рыночной цены». Цена перестает быть производной баланса спроса и предложения. Формируется тенденция ориентации на конкретные цены конкретного контакта покупателя и продавца.

На западе популярным стало использование аукционной системы цен, которая предполагает, что в магазине устанавливается не только начальная продажная цена на товар, но указываются конкретные даты и размеры ее снижения. И тогда покупатель может выбирать: купить ли ему товар по сегодняшней цене, или подождать ее снижения. При этом, чем больше он будет выжидать, риск, что другие потребители купят товар раньше, возрастает.

Такой инструмент маркетинга как распределение также претерпевает определенные изменения. Например, Pop-up – это быстро развивающийся формат розничной торговли, позволяющий продавцу активно работать сразу с двумя элементами комплекса маркетинга: распределением и продвижением. Названные от английского «неожиданно возникать», магазины pop-up внезапно открываются на какой-нибудь улице города, и так же внезапно закрываются. Во время их работы, предоставляя покупателям значительные скидки. Обычно такие магазины располагаются в специальных временных конструкциях. Отсутствие необходимости тратиться на аренду, или серьезное строительство делает выбор такого метода торговли весьма привлекательным, а метод «сарафанного радио» привлекает в магазин множество покупателей. С точки зрения продвижения, подобная торговая точка направлена на стимулирование сбыта и может решать те же вопросы, на которые обычно направлены традиционные акции: сезонная распродажа, избавление от остатков и т.д. Но для потребителя подобный формат интересен еще и тем, что несет в себе некий элемент игры. Заранее неизвестно: где именно появится магазинчик, в котором можно будет купить любимые марки со значительной скидкой. Подобная информация отслеживается и быстро передается покупателями «из уст в уста». Во многих европейских странах, в т.ч. Великобритании и Германии магазины pop-up уже стали привычными для местных покупателей. В Казахстане подобный формат пока новинка. Одним из первых опробовал новый метод торговли на россиянах известный дизайнер обуви Маноло Бланик, (Manolo Blahnik) разместив магазин формат pop-up на четвертом этаже ЦУМа, где в течение нескольких недель московские покупательницы могли приобрести культовые модели туфель по цене менее 30.000 рублей за пару [1].

Еще одним интересным решением в области дистрибуции являются «виртуальные прилавки» - отображенные на стене, или специальной поверхности 2D, или даже 3D товары, которые покупатель может рассмотреть и приобрести либо в торговой точке, либо просто отсканировав коды, получить их на дом.

Большое влияние сегодня на маркетинг в розничной торговле оказывают и онлайн-технологии, прочно вошедшие в жизнь современного покупателя. Главной новинкой последних лет, предлагающей использование мобильных и интернет-технологий для продвижения офлайн-торговых точек является так называемая концепция SoLoMo, от английского Social – социальный, Local – локальный и Mobile – мобильный. Это сочетание социальной сети, геолокаций и мобильных платформ. Мобильные приложения – основной пример технологий в формате SoLoMo. Благодаря смартфону, или планшетному компьютеру, проникновение которых уже достигло 22% населения крупнейших городов России, подобные приложения всегда под рукой. Социальная составляющая заключается в постоянном контакте с друзьями (при помощи твитов, или фото в Instagram покупатель может незамедлительно поделиться со своими друзьями интересными событиями, или новостями из магазина. Рассказать им о скидках и акциях, передать свое впечатление). Геолокационные сервисы позволяют в режиме реального времени отслеживать торговые точки, находящиеся поблизости, в какой стране и городе покупатель бы ни находился. И все это – при помощи мобильного интернета. Данные технологии уже настолько прочно вошли в современную жизнь и только укрепляют свои позиции, так что владельцам розничных точек становится сложно игнорировать эту тенденцию, т.к. инструменты SoLoMo позволяют розничному предприятию выдержать активную конкуренцию. На сегодняшний день одним из, пожалуй, наиболее часто используемых приложений категорий SoLoMo в России является геолокационные сервисы Яндекса (Яндекс. Карты, Яндекс. Адреса) позволяющие пользователю найти на карте различные предприятия и организации, в т.ч. магазины.

Среди инновационных технологий, применяемых на западе, можно отметить использование так называемого «виртуального промоутера» - человека, который отображается на специальной поверхности через проектор и имеет несколько режимов презентации товара, которые включаются, когда рядом находится покупатель. Подобные «продавцы» привлекают посетителей своей необычностью и новизной и вполне могут брать на себя определенную часть задач реального торгового представителя [2].

Развитие инструментов маркетинга розничной торговли не стоит на месте. Постоянно появляются новые технологии, которые помогают своевременно решать возникающие задачи,

реагировать на переменчивое покупательское поведение и добиваться клиентской лояльности. В Казахстане сегодня представлены торговые предприятия совершенно различных уровней развития в области применения маркетинговых технологий. Безусловно, есть и ритейлеры, применяющие самые современные концепции, одновременно со своими западными коллегами. Но в большинстве, казахстанскому ритейлеру еще необходимо работать не только над передовыми технологиями, но и полноценно воплощать в жизнь маркетинговую концепцию ведения бизнеса.

*Список использованной литературы*

1. Федюнин Д.В. Специфика реализации системного подхода к управлению инновационной и инвестиционной деятельностью в розничных торговых сетях // Москва, журнал «Интеграл» № 1, 2010. – С. 90-91

2. Современные тенденции маркетинга розничных торговых предприятий - [Электрон. ресурс]. – 2006. – URL: <https://www.ipnou.ru/article.php?idarticle=011533/> (дата обращения: 26.10.2023)

МРНТИ 06.56.21

Д.Мухтаркалиева<sup>1</sup>, Қ.Р. Касенов<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

**«БЕЛЫЙ ВЕТЕР KZ» ЖШС НЕГІЗІНДЕ БӘСЕКЕЛЕСТІК  
АРТЫҚШЫЛЫҚТАР СТРАТЕГИЯСЫ**

*Аңдатпа*

Бұл мақалада стратегиялық басқарудың теориясы мен тәжірибесінде бәсекелер және бәсекеге қабілеттілік ұғымдардың орны ерекше екенін байқауға болады.

Жалпы айтқанда, бәсеке ұғымының негізі - ұйымдардың өз өнімі үшін тұтынушыларды сақтап қалу, тарту үшін ұйымдардың өзара күресінде тұр. Бұл процесс рыноктың құрылымы қандай болғанына байланысты өтеді. Егерде ұсақ бәсекелер көп болса, онда нарыққа кіру кедергілері аз болады және барлық қатысушылар тең дәрежеде қажетті мәліметті ала алады, сондықтан ол жетілген, толық түрде дамыған бәсеке болып табылады. Стратегиялық басқаруды бәсекелестік артықшылықтар деген тұспа тұс сөзбен сәйкестендіруге болады. Бәсекелестік артықшылықтар – ол рыноктағы фирманың жағдайы. Ол бәсеке тартысында жеңіп шығуға көмек береді және сатып алушыларды өзіне көңілін аудартуға ықпал етеді.

*Түйін сөздер:* бәсекеге қабілеттілік, ұйым, нарық, «БЕЛЫЙ ВЕТЕР KZ», стратегия, артықшылық.

Мухтаркалиева Д.<sup>1</sup>, Касенов Қ.Р.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный педагогический университет имени Абая,  
г. Алматы, Казахстан

**СТРАТЕГИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ  
НА БАЗЕ ТОО «БЕЛЫЙ ВЕТЕР KZ»**

*Аннотация*

В этой статье я расскажу о теории и практике стратегического управления особое место занимают понятия конкуренция и конкурентоспособность.

В целом, суть понятия конкуренции заключается во взаимной борьбе организаций за сохранение, привлечение потребителей для своей продукции. Этот процесс происходит в зависимости от того, какова структура рынка. Если будет больше мелких конкурентов, то

барьеров для входа на рынок будет меньше, и все участники смогут получить необходимую информацию в равной степени, поэтому это зрелая, полностью развитая конкуренция. Стратегическое управление можно отождествить с тем, что такое конкурентные преимущества.. Конкурентные преимущества – это положение фирмы на рынке. Он помогает выиграть конкурентную борьбу и способствует привлечению покупателей к себе.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность, организация, рынок, «БЕЛЫЙ ВЕТЕР KZ», стратегия, преимущество.

*Mukhtarkaliyeva D.<sup>1</sup>, Kassenov K.R.<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after  
Abai, Almaty, Kazakhstan*

## COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGY ON THE BASIS OF «БЕЛЫЙ ВЕТЕР KZ» LLP

### *Abstract*

In this article I will talk about the theory and practice of strategic management, the concepts of competition and competitiveness occupy a special place.

In general, the essence of the concept of competition lies in the mutual struggle of organizations for the preservation and attraction of consumers for their products. This process takes place depending on what the structure of the market is. If there are more small competitors, then there will be fewer barriers to entry to the market, and all participants will be able to get the necessary information equally, therefore, this is a mature, fully developed competition. Strategic management can be identified with what competitive advantages are.. Competitive advantages are a firm's position in the market. It helps to win the competition and helps to attract customers to yourself.

*Keywords:* competitiveness, organization, market, «БЕЛЫЙ ВЕТЕР KZ», strategy, advantage.

Стратегиялық менеджментте миссия – ұйымның жағдайын сараптау. Нақты түрде айтқанда, ұйым не үшін қызмет етуі қажет және оның басқа ұйымдарға қарағанда қандай айырмашылығы бар деген сұрақтарға жауап береді. Миссия дегеніміз – ол ұйымның нақты дәлел ретінде көрінетін жалпы мақсаты. Миссия деген терминді аударғанда оны мақсат деп түсінуге болады. Жалпы стратегияны, әсіресе стратегиялық басқаруды негізінде, басты мақсаттарға қол жеткізу үшін пайдаланатын әдіс ретінде қолдануға болады. [1]

Бәсекенің жалпы 5 стратегиялары бар:

1. **Шығындар бойынша стратегиялық жетекші.** Бұл стратегия тауар өндіру барысында толық шығыстарды азайту. Бұл көптеген сатып алушыларды тартуға мүмкіндік береді.

2. **Кеңінен дифференциаландыру стратегиясы.** Компанияның өндіріп жатқан тауарларына ерекше белгі беру арқылы бәсекелестік фирманың тауарларынан ажырату. Бұл сатып алушылардың көпшілігін тартуға көмектеседі.

3. **Оңтайлы шығын стратегиясы.** Бұл сатып алушыларға төменгі шығын мен кең дифференциаландыру арқылы өз ақшасына көп құндылықтарға алуға мүмкіндік туғызады. Мақсат шығын мен бағаның арасын өзара оңтайландыру.

4. **Нарық құрылымынан орын алу стратегиясы өнімді дифференциаландыруы негізінде пайда болған.** Бұл стратегияның мақсаты таңдап алған сегменттің өкілдерін тауарлар мен қызметтермен толық қамтамасыз ету. Бұның бәрі олардың таңдамына және талаптарына сай болуы керек. Осы стратегияларды қарастыра отырып жеке мысал ретінде «Белый Ветер KZ» ЖШС алдым.

Белый Ветер («Белый Ветер KZ» ЖШС) – Қазақстандағы дүкендер желісі. Компьютерлік және цифрлық техника сегментіндегі қазақстандық сатушы. Қазақстан нарығында 2000 жылдан

бастап жұмыс істеп келеді. Компания мынадай жетекші әлемдік вендорлардың серіктесі болып табылады: Intel, Microsoft, HP, Apple, Epson және т.б. Толық атауы - «Белый Ветер KZ» жауапкершілігі шектеулі серіктестігі.

- Өнімдер:сандық және тұрмыстық техника
- Қызметкерлер саны: 1 мыңға жуық адам [2,3]

Компания жеке меншік нысанына жатады, құрылтайшының құрылымында дербес болып табылады, оның мүлкі кәсіпорынға шаруашылық жүргізу құқығымен бекітіледі. Компания заңды тұлға - коммерциялық ұйым болып табылады, шаруашылық жүргізуде жеке мүлкі, дербес балансы, банк мекемелерінде есеп айырысу және өзге де шоттары, белгіленген үлгідегі мөрі, мөртабандары, өзінің фирмалық бланкілері болады; тауар белгісі мен эмблемасы болуы мүмкін; өз міндеттемелері бойынша дербес жауапты болады, өз атынан мүлктік және жеке мүлктік емес құқықтарды иеленіп, жүзеге асыра алады, міндеттерін орындай алады, сотта талапкер және жауапкер бола алады.

«Белый Ветер» компаниясы нарыққа кіргелі 17 жыл болды. Осы уақыт аралығында компанияны табысқа жетелейтін түрлі стратегиялар қолданылды. Бұл факт сауда желісінің жоғары менеджментінің жоғары кәсіби құзыреттілігін көрсетеді. Компанияның инновациялық қызметі оның бүкіл тарихында байқалады. Соған байланысты «Белый Ветер Kz» ЖШС нарықта қандай қадамдар жасағанын айта кетсек: [2,3]

✓ Бірінші инновациялық қадам-2001 жылы батыстық стандарттар дәрежесінде компьютерлік супермаркеттің ашылуы. Содан кейін "Комплинк"компьютерлік дүкендерінің сауда желісінің активтерін сатып алу арқылы қызметті басып алу және кеңейту стратегиясы қабылданды.

✓ Пайда болғаннан кейін 13 жыл өткен соң, әлемдегі салада болған өзгерістерді ескере отырып, компания екінші инновациялық қадам жасайды – оның ребрендинг батыс мамандарының қатысуымен жүзеге асырылады.

✓ Ең алдымен, өзгерістер тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын жақсарту бағытында компанияның жалпы стратегиясын, миссиясын, мақсаттарын әзірлеуге әсер етті. Бұл қадам өте уақтылы болды. Бүгінгі кезде тұтынушы кез-келген нарықта, әсіресе бөлшек сауда нарығында негізгі ойыншы болып табылады.

✓ Сондықтан жаңа стильді дайындау, эксклюзивті дизайнмен қамту, таңдалған модельді сынау үшін техниканы сатып алу, қызмет көрсету сапасын арттыру тұтастай алғанда сауда желісінің оң беделін қалыптастырудың негізгі факторлары болды.

✓ 2007 жылы нарықтың одан әрі кеңеюі ірі қаржыны инвестициялаумен тікелей байланысты екенін түсініп, компания өз қызметіне инвестициялық серіктестерді тартты. Бұл қадам компанияның 2010 жылға қарай 210 дүкен ашу жөніндегі ұзақ мерзімді мақсатын іске асырудың кепілі болып табылады. Аумақтық нарықты кеңейту стратегиясы Ресейдің Орта және шағын қалаларының цифрлық технологияларын әлеуетті тұтынушылардың 80% нарықты игеруге байланысты.

✓ Компания тауарларына портфельдік талдау жүргізілді. McKinsey матрицасы салынды, соның арқасында тауарлардың барлық топтарына қатысты стратегиялар анықталды. Портфолио жалпы теңдестірілген және үйлесімді деп танылды. Нарықтың жоғары даму қарқынын (ең жоғары деңгейдің бірі), компанияның тәжірибесі мен жетістіктерін ескере отырып, кеңейту стратегиясы оңтайлы болады деп болжауға болады.

✓ "Бизнес экраны" деп аталатын портфолио матрицасының тағы бір түрін McKinsey кеңес беру тобы әзірледі. Ол саланың ұзақ мерзімді тартымдылығын бағалауға және бизнестің "күшіне"/бәсекеге қабілетті стратегиялық бірлігіне негізделген. Бұл матрицаның негізгі стратегиялық баламалары нарықтың дамуын қадағалау үшін инвестициялау болып табылады.

Әдістің артықшылықтарына матрицаның икемді, факторлардың көп санының қарастырылуы, жеңілдетілген емес, нақты қорытындыға әкеледі. Кемшіліктері: нарықтық қатынастарды есепке алудың қиындығы, позицияны бағалаудың субъективтілігі, модельдің статикалық

сипаты, ұсыныстардың жалпы сипаты, көптеген нұсқалардың ішінен стратегияны таңдаудағы қиындықтар.

Белый Ветер» Қазақстанның 10 қаласында ұсынылған 45 дүкені бар:

- Нұрсұлтан қ. – 11 дүкен
- Алматы қ. – 14 дүкен
- Қарағанды қ. – 6 дүкен
- Павлодар қ. – 5 дүкен
- Теміртау қ. – 1 дүкен
- Жезқазған қ. – 1 дүкен
- Қостанай қ. – 4 дүкен
- Рудный қ. – 1 дүкен
- Щучинск қ. – 1 дүкен
- Ақтөбе қаласы – 4 дүкен

Жалпы жүргізген талдау негізінде бұл стратегияны іске асыру мүмкіндігі бар, себебі тиісті қаржылық мүмкіндіктер, жедел міндеттерді шешуге инновациялық тәсілдер бар. Компания сату және сатудан кейінгі сервисті құру үшін бар күшін салуда – қызметкерлердің біліктілігін жүйелі түрде арттырады, шопингпен айналысуды ұнатпайтын және үйден шықпай-ақ техниканы неғұрлым қолайлы бағамен сатып алу мүмкіндігі бар тұтынушылар үшін Интернет-дүкен құрып отыр.

Қорытындылай келе, «Белый Ветер» тапсырыс берушінің жеке қажеттіліктерін ескере отырып, ең озық компьютерлік технологияларды пайдалана отырып, жүйелерді ұсына алады, сатудан кейінгі және кепілдік қызмет көрсету бойынша тамаша шарттарды ұсынады. Тұтынушылардың кең сегментіне бағытталған баға саясатын ұстана отырып, қарапайым тілмен айтқанда, төмен баға саясатын қолдана отырып, компания жұмыстың әр кезеңінде шығындарды азайтатындай етіп жұмыс құруға тырысады. Сатып алу кезеңінде компанияның көлемі ең қысқа тарату арналарын пайдалануға, яғни өндірушілермен немесе олардың ресми дилерлерімен тікелей жұмыс істеуге мүмкіндік береді деген пікірдемін.

*Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:*

1. Бородин А. *Этапы формирования стратегического потенциала предприятия // Проблемы теории и практики управления, 2006. – 95 с.*
2. «Белый Ветер KZ» ЖШС жылдық есебі
3. Аньшин В.М. *Инновационная стратегия фирмы: учебное пособие. / В.М. Аньшин. – М.: РЭА им. Г.В. Плеханова, 2005. – 67 с.*



МРНТИ 06.35.31

Джакишева У.К.<sup>1</sup>, Алиева Л.Ю.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРИИ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО ОТЧЕТНОСТИ

### Аннотация

Финансовый анализ инструмент познания, заключающийся в расчленении целого на части и изучении их во взаимозависимости. Финансовый анализ проводится с целью получения полного представления о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменении в ее финансовом положении.

Финансовые теории являются эффективной основой современного корпоративного мира. Основные положения теории финансов создают основу для некоторых передовых устройств, используемых в оценке ресурсов. Финансовые теории, такие как: теория пропорционального анализа, современная теория портфеля и теория равновесия помогут менеджеру и организации улучшить свои операционные процессы.

В статье рассматриваются аспекты развития основных теорий комплексного анализа финансового состояния организации на основе данных бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия, описываются основные теории финансового анализа, используемые экономическим субъектом при исследовании показателей с целью принятия эффективных управленческих решений в будущем.

*Ключевые слова:* финансовые теории, комплексный анализ, финансовый анализ, коэффициент, финансовая отчетность, бухгалтерский баланс, стратегия, планирование.

У.К. Джакишева<sup>1</sup>, Л.Ю. Алиева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,  
Алматы қ., Қазақстан

## ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕПТІЛІКТІ КЕШЕНДІ ТАЛДАУДЫҢ НЕГІЗГІ ТЕОРИЯЛАРЫ

### Аңдатпа

Қаржылық талдау тұтасты бөліктерге бөлуден және оларды өзара тәуелділікте зерттеуден тұратын танымдық құрал болып табылады. Қаржылық талдау ұйымның қаржылық жағдайының, оның қызметінің қаржылық нәтижелерінің және қаржылық жағдайындағы өзгерістердің толық сипатын келтіру мақсатында жүргізіледі.

Қаржылық теориялар қазіргі корпоративтік әлемнің тиімді негізі болып табылады. Қаржы теориясының негіздері ресурстарды бағалауда қолданылатын кейбір озық құрылғылардың негізін құрайды. Қаржылық теориялар, мысалы: қатынас теориясы, қазіргі портфель теориясы және тепе-теңдік теориясы менеджер мен ұйымға операциялық процестерін жақсартуға көмектеседі.

Мақалада кәсіпорынның бухгалтерлік және қаржылық есептілігінің мәліметтері негізінде ұйымның қаржылық жағдайын кешенді талдаудың негізгі теорияларының даму аспектілері қарастырылады, болашақта тиімді басқару шешімдерін қабылдау үшін шаруашылық жүргізуші субъектілердегі көрсеткіштерді зерттеу кезінде қолданылатын қаржылық талдаудың негізгі теориялары сипатталады.

*Түйін сөздер:* қаржылық теориялар, кешенді талдау, қаржылық талдау, коэффициент, қаржылық есеп беру, баланс, стратегия, жоспарлау.

*Dzhakisheva U. K.<sup>1</sup>, Aliyeva L.Y.<sup>1</sup>*

*<sup>1</sup>Kazakh National Pedagogical University named after Abay  
Almaty, Kazakhstan*

## **BASIC THEORIES OF COMPLEX ANALYSIS FINANCIAL STATEMENT**

### *Abstract*

Financial analysis is a cognitive tool that consists in dividing the whole into parts and studying them in interdependence. Financial analysis is carried out in order to obtain a complete picture of the financial position of the organization, the financial results of its activities and changes in its financial position.

Financial theories are the building strength and effective framework of today's corporate world. The essential building squares of finance theory establish the framework for some advanced devices utilized as a part of regions such resource estimating and venture. Financial theories such as; Ratio Analysis Theory, Modern Portfolio Theory (MPT), and Equilibrium Theory will help a manager and organization improve its operational processes.

The article discusses aspects of the development of the main theories of comprehensive analysis of the financial condition of an organization based on data from the accounting and financial statements of the enterprise, describes the main theories of financial analysis used by an economic entity when studying indicators in order to make effective management decisions in the future.

*Keywords:* financial theories, complex analysis, financial analysis, ratio, financial reporting, balance sheet, strategy, planning.

Финансовый анализ – это процесс оценки бизнеса, проектов, бюджетов и других финансовых операций с целью определения их эффективности и пригодности. Обычно финансовый анализ используется для анализа того, является ли предприятие стабильным, платежеспособным, ликвидным или достаточно прибыльным, чтобы оправдать денежные инвестиции.

Финансовые теории являются эффективной основой современного корпоративного мира. Основные положения теории финансов создают основу для некоторых передовых устройств, используемых в оценке ресурсов. Финансовые теории, такие как: теория пропорционального анализа, современная теория портфеля и теория общего равновесия помогут менеджеру и организации улучшить свои операционные процессы.

Финансовый анализ и интерпретация отчетов о прибылях и убытках и балансового отчета за определенный отчетный период помогают анализировать и понимать финансовую устойчивость компании, управление, принимать правильные действия и решения с точки зрения текущей деловой ситуации. Одним из важных инструментов для проведения финансового анализа является коэффициентный анализ. Анализ соотношений очень важен для построения взаимосвязи между двумя показателями бухгалтерского учета, чтобы подчеркнуть важную информацию для руководства и пользователей. «Основная функция коэффициентного анализа заключается не в определении того, что правильно, а что неправильно, а в выявлении аспектов деятельности фирмы, которые кажутся не совсем правильными, и, следовательно, в указании областей для дальнейшего изучения и синтеза». Это облегчает обобщение и упрощение учетной информации в необходимой форме и подчеркивает взаимосвязь между фактами и цифрами различных сегментов бизнеса. Это помогает искоренить расточительство и неэффективность бизнеса.

Коэффициенты указывают на ликвидность фирмы для выполнения своих краткосрочных обязательств и долгосрочную платежеспособность. Коэффициентный анализ обеспечивает сравнение между фирмами или сравнение средних значений путем сравнения коэффициентов фирмы с коэффициентами других конкурентоспособных и прогрессивных фирм. Межфирменное сравнение показывает относительное положение фирм по отношению к конкурентам. Если сравнение показывает расхождение, можно определить возможные причины отклонений, а если

результаты отрицательны, можно немедленно инициировать корректирующие действия, чтобы привести их в соответствие [1].

Коэффициентный анализ позволяет фирме принять во внимание временной аспект. Другими словами, это помогает руководству узнать, улучшается или ухудшается финансовое положение фирмы или остается постоянным на протяжении многих лет, устанавливая тенденцию с помощью коэффициентов. Аналитик с помощью коэффициентного анализа может узнать направление движения, благоприятное или неблагоприятное. Анализ тенденций стратегических коэффициентов может помочь руководству в задачах планирования, прогнозирования и контроля.

По словам Игбена (1999), «Учетный или финансовый коэффициент – это пропорция, доля или процент, выражающий взаимосвязь между одной статьей в установленной финансовой отчетности и другой статьей в финансовой отчетности. Учетные коэффициенты являются наиболее мощным из всех инструментов, используемых при анализе и интерпретации финансовой отчетности». Таким образом, коэффициентный анализ включает в себя извлечение статистических данных о количестве (или статьях) из финансовой отчетности и формирование на их основе коэффициентов для повышения обоснованности суждений и решений [2].

Современная теория портфеля – это гипотеза о том, как финансовые специалисты, не желающие этого делать, могут создавать портфели для улучшения или расширения ожидаемой прибыли на основе заданного уровня рыночного риска, подчеркивая, что риск является врожденной частью более высокого вознаграждения. Данная теория предлагает, как проницательные спекулянты будут использовать улучшения для улучшения своих портфелей и как следует оценивать выгоду, учитывая ее опасность для рынка. [3]

Фундаментальными идеями гипотезы являются производственная пустыня, модель ценообразования капитальных активов, бета-коэффициент, линия рынка капитала и линия рынка ценных бумаг. «Современная теория портфеля моделирует получение преимущества как произвольную переменную, а портфель как взвешенное сочетание выгод. Поступление портфеля в этом смысле также является нерегулярной переменной и, следовательно, имеет нормальную оценку и разницу». Шанс в этой модели связан со стандартным отклонением доходности портфеля. Разумность проявляется в предположении, что финансовый специалист, выбирая между несколькими портфелями с неотличимой ожидаемой доходностью, склонится к тому портфелю, который минимизирует риск [4].

Используя современную портфельную теорию, дополнительные ресурсы риска дадут более высокую ожидаемую норму прибыли в качестве платы спекулянтам за то, что они терпят высокую опасность. Высокая опасность в конечном итоге приведет к уменьшению количества классов ресурсов в портфеле, таким образом уменьшая непредсказуемый риск и увеличивая нормальную норму доходности. Кроме того, мотивацией этой гипотезы является создание наиболее идеального венчурного портфеля, который принес бы наиболее примечательную норму прибыли при одновременном изучении рисков для отдельного или корпоративного финансового специалиста. По словам Лиденберга (2016), «эта гипотеза влияет на администраторов, связанных с деньгами во всем мире и на уровне домохозяйств, основывая свой портфель на основе линии рынка капитала, оценки капитальных ресурсов и ценных бумаг в качестве основы для венчурных предприятий».

На случай, если спекулянтам будут предоставлены два равноценных варианта, которые предлагают одинаковую ожидаемую прибыль, Современная теория портфеля объясняет, как финансовый специалист отдаст предпочтение и должен выбрать менее рискованный вариант (Элтон, 2011). Финансовые специалисты принимают на себя дополнительный риск только тогда, когда сталкиваются с возможностью получения дополнительной прибыли. Современная теория портфеля поясняет, как спекулянты могут снизить общий риск, обладая дифференцированным набором преимуществ.

Для успешного инвестирования в будущее Современная теория портфеля должна измениться. Целью ее является снижение волатильности портфеля. В ней говорится, что следует диверсифицировать некоррелированные классы активов. По словам Маулдина (2017): «Этот

план великолепен, когда классы активов действительно не коррелируют. Будет лучше иметь разные торговые стратегии, которые не будут привязаны к процессу «покупай и держи» для каких-либо конкретных классов активов». «Основательная статья Гарри Марковица по современной портфельной теории была опубликована в 1952 году. Но его работа не приобрела значимости до начала 1970-х годов, когда акции и облигации рухнули одновременно». Это изменило представления инвесторов о риске и доходности. Это дало новую жизнь его теориям.

Одним из важных аспектов работы Марковица является концепция полезности и предпочтения. Он показал инвесторам, как сочетать риск и прибыль на «эффективной границе». Это акт знания профиля риска своего портфеля и принятия решения о том, какой уровень риска является подходящим. Теория общего равновесия – это гипотеза общего баланса, которая пытается прояснить поведение предложения, спроса и затрат во всей экономике с несколькими или многими связанными рынками, пытаясь продемонстрировать, что сотрудничество интересов и предложения приведет к общему балансу. «Общее равновесие» рассматривает экономику, использующую модель балансовой оценки, и пытается решить, при каких условиях подозрения об общем равновесии сохраняются. [5,6]

В то же время исследование «Общего равновесия» концентрируется на теме того, как рыночная экономика распределяет активы. Это исследование расширяет гипотезы о поведении покупателей и производителей, созданные в ходе исследования микроэкономики, путем анализа того, как сотрудничество денежных операторов постоянно определяет баланс в бизнес-секторах для всех продуктов. Гипотеза также пытается дать представление обо всей экономике, используя базовый подход, который начинается с отдельных рынков и специалистов.

Общее равновесие существует, когда существует взаимосвязь между всеми частями экономики. В этой теории предполагается, что все цены находятся в равновесии; где каждый потребитель тратит свой доход таким образом, чтобы приносить ему максимальное удовлетворение. По словам Левина Дж. (2006): «Цена играет роль уравнивания спроса и предложения, так что все покупатели, желающие купить по текущей цене, могут и делают это, и аналогичным образом все продавцы, которые хотят продать по текущей цене, также могут и делают это без излишеств и недостатков с обеих сторон». Более того, все фирмы в каждой отрасли находятся в равновесии при всех ценах и объеме выпуска; а спрос и предложение на производственные ресурсы (факторы производства) равны в равновесных ценах. В этих предположениях общее равновесие можно далее сформулировать как состояние, в котором спрос на каждый товар и услугу равен предложению на них. Например, корректировка стоимости одного продукта, скажем, хлеба, может повлиять на другие затраты, например, на заработную плату специалистов-кондитеров.

На тот случай, если вкусы тестомесов будут отличаться от вкусов других производителей, на интерес к хлебу может повлиять корректировка заработной платы поваров, что, как следствие, скажется на стоимости хлеба. Для расчета гармоничной равновесной стоимости только одного великого товара в принципе требуется исследование, которое учитывает большинство из огромного количества различных доступных товаров. Экзамен по анализу решений – это процесс оценки сложных решений с точки зрения качества и нестабильности. Качества по большей части передаются материально, поскольку это примечательная симпатия к администрации. Кроме того, исследование выбора дает понимание того, чем охарактеризованные варианты отличаются друг от друга, и после этого вырабатывает предложения по вариантам, лучшим, чем когда-либо. Числа оценивают субъективные качества и уязвимости, которые позволяют нам понять обстоятельства выбора.

Эти числовые результаты затем следует интерпретировать в слова, имея в виду конечную цель – создание субъективного знания. Предположения о финансовых теориях использовались, чтобы показать самосознание в социальном мозге. «Именно тогда, когда личностные качества, включая самооценку, составляют расширенное портфолио изнутри и снаружи, тогда психические результаты на уровне личности, например, склонность и самоуважение, должны быть более последовательными, чем когда самооценка не дифференцирована». Это желание было

подтверждено в исследованиях, в том числе на людях. Начиная с более позднего времени, теория портфеля первой линии стала ассоциироваться с демонстрацией беспомощности и взаимосвязи между записями при восстановлении информации [7].

Благоприятные обстоятельства в бюджетных портфелях, финансовые теории, предназначены для полезных целей, бесконечно различимы, в то время как план действий неравномерен. Например, хотя мы можем принять, что идеальная позиция портфеля по финансовым теориям для акций составляет, скажем, 35%, 21%, идеальная позиция для странствующего портфеля может не позволить нам просто изменить всю сумму, потраченную на путешествие. Попытки можно было бы выиграть или забыть об этом, если бы ни у кого другого не было разумных модулей, которые нельзя было бы отключить. Стратегия развития портфеля должна будет учитывать дискретный метод упражнений.

Преимущества финансовых теорий, связанных с денежными средствами, ликвидны, их можно оценить или повторно изучить в любое время. В любом случае открытие путей для продвижения новых начинаний может быть обязательным и может произойти в ограниченные промежутки времени.

С помощью коэффициентного анализа можно сделать выводы относительно нескольких аспектов, таких как финансовое состояние, прибыльность и операционная эффективность предприятия. Коэффициентный анализ является фундаментальным средством изучения состояния компании путем изучения взаимосвязей ключевых финансовых переменных. Коэффициенты компании обычно сравниваются с коэффициентами других компаний в отрасли этой фирмы или отслеживаются с течением времени внутри компании, чтобы увидеть тенденции. «Коэффициентный анализ означает процесс определения и представления взаимосвязей статей и групп статей в финансовой отчетности». Это способ оценить финансовую стабильность.

Теория коэффициентного анализа считается лучшей теорией. Коэффициентный анализ играет важную роль в финансовой сфере при принятии инвестиционных и посадочных решений банками, страховыми компаниями, упрощает показатели бухгалтерского учета и подчеркивает их взаимосвязь между различными сегментами бизнеса.

#### *Список использованной литературы*

- 1 Лейни Т.А., Семенова Е.А., Шилина С.А. *Пособие бухгалтера*. / Т.А. Лейни, Е.А. Семенова, С. А. Шилина. – М.: Дашков и Ко, 2008. – 134 с.
- 2 Бодяко А.В. *Формирование отчетности организации о вознаграждениях работникам в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности* // *Микроэкономика*. 2011. № 6. – С. 174.
- 3 *Основные финансовые показатели страховых (перестраховочных) организаций Республики Казахстан по состоянию на 01.12.2023 года*. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nationalbank.kz/> (дата обращения 17.12.2022)
- 4 Миннуллина Г.Ч. *Зарубежный опыт развития социальных видов страхования для практики отечественных страховых компаний*: [Электронный ресурс]. URL: <http://articlekz.com/article/4908>. (дата обращения 17.05.2022)
- 5 *Под общ. ред. С.В. Карповой Бухгалтерский учет: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры* / С.В. Карпова, И. К. Захаренко; под общ. ред. С.В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 439 с.
- 6 Алексеева А., Васильев Ю., Малеева А., Уивицкий Л. *Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Учебное пособие*. / А.Алексеева, Ю.Васильев, А.Малеева, Л.Уивицкий — М.: КноРус, 2015. Ковалев В.В. *Финансовый анализ. Методы и процедуры*. — М.: *Финансы и статистика*, 2011. — 654 с.
- 7 Бариленко В.И. *Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие* / Под общ. ред. В.И. Бариленко. – М.: Форум, 2012. – 464 с.

## ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

МРНТИ 06.39.02

Жолдасова Г.И.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан*

### СТРАТЕГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ – ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

#### *Аннотация*

Статья посвящена стратегическому экономическому развитию цифровой экономики в Казахстане. Рассмотрены пять ключевых приоритетов в цифровой трансформации страны, высказанные президентом Казахстана Касым-Жомарт Токаевым, на ежегодном послании президента народу. Первый приоритет – человекоцентричность. Второй приоритет - создание благоприятных условий для ИТ - отрасли. Третий приоритет - масштабная модернизация ИТ - инфраструктуры. Четвертый приоритет - развитие цифровой экономики и индустрии 4.0. Пятый приоритет – укрепление человеческим капиталом.

Современный Казахстан динамично развивающееся государство с социально ориентированной рыночной экономикой. Цифровая экономика является сложно структурированным объектом исследования. В настоящее время существуют следующие механизмы цифровой экономики: электронная торговля, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг, электронные страховые услуги.

Актуальность данной темы заключается в стратегии экономического развития как цифровая экономика. Цель данной статьи: рассмотреть стратегию экономического развития а именно - цифровую экономику.

*Ключевые слова:* цифровая экономика, электронная торговля, приоритеты, ИТ - отрасли, интернет - магазины, информационные ресурсы.

Г.И. Жолдасова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан*

### ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУ СТРАТЕГИЯСЫ–ЦИФРЛЫҚ ЭКОНОМИКА

#### *Аңдатпа*

Мақала Қазақстандағы цифрлық экономиканың стратегиялық экономикалық дамуына арналған. Қазақстан президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың Елбасының жыл сайынғы халыққа Жолдауында айтқан еліміздің цифрлық трансформациясындағы бес негізгі басымдық қаралды. Бірінші басымдық-адам орталықтылығы. Екінші басымдық-ат саласы үшін қолайлы жағдайлар жасау. Үшінші басымдық-АТ инфрақұрылымын ауқымды жаңғырту. Төртінші басымдық – цифрлық экономика мен индустрияны дамыту 4.0. Бесінші басымдық - адами капиталды нығайту.

Қазіргі Қазақстан әлеуметтік бағдарланған нарықтық экономикасы бар қарқынды дамып келе жатқан мемлекет. Цифрлық экономика күрделі құрылымдалған зерттеу нысаны болып

табылады. Қазіргі уақытта цифрлық экономиканың мынадай тетіктері бар: электрондық сауда, электрондық ақша, электрондық маркетинг, электрондық банкинг, электрондық сақтандыру қызметтері.

Бұл тақырыптың өзектілігі цифрлық экономика ретінде экономикалық даму стратегиясында жатыр. Осы мақаланың мақсаты: экономикалық даму стратегиясын, атап айтқанда цифрлық экономиканы қарастыру.

*Түйін сөздер:* цифрлық экономика, электрондық сауда, басымдықтар, салалар, интернет-дүкендер, ақпараттық ресурстар.

*Zholdassova G.I.<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## **ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY – DIGITAL ECONOMY**

### *Abstract*

The article is devoted to the strategic economic development of the digital economy in Kazakhstan. The five key priorities in the digital transformation of the country, expressed by the President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev, at the annual address of the President to the people, are considered. The first priority is human-centricity. The second priority is to create favorable conditions for the IT industry. The third priority is the large-scale modernization of the IT infrastructure. The fourth priority is the development of the digital economy and industry 4.0. The fifth priority is the strengthening of human capital.

Modern Kazakhstan is a dynamically developing state with a socially oriented market economy. The digital economy is a complex structured object of research. Currently, there are the following mechanisms of the digital economy: electronic commerce, electronic money, electronic marketing, electronic banking, electronic insurance services.

The relevance of this topic lies in the strategy of economic development as a digital economy. The purpose of this article is to consider the strategy of economic development, namely, the digital economy.

*Keywords:* digital economy, e-commerce, priorities, OT-industries, online stores, information resources.

В июле 2023 года президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев назвал пять ключевых приоритетов в цифровой трансформации страны.

Отмечается, что Казахстан выступает в качестве привлекательного пространства для развития инноваций, цифрового производства и творчества. Это особенно важно в свете сложившейся геополитической обстановке и в условиях макроэкономических вызовов. При этом цифровая трансформация является одним из определяющих факторов конкурентоспособности как отдельных компаний, так и крупных регионов.

Первый приоритет – человекоцентричность.

Речь идет о предоставлении гражданам современных услуг. В частности, планируется осуществить переход к качественно новому формату цифровизации госуправления - Invisible Government. Суть заключается в том, что главный фокус государственной политики сосредоточен на человеке, его нуждах и интересах. Все государственные услуги будут максимально переведены в электронный формат.

Второй приоритет - создание благоприятных условий для ИТ-отрасли.

Казахстан намерен стать ведущим игроком в сфере новых цифровых технологий, криптоиндустрии, а также регулируемого и прозрачного цифрового майнинга. Развитие ИТ-

сектора является важным направлением государственной деятельности. Будут созданы условия для привлечения международного капитала в казахстанскую цифровую экосистему.

Третий приоритет - масштабная модернизация ИТ-инфраструктуры.

Казахстан формирует цифровую инфраструктуру, сопряженную с международными коридорами и трансграничными потоками данных. В частности, совместно с азербайджанскими партнерами начата работа на транскаспийском участке для подключения к мировым центрам концентрации трафика. На местный рынок привлекаются крупнейшие игроки сферы облачных вычислений.

Четвертый приоритет - развитие цифровой экономики и индустрии 4.0

Данное направление предполагает инновационные гранты и налоговые преференции для технологического обновления и принятия цифровых решений. Для дальнейшего развития цифровой экономики правительству предстоит своевременно внедрять новые меры поддержки.

Пятый приоритет — укрепление человеческим капиталом.

По мере цифровой трансформации растет потребность в квалифицированных ИТ-специалистах. Поставлена задача к 2025 году подготовить как минимум 100 тыс. таких сотрудников. Для достижения этой цели внедрено шефство профильных университетов над региональными вузами, расширено грантовое обучение, открыты 12 частных инновационных ИТ-школ [1].

В последние годы Казахстан вкладывает достаточно большой объем финансовых и человеческих ресурсов в развитие цифровизации в стране, чем стремится повысить свой уровень международной конкурентоспособности на мировой арене и стать достойным торговым партнером для развитых стран. Однако Казахстан пока еще отстает в инновационном развитии приоритетных секторов экономики, что влияет на его конкурентоспособность.

Современный Казахстан является динамично развивающимся государством с социально ориентированной рыночной экономикой. Избранная руководством страны стратегия реформирования, нацелена на производство конкурентоспособной экспортоориентированной продукции с высокой добавленной стоимостью, на динамичное и сбалансированное развитие промышленности и сферы услуг, на диверсификацию основных ее отраслей на основе модернизации, технического и технологического обновления производственных мощностей. Полученный за 30 лет независимости нашей страны опыт еще раз подтверждает, что драйверами экономического роста в Казахстане становятся новые сектора экономики, создаваемые в рамках ускоренной технологической модернизации экономики, которые должны развиваться в интеграции и на уровне требований мирового сообщества [2].

Главной задачей экономической политики в долгосрочной перспективе является создание конкурентоспособной, устойчивой, структурно сбалансированной экономики за счет развития прорывных отраслей экономики, имеющих сравнительные преимущества в формировании продолжительной цепочки переработки имеющихся сырьевых ресурсов, усиления ресурсосберегающих и инновационных факторов для опережающего развития высокотехнологичных и обрабатывающих отраслей, обеспечивающих прирост продукции с высокой добавленной стоимостью.

Учитывая реалии современности преподаватели осваивают и успешно вводят в образовательный процесс как новые, так и обновляют учебные дисциплины с учетом влияния и внедрения цифровой экономики, современных колоссальных структурно-технологических изменений и социально-экономических преобразований, как в нашей стране, так и за рубежом. Причем на фоне проникновения и развития информационных процессов в отраслях экономики, постепенно начинают развиваться такие формы ведения хозяйственной деятельности, как интернет-магазины, интернет-банки, платежные системы, появляются новые виды денежных знаков (виртуальные валюты), строится целая отрасль экономики. В целом это называется «цифровая экономика». Все это накладывает на профессорско-преподавательский состав большую ответственность. В частности при преподавании специальности «Цифровая



экономика» используется расширенный подход к современным процессам в экономике и обществе определяет, что современная экономика, и есть в частности цифровая экономика. Это хозяйственное производство, использующее цифровые технологии. То есть, цифровая экономика (электронная экономика) – построенная на основе электронной коммерции, а также электронного денежного обмена. Как правило, под данными терминами подразумевают работу электронных сервисов, ориентированных на реализацию электронных товаров и услуг, зачастую с обменом электронными деньгами между участниками электронных сделок.

Цифровая экономика является сложно структурированным объектом исследования. В настоящее время существуют следующие механизмы цифровой экономики:

1. Электронная торговля – новый вид без магазинной торговли, который осуществляется через интернет в виртуальных магазинах. Здесь покупатель общается с продавцом помощью компьютера и может выбрать себе товар по имеющимся каталогам. Предметом электронной торговли может быть практически любой продукт – товар, услуга, недвижимость, банковский продукт и так далее. Сегодня основными товарами, приобретаемыми через интернет, являются – продовольственные товары, промышленные товары, информационные продукты. Для покупателя ценность электронной торговли заключается в экономии времени на поиск (покупку) нужного товара, а для продавца – это возможность охватить как можно большее количество покупателей.

2. Электронные деньги – виртуальные денежные средства.

3. Электронный маркетинг – комплекс мероприятий маркетинга компании, связанный с применением электронных средств объектом маркетинговой деятельности выступает информационно-аналитическая и экспертно-исследовательская деятельность предприятия (организации, компании) с использованием сетевых информационных систем и технологий по: выбору конкурентной позиции на данном рынке; определению стратегий продвижения и распределения товара; выбору рекламной и ценовой политики с учетом всей совокупности факторов внешней и внутренней среды в условиях риска и неопределенности. Субъект – деятельность конкретного собственника.

4. Электронный банкинг – технологии предоставления банковских услуг на основании распоряжений, передаваемых клиентом удаленным образом чаще всего с использованием компьютерных и телефонных сетей.

5. Электронные страховые услуги – страховые услуги, которые можно заказать посредством сети Интернет.

Процесс цифровизации экономики различных стран проходил по разным сценариям. Многие развитые страны, понимая неизбежность предстоящих изменений, начали движение в сторону развития цифровой экономики. Первыми подобный курс приняли США и рынок Китая, которые считаются неформальными лидерами цифровой гонки на сегодняшний день вслед за ними соответствующие программы приняли Англия, страны Европейского союза, Австралия, и другие. Отсюда мы можем заключить, что наиболее вероятный результат развития социума в ближайшем будущем – интеграция существующей системы с новейшими средствами массовой коммуникации. Развитие нового информационного порядка не означает немедленного исчезновения индустриального общества. Более того, возникает вероятность установления тотального контроля за банками информации, ее производством и распространением. Информация, став основным продуктом производства, соответственно, становится и мощным властным ресурсом, концентрация которого в одном источнике цифровая потенциально может привести к возникновению нового варианта тоталитарного государства. Такую возможность не исключают даже те западные футурологи Е. Масуда, О. Тоффлер,

Поэтому сегодня особенно остро стоят денежные вопросы сохранения национальных информационных ресурсов и создания условий для их воспроизводства, в очередь через систему образования. Происходит нелегальный «экспорт информационных ресурсов» путем так

называемой «утечки информации мозгов» в развитые страны, т.е. использование высококвалифицированных специалистов и их достижений западными компаниями. Наша страна, обладая высоким потенциалом, выходом из сложившейся ситуации считает внедрение государственной программы «Информационный Казахстан – 2020» по созданию информационно-инновационной инфраструктуры, объединяющей науку, производство и рынок, подразумевающей образование центров продвижения технологий, внедренческие фирмы, технопарки, инновационно-технологические центры. А также то, что завершающим этапом реализации перехода Казахстана к информационному обществу станет Государственная программа «Информационный Казахстан – 2030».

Учитывая необходимость нормативно-правовой регламентации большинства мероприятий, которые планируется реализовать в целях достижения поставленных целей в рамках базовых и прикладных направлений, развития цифровой экономики, при разработке и реализации концепций, первоочередных, среднесрочных и комплексных мер по совершенствованию правового регулирования цифровой экономики в рамках направления по нормативному регулированию необходимо в полной мере учитывать предложения по нормативно-правовому регулированию. Для Казахстана требуется повысить конкурентоспособность отечественной промышленности за счет технологического переоснащения и подъема наукоемких отраслей, создающих высокую добавленную стоимость.

Вне зависимости от экономического развития страны, наиболее преуспевающими оказались те страны, где, во-первых, цифровизация экономики находит поддержку у действующей власти, а во-вторых, там, где хорошо проработана система институтов, отвечающих за цифровизацию, и коммуникаций между ними. Общими проблемами для государств в настоящее время являются отсутствие единой нормативно-правовой базы по вопросам цифровизации экономики, а также различия в региональном развитии, что, безусловно, замедляет темпы деятельности в этом направлении [3].

Для формирования новой программы рекомендуется усилить цифровизацию отраслей экономики, а именно уделить внимание цифровизации сельского хозяйства (электронный полив, дистанционное зондирование земли с помощью дронов, роботизированная уборка урожая, автоматическое внесение удобрений) промышленности и электроэнергетики, транспорта и логистики. В сфере цифрового государства активно развивать проекты умных домов и городов. В области ЖКХ драйверами развития сегмента является рост проникновения автоматизированных систем комплексного учета энергоресурсов [4].

Учитывая, что цифровые процессы развиваются нелинейно и развитие технологий протекает ускоренными темпами, бизнес-среда будет неизменно меняться, что говорит о важности своевременного внедрения цифровых технологий в бизнес. Казахстан имеет хорошие возможности и подготовленную инфраструктуру для проведения качественной цифровой трансформации, а также для улучшения своих позиций в международных рейтингах развития цифровой экономики. Возможно следует придать цифровой трансформации статус национальной идеи, чтобы перейти к эффективной цифровой экономике будущего.

#### *Список использованной литературы*

1. *Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана. 2023.*
2. *Информационно-аналитический портал о цифровой экономике и ИКТ-политике в странах Евразии. [Электрон.ресурс]. – 2023. – URL: <https://digital.report>. (дата обращения 20.09.2023)*
3. *Цифровая экономика. [Электрон.ресурс]. – 2023. – URL: <http://cde2035.com/ru>*
4. *Буганова А.А., Умирзаков С.Ы., Нурпеисова А.А. Цифровая экономика и цифровая трансформация в Казахстане.// Central Asian Economic Review. 2022. - № (5)№. – С. 155-168.*

МРНТИ 06.58.55

А.Ж. Құрмантаева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК САЯСАТТЫ ЖЕТІЛДІРУ ШАРАЛАРЫ

*Аңдатпа*

Бұл мақалада Қазақстан Республикасындағы әлеуметтік саясатты жетілдіру бағыттары қарастырылған. Қазақстанның Әлеуметтік кодексіне жаңа ұсыныстар енгізу, яғни адамның бүкіл өмірлік циклін қамту қажеттілігі қарастырылған.

Атап айтқанда, туғаннан кәмелетке толғанға дейінгі әлеуметтік қолдау, еңбекке қабілетті жастағы жұмыспен қамту, еңбек қауіпсіздігі, әлеуметтік сақтандыру іс-шаралары, өмірлік қиын жағдай туындаған кездегі әлеуметтік көмек, сондай-ақ жасы ұлғайған шақтағы қолдаулардың барлығы енді осы бір құжатпен реттелуі қажет. Енді әлеуметтік қолдау қиын жағдайға тап болған азаматтарға төлем беруге ғана емес, оның алдын алуға бағытталу керек. Әлеуметтік саланы кенінен цифрландыру нәтижесінде, әлеуметтік қызмет көрсетудің қазіргі өтініш беру форматынан проактивті форматқа көшу керек. Азаматтарды әлеуметтік қамсыздандыру жауапкершілігі мемлекет, жұмыс беруші және азаматтардың өздеріне жүктелуі қажет.

*Түйін сөздер:* әлеуметтік саясат, жұмыспен қамту, еңбек қауіпсіздігі, әлеуметтік көмек, көпбалалы отбасы, мемлекеттік жәрдемақы, атаулы әлеуметтік көмек, білікті кадрлар

Құрмантаева А.Ж.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## МЕРЫ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

*Аннотация*

В данной статье представлены направления совершенствования социальной политики в Республике Казахстан. Социальный кодекс Казахстана предусматривает необходимость введения новых рекомендаций, то есть охватывающих весь жизненный цикл человека.

В частности, этим документом должны регулироваться социальная поддержка от рождения до совершеннолетия, трудоустройство в трудоспособном возрасте, охрана труда, меры социального страхования, социальная помощь в случае трудной жизненной ситуации, а также поддержка в пожилом возрасте. Теперь социальная поддержка должна быть ориентирована не только на выплаты гражданам, попавшим в трудную ситуацию, но и на ее предотвращение. В результате повсеместной цифровизации социальной сферы необходим переход от нынешнего прикладного формата социальных услуг к проактивному формату. Ответственность за социальную защищенность граждан должна быть возложена на государство, работодателей и самих граждан.

*Ключевые слова:* социальная политика, занятость, охрана труда, социальная помощь, многодетная семья, государственное пособие, адресная социальная помощь, квалифицированные кадры

*Kurmantaeva A.Zh.<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## MEASURES TO IMPROVE SOCIAL POLICY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

### *Abstract*

This article presents directions for improving social policy in the Republic of Kazakhstan. The Social Code of Kazakhstan provides for the need to introduce new recommendations, that is, covering the entire human life cycle.

In particular, this document should regulate social support from birth to adulthood, employment in working age, labor protection, social insurance measures, social assistance in case of difficult life situations, as well as support in old age. Now social support should be focused not only on payments to citizens who find themselves in difficult situations, but also on preventing it. As a result of widespread digitalization of the social sphere, a transition from the current applied format of social services to a proactive format is necessary. Responsibility for the social security of citizens should be assigned to the state, employers and citizens themselves.

*Keywords:* social policy, employment, labor safety, social assistance, large families, state benefits, targeted social assistance, qualified personnel

Әлеуметтік сала – мемлекеттің даму көрсеткішінің айнасы десек болады. Бұл ретте, әлеуметтік қамтамасыз ету мәселелерін тұтас қамтыған құжат Еуропа елдерінің тәжірибесі мол. Еуроодақ әлеуметтік қамсыздандыру кодексін 1964 жылы қабылдаған. Онда әлеуметтік қамсыздандыру саласының негізгі стандарттары белгіленген [1]. Бүгінге дейін Одаққа мүше елдердің 21-і ғана өз заңдарын кодекс стандарттарына сәйкестендірген, ал қалған мүше мемлекеттерде бұл үдеріс әлі күнге жалғасып жатыр.

Ал бізге жақын Түрікменстанның Әлеуметтік кодексі тек зейнетақы жүйесі мен халықтың аз қамтамасыз етілген санаттарын әлеуметтік қорғау мәселесін реттейтін нормаларды қарастырады.

Сондықтан Қазақстанның Әлеуметтік кодексін жалпы ТМД мемлекеттері тәжірибесіне енгізілетін алғашқы біртұтас әлеуметтік құжат деп айтуға болады. Кодекс адамның бүкіл өмірлік циклін қамту қажет. Атап айтқанда, туғаннан кәмелетке толғанға дейінгі әлеуметтік қолдау, еңбекке қабілетті жастағы жұмыспен қамту, еңбек қауіпсіздігі, әлеуметтік сақтандыру іс-шаралары, өмірлік қиын жағдай туындаған кездегі әлеуметтік көмек, сондай-ақ жасы ұлғайған шақтағы қолдаулардың барлығы енді осы бір құжатпен реттеледі.

Шын мәнінде, Әлеуметтік кодекс – Әділетті Қазақстанның жаңа әлеуметтік саясаты, сондықтан оның аясында үлкен бетбұрыстар жасалу керек.

Ең алдымен, мемлекеттік қолдау парадигмасы түбегейлі өзгереді. Енді әлеуметтік қолдау қиын жағдайға тап болған азаматтарға төлем беруге ғана емес, оның алдын алуға бағытталу керек. Мысалы, құлағында ақауы бар балаларға есту аппаратын мүгедектік алғанда ғана емес, сырқаты анықталған күннен бастап беру көзделу керек. Бұл өз кезегінде балаларды толық естімей қалу дәрежесіне жеткізбеуге мүмкіндік береді.

Екіншіден, әлеуметтік саланы кеңінен цифрландыру нәтижесінде, әлеуметтік қызмет көрсетудің қазіргі өтініш беру форматынан проактивті форматқа көшу керек. Енді мемлекет тарапынан кепілдендірілген әлеуметтік қолдау түрлері азаматтарға SMS-хабарлама арқылы жеткізіліп, оларды тағайындау мен төлеу ақпараттық жүйедегі мәліметтер негізінде жүргізілу керек. Яғни жұрт бұрынғыдай ұзын-сонар кезекте тұрмайды, құжат жинаймын деп он шақты мекеменің есігін тоздырмайды. Өткен 2022 жылы осындай проактивті қызметтер 1 миллионға жуық азаматқа көрсетілді.

Үшіншіден, азаматтарды әлеуметтік қамсыздандыру жауапкершілігі мемлекет, жұмыс беруші және азаматтардың өздеріне жүктелу керек. Бұл міндеттеме жаңа әлеуметтік келісімшарт

арқылы жүзеге асыру керек. Бұл ретте мемлекет әлеуметтік қамсыздандырудың базалық деңгейін қамтамасыз етеді, ал әлеуметтік тәуекелдер туындаған кезде азаматтардың жоғалған табысын өтеу жұмыс беруші мен қызметкердің міндетті жарналары есебінен атқарылу керек. Мәселен, азаматтар зейнетақыны 3 көзден алатын болады. Базалық және ынтымақты зейнетақы – бюджеттен төленеді. Ал жинақтау жүйесінен алатын зейнетақыны Бірыңғай жинақтаушы қорынан жұмыс беруші төлеген жарна мен азаматтың өз жарнасы есебінен төлейді.

Төртіншіден, азаматтарды нәтижелі және формалды жұмыспен қамтуды ынталандыру үшін Мемлекеттік әлеуметтік сақтандыру қорынан берілетін әлеуметтік төлемдерді ұлғайту қарастырылу керек. Яғни еңбек адамдарын әлеуметтік қорғау деңгейі жұмыс істемейтін азаматтарға қарағанда, едәуір жоғары болады. Мысалы, жұмыс істейтін аналар жүктілік бойынша декреттік демалысқа шыққандағы 4 айлық табысын және бала бір жарым жасқа толғанға дейінгі төлемді жалақысының 40% көлемінде Мемлекеттік әлеуметтік сақтандыру қорынан алып отырады. Сондай-ақ осы аралықта оның зейнетақы қорындағы шотына мемлекет тарапынан зейнетақы жарналары аударылады.

Ал жұмыс істемейтін аналар бюджеттен тек бала бір жарым жасқа толғанға дейін берілетін жәрдемақыны алады. Оның мөлшері бала санына байланысты болады (2023 жылы 19 872 теңгеден 31 705 теңгеге дейін).

Отбасының цифрлық картасын енгізу керек. Отбасының цифрлық картасы дегеніміз – еліміздегі отбасылардың дербес дерекқоры. Бұл дерекқор мемлекеттік органдардың қазіргі ақпараттық жүйелері негізінде қалыптастырылып жатыр. Оны енгізудегі мақсат – халықтың мемлекеттік қолдау жүйесіне тең қол жеткізуін қамтамасыз ету.

Сондықтан Кодексте біріншіден, Отбасылық цифрлық картаны мемлекеттік әлеуметтік саясаттың орта және ұзақ мерзімді міндеттері мен бағыттарын айқындау құралы ретінде белгілеу керек. Яғни мемлекет кімге, қашан, қандай көмек қажеттігін анықтап қана қоймай, әлеуметтік тәуекелдердің алдын алады.

Екіншіден – карта отбасылар немесе отбасы мүшелерінің әлеуметтік мәртебесіне және әлауқат дәрежесіне қарап, мемлекеттік қолдаудың қандай түрін алуға құқылы екендігін жеткізіп отыратын электронды жаршы қызметін атқарады. Мұндай ақпарат әр отбасына мемлекеттік орган тарапынан SMS-хабарлама түрінде жіберіліп отыр.

Үшіншіден, мемлекеттік қолдау проактивті форматта жүргізіледі. Ол дегеніміз – азаматтарға әлеуметтік төлем мен көмек ақпараттық жүйелердегі деректер негізінде тағайындалады деген сөз. Қолданыстағы қағаз құжаттар кезең-кезеңімен жүйеден шығарылады.

SMS-хабарламаны министрлік әр отбасы туралы цифрлық ақпаратты зерттей отырып, күнделікті жіберіп отыр. Осы 2023 жылдың 1 қаңтарынан бастап 81 мыңнан аса азамат зейнетақы, жәрдемақы, атаулы әлеуметтік көмек алу құқығы бар екені туралы хабарлама алды. Бүгінде соның 53 мыңына мемлекеттік жәрдемақылар тағайындалып, төленіп отыр [2].

Отбасының цифрлық картасында қателіктер кездесуі мүмкін. Себебі кейбір ақпараттық жүйедегі ақпарат ескі болады немесе белгілі бір салада цифрландыру кеш басталғанына байланысты отбасы туралы ақпарат болмайды.

Мысалы, былтыр көпбалалы отбасының бірі министрліктен хабарлама алмағанын, жәрдемақы төленбей жатқанын айтып, арыз жолдады. Тексере келе отбасында расында 4 бала бар екені анықталды. Бірақ тұңғыш ұлдары 2006 жылы туған екен. Ал АХАЖ-ды цифрландыру 2008 жылы басталып, базаға осы уақыттан бастап туған балалардың деректері енгізілген. Сондықтан азаматтар мұндай қателіктерді жергілікті халыққа қызмет көрсету орталықтары арқылы растап, цифрлық картаға өзгеріс енгізуіне болады.

Қазір Цифрлық даму министрлігі осындай қателіктерді түзетуге мүмкіндік беретін сервистік қосымша даярлап жатыр. Осы жұмыс аяқталған соң өзгерістерді ұялы телефон арқылы хабарласып, енгізуге болады.

Әлеуметтік Кодекстің екінші жаңалығы. Жаңа парадигмаға сәйкес мемлекеттік қолдау алдымен әлеуметтік тәуекелдердің алдын алатын атаулы іс-шара, одан кейін ғана атаулы әлеуметтік көмек ретінде қарастырылу керек. Мысалы, отбасының цифрлық картасы жыл

басында әлеуеті жоғары болған отбасының 5 айдан соң әлеуеті төмен отбасы категориясына өткенін көрсетті. Талдау несиені алған адамға 3 айдан бері зейнетақы жарнасының түспегенін, яғни жұмыссыз қалғанын айқындады.

Сондықтан ол азаматтың мамандығын ескере отырып, жұмысқа тұру мүмкіндігі туралы SMS хабарлама жіберілу керек. Қазір бұл азамат жұмысқа тұрды, несиені қайтаруға қатысты да проблемасы жоқ. Көріп отырғаныңыздай, мемлекет қаржылай көмек емес, атаулы іс-шараны қолдана отырып, әлеуметтік тәуекелдің алдын алуға мүмкіндік береді. Мұндай мүмкіндікті отбасының цифрлық картасы арқылы тәжірибеге енгізілу керек.

Сондықтан алдағы уақытта отбасылардың әлеуеті жөніндегі талдау жұмыстары күшейтіліп, мемлекеттік органдар мен отбасылар арасындағы байланыс жаңа деңгейге көтеріледі деген үміттемін.

Егер отбасы қиын жағдайда болса, онда атаулы әлеуметтік көмек атаулы іс-шарамен бір мезгілде берілу керек. Мысалы, отбасына ай сайын атаулы әлеуметтік көмек, ал отбасының жұмысқа жарамды мүшелеріне оқу, жұмыс, грант және жеңілдетілген несие сияқты мемлекеттік қолдау іс-шаралары көрсетіледі.

Осы бағыттағы тағы бір маңызды өзгеріс атаулы әлеуметтік көмек беру үшін кедейлік шегі бүгінгі күнкөріс деңгейі арқылы емес, медиандық кіріс деңгейі арқылы анықталу керек.

Бұл ретте, Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы елдерінің тәжірибесі зерделену керек. Ұйымға кіретін 8 мемлекет осы тәсілді пайдаланады. Бүгінде АҚШ-тағы кедейлік шегі медиандық кірістің 40 пайызына, Канадада 50, Швеция, Норвегия, Дания, Аустрия, Германия және Францияда 60 пайызына пара-пар [3]. Біз де осы тәжірибені енгізуді көздеу қажет.

Егер күнкөріс деңгейі адамның физиологиялық қалпына келуін қамтамасыз ететін болса, медиандық кіріс жалпы, халықтың нақты тұтынушылық шығындарын жабатын орташа күнкөріс табысы саналу керек.

2025 жылдан атаулы әлеуметтік көмек медиандық немесе жалпы халықтық орташа кірістен төмен кірісі бар азаматтарға беріледі. Әрине, оның сомасы қомақты және атаулы іс-шаралармен бірге беріліп, отбасылардың тұрмыс қиындығынан шығу мүмкіндігін қамтамасыз етеді.

Мүгедектігіне байланысты мемлекеттік жәрдемақы азаматтың тұрған жеріне және табысына қарамай төлену керек.

Биыл 2023 жылдың 1 шілдеден бастап Мемлекет басшысының тапсырмасына сәйкес жәрдемақылар мөлшері 14,5%-ға артты. Сонда жыл басындағы 8,5% өсумен қоса есептегенде, бұл төлем мөлшері 23%-ға ұлғаяды деп айта аламыз.

Ал арнаулы әлеуметтік қызметтерге келсек, қазір мүгедектігі бар азаматтардың 43%-ы – ауыл тұрғындары. Оларға жалпы арнаулы қызметтерді жергілікті әкімдіктердің әлеуметтік қызметкерлері көрсетеді, ал мамандандырылған арнаулы әлеуметтік қызметтер әлі де болса қолжетімсіз болып отыр.

Сондықтан әлеуметтік қызмет көрсету жүйесін толық трансформациялау қарастырылу керек. Бұл – Кодекстің жоғарыда айтқан үшінші жаңалығы.

Мұндағы негізгі мақсат – мүгедектігі бар азаматтардың арнаулы әлеуметтік қызметтерге деген қолжетімділігін мемлекеттік емес ұйымдар, жеке сектор және отбасы мүшелерін тарту арқылы арттыру.

Осы өзгерістердің бірнешеуіне тоқталып өтсем. Біріншіден, мүгедектігі бар адамдарға қызмет көрсету ісіне олардың отбасы мүшелері барынша тартылу керек. Бұл ретте отбасы мүшесі жеке көмекші немесе әлеуметтік қызметкер ретінде рәсімделеді. Бұл жұмысқа еңбекақы төленеді және кірісінен әлеуметтік және зейнетақы жарналары аударылады. Осылайша, отбасының еңбек жасындағы жұмыссыз мүшелері жұмысқа орналасады. Сөйтіп, әлеуметтік тәуекел туындаған жағдайда әлеуметтік қамсыздандыру іс-шараларымен қамтылады.

Екіншіден, мүгедектігі бар азаматтарға мемлекет тәрпынан берілетін протездер және компенсаторлық техникалық құралдардың стандарттары толық қайта қаралу керек. Негізгі мәселе – берілетін әрбір құрал, мейлі ол қоларба немесе есту аппараты болсын, азаматтың жеке

кажеттілігіне сәйкес келуі және сапалы болуы керек. Өкінішке қарай, жергілікті әкімдіктер тарапынан беріліп жатқан құралдардың сапасына қатысты проблемалар бар екені рас.

Сондықтан қазір министрлікте 6 жұмыс тобы жұмыс істеп жатыр. Олар барша техникалық құралдар тізбесін, олардың түрлерін, қолдану мерзімін және мемлекет тарапынан кепілдендірілген бағаларын қайта қарап, ұсыныс енгізу керек.

Үшіншіден, жан басына шаққандағы нормативті енгізу. Оның мөлшері қызметтер үшін жеке норматив, ал компенсаторлық техникалық құралдар үшін шектеулі бағалар түрінде жіктелу керек.

Бұл өзгерістер бір жағынан, кейбір қызмет немесе тауар түрлерін алдағы уақытта монетизациялауға алып келеді. Екінші жағынан, арнаулы әлеуметтік қызмет көрсетуге жеке секторды кеңінен тарту арқылы саланың инфраструктурасын ауылдық жерге дейін жеткізуге мүмкіндік береді.

Аталған іс-шара 2023 жылдың 1 шілдесінен бастап 5 өңірде қанатқақты режимде, білім беру саласында табысты жүзеге асырылған «Балапан» бағдарламасы тәжірибесіне сай жүргізіле бастады.

Балалы отбасыларды қолдаудың қолданыстағы жүйесі халықаралық стандарттарға сай келетінін атап өткен жөн. Нақтырақ айтсақ:

а) жүктілікке және босануға, сәбидің дүниеге келуіне, бала күтіміне байланысты төлемдер бар;  
ә) көпбалалы отбасыларға, 6 және одан көп баланы босанған аналарға және мүгедек баласы бар отбасыларға берілетін жәрдемақылар қарастырылған;

б) тұрмысы төмен отбасыларға атаулы әлеуметтік көмек беріледі.

Сондықтан Әлеуметтік кодексте балалы отбасыларды әлеуметтік қолдаудың қолданыстағы жүйесін сақтай отырып, оның негізгі параметрлерін өзгерту қарастырылу керек. Бұл жаңа параметрлер отбасыларға көрсетілетін мемлекеттік қолдаудың ауқымын кеңейтуді көздеу керек.

Атап айтқанда, Мемлекет басшысының тапсырмасы бойынша 2024 жылдан бастап Ұлттық қордың инвестициялық табысының тең жартысы 18 жасқа дейінгі балаларға беріле бастайды. Бұл қадам балалар кәмілеттік жасқа толған кезде өмірге жолдама беретін бастапқы капитал іспетті қосымша қолдау болмақ [4].

Бала күтіміне байланысты төлемдердің мерзімі 1 жастан 1,5 жасқа дейін ұзартылды. Биылғы жылы мұндай төлемдер 760 мыңнан аса отбасыларға төленеді.

Аз қамтылған отбасылардағы 1 жастан 6 жасқа дейінгі балаларға арналған натуралды пакет қаржылай, атаулы әлеуметтік көмекке қосымша төленеді. Мұндай қаражат жыл басынан бөлініп, үш айда 115 мыңға жуық бала қамтылды.

Көпбалалы аналарға берілетін жәрдемақы қайта сараланып, 90 мыңнан аса «Алтын алқа» иегері атанған аналарға берілетін жәрдемақы мөлшері 1-шілдеден көтерілді.

Сонымен қатар 200 мыңға жуық асыраушысынан айрылған отбасыға төленетін жәрдемақы мөлшерлері жыл басымен қоса есептегенде 23 пайызға арттырылды.

Соңғы кезде көп көтеріліп жүрген мәселе – зиянды жұмыста істейтін азаматтардың сақтандыру жүйесінен алатын төлемдері және олардың ерте зейнетке шығуына қатысты – өзекті мәселе. Жалпы, елімізде өндірісте және зиянды жұмыста еңбек ететін азаматтарды қосымша әлеуметтік қорғаудың арнайы екі түрлі жүйесі бар.

Біріншісі – қызметтік міндеттерін атқару кезінде болуы мүмкін жазатайым оқиғалардан міндетті сақтандыру жүйесі. Ол 2005 жылдан енгізілген. Бәрімізге мәлім, өндірісте жұмыс істейтін азаматтар кәсіби ауруларға шалдығуы мүмкін немесе жарақат алып, еңбек ету қабілетін 5 пайыздан 100 пайызға дейін жоғалтуы мүмкін. Бұл санаттағы азаматтардың денсаулығына зиян келсе, өтемақыны жұмыс беруші, ал мүгедек болып қалған жағдайда тиісті төлемдерді сақтандыру компаниялары зейнеткерлік жасқа толғанға дейін төлейді.

Екіншісі – зиянды жұмыста істейтін азаматтарға ерте зейнетке шығу мүмкіндігін қамтамасыз ететін кәсіби зейнетақы жүйесі.

Осы жүйе бойынша жұмыс берушілер 2014 жылдан бастап 600 мыңға жуық жұмыскерге өз есебінен ай сайын 5% міндетті кәсіби зейнетақы жарналарын аударып келеді.

Мемлекет басшысы зиянды жұмыста еңбек ететін азаматтар үшін халықаралық тәжірибені ескере отырып, арнайы төлем енгізу мәселесін қарастыруды тапсырды. Бұл бағыттағы халықара-

лық тәжірибе зерделенді. Көптеген ел зиянды жұмыстарда еңбек етудің шекті мерзімін белгілейді. Сонымен қатар сақтандыру жарналарын үш бағытқа – профилактикалық, реабилитациялық және компенсаторлық шараларға пайдаланады. Швейцария, Финляндия, Франция, Бельгия, Ресей, Беларусь, Италия елдерінде сақтандыру компаниялары 5-10 пайыздан бастап кәсіби еңбек ету қабілетінен айырылған азаматтарға арнайы төлемдер жасайды.

Сонымен еліміздің және шет мемлекеттердің тәжірибелерін салыстыра отырып, тапсырманы орындау мақсатында келесідей ұсыныстар жасауға болады:

Бірінші. Жалпы 35 жыл еңбек еткен, оның ішінде зиянды жұмыста 25 жыл өтілі бар және кемінде 7 жыл бойы кәсіби зейнетақы жарналары төленген азаматтарға зейнетақы төлемдерін тағайындау ұсынылады. Бұл зейнетақыны азаматтардың атына түскен 5% міндетті кәсіби зейнетақы жарналарының есебінен төлеу қарастырылу керек.

Екінші. Аталған санаттағы азаматтарға 5 пайыз бен 29 пайыз аралығында кәсіби еңбек ету қабілетінен айырылу дәрежесі белгіленетін болса, жоғарыда айтылған кәсіби зейнетақыға қосымша арнайы төлем тағайындау ұсынылады. Бұл төлемдердің мөлшері кәсіби еңбек ету қабілетінен айырылу дәрежесі мен табысты көбейту арқылы анықталады.

Бұл төлемдер зейнеткерлік жасына жеткенге дейін төлену керек. Зейнет жасына жеткен кезде арнайы төлем сомасы мен зейнетақы төлемдерінің айырмашылығы ретінде төлем жалғасатын болады.

Үшінші. Өндіріс жағдайын жақсарту мақсатында профилактикалық шараларды жүзеге асыру ұсынылады. Ол үшін жұмыс берушілердің белгіленген шығындарын өтеу қарастырылып жатыр. Бұл мақсатқа жұмыс берушілердің ай сайын сақтандыру компанияларына төлейтін жарналарының 6 пайызына дейін жұмсау көзделу керек.

Төртінші. Кәсіби ауруға шалдыққан немесе өндірістік жарақат алған азаматтардың денсаулығын қалпына келтіру үшін реабилитациялық шараларды күшейту ұсынылады. Осы мақсатқа жарналардың тағы 6 пайызына дейінгі түсімін жолдау қарастырылу керек.

Осындай кешенді шаралардың нәтижесінде зиянды жұмыста еңбек ететін жұмыскердің әлеуметтік қорғалу деңгейі және олардың жұмыс орындарының жағдайы жақсарады деуге болады.

Тағы бір өзекті мәселе азаматтарды зейнетақымен қамсыздандыру мәселесіне қатысты. Зейнетақы жүйесіне қатысты өзгерістер Кодекстің төртінші жаңалығы. Қазіргі қолданыстағы жүйе зейнеткерлердің 3 буынын қамтиды.

Біріншісі – аға буын. Бұл санатқа 1998 жылғы 1 қаңтарға дейін зейнетке шыққан, толық еңбек өтілі бар зейнеткерлер кіреді. Осы санаттағы 300 мыңнан астам адам базалық және еңбек зейнетақысын мемлекеттік бюджеттен алады. Олардың басым көпшілігіне 120 мыңнан 160 мың теңгеге дейінгі аралықта зейнетақы төленеді.

Екіншісі – бүгінгі буын. Бұл – зейнет жасына 1998 жылғы 1 қаңтардан кейін жеткен азаматтар. 1998 жылғы 1 қаңтарға дейін еңбек өтілі болғандықтан, олар да еңбек және базалық зейнетақыларын мемлекеттік бюджеттен алады. Қазір осы топта 1,9 миллион зейнеткер бар. Олардың саны 2030 жылға қарай 2,6 миллионға жетеді. Болашақта осы санатқа кіретін, зейнет жасына әлі жете қоймаған азаматтардың 1998 жылғы 1 қаңтарға дейінгі еңбек өтілі азаюына байланысты еңбек (ынтымақты) зейнетақы мөлшері төмен болғалы тұр. Бұл айырманың орнын толтыратын Қордағы зейнетақы жинақтары әлі жеткіліксіз.

Үшіншісі – болашақ зейнеткерлер. Олар зейнетке 2038 жылдан кейін шығады. Бұл санаттағы азаматтар мемлекет тарапынан базалық зейнетақы және Бірыңғай жинақтаушы қорынан өздері жинақтаған қаржының есебінен зейнетақы алады. Осының бәрін зерделеп қарасақ, бүгінгі буын мен болашақ зейнеткерлер мәселесіне қатысты түйіткілдер туындайтынын байқауға болады.

Сондықтан Кодексте бүгінгі буын зейнеткерлері үшін алдағы 5 жылда базалық зейнетақы мөлшерін кезең-кезеңімен көбейту қаралу керек [5]. Оның ең төменгі мөлшері күнкөріс деңгейінің 54%-нан 70%-ына дейін, ал жоғары мөлшері 120%-ға дейін арттырылу қажет.



Сондай-ақ еңбек зейнетақысының көлемін есептеу үшін қолданылатын ең жоғары табыстың көлемі 46-дан 55 айлық есептік көрсеткішке дейін немесе орташа жалақының 70 пайызына дейін ұлғаятын болады.

Бұл өзгерістер бүгінгі буын зейнеткерлері зейнетақы төлемдерінің негізгі бөлігін мемлекеттен алатынын және толық мемлекеттік қолдауда болатынын көрсетеді.

Аталған шаралар 2023 жылдың 1-қаңтардан бастап іске асырыла бастады, нәтижесінде 2,3 млн. зейнеткерлеріміздің ең төменгі мөлшердегі базалық зейнетақы мөлшері 21%-ға, орташа мөлшері – 16%-ға, ал жоғары мөлшері – 8,5%-ға артты. Ал бұған қоса алатын еңбек зейнетақысының мөлшері барлығына бірдей 10,5%-ға көбейтілді.

Биыл 2023 жылы зейнетақының орташа мөлшері 120 мың теңгеден асты, ал жинақтақтаушы зейнетақы алатындар үшін 147 мың теңге болып отыр.

Ал зейнетақысы өз жинақтары есебінен қалыптасатын болашақ зейнеткерлер үшін 2024 жылдың 1-қаңтарынан бастап жұмыс берушілер тарапынан қосымша зейнетақы жарналары енгізіледі.

Бұл жарна қолданыстағы заңда көзделген шартты жинақтаушы зейнетақы жүйесі үшін база қалыптастырады. Осылайша, бұл топтағы азаматтар да зейнет жасына жеткенде қазіргі зейнеткерлер сияқты зейнетақының 3 түрін (мемлекет есебінен – базалық зейнетақы, жұмыс берушілер есебінен – шартты-жинақтаушы зейнетақы, өз жинақтары есебінен– жинақтаушы зейнетақы) алады.

Аталған шаралар азаматтарды лайықты зейнетақымен қамтуға мүмкіндік береді деп пайымдауға болады.

Бұдан бөлек, Кодекс жобасына өз активтерін басқару бойынша салымшылардың құқығын кеңейтуге қатысты өзгерістер енгізілу керек.

Енді азаматтар белгіленген жеткіліктілік шегінен асқан зейнетақы жинақтарын тек емделуге және тұрғын үй сатып алуға жұмсай алады.

Сондай-ақ салымшыларға зейнетақы жинақтарының 50 пайыздан аспайтын бөлігін активтерді басқару компаниясына беру және мұндай компанияны өздері таңдау құқығы беріледі.

Бұл ретте, мемлекет зейнетақы жинақтарының сақталуына кепілдікті жинақтың Ұлттық банк басқаратын бөлігіне ғана беретінін атап өткен жөн.

Ал жеке басқаруға берілетін зейнетақы жинақтарының сақталуына және оның табыстылығына салымшы таңдап алған компания жауапты болады.

Сондықтан әрбір салымшы басқару жөніндегі жеке компанияны таңдаған кезде ықтимал тәуекелдерді мұқият ескеруге тиіс.

Сонымен бірге, Әлеуметтік кодекс жобасында 3 бағыт бойынша жаңа жұмыс тәсілдерін енгізу көзделу қажет.

Біріншісі – икемді жұмыспен қамтудың барлық түрін, соның ішінде платформалар арқылы жұмысқа тартуды формальды жұмыс деп тану қарастырылу керек.

Бұл өзгерістер негізінен өзін-өзі жұмыспен қамтыған азаматтарды әлеуметтік тәуекелдерден сақтандыруды, ал тәуекел болған жағдайда әлеуметтік қолдау көрсетуді қарастырады.

Осы мақсатта бұл санаттағы азаматтарды «тәуелсіз жұмыскер» деп атау, олардың жария шарттарын еңбек шарты ретінде тану, платформа операторларын салық агенті ретінде белгілеу сияқты жаңа тәсілдер енгізу көзделу керек.

Айта кететін бір жайт енгізілетін оңтайлы режимдер бүгінгі «тәуелсіз жұмыскерлерден» қосымша тіркелуді қажет етпейді және оларға қосымша қаржылай жүктеме болмайды. Аударылатын жарналар олардың бүгінгі платформа операторларына аударып жүрген төлемдік пайыздарының есебінен жүргізіледі.

Екіншісі – жұмыс күшінің дағдыларын арттыру. Бүгінгі таңда дипломның болуы жұмысқа қабылдау кезінде біліктілік деңгейінің дәлелі бола алмайтынын мойындау керек. Сондықтан жұмыс берушілердің көпшілігі нақты тәжірибе болғанын талап етеді. Бұл жастардың жұмысқа орналасуына кедергі болып отыр.

Дағдылар мен құзыреттерді бағалау үшін сертификаттау жүйесі енгізіледі. Бұл негізінен еліміздегі жұмыс күшінің біліктілігін көтеру және жұмысқа қабылдауда қолданып жүрген еңбек өтілінің міндеттілігі жөніндегі шектеулерді қысқарту мақсатында қарастырылу керек.

Үшіншісі – жұмыспен қамтудың цифрлық орталықтары. Бүгінде азаматтардың жұмыс іздеуі, жұмыссыз ретінде тіркелуі, жұмысынан айырылған кезде арнайы төлемдерге өтініш беру үдерістері толық цифрланып, Электрондық еңбек биржасы арқылы жүзеге аса бастады.

Осыған байланысты, аймақтардың ерекшелігін ескере отырып, өңірлік еңбек нарықтарын дамыту жөніндегі барлық бастамалар мен бағдарламаларды үйлестіретін өңірлік мобильді орталықтар және жұмыспен қамтудың цифрлық орталықтарын енгізу қарастырылу керек.

Бұдан бөлек, Кодексте жаңа көші-қон саясатына да көңіл бөлінген. Оның мақсаты – Қазақстан экономикасын сұранысқа ие және білікті кадрлармен қамтамасыз ету. Мұнда да бірқатар мәселе шешімін таппақ.

Біріншіден, сұранысқа ие шетелдік кадрларды еңбек нарығына тартуды қолға алу. Экономикада сұранысқа ие технологияларды игерген үздік оқытушыларға, мықты ғалымдарға және бізде тапшы мамандарға оңайлатылған визалар мен ел аумағында 10 жылға дейін тұру құқығын беріп, елімізге тарту ұсынылады.

Екіншіден, Қазақстанға 300 мың АҚШ долларынан кем емес инвестиция салған шетел кәсіпкерлеріне «инвестор визасын» беру ұсынылу керек.

Үшіншіден, шетелде тұратын қазақтардың әлеуетін де ел игілігіне пайдалануға маңызды қадам жасау керек.

Ол үшін америкалықтардың Грин-картасы сияқты «Атамекен картасын» енгізу қажет. Ол жоғары деңгейдегі кәсіби маман немесе өзі тұратын елде табысты бизнес жобалары бар және оны Қазақстанда жүзеге асырғысы келетін шетелдегі қазақтарға беріледі.

Мұндай азаматтар мерзімі 10 жылдық жеңілдетілген виза рәсімдеп, Қазақстанда өз кәсібін жүргізуге мүмкіндік алады.

Төртіншіден, біз шетелде жұмыс істейтін Қазақстан азаматтарының еңбек құқықтарын да қорғауымыз керек. Ол үшін көптеген азаматымыз барып жұмыс істейтін мемлекеттерде қазақстандық еңбек мигранттарының құқықтарына кепілдік беретін мемлекетаралық келісімдер жасауды ұсынамыз. [5]

Кодекстің барлық ұсынылған жаңа новеллалары ең алдымен тараптардың өзара жауапкершілігін іске асыруға бағытталу керек. Мемлекет уақтылы әлеуметтік қолдау көрсетуі, жұмыс беруші өз қызметкерлерінің әлеуметтік қамсыздандырылуын арттыруға қатысуы, азаматтар жұмысқа орналасу немесе өз ісін ашу арқылы өмірлік қиын жағдайдан шығу үшін мемлекеттік қолдауды пайдалануға тиіс.

Қорыта айтқанда, Әділетті Қазақстанды құру үшін әділ әлеуметтік саясат жүргізуіміз керек. Біз қолға алған Әлеуметтік кодекс осы саясатты табысты жүзеге асыру жолындағы маңызды қадам болмақ.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. Канаева, О.А. Социальная политика государства и бизнеса: Учебник / О.А. Канаева. - Люберцы: Юрайт, 2016. – 343 с.
2. [Электрон.ресурс]. – 2023. – URL: [www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz). (дата обращения 02.08.2023)
3. Асланова С. Х. Современные проблемы социальной политики государства и пути их совершенствования / С. Х. Асланова // Молодой ученый. – 2019. – №9. – С. 511–514
4. Мемлекет басшысы Қ.К.Тоқаевтың Қазақстан халқына жолдауы Әділетті мемлекет. Біртұтасұлт. Берекелі қоғам, 2022 жыл 1 қыркүйек
5. Қазақстан Республикасының Әлеуметтік кодексі. Қазақстан Республикасының 2023 жылғы 20 сәуірдегі № 224-VII ҚРЗ Кодексі.

### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ

**Амантай А.А.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының магистранты

**Канабекова М.А.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

**Жанәділ Е.Б.** – Карабук (Туркия) университетінің «Механотроникалық инженерия» мамандығының студенті

**Жанәділ А.Б.** – Сакария (Туркия) университеті «Ақпараттық қамтамасыз ету» мамандығының студенті

**Исаева А.Т.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

**Нуралыев Х.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

**Джакишева У.К.** – Абай атындағы ҚазҰПУ, қауымдастырылған профессор м.а, э.ғ.к.

**Шаблова Ю.А.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Маркетинг» мамандығының магистранты

**Джубалиева З.У.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы, э.ғ.к.

**Ван Цзюнь** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Экономика» мамандығының магистранты

**Лу Син** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Экономика» мамандығының магистранты

**Мухтаркалиева Д.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Менеджмент» мамандығының студенті

**Касенов Қ.Р.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің профессоры, э.ғ.д.

**Алиева Л.Ю.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің «Есеп және аудит» мамандығының магистранты

**Жолдасова Г.И.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы.

**Құрмантаева А.Ж.** – Абай атындағы ҚазҰПУ-нің аға оқытушысы.

## **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ**

**Амантай А.А.** – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Государственное и местное управление»

**Канабекова М.А.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Жанәділ Е.Б.** – студент университета Карабук (Турция), специальность «Механотроническая инженерия»

**Жанәділ А.Б.** – студент университета Сакария (Турция), специальность «Информационная безопасность»

**Исаева А.Т.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Нуралыев Х.** – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Учет и аудит»

**Джакишева У.К.** – к.э.н., ассоциированный профессор КазНПУ имени Абая

**Шаблова Ю.А.** – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Маркетинг»

**Джубалиева З.У.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Ван Цзюнь** – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Экономика»

**Лу Син** – магистрант КазНПУ имени Абая , специальность «Экономика»

**Мухтаркалиева Д.** – студент КазНПУ имени Абая , специальность «Менеджмент»

**Касенов Қ.Р.** – д.э.н., профессор КазНПУ имени Абая

**Алиева Л.Ю.** – к.э.н., ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Жолдасова Г.И.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Құрмантаева А.Ж.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

### INFORMATION ABOUT AUTHORS

**Amantay A.A.** – master's student of Abai Kaznpu, specialty "State and local government"

**Kanabekova M.A.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Zhanadil E.B.** – student of the University of Karabuk (Turkey), specialty «Mechanotronic engineering»

**Zhanadil A.B.** – student of Sakarya University (Turkey), specialty «Information security»

**Isaeva A.T.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Nuralyyev K.** – Master's student of KazNPU named after Abai, specialty «Accounting and audit»

**Dzhakisheva U. K.** – Candidate of Economics, Associate Professor, Abai KazNPU

**Shablova Yu.A.** – master's student of Abai KazNPU, specialty «Marketing»

**Dzhubalieva Z.U.** – candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Song Weiqin.** – Master's student of Abai KazNPU, specialty «Economics»

**Lu Xin.** – Master's student of Abai KazNPU, specialty «Economics»

**Mukhtarkaliyeva D.** – student of Abai KazNPU, specialty "Management"

**Kassenov K.R.** – Doctor of Economics, Professor of Abai KazNPU

**Aliyeva L.Y.** – Master's student of KazNPU named after Abai, specialty «Accounting and audit»

**Zholdassova G.I.** - Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay

**Kurmantaeva A.Zh.** - Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay